

Panel I

Kultur:Wirtschaft – Die Ökonomie als kulturelles Projekt

Ulrich Ermann

MARKEN(T)RÄUME – MARKT(T)RÄUME: Postsozialistische Geographien des Konsums im "neuen Europa"

Auch 17 Jahre nach dem Zusammenbruch der sozialistischen Planwirtschaften im Osten Europas ist keineswegs klar, ob die dort ablaufenden Transformationsprozesse zu einem „catching up“ im Sinn einer nachholenden Modernisierung oder einem „falling behind“ im Sinn einer innereuropäischen Peripherisierung führen (vgl. Dunford u. Smith 2000). Es ist zwar davon auszugehen, dass es in sozialer und räumlicher Differenzierung parallele Entwicklungspfade der Angleichung ökonomischer und kultureller „Standards“ einerseits und der Zunahme von Ungleichheiten mit der Marginalisierung bestimmter Gruppen und Regionen andererseits gibt, je nach wissenschaftlicher „Brille“ und ideologischer Implikationen lassen sich jedoch sehr widersprüchliche Aussagen über die Dominanz der unterschiedlichen Entwicklungen treffen. Anders als in der Transformationsforschung üblich soll in dem Referat der Blick nicht auf die Restrukturierung des Produktionsapparats, sondern auf den Wandel des Konsums gelenkt werden, der offenbar subtiler verläuft.

In modernisierungstheoretischen und neoliberalen Versionen des Transformationsdiskurses fungiert ein räumliches Bild des „Westens“ als zeitlicher Endpunkt des Übergangs: „[...] transitology begins with a future that is not only desired but already known. The destination has been designated: Western Europe and North America hold the image of the East European future“ (Stark 1994: 2). Die westliche Konsumgesellschaft als „hypothesized end-states“ (ebd.) der Transformation zu interpretieren, erscheint insofern plausibel, als sich die Träume von einem „guten Leben“ auf ihre „Vorbilder“ im Westen beziehen. Gleichwohl ist zwar eine Einebnung des Wohlstandsgefälles zwischen verschiedenen Räumen zumindest theoretisch denkbar, nicht aber die Erreichung eines Konsumniveaus, bei dem die den Konsum antreibenden Träume als erfüllt gelten könnten. Spätmoderne Kapitalismen leben von der unaufhörlichen Generierung und Weiterentwicklung von Bedürfnissen, Wünschen und Träumen, die nicht in Erfüllung gehen können. Außerdem ist eine wesentliche Antriebsfeder modernen Konsums nicht nur die Zugehörigkeit zu einer Gruppe, sondern das Absetzen gegenüber anderen Gruppen sowie die Schaffung individueller Identitäten. Dies spricht ebenfalls dagegen, das Imitieren bzw. Importieren westlicher Konsumstile als erfolgreiche Angleichung sowohl von Ökonomie als auch von Kultur verstehen zu können.

Marken als transzendente Elemente des „Konsumkapitalismus“ (vgl. Klein 2001: 41f.) nehmen in der Evolution neuer Konsumwelten im Osten Europas eine zentrale Rolle ein – bei der Generierung von Konsumwünschen, bei der Kundenbindung und bei der Bildung neuer Wertschöpfungsketten. Die Funktion von Marken im weiteren Sinn einer standardisierten und materialisierten Produktkommunikation geht weit über eine Kennzeichnung von Herkunft und Qualität hinaus und liegt vor allem in der Schaffung und zugleich dem Nachweis einer Authentizität, die nur selten Beziehungen zu den Produktionszusammenhängen aufweist, jedoch meist räumliche Bezüge impliziert. Als Ausdruck des Fetischcharakters von Waren erlangen Marken eine Eigendynamik und spielen bei der Formierung neuer Märkte und bei der Integration neuer Marktteilnehmer in globale Warenketten eine zentrale Rolle.

Der Wandel von der planwirtschaftlichen Versorgungsökonomie zur kapitalistischen Konsumgesellschaft vollzieht sich nur scheinbar „von selbst“. Konsumgüterindustrie und

Einzelhandelskonzerne beteiligen sich mittels „Übersetzungsprozessen“ der Marktforschung und Werbewirtschaft sehr aktiv an der Formierung neuer Konsumgütermärkte und Konsumkultur(en) in den postsozialistischen Staaten in der europäischen (Semi-)Peripherie. Trotz geringer Kaufkraft wird dort angesichts einer (noch) geringen „Markentreue“ viel Geld in die „Bearbeitung“ von Märkten und Konsumenten investiert. Diese Aktivitäten stehen in einem ambivalenten Verhältnis zwischen einer globalen Homogenisierung von Konsumstilen und einer regionalen Differenzierung. Zugleich bewirkt die Funktion von Marken bei käufergesteuerten Warenketten eine Abhängigkeit lokaler Produktionsstrukturen von einer durch transnationale Unternehmen gesteuerten Zeichenökonomie.

Der Übergang „vom Kommunismus zum Konsumismus“ kann als Gewinn individueller Freiheit, als Emanzipation von staatlicher Bevormundung oder als Verbürgerlichung interpretiert werden, aber auch als Entstehung neuer „peripherer Kapitalismen“ mit Merkmalen kolonialer Situationen. Die Globalisierung von Konsumgütermärkten im östlichen Europa lässt sich dementsprechend als Gewinn einer neuen Freiheit, zugleich aber auch als eine zunehmende Abhängigkeit von globalen Konsumgütermärkten und deren Markenpolitik begreifen. Klein (2001) spricht diesbezüglich sogar von einer „Tyrannei des Branding“ und einem „Totalitarismus der Markenwelt“.

In dem Referat soll versucht werden, einen Überblick über ausgewählte akademische und politische Diskurse um die Rolle von Marken bei der Transformation postsozialistischer Ökonomien und der Entstehung neuer konsumorientierter Kapitalismen zu geben. Da die Erzählungen von der Befreiung durch Konsum und der Unterdrückung durch Konsum kaum gegensätzlicher sein könnten, wird zu diskutieren sein, ob man sich für eine dieser „Wahrheiten“ entscheiden muss oder ob sich dritte Wahrheiten finden lassen. Zudem soll anhand von Beispielen aus Bulgarien diskutiert werden, wie eine empirische Untersuchung der Formierung konsumgüternaher Märkte und der Herstellung von Marken und deren Geographien durch Industrie, Handel, Werbewirtschaft und Marktforschung sowie durch Konsumenten erfolgen kann.

Jonathan Everts

Entstehung „ethnischen“ Unternehmertums: Eine Frage an die Erklärungskraft des Einflussfaktors „Arbeitslosigkeit“

Ökonomisches Handeln stellt sich in vielerlei Hinsicht als eingebettet in soziale Beziehungen und geprägt durch kulturelle Diskurse dar. Dies zeigt sich z. B. anhand der Zuschreibung und Stilisierung von Berufsgruppen. Hier scheint vor allem der Eintritt in eine entsprechend konnotierte Berufsgruppe eine Form der Initiation zu sein, die einhergeht mit der Übernahme „branchentypischer“ Narrative. Diese begleiten den Gang einer Person in eine bestimmte Berufsgruppe. Neben den institutionalisierten und regulierten Einstiegsritualen zeigen sich auch Dynamiken der Selbstkonstruktion. Diese gleicht einer Mythenbildung, die in der Biographie die Funktion einer Rechtfertigung und Bewertung des eigenen Lebensweges bildet und gleichzeitig der Konstitution und Abgrenzung verschiedener Formen ökonomischen Handelns dient. Problematisch wird diese Mythenbildung, wenn sie von Sozialforschern unkritisch und unreflektiert übernommen wird und in der Folge Repräsentanten von Berufsgruppen spezifische Eigenschaften und Lebenswege unterstellt werden, die aus kollektiven Erzählungen entnommen wurden.

Weltweit gibt es kaum eine Berufsgruppe, die derzeit eine so intensive Aufmerksamkeit seitens der Sozialforschung erfährt, wie es die Gruppe der „selbständigen Unternehmer“ für sich behaupten kann. Speziell sind hier vor allem die selbständigen Unternehmer im Fokus, die aufgrund ihres Aufenthaltsrechtlichen Status oder ihrer Biographie als Migranten bezeichnet werden. In empirischen Studien wurde bereits anschaulich nachgewiesen, wie diese Unternehmer ihre eigenen Narrative hinsichtlich Unternehmensgründung und Geschäftsverlauf entwickeln und welchen Einfluss diese auf ihr unternehmerisches Handeln haben. Zusätzlich stellt hier die Zuschreibung von kultureller Differenz eine maßgebliche Einflussgröße dar, die die Branchenwahl und den Gang in die Selbständigkeit begleitet. Ich möchte dieses Argument weiterentwickeln und weitere Fallstricke der Untersuchung ökonomischen Handelns unter kultur- und sozialtheoretischen Vorzeichen an einem Beispiel aufzeigen.

Die Erforschung des Phänomens „immigrant business“ bietet hier einen geeigneten Ansatz. Im Verlauf der wissenschaftlichen Beschäftigung im Rahmen meiner Dissertation mit der Schnittstelle von Migration und Konsumption drängte sich die Frage der Gründungsdynamik immer wieder auf. Bei meiner Erforschung der sozialen Beziehung von Kunden und Lebensmitteleinzelhändlern, bei denen die Kunden mehrheitlich sich als „Deutsche“ sahen, während die Händler mit dem Attribut „zugewandert“ versehen waren, ging es explizit nicht um die Frage der Entstehung von selbständigem Unternehmertum, um das es sich beim migrantengeführten Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland mehrheitlich handelt. Dennoch kam dieser Aspekt im Verlauf der ethnographischen Feldarbeit wiederholt zur Sprache und erweist sich auch als das zentrale Erkenntnisinteresse zahlreicher Publikationen. In der Literatur werden verschiedene theoretische Ansätze der Entstehung eines selbständigen „Migrantenunternehmertums“ vorgestellt. Diese sind mitunter äußerst detailliert und Gegenstand kontroverser Auseinandersetzungen. Hierbei werden diese Erklärungsansätze in vielerlei Hinsicht der empirischen Ausgangssituation nicht gerecht. Sie speisen sich vielmehr aus deduktiven Vorurteilen, die in Modellform gegossen über die beobachteten Verhältnisse übergestülpt werden. Meine Aufmerksamkeit zog dabei einer der am wenigsten umstrittenen „Einflussfaktoren“ für die Entstehung dieses selbständigen Unternehmertums auf sich. Neben den kontrovers diskutierten Feldern der „kulturellen Mentalität“ (auch als „Händlermentalität“ paraphrasiert), den sogenannten „ethnischen (Unterstützungs-)Netzwerken“, der „politisch-rechtlichen Rahmenbedingungen“ sowie der „spezifischen Nachfrage“ findet sich einmütig die Einschätzung der überragenden Bedeutung der Arbeitslosigkeit als einer der initiiierenden und wesentlichen Push-Faktoren wieder. Die Auswertung mehrerer Studien sowie meines eigenen

empirischen Materials führte jedoch zu Zweifeln hinsichtlich der Erklärungskraft dieses strukturellen und überindividuellen Faktors. Vielmehr drängte sich die Frage in den Vordergrund, ob es sich hierbei nicht um einen geschickt platzierten Diskurs handelt, der sich als Generalerklärung sozialer Phänomene seit einigen Jahrzehnten äußerster Beliebtheit erfreut (bei Sozialforschern wie Interviewpartnern), ohne im speziellen Einzelfall als erlebte Wirklichkeit handlungskonstituierend zu sein.

Eine konsequent kulturtheoretisch arbeitende Humangeographie sollte genau hier ansetzen, und „Selbständigkeit“ als eine mögliche ökonomische Handlungsform selbst als Diskurs begreifen, dessen Reifikation vor allem in der diskursiv vermittelten und institutionalisierten Organisationsform der gegenwärtigen Wirtschaftskultur zu verorten ist. Die Gestaltung und Etablierung der eigenen Person als „selbständiger“ Erwerbperson setzt eine gewisse Kenntnis diskursiver Wirklichkeiten voraus, auf die Personen als ökonomische Akteure rekurrieren können.

Es stellt sich daher die Frage, inwiefern solche „Selbständigkeitsdiskurse“ – oder allgemeiner: die diskursive Konstitution möglicher ökonomischer Rollen – einen Pull-Faktor darstellen, der eine zentrale Ausgangsbasis für das Auftreten des sozioökonomischen Phänomens einer zunehmenden Selbständigkeitsrate ist. Darüber hinaus stellt sich die Frage der Interaktion einer gewählten ökonomischen Rolle mit anderen sozialen Rollen, dessen Träger ökonomische Akteure sind (z.B. als Mutter/Vater). Im Vortrag werde ich verschiedenen Hinweisen nachgehen, die eine Interpretation des Einflussfaktors „Arbeitslosigkeit“ als eine eher sinnstiftende denn handlungsgenerierende Größe plausibel erscheinen lassen. Diese Hinweise entnehme ich sowohl der Literatur als auch aus eigenen empirischen Erkenntnissen.

Juergen Pohl

Kultur als "vierter Produktionsfaktor" im Industrial District

Seit der Debatte um das Dritte Italien und der Renaissance des Konzeptes des "Industrial District" von Alfred Marshall werden den regionalspezifischen Werten und Normen als Mehrwert im Konkurrenzkampf der Regionen innerhalb der Wirtschaftsgeographie verstärkt Aufmerksamkeit geschenkt. Neben Boden, Arbeit und Kapital wird darin distriktinternen sozialen Vernetzungen, Institutionen und Werten ein spezifischer Mehrwert zugesprochen. Zusammen mit infrastrukturellen Elementen i.w.S. sowie den zumindest teilweise an die Produktionsverhältnisse gebundenen Einstellungen und Mentalitäten der Bevölkerung bilden sie eine durchaus gewichtige Größe für die Prosperität und für den Strukturwandel solcher Regionen, die durch eine starke Orientierung auf eine regional stark vernetzte Branche geprägt ist. "Kultur" wird als aus den Elementen (1) Symbole und kollektive Repräsentationen, (2) Normen und ihr Geltungsbereich, (3) Rituale und Interaktionen sowie (4) soziale Organisationen bestehend verstanden. Den Unternehmern wird als wichtigen Akteuren besondere Aufmerksamkeit geschenkt, ohne aber dem methodologischen Individualismus zu folgen. Untersuchungsregionen sind die wichtigsten europäischen Modeschmuckregionen (Jablonec, Unterallgäu, Oberösterreich und Menorca), die ohne Zweifel als Industrial districts angesprochen werden können. So sehr diese Wirtschaftsräume der "Bijouterie" sich auch unterschiedlich entwickeln, so auffällig ist doch, dass die Kultur und die sie tragenden Institutionen für den Strukturwandel der Wirtschaftsregionen stets eine wichtige Rolle spielten und spielen. Der besondere Fokus liegt bei den Ergebnissen der in dieser empirischen Studie vorgestellten Regionen weniger auf dem innovationsfördernden Charakter der Kultur als in dem eher hemmenden bzw. der ökonomischen Rationalität unerwartete Wendungen gebenden Einfluss der Kultur. Die ambivalente Rolle der Soziokultur im Spannungsfeld zwischen regionaler Verankerung und Entankerung im Zeitalter der Globalisierung wird sichtbar: Während der eine Distrikt nur mehr als verlängerte Werkbank dient, zerfällt ein anderer unter dem Ansturm der Modernisierung. Durch eine geschickte Kombination aus lokaler und globaler Ebene können mit Hilfe der Regionalkultur auch komparative Vorteile entstehen. Mit der Globalisierung wird ihre Bedeutung verändert, ohne dass sie aber vollständig in einer kulturellen Globalisierung verschwindet.

Bastian Lange

Die Räume der Kreativszenen: Kulturgeographische Forschung in emergierenden Ökonomien

Im November 2005 wurde die Stadt Berlin durch die UNESCO zur „City of Design“ ernannt und damit in ein sog. „globales Netzwerk von kreativen Städten“ aufgenommen. Die symbolische Auszeichnung honorierte ein junges, von außen als erregungsreich wahrgenommenes Tätigkeitsfeld von ca. 1.200 Berliner Design-Unternehmen, also Symbolproduzenten, in unterschiedlichsten Print-, Raum-, Mode- und Web-Formaten. Deren absolute Zahl hat sich zwischen 1993 und 2003 durch Neugründungen verdreifacht. 80% davon weisen eine Beschäftigtengröße von 1-5 Personen auf, d.h. Kleinst- und Mikrounternehmer sowie unternehmerisch Selbständige dominieren. Diese Dienstleister haben neue sozialräumliche Struktur- und Wissensmuster etabliert. Zur Überprüfung dieser neuen kulturellen Geographie steht daher die Verbindungen zwischen Wissen und Raum. Meine forschungsleitende Frage lautet daher: Wie vollziehen junge Unternehmensgründer Marktzugänge und welche Bewertungsmuster von Raum liegen diesen Prozessen zugrunde? Ich werde dahingehend argumentieren, dass Gründungsprozesse aus der Perspektive von „Wirtschaft als Szene“ zu verstehen sind. Szene, so werde ich zeigen, ist aber nur aus einer räumlichen Perspektive zu verstehen, wobei soziale oder kommunikative Prozesse nicht als eine separate Struktur neben Raum zu denken sind. Meine Hauptthese lautet daher, dass Gründungsgeschehen in wissensbasierten Dienstleistungsökonomien – und dazu zähle ich die Designbranche – aus einer spezifisch räumlichen Konstellation zu verstehen ist. Die räumliche Dimension als verstehende Perspektive von Gründungsgeschehen einzuführen, heißt, Markt als eine kulturelle, mit Hilfe von Praktiken verhandelte Formation anzusprechen. Strategien und Praktiken dieser Trägergruppen weisen Markt als performativen, verhandelbaren und dadurch sozial-räumlichen Gegenstand aus. Wenn ich Markt als kulturelle Formation auffasse, dann heißt dies, Verfahren, Bedeutungszuweisungen und Praktiken von Unternehmen darauf hin zu analysieren, wie sie soziale Beziehungen räumlich verdichten, begrenzen, aber auch entgrenzen können, und wie dadurch Zugänge zu Markt- und Produktwissen verhandelt werden.

Im Zusammenhang mit dem Bedeutungsgewinn von symbolproduzierenden Dienstleistungssegmenten haben Simon / Ford am Fall London Ende der 1990er Jahre einen möglicherweise neuen Sozialraumtypus diagnostiziert: sie führten den Hybridbegriff Culturepreneur ein, der sich aus „cultural“ und „entrepreneur“ zusammensetzt. Sie sprachen eine neue professionelle Trägergruppe als quasi unternehmerische Brückenbildner im Übergangsbereich immaterieller Produktion auf der einen und Wirtschaft auf der anderen Seite an. Die neue Typstruktur vereint – so ihre These – vormals getrennt verortete Wertkonzepte. Auf den ersten Blick könnte man vermuten, dass sich diese Typik aufgrund der gestiegenen Zahl von unternehmerisch Selbständigen auch in Berlin wieder finden lässt. Meine Arbeit überprüfte zum einen, wie übertragbar der Begriff auf Berlin ist. Zum anderen, wie diese Unternehmer Märkte formieren und Zugänge zu diesem Markt mittels räumlicher Mikropolitiken verhandelt werden: Ich spreche bewusst von „Mikropolitiken“, d.h. zugleich absichtsvolle sowie subtile unternehmerische Raumpraktiken der Grenzziehungen und –öffnungen mit verfügbaren raumbezogenen Ressourcen: Also Ausstellungen, Produktpräsentationen, Feiern etc., deren Performativität Sozialräume mitstrukturiert, wodurch Zugänge zu Märkten formiert und gelenkt werden. Praktiken basieren in dem hier vorliegenden Verständnis auf der kognitiven Lesbarkeit sowie der körperliche Erlebbarkeit räumlicher Codierungen. Es geht, wie dies Ilse Helbrecht formulierte, um das ‘look and feel’ of the location“. Mich interessiert aber darüber hinaus die Struktur und „Chemie“ dieser „locations“ sowie ihre strukturierende Wirkung auf Trägergruppen. Mein Fokus richtet sich daher auf die Konstituierung von Raum als Produkt sozialer und unternehmerischer Praktiken. Ich zeige, wie mittels Mikropolitiken Zugänge zu

Arbeitsmärkten verhandelt, und dadurch Wissensvorsprünge und Marktanteile erzielt werden können. Dafür war es wichtig ein Forschungsdesign zu entwickeln, das es mir im Besonderen ermöglichte, das Feld dieser Trägergruppen von innen heraus systematisch aufzuschließen. Notwendig ist dazu eine Analysemethode, die Prozesse und Dynamiken von Unternehmen bei ihrer Markterschließung zu erfassen im Stande ist. Hermeneutische Fallrekonstruktionen sind dazu im Besonderen geeignet, da sie 1. aus der Sprache des Falls eine spezifische Sinn- und Strukturgestalt nachzeichnen und dabei die Begründung eines Handlungsablaufs in Begriffen des konkreten Handlungskontextes analysieren. 2. räumt ein rekonstruktionslogisches Interpretationsverfahren dem empirischen Gegenstand die Möglichkeit ein, in der Sprache des Falls das Verhältnis zu bspw. Milieus und Institutionen zu formulieren. Gewonnene Hypothesen werden dabei am Fall fortschreitend überprüft. 3. Dieses Interpretationsverfahren weist dem empirischen Feld die heuristische Möglichkeit ein, etwas neues als Neues zu beschreiben. Diese Methode fasse ich als Raumanalyse auf, da sie die Konstruktionsleistung und Anordnungspraxis von Sozialbeziehungen systematisch in den Vordergrund stellt. Ich leite die Produktionen von Raum aus dem praktischen Bewusstsein der Handelnden ab und benenne dadurch die Prozesse der Konstituierung von Raum anhand erfolgter Syntheseleistungen.

Panel II

Repräsentationen – Medien – Bilder

Peter Dirksmeier

Die Differenz zwischen „Sehen“ und „Wissen“ im phänomenologischen Begriff der Wahrnehmung als Problem der bildbasierten visuellen Sozialforschung

„In der streng gefassten Bedeutung des Wortes ist das Auge das Organ, das dem Menschen eine zunächst nur subjektiv empfundene, dann aber durch eine Beziehung des Empfundenen auf die apriorische Anschauung des abstrakten Raumes objektivierte ‚Wirklichkeit‘ schenkt, deren Wahrnehmung als optisches Erlebnis oder Sehen bezeichnet werden kann.“ Dieses Zitat von Erwin Panofsky verdeutlicht, dass die optische Wahrnehmung strenggenommen eine geistige Einstellung zum Optischen ist. Der Mensch nimmt nicht wahr, was er sieht, sondern was er zu sehen glaubt. Diese Differenz von Sehen und Wissen im Kontext der Wahrnehmung birgt für eine jede auf Bilder rekurrierende qualitative Sozialforschung bedeutende theoretische Implikationen.

Die visuelle Sozialforschung muss die bildphilosophische Tatsache akzeptieren, dass die Wahrnehmung des Subjekts sich ihrer Definition entzieht. Mit Adorno wird an dieser Stelle häufig auf das Surrogat der offenen Reflexion anstelle einer schließenden Begriffsbestimmung verwiesen. Eine Definition ist dann immer nur ein Definitionsvorschlag, der an einem Detail die Geltung einer gesamten Philosophie behauptet. Die bildbasierte Sozialforschung importiert mit einer solchen unbefriedigenden Setzung lediglich die Kluft zwischen dem Sehen und dem Wissen, welchen auch die Reflexion nicht in der Lage ist zu schließen, in das Zentrum ihrer Methodologie. Sie umgeht hingegen nicht das Dilemma der unmöglichen Definition der Wahrnehmung. Wie könnte eine visuelle Sozialforschung aussehen, um dennoch die Perzeption der Subjekte in den Gegenstandsbereich der qualitativen Forschung und damit ebenfalls in den Gegenstandsbereich der Humangeografie zu überführen?

Der Vortrag unterbreitet den Vorschlag, die Wahrnehmungsphilosophie Edmund Husserls für dieses Ansinnen zu verwenden. Seine Phänomenologie fasst Wahrnehmung als einen Prozess der Kenntnisaufnahme, d.h. sie ist von der Frage geleitet, welche Merkmale ein wahrgenommenes Objekt nur aufgrund der Tatsache besitzt, dass es als ein Wahrnehmungsobjekt erfahren wird. Das intentionale Bewusstsein des Subjekts verfügt gemäß der Phänomenologie mit dem „Aktsinn“ über ein Medium, das dem Menschen befähigt, Dinge als außer sich existierend wahrzunehmen. Demnach richtet die optische Wahrnehmung das Auge des Menschen auf Gegenstände, die immer durch ein Farbraster vermittelt sind und sich folglich der Willkür entziehen. Die auf diese Weise entstehende Kluft zwischen dem gesamten existierenden Objekt und der subjektiven Wahrnehmung füllt in der husserlschen Phänomenologie die Präintention. Diese benennt den dauerhaften Versuch der Wahrnehmung, dem Menschen glauben zu machen, er nähme Gegenstände vollständig wahr, d.h. in ihrer gesamten Ausprägung, Räumlichkeit und Zeitlichkeit. Präintention bezeichnet dieses beständige Moment des Widerspruchs, da Subjekte tatsächlich lediglich einen kleinen Ausschnitt des Objekts, z.B. die Vorderseite eines Automobils, wahrnehmen können.

Die Präintention eröffnet, so die leitende These des Vortrags, neue theoretische Zugriffsmöglichkeiten einer bildphilosophisch informierten Sozialgeografie auf die Methodologie der visuellen Sozialforschung. In ihrer bildtheoretischen Entsprechung gleicht die Präintention der Differenz zwischen dem repräsentierendem Bild und dem Bildsujet, d.h. zwischen dem eigentlich erscheinenden Objekt und dem dadurch dargestellten und gemeinten Gegenstand.

Erst die Präntention, das bewusstseinsimmanente Hinzufügen des Nichtwahrgenommenen, erschafft nach Husserl das Bildobjekt, z.B. als Gemälde, Karte oder Fotografie. In diesem präntentiösem „Schöpfungsakt“ des Subjekts liegt eine bedeutsame Herausforderung des sozialgeografischen Umgangs mit Bildern und Wahrnehmungsprozessen. Der Vortrag sieht in der husserlschen Präntention das entscheidende theoretische Konzept, um die visuell-qualitative Sozialforschung für die Kluft zwischen dem phänomenologischen Sehen und Wissen zu sensibilisieren und auf diese Weise das skizzierte Problem der Wahrnehmung des Subjekts methodologisch zu fundieren. Nach Husserl ist die Wahrnehmung des Alltags wie die Wahrnehmung des Bildes präntentiös. In beiden Fällen überbrückt das Bewusstsein die im „Aktsinn“ angelegte Divergenz zwischen dem Wahrgenommenen und dem tatsächlich Gegebenen. Die Präntention des objekthaften Bildes vermag, mithin als Substitut der Präntention des Alltags zu fungieren. Die Herstellung eines Bildobjektes auf einem Bildträger, z.B. einer Fotografie, ist bildphilosophisch gleichbedeutend mit der Hervorbringung und Fixierung der Alltagswahrnehmung. Der Vortrag prüft anschließend das Methodenspektrum der visuellen Soziologie in Hinblick auf die Inwertsetzung der bildtheoretisch erarbeiteten Parallele von Alltags- und Bildwahrnehmung. Er fragt nach geeigneten Wegen, die Präntention der Wahrnehmung methodologisch für sozialgeografische Themenstellungen zu instrumentalisieren.

Jürgen Hasse

Profane Orte als mythische Orte – Zum medialen Charakter von Architektur

Mit seiner »Heterotopologie« hat Michel Foucault ein Theorem hinterlassen, das aufgrund seiner Skizzenhaftigkeit viele Fragen unbeantwortet läßt. Dennoch muß die Heterotopologie als eine methodologisch bemerkenswerte sozialwissenschaftliche Horizonterweiterung gelten. Sie nimmt in der *Ordnung der Dinge* ihren Anfang, wird in zwei thematisch fokussierten Beiträgen konturiert, bleibt aber dennoch in konzeptioneller Hinsicht ein Rätsel, dessen Schlüssel im Werk Foucaults verborgen ist. Mit seiner Heterotopologie konstruiert Foucault eine philosophisch-sozialwissenschaftliche Sonde zur Interpretation von Ort–Raum–Relationen, die auf zwei Ebenen geregelt sind: *erstens* auf der Ebene der lebensweltlichen Raumeignung über alltägliche Routinen, *zweitens* auf der narrativen Ebene einer mythischen Metaerzählung. Die Programmatik dieser Geschichten wird sprachlich nicht expliziert. Sie ist Produkt der Verbergung von Bedeutungen. An den Rändern selbstverständlicher und routinierter Ortspraktiken werden sie subduziert. Die „Leistung“ heterotoper Orte besteht darin, strukturell (und nicht in akuten *Fällen* sich reklamierender Krisenintervention) da „einzugreifen“, wo das praktische Leben mit seinen zwangsläufigen Widersprüchen mit den Utopien (kollektiv gehüteten Träumen) nicht Schritt halten kann.

Es ist evident, daß solche „Dienste“ mit formal geregelter Disziplin – und geschützt durch ein Netz an Rechtsnormen – an Orten erfüllt werden, die den Charakter politisch starker Institutionen haben; hier fällt die Aufmerksamkeit auf Gefängnisse, Schulen, Psychiatrische Kliniken (für *Ver-rückte*), aber auch auf Kirchen. Heterotopien verstecken sich aber auch an ganz profanen Orten. Deshalb sind diese Orte zugleich hoch abstrakt. Sie sind profan, indem sie als funktionierende Stätten alltägliche Dienste leisten; sie sind abstrakt, indem sie – weitgehend ohne Wissen der an ihrer Herstellung und Aneignung Beteiligten – Medien verschlüsselt kommunizierter Zumutungen sind. Zum einen vermitteln sie über die Sprache der Architektur semiotische Bedeutungen, die auf einem kulturellen Verstehenshintergrund „aufgehen“. Zum anderen vermitteln sie atmosphärische Befindlichkeiten, die sich synästhetisch über den Anmutungscharakter (von Bau- und Konstruktionsformen, Baumaterialien, Texturen) in ein mit dem Ort sich verbindendes Gefühl übertragen. Beide medialen Übertragungswege bleiben nicht bei sich; sie stehen in einem dialektischen Wechselwirkungsverhältnis.

Es ist erstaunlich, daß die mit der Heterotopologie gelegte Spur in die janusköpfige *Ord-nung* der Orte im Raum in der Humangeographie relativ wenig Verfolger gefunden hat. Das ist um so unverständlicher, als Foucault mit seinem theoretischen Fragment ein räumlich geregeltes Beziehungsgefüge anspricht, das eines der ersten Themen der Humangeographie sein sollte, „regeln“ die »anderen Räume« doch Beziehungen zwischen Individuum und Gesellschaft, strukturverschiedenen Rationalitäten menschlichen Tuns, vollzogenen Alltagspraktiken und „Ideologien“, sprachlich explizierten Handlungsentwürfen und dunkel wirkenden affektiven Dispositionen.

Der Beitrag soll – in gebotener Kürze – an Beispielen aus dem Bereich der Verkehrsarchitektur der Frage nachgehen, welche Rolle heterotope Orte historisch in der je besonderen Situation einer Gesellschaft spielen, indem über die Gestaltung bestimmter Orte mit den Mitteln der Architektur ein lebensweltlich profanes Diesseitige mit einem mythisch verschlüsselten Jenseits verzahnt wird. Dieser Prozeß soll aus der historischen Perspektive der Metamorphose von Bedeutung illustriert werden – aus der Perspektive eines (sub-) kulturell kommunizierten Prozesses, der sich in seiner semantischen Struktur autopoietisch differenziert.

Stark vereinfacht lautet die Frage so: Was kommuniziert z.B. ein Parkhaus über das Abstellen eines PKW hinaus, wenn es „*einfach nur völlig selbstverständlich*“ als nützlicher städtischer Ort in Gebrauch genommen wird? Wie, warum und wohin wechseln die mythischen Bedeutungshöfe im Laufe der Geschichte, während die profanen Ortsfunktionen dieselben bleiben? Architektur wird hier als Medium der Vergesellschaftung aufgefaßt – als Medium, das Ausdruck gesellschaftlicher Verhältnisse ist, zugleich (dialektisch) aber auch deren Reifikation und Rekonstitution sicherstellt. Im medialen Situationsfeld >Architektur< wird der öffentliche Raum mit gebauten Bildern möbliert, die oft Allegorien sind oder in ihrem Erscheinen (an einem bestimmten Ort) einen repräsentativen Dienst erbringen sollen (für Individuen, Institutionen, Organisationen etc.). Der Beitrag will auch zeigen, daß das Verstehen scheinbar ganz und gar profaner Orte (im Falle deren verdeckter Besonderheit hinter dem Banalen) nur in einer wiederholten Annäherung vorankommen kann – in einer Annäherung, die Architektur begegnet als ästhetische Gestalt, ganzheitlichem Eindruck, sinnlich wahrnehmbarem und mit „Vitalqualitäten“ (Dürckheim) aufgeladenem Ort, sprachlich definiertem Gegenstand, habituell formatiertem Ort, funktionierender Stätte ... bleibendem Rätsel.

Martin Scharvogel

Didaktisches Denken im Spannungsfeld medialer Weltkonstruktionen

Die kulturellen Verortungen unserer Gesellschaft als Prozesse der Selbst- und Fremdverortung betrachtet, erfordern gerade auch in der Geographiedidaktik neue Zugangsweisen zum „Raum“. „Raum“ ist nicht, sondern entsteht im Prozess, in dem sich auf vielfältige Weise Konzepte, Ideen und Diskurse, materielle Praktiken und Wahrnehmungsweisen und Erlebensweisen überlagern oder in Spannung zueinander treten. Mediale Erzeugnisse erweisen sich in diesem Prozess als zunehmend wichtige „Wirklichkeitserzeuger“ (Dettelbeck) in dem sie Vorstellungsbilder, Images und damit nicht zuletzt Deutungsangebote implementieren.

In diesem Spannungsfeld konstituiert das Subjekt seine Ankerpunkte, durch die es seine Beziehung zum „Raum“ herstellt. Eine Geographiedidaktik kann sich dabei weder auf die Vermittlung „gesicherter“ Wissensbestände noch auf die Kritik räumlicher oder medialer Praktiken zurückziehen. Vielmehr könnte sie gerade aus dieser Spannung Zwischenräume aufzeigen, die Spielräume für (vorläufige) Verortungen und Positionierungen ermöglichen. Dafür ist in einer emanzipatorischen Geographiedidaktik notwendig, nicht Ergebnisse zu präsentieren oder Argumente abzuwägen, sondern die Prozesse erkennbar werden zu lassen, durch die „Raum“ produziert wird. Dieser Vorschlag soll im Vortrag am Beispiel einer Geschichte entfaltet werden, in der sich Fragen der Identität und Ökonomie im Rahmen differenzierter medialer Inszenierungen auf eigensinnige Art und Weise miteinander verbinden. Der Ausgangspunkt für die Geschichte ist wenig spektakulär. Der Gemeindevertretung von Romanshorn, einer kleinen Stadt am Bodensee, beschließt den Bahnhofsvorplatz neu zu gestalten. Die Idee für die Gestaltung ist eng verknüpft mit Stadtdiskussionen der 1990er Jahre, die im Kontext der „guten Stadt“ (Robins) Identität, Heimat und Geschichtlichkeit als wesentliche Elemente urbanen Lebens postulieren. In einem geladenen Wettbewerb erhält das schweizer Künstlerduo Com&Com den Zuschlag. Denn die beiden Künstler haben im Stadtarchiv eine Volkssage zu Tage befördert, die sich direkt auf den Ort bezieht. Sie erzählt die Geschichte von Roman, den Fischerjungen, der durch das Horn eines Fabelwesens die Stadt vor der Zerstörung durch Feuer rettet. Dadurch soll der Ort seinen Namen erhalten haben – „Romans-Horn“. Allerdings hat die Sage einen Haken: sie ist keinem der Einwohner bekannt. Es stellt sich die Frage nach der Authentizität, nach der Urheberschaft und nicht zuletzt danach ob eine Sage, die den Menschen unbekannt ist und damit außerhalb eines kollektiven Erinnerungsbestandes liegt, überhaupt als „Volks“-Sage definiert werden kann. In einer aufwändigen medialen Inszenierung werden die Geschichte und vor allem das Fabelwesen vom Künstlerduo Com&Com in die kollektive Vorstellungswelt der Romanshorer eingeschleust. Doch die Geschichte nimmt einen merkwürdigen Verlauf, denn die Skulptur für den Bahnhofsvorplatz, die das Fabelwesen aus dem Bereich der Vorstellung entführt und in eine sinnlich wahrnehmbare physische Form überführt, entspricht für viele Romanshorer nicht der erwarteten Ikonographie eines Signets für die Stadt. Diese Dissonanz ist allerdings erst der Auftakt für weitere brisante Überraschungen... Mit dieser Geschichte möchte ich in dem Vortrag dazu einladen, sich auf ein Terrain des permanenten Dazwischens einzulassen: Realobjekt und Medialität, Sein und Schein, Authentizität und Fälschung, Vorstellung und Erleben. In einer vielschichtigen Überlagerung der Diskurse entspannt sich ein Feld, in dem sich Fragen der Identität, Ökonomie und Medialität immer wieder überlappen und eigenwillige Koalitionen eingehen. Die Geschichte ist Ausgangspunkt und Anlass für eine Suche, wie die Geographie und das Schulfach Erdkunde sich in solchen Feldern bewegen kann. Der in diesem Vortrag vorgeschlagene Weg entfernt sich von didaktischen Modellen, welche nach Selle in der Zeit radikaler Beschleunigung bereits veraltet erscheinen, wenn sie aufgestellt werden. Alternativ dazu soll die Idee des didaktischen Denkens aufgegriffen werden, eine Didaktik des Springens und der Verunsicherung als Bewegungsform innerhalb vagierender Sachverhalte. Denn heute soll sich „eine Didaktik in einem fließenden

Kontext von Beobachtung, Reflexion und Experiment im Blick auf Ausschnitte der kulturellen Gegenwart sich ständig korrigieren oder neu entwerfen“ (Selle). Dabei könnte eine Didaktik entstehen, die sich einem ständigen Wechselspiel aus Herstellung von Beziehungen und Infragestellung dieser Beziehungen, in einem steten Wechsel von Perspektiven und Ebenen als aporetisches Fort-, Neu- und Umschreiben Erkenntnisprozesse befördert, die vor allem die Fähigkeit des Verortens und empathischer Teilnahme hervorbringt.

Bruno Schelhaas, Ute Wardenga

Mobile immobiles - oder: Wie man Welt mittels Karten sichtbar macht

Karten sind nach wie vor eines der wichtigsten Arbeitsmittel in der Geographie. Sie dienen zur Vorbereitung und Durchführung von Lehrveranstaltungen und Exkursionen, sie sind das Medium, mit Hilfe dessen Ergebnisse von Forschungsprojekten veranschaulicht werden, sie dienen der Kommunikation innerhalb und außerhalb des Faches, und sie werden in der Öffentlichkeit oft genug noch mit der Tätigkeit von Geographen überhaupt gleichgesetzt, Karten haben Macht: Sie können Wahrnehmung standardisieren und dadurch kollektive Muster des Sehens verändern. Sie sind in der Lage, optisch konsistente Räume zu konstruieren und helfen so, (neu) imaginierte Gemeinschaften zu kreieren und zu stabilisieren. Sie vereinen in einer Politik der Wahrheit Objekt und Leser, und, da sie unbestechlich und objektiv zu sein scheinen, sind sie hervorragend geeignet, um in einer Kultur der Evidenz spezifische Wirklichkeiten als ""real"" erscheinen zu lassen. Karten sind, kurzum, machtvolle Instrumente von Sinnbildungsprozessen.

Vor dem Hintergrund des Spatial Turn in den Geistes- und Kulturwissenschaften und des Cultural Turn in der Geographie sind die kommunikativen Funktionen von Karten in den letzten Jahren verstärkt in den Fokus wissenschaftlicher Analysen gerückt. Allerdings setzen die derzeit vorliegenden Studien in ihrer Mehrzahl beim fertigen Produkt der Karte an, untersuchen also nicht den Produktionsprozess von Karten und machen Karten somit zur black box. Hier möchte der Vortrag einsetzen und in die Tiefe gehen, indem er zeigt, was passiert, wenn wissenschaftliche Tatsachen nicht in sprachlicher, sondern in Form der visuellen Darstellung einer Karte präsentiert und kommuniziert werden.

Wir gehen von der These aus, dass Karten als soziotechnische Konstrukte anzusehen sind und damit als Produkte eines langwierigen und komplexen Herstellungs-, Aushandlungs- und Selektionsprozesses analysiert werden müssen. Am Beispiel der Arbeit des Gothaer Perthes-Verlages werden wir zeigen, wie sich in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts der Prozess der Kartenproduktion vollzogen hat und welche Folgen die vom Verlag geleistete Visualisierung für die Generierung von Weltbildern hatte.

Ausgehend von der auf Afrika bezogenen Reiseforschung der 1850er bis 1880er Jahre werden wir verschiedenen Stufen der Transformation von Wissen nachspüren. Zunächst nehmen wir die Reiseforschung selbst in den Blick und zeigen, wie Informationen über ""Land und Leute"" in den ""unbekannten"" Regionen Afrikas erhoben, selektiert, gespeichert und nach Europa übermittelt wurden. Im zweiten Schritt werden wir verfolgen, was mit diesen Informationen im Verlag geschah, wie sie für den Zweck der kartographischen Visualisierung ergänzt, erweitert, korrigiert, selektiert, mit anderem Wissen kombiniert wurden und welche Rolle dabei das Akteursnetzwerk von Reisenden, daheim bleibenden wissenschaftlichen Experten, Kartographen, Redakteuren, Druckern und Lithographen gespielt hat. Schließlich werden wir am fertigen Produkt einer Karte demonstrieren, wie sich im Zuge des Herstellungsprozesses epistemische Gehalte verschieben und wie Karten, einmal existent, selbstreferentiellen Charakter entwickeln, indem sie ""Welt"" im räumlichen Zusammenhang erst sichtbar machen.

Heiko Schmid

Ökonomie der Faszination: Dubai und Las Vegas als Beispiele inszenierter Stadtlandschaften

Hohe Investitionen im Immobilien- und Tourismussektor sowie stark ansteigende Tourismus- und Zuwanderungszahlen haben in Dubai und Las Vegas zu einem anhaltenden Wirtschaftsboom geführt. Gleichzeitig ist vor dem Hintergrund einer Urban Governance und der Übertragung von Kompetenzen an private und semi-staatliche Akteure in beiden Metropolen ein rascher Stadtbau mit unzähligen Erlebnis-, Einkaufs- und Kunstwelten initiiert worden. Eine Entwicklung, die durch eine weitgehende Inszenierung der Lebenswelt und vor allem eine „Ökonomie der Faszination“ geprägt ist: Kasino- und Hotellandschaften, die verschiedene Schauplätze vom antiken Rom bis zum heutigen New York simulieren, künstliche Inseln in Gestalt von Palmen oder ganzen Weltkarten sowie weitere Superlative in Form von thematisch inszenierten Einkaufszentren und Sportarenen sind die augenscheinlichsten Folgen dieser rasanten Entwicklung. Dubai und Las Vegas sind damit nicht nur Vorreiter einer allgemeinen Kommerzialisierung und Erlebnisorientierung im Zeitalter wirtschaftlicher und kultureller Globalisierung, sondern auch Extrembeispiele einer postmodernen Stadtentwicklung. Im Vortrag werden anhand der beiden Beispiele Dubai und Las Vegas Leitlinien für eine Forschungsperspektive „Ökonomie der Faszination“ aufgezeigt. Für ein analytisches Verständnis sind dabei allgemeine Trends und Entwicklungslinien vor dem Hintergrund von Urban Governance, Erlebnisorientierung und Kommerzialisierung wesentlich. Sie ergeben den Ausgangspunkt für eine Analyse der Wirkungsmechanismen von „Aufmerksamkeit“ und „Faszination“, die als wesentliche Aspekte einer „Ökonomie der Faszination“ gesehen werden. Für ein Verständnis dieser Mechanismen sind die wirtschaftlichen Zusammenhänge, Akteure und Handlungsprozesse von besonderer Bedeutung. Entsprechend bildet ein handlungstheoretischer Ansatz die konzeptionelle Grundperspektive, der jedoch um semiotische Aspekte und Ansätze zur Analyse der verwendeten Zeichen und Symbole erweitert wird.

Hellmut Fröhlich

Die Erschaffung von Park Slope - Mediale Diskurse und alltägliche Raumvorstellungen in der Entwicklung eines New Yorker Stadtteils

Die Bedeutung von medialen Repräsentationen auf die alltägliche Wahrnehmung von städtischen Räumen ist in jüngerer Zeit nicht zuletzt als Teilbereich einer „neuen“ Kulturgeographie stärker in den Fokus von Geographie und Stadtforschung gerückt. Dabei stehen häufig die räumlichen Bedeutungen im Mittelpunkt, die mediale Diskurse zu generieren in der Lage sind, während die Prozesse der alltäglichen Medienaneignung sowohl theoretisch wie empirisch in den Hintergrund treten. Demgegenüber widmet sich der Vortrag der Teilergebnisse einer im Juli 2006 abgeschlossenen Dissertation präsentiert den medialen Diskursen über den New Yorker Stadtteil Park Slope aus einer ausgewogenen Perspektive: Einerseits analysiere ich mediale Charakterisierungen des Stadtteils hinsichtlich ihrer „räumlichen“ Bedeutungen, andererseits frage ich nach dem Zusammenspiel verschiedener medialer und lebensweltlicher Vorstellungsquellen in der Ausbildung einer alltäglichen Raumvorstellung von Park Slope. Als Ausgangspunkt der Überlegungen skizziere ich den Stand der geographischen Auseinandersetzung mit den audiovisuellen Medien des 20. Jahrhunderts, insbesondere der jüngeren Arbeiten zur „Filmgeographie“. Angesichts der mangelnden Berücksichtigung, die den Prozessen der Medienaneignung im Kanon der geographischen Medienforschung bislang zukommt, entwickle ich eine theoretische Position, die die große Bedeutung von audiovisuellen Medien für alltägliche Raumvorstellungen darlegt: Aus wahrnehmungs- wie handlungstheoretischer Perspektive lässt sich die zentrale Rolle medialer Repräsentationen für die Konstitution alltäglicher Räumlichkeit belegen. Eine empirische Annäherung an die individuellen Vorgänge, durch die mediale Inhalte in die alltäglichen lebensweltlichen (Raum-)Zusammenhänge aufgenommen und damit als Teil der Lebenswelt angeeignet werden, ist für die sozialwissenschaftlich orientierte Geographie insbesondere unter Bezugnahme auf Arbeiten der britischen cultural studies möglich. Demzufolge bilden qualitative Interviews mit Medienrezipienten zusammen mit Ansätzen geographisch ausgerichteter Film- und Textinterpretation die methodische Grundlage der eigenen Untersuchungen. Über die gesamte Entwicklungsgeschichte des Stadtteils Park Slope in Brooklyn hinweg lässt sich ein Geflecht sich kontinuierlich fortentwickelnder und konkurrierender medialer Diskurse nachvollziehen, die von zentraler Bedeutung für den Entwicklungsverlauf, die Zusammensetzung der lokalen Bevölkerung und die Außensicht des Stadtteils sind. So wurde bereits in der Phase der erstmaligen Bebauung von Park Slope in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts ein mediales Raumbild zur Vermarktung des neuen Stadtteils kreiert, das auf eine elitäre Klientel abzielte: Die Nähe zu dem neu errichteten Prospect Park ermöglichte eine Marketingstrategie, die auf einem romantisierenden Vorstellungsbild des europäischen Landadels und der Villenviertel in Metropolen wie London oder Paris basierte. Von besonderem Interesse sind die konkurrierenden Raumbedeutungen, die in den medialen Reflexionen der städtischen Veränderungsprozesse seit den 1960er Jahren in Park Slope zum Tragen kamen. Als eines der ersten „gentrifizierten“ Stadtviertel von New York sind die unterschiedlichen Teilräume von Park Slope einem langfristig expandierenden Aufwertungsprozess unterworfen, der mit erheblichen Restrukturierungen der lokalen Bevölkerung und einer komplexen medialen Inszenierung verbunden ist. Einen ersten Zugang hierzu ermöglichen ausgewählte Berichte der New York Times zum Wandel von Park Slope, die in den Kontext der wissenschaftlichen Aufarbeitung des Gentrifizierungsprozesses im Stadtviertel gestellt werden. Als zentraler Mediendiskurs stehen die Filme *Smoke* (1995) und *Blue in the Face* (1995) von Wayne Wang und Paul Auster im Mittelpunkt der Betrachtung. Das hierin entworfene Raumbild von Park Slope, das mit zeitgenössischen literarischen Präsentationen u.a. von Auster und

Lethem ergänzt wird, präsentiert den Stadtteil als eine zwar von inneren Konflikten nicht freie Gemeinschaft, in der jedoch Toleranz und die raue Herzlichkeit Brooklyns, nicht aber die mit Vorgängen der Gentrifizierung einhergehenden politisch-ökonomischen Machtentfaltungen und sozialen Spannungen auffällig sind. Der besondere urbane Charakter dieses literarisch-filmischen Park Slope wird auf zwei Arten wirksam: Zum einen dominiert eine derartige mediale Inszenierung sowohl in Deutschland als auch in den USA die lebensweltliche Raumvorstellung von dem Stadtteil. Insbesondere in Abgrenzung vom Geschäfts- und Touristenzentrum Manhattans generieren bzw. unterstreichen die Filme eine vorherrschende Raumvorstellung, die Park Slope als lebenswerten Stadtteil der „kleinen Leute“ und Künstler sieht. Zum weiteren wird die mediale Rauminszenierung zu einem Instrument fortdauernder städtebaulicher und sozialer Veränderungen, indem sie den den Gentrifizierungsprozess vorantreibenden Akteuren des Immobilienmarktes eine mediale Leitlinie für die Vermarktung des Viertels bieten. Die mediale Darstellung einer vielfältigen und herzlichen städtischen „community“ dient somit der Unterstützung eines städtischen Veredelungsprozesses, der eben dieses bestehende sozial-räumliche Gefüge bereits weitgehend verdrängt hat. Diese Problematik lässt sich dadurch unterstreichen, dass den filmischen Diskursen *Smoke* und *Blue in the Face* alternative mediale Inszenierungen gegenübergestellt werden können. So trägt z.B. die lokale Berichterstattung des unabhängigen Brooklyner Maga-zins *Stay Free* zu einem kritischen Bild der Veränderungen von Park Slope bei.

Das Beispiel Park Slope bietet die Möglichkeiten, einen beispielhaften audiovisuellen Mediendiskurs in seiner Fähigkeit zur Generierung eines komplexen räumlichen Bedeutungsgeflechtes zu interpretieren. Darüber hinaus können zwei wesentliche und bislang in der geographischen Medienforschung eher marginal beachtete Kontextualisierungen dargestellt werden: Zum einen kann empirisch die zentrale Rolle von filmischen Raumdiskursen für die Ausbildung alltäglicher Raumvorstellungen herausgearbeitet werden, zum anderen lassen sich die Rückkopplungen zwischen medialer Raumpräsentation und den fortdauernden ökonomischen wie sozialen Restrukturierungsprozessen eines Stadtteils in besonderer Deutlichkeit aufzeigen.

Panel III

Identität – Ort – Gesellschaft

Jörg Mose

Raumbezogene Identitäten als Voraussetzung demokratischer Machtausübung -
Eine Zeitreise von der spanischen Nation zur multi-level-identity ‚Euspalonien‘ -
Über eine gesellschaftliche Funktion von Identitätsdiskursen-

Besonders in Deutschland wird Nationalismus relativ häufig mit Faschismus assoziiert. Diese ‚hässliche Fratze des Nationalismus‘ macht oft eine andere historische Phase dieses Phänomens vergessen: Der Nationalismus bereitete in seiner Frühphase den Weg für die Demokratie, denn erst durch die Konstruktion der Nation als vorgestellte und territoriale Gemeinschaft entstand das Volk, dem nach demokratischem Staatsverständnis die Souveränität innewohnt, die vorher den Monarchen auszeichnete.

Bis heute ist die Konstruktion einer raumbezogenen Identität Voraussetzung für die Ausübung demokratisch legitimer Macht geblieben. Allerdings hat sich die Zahl der politisch relevanten Identitäten im Rahmen von Transnationalisierungs- und Regionalisierungsprozessen vermehrt. Das Individuum ist in den meisten Staaten Europas Teil eines nationalen Demos:

hinzugekommen sind außerdem noch Wahlvölker mit zugehörigen Territorien auf subnationaler Regional- und supranationaler Europaebene. So entstand eine politische multi-level-identity. Die territorialen und gesellschaftlichen Einheiten des Regierens werden selten aufgrund funktioneller Argumentationsweisen abgegrenzt, sondern immer auch als i. w. S. soziokulturelle Identitäten konstruiert. Diese Entwicklung verlief keineswegs immer harmonisch und zielgerichtet, sondern ist vom Konflikt um Bedeutungszuweisungen an raumbezogene Identitätskonzepte (z.B. Nation, Region) sowie an die jeweiligen raumbezogenen Identitäten, angetrieben.

Der vorliegende Beitrag zeichnet diesen (Re)Konstruktionsprozess räumlich - politischer Einheiten an Hand der Beispiele Katalonien – Spanien - Europa (‚Euspalonien‘) nach, da hier die Identifikation mit den drei, zum Teil konkurrierenden, Raumkonzepten sehr hoch ist: Die spanische und katalanische Nationalidentität harmonisieren im spanischen Staat, sind aber auch in politischen Konflikten beispielsweise um die Verfasstheit dieses Staates oder die Verteilung des Wassers, immer wieder als Antagonisten positioniert. Die Zustimmung im Referendum zur europäischen Verfassung mit über 76% lässt sich bei aller Vorsicht zudem als Indikator für das Vorhandensein einer zusätzlichen, europäischen Identität interpretieren.

Der Vortrag stellt somit erste Forschungsergebnisse aus einem DFG-geförderten Projekt vor, das vor sich dem Hintergrund konstruktivistischer Identitätstheorien aus politisch-geographischer Sicht u. a. mit folgenden Fragestellungen beschäftigt:

- Wie werden raumbezogene Identitäten diskursiv konstruiert und in welcher Beziehung stehen sie zur Ausübung politischer Macht?
- Wie erfolgt die diskursive Abgrenzung von Spanien und Katalonien?
- Welche Rolle spielen symbolische Repräsentationen bei der Verbreitung nationaler Vorstellungen im Alltag?
- Wird analog zu den nationalen Konstruktionsprozessen in Spanien eine europäische Identität gebildet und welche Rolle spielt sie?

Zur Beantwortung dieser Fragen wurden Dokumente aus verschiedenen Genres analysiert: u. a. konstituierende politische Dokumente Schulbücher und Karten.

Die ‚Evolution‘ der Identitätskonzepte und Identitäten tritt besonders deutlich in den Verfassungen der territorialen Einheiten (spanische Konstitutionen, katalanische Statuten, und dem Vertrag über eine Verfassung für Europa) zu Tage:

- die konzeptionelle Entwicklung des Nationenbegriffs von der Summe der Einwohnerschaft zu einer wesenhaften Gemeinschaft mit eigenem Willen;
- das in Auftauchen neuer Regionalisierungen auf höheren und niedrigeren Raumskalen als die Nation;
- Europas Wandel vom Kontinent zur Wertegemeinschaft;
- die Konstruktion von Katalonien und Spanien entlang einiger durch den Nationsbegriff vorgegebener Kriterien.

Gerade demokratische Verfassungen beinhalten aus o. g. Gründen ‚Evolutionsschübe‘. Betrachtet man jedoch ausschließlich diese konstituierenden Dokumente, so verliert man aus den Augen, was diese territorialen Identitäten zu so starken Instrumenten zur Legitimation von Macht werden lässt – die Verinnerlichung der vorgestellten Gemeinschaft als ‚natürliche‘ und alltägliche Form von Gesellschaft. Dieser Schritt der Herstellung räumlich-gesellschaftlicher ‚Realität‘ kann nur über Genres erfolgen, denen vom Individuum großer Wahrheitswert beigemessen wird. Das Schulbuch und die Karte sind Beispiele für solche Genres.

Im Schulbuch kann vor allem gezeigt werden, wie das konzeptionelle Gerüst, das in den konstituierenden Dokumenten deutlich wurde, mit Inhalt gefüllt wird. Zu den jeweiligen Identitäten werden eine gemeinsame Geschichte und gemeinsame kulturelle Features konstruiert. In moderneren Schulbüchern findet dies auch auf mehreren Ebenen statt: europäische Geschichte existiert neben katalanischer oder spanischer Nationalgeschichte; nationalgeschichtliche Narrationen aus katalanischer und spanischer Perspektive konkurrieren jedoch oft miteinander. Der Raumbezug der hier untersuchten Identitäten entsteht durch die symbolische Kopplung an ein Territorium. Eine solche Verbindung muss immer symbolisch bleiben, da kein Mitglied auch nur der kleinsten vorgestellten Gemeinschaft (Katalonien) in der Lage ist, das ganze Territorium sinnlich wahrzunehmen. Neben den, in diesem Beitrag nicht weiter thematisierten, symbolischen Orten (z.B. Erinnerungsorten) sind Karten ein wichtiges Mittel der territorialen Repräsentation. In den untersuchten Karten aus Schulbüchern unterschiedlicher Zeitschnitte manifestiert sich der Wandel der untersuchten Konzepte. Mittels der thematischen Kartographie werden außerdem soziale Phänomene in den durch Identitäten gebildete ‚Containerräume‘ abgebildet. So wird die Verbindung ‚kulturelle Eigenschaft – Identität – Raum‘ reproduziert. Die in verschiedenen Zeitungen veröffentlichten Wetterkarten haben eine besonders starke Wirkung für kollektive Vorstellungen, da sie im Gegensatz zu Schulbüchern von einer breiten Leserschaften täglich routinemäßig konsumiert werden. Hier lassen sich empirisch besonders gut die verschiedenen, im Diskurs präsenten, territorialen Vorstellungen aufzeigen.

Insgesamt dokumentiert dieser Beitrag empirisch aus diskurstheoretischer Perspektive die Konstruktionsweise raumbezogener multi-level-identities. Es kann gezeigt werden, dass es sich, auf lange Sicht betrachtet, bei allen Identitäten und Identitätskonzepten letztendlich um leere Signifikanten handelt, deren Bedeutung sich langsam aber stetig verschiebt.

Trotz ihrer ‚Künstlichkeit‘ bilden soziokulturell abgegrenzte ‚Raumwesen‘ weiterhin die Grundlage demokratischer Machtausübung. Für moderne Formen des Regierens, wie das europäische multi-level-government, existiert eine ebensolche, gleichsam konstruierte, Identität. Es stellt sich also die Frage, ob das politische Festhalten an soziokulturellen Abgrenzungen im Allgemeinen weiterhin sinnvoll ist, oder ob nicht beispielsweise eine rein territorial-administrative, nicht auf irgendwelchen Identitätskonstrukten beruhende Definition des Demos zeitgemäßer ist. Somit versteht sich dieser Beitrag auch als Grundlage für eine Diskussion über die Veränderung der Rolle von raumbezogenen Identitäten für die demokratische Machtausübung.

Annika Mattissek

Städtische Identität im Spannungsfeld zwischen sprachlichen Zuschreibungen und politischer Funktion – das Beispiel Frankfurt am Main

Im Zuge globalisierter Wirtschaftsbedingungen und gewandelter Standortfaktoren spielen Stadtimages heute eine wichtige Rolle für die Wettbewerbsfähigkeit von Städten. Ein positives Stadtimage soll helfen, Investoren, Touristen und qualifizierte Arbeitskräfte anzuziehen. Neben diesem nach außen gerichteten Image im Sinne eines Standortmarketings haben Stadtimages auch eine nach innen gerichtete Komponente, die mehr auf die Herausbildung einer städtischen Identität abzielt und über die Ausbildung einer positiven Ortsbindung möglichst viele Bevölkerungsgruppen an die Stadt binden soll.

Beide Komponenten von Stadtimages stehen in einem engen Wechselverhältnis und werden über sprachliche Prozesse beständig neu geformt und reproduziert. Am Beispiel der Stadt Frankfurt am Main geht der Vortrag der Frage nach, wie sich diese beiden Ebenen des Stadtimages mit Hilfe diskursanalytischer Verfahren erfassen und analysieren lassen.

In einem ersten Schritt werden hierzu die Ergebnisse einer lexikometrischen Analyse präsentiert, in der ein Überblick über das Außenimage der Stadt Frankfurt am Main vermittelt werden soll. Diese wertet einen Textkorpus aus, in dem Zeitungsartikeln der überregionalen deutschsprachigen Presse (Süddeutsche Zeitung, taz, Spiegel, Stern) aus einem Zeitraum von sieben Jahren (1999-2005) daraufhin untersucht werden, welche Begriffe signifikant häufig mit der Stadt Frankfurt am Main verknüpft werden (als Vergleichsbasis dienen Artikel zu den Städten Köln und Leipzig).

Darauf aufbauend wird in einem zweiten Schritt gezeigt, welche Themen verstärkt in solchen politischen Argumentationen auftreten, die sich auf eine spezifische Frankfurter Identität beziehen. Ausgewertet wurden zu diesem Zweck Textpassagen aus Stadtratsprotokollen der Stadt Frankfurt am Main, in denen in Formulierungen wie „wir Frankfurter“ oder „wir als Stadt Frankfurt“ Identifikationsprozesse mit der Stadt sichtbar werden. Hierbei wird deutlich, dass die identitätsbezogenen Verweise auf Frankfurt zwar keineswegs von den Zuschreibungen in den Presseartikeln losgelöst sind, jedoch thematische Schwerpunkte und spezifische Argumentationsmuster aufweisen. Mit Hilfe argumentationsanalytischer Verfahren wird anhand von Beispielen gezeigt, welche Funktion der Bezug auf die Stadt Frankfurt und die ihr zugeschriebenen Merkmale in einzelnen Aussagen hat und wie durch diese Bezüge politische Standpunkte legitimiert werden.

Christina West

Steuerungskultur und „governance gaps“ - eine systemtheoretische Betrachtung auf Basis gesellschaftstheoretischer Entwürfe von POPPER und v. HAYEK

In den kulturwissenschaftlichen theoretischen Diskussionen der letzten Jahre wird Kultur als ein Modell für Handlungen verstanden, welche durch kommunikative und kognitive Prozesse erzeugt werden und sich als eine Form kollektiven Wissens und kollektiver Identität ausdrücken. Kultur wird demnach als ein System kollektiver Sinnstrukturen begriffen, mit dem Menschen ihre Wirklichkeit definieren und eingrenzen und somit auch organisieren, ordnen, regeln und steuern. Über Kultur werden die Wirklichkeit und die Gewissheit einer Gesellschaft und ihre soziale Semantik institutionalisiert. Wechselseitigen Risiken der Kommunikation, etwa hervorgerufen durch kognitive Überkapazitäten, wird durch Sinnsysteme begegnet, mittels derer Strategien zur Regulierung und Kanalisierung bereitgestellt werden. Dadurch werden Traditionen ausgebildet, die gesellschaftlich relevante Organisations- und Steuerungsprozeduren und Problemlösungsstrategien auf dauerhafte Reproduktion ausrichten und gleichzeitig das Individuum durch verschiedene soziale Semantiken, Sprache etc. kontrollieren. Schon Sigmund Freud hat 1930 in „Das Unbehagen in der Kultur“ darauf hingewiesen, dass Kunst aus Widerstand oder zur zeitweisen Aufhebung der repressiven Disziplinierungsfunktion kultureller Programme entsteht.

Ausgehend von diesen Überlegungen und der These, dass jede kulturtheoretische Diskussion an eine gesellschaftstheoretische angebunden werden muss, lassen sich Fragen nach der Verfasstheit und Organisation von Gesellschaft, der Entstehung von Ordnungsprinzipien, Steuerungs- bzw. Regelungsmechanismen und Traditionen innerhalb der Gesellschaft stellen, denen gleichzeitig Fragen nach kommunikativen Logiken und Prozessen der Abgrenzung bzw. der Zugehörigkeit inhärent sind.

Ausgehend von Idee der „Offenen Gesellschaft“, die POPPER als kritisch-rationalen Gegenentwurf zur magischen, stammesgebundenen oder kollektivistischen „Geschlossenen Gesellschaft“ konzipiert hat, wird neben der Frage nach der Verfasstheit von Gesellschaft auch der Bildung und Reproduktion von Traditionen und den kommunikativen Logiken von Abgrenzung bzw. Zugehörigkeit nachgegangen.

Für die Diskussion komplexer Phänomene ist Ordnung ein unerlässlicher Begriff, weswegen die Frage nach gesellschaftlichen Ordnungsprinzipien in den von v. HAYEK vorgeschlagenen Kategorien „natürlich“, „geplant“ und „spontan“ diskutiert wird. Neben den natürlichen und geplanten Ordnungen verweist er auf spontane Ordnungen, die dem Phänomen der emergenten Eigenschaften Rechnung tragen.

Dabei liegt es nahe einen handlungsorientierten Untersuchungsansatz zu wählen, der i.d.R. dem von POPPER propagierten methodologischen Individualismus verpflichtet ist. Allerdings lassen sich sowohl das aus der Ökonomie stammende neo-klassische Modell des homo oeconomicus und das soziologische Modell des homo sociologicus ebenso wie der revidierte methodologische Individualismus nach WERLEN als Teil einer allgemeinen Handlungstheorie nur auf sehr spezielle Handlungssituationen anwenden. Das Individuum wird in allen drei Modellen als rational handelnd konzipiert. WERLEN erweitert diese Grundannahmen, in dem er hinzufügt, dass in vergleichbaren Situationen Handlungen routinisiert werden. Auch dieses Modell erklärt Verhaltensweisen in typischen und somit wiederkehrenden gesellschaftlichen Situationen, was die Frage aufwirft, ob mittels des revidierten methodologischen Individualismus letztendlich doch nur die Persistenzphänomene in Gesellschaft abgefragt werden und gesellschaftlicher und kultureller Wandel darüber unerklärbar bleibt, da aus-geblendet - Gesellschaft wird statisch und nicht dynamisch konzipiert. Die reduktionistischen handlungsorientierten Ansätze liefern also weder Aussagen darüber, wie sich Gesellschaft entwickelt noch wie die Existenz emergenter

Eigenschaften erklärt werden kann. Ebenso schleierhaft bleibt, wie die subjektzentrierte Handlungstheorie von der Handlung als Ereignis zum Handelnden kommt und vom einzelnen Handelnden zur Vielzahl von Handelnden. Lässt sich „das Soziale“ aber nicht in Handeln auflösen, so ist die Hermeneutik des menschlichen Handelns auch nicht die einzige Möglichkeit Gesellschaft zu interpretieren. Eine makrosoziologische Perspektive erscheint aber genauso aussichtslos. Beide Ansätze werden dem eingangs erläuterten Verständnis von „Kultur als System kollektiver Sinnstrukturen“ über das Traditionen und gesellschaftlich relevante Organisations- und Steuerungsformen und Problemlösungsstrategien ausgebildet werden, nicht gerecht.

Analytisch wurde für das vorliegende Paper deshalb ein systemtheoretischer Blickwinkel in Anlehnung an LUHMANN gewählt, wobei über die Theorien von POPPER, v. HAYEK und LUHMANN die Dichotomien geschlossen/offen und konkret/abstrakt in verschiedenen Dimensionen zur Analyse der Kommunikationspraktiken einzelner Sinnsysteme abgeleitet wurden. Insbesondere die Dichotomie konkret/abstrakt ermöglicht Aussagen über die kulturelle Relevanz innerhalb des Sinnsystems, da Identifikation und Zugehörigkeit nur in konkreten Bezügen möglich ist. Je höher der Abstraktheitsgrad eines Sinnsystems ist, desto geringer ist die Identifikationsmöglichkeit.

Die Möglichkeit mit diesen Dichotomien die Kommunikations- und Abgrenzungspraktiken einzelner Sinnsysteme zu analysieren und auf ihren Grad der Geschlossenheit, Offenheit oder Abstraktheit zu überprüfen wird am Beispiel von Identifikationsräumen, die ein „governance gap“ aufweisen, veranschaulicht. Als „governance gap“ werden hier städtische Teilgebiete definiert, die nicht gemäß der vier analytischen Modelle der „urban governance“ - managerial, corporatist, progrowth, welfare - gesteuert werden. Die Steuerungslücken liegen meist in den randstädtischen oft marginalisierten Teilgebieten in denen es bisher kein ökonomisches Verwertungsinteresse und somit keine Dominanz des ökonomischen Systems gibt. Dadurch entwickelt sich eine ganz eigene Dynamik bezüglich der Bedeutungszuweisung oder Identität des Teilgebietes. Die jeweilige Logik eines Sinn- oder Kommunikationssystems (Kunst, Politik etc.) schreibt jetzt eine jeweils spezifische Identität für das Teilgebiet fest und wird gegen andere Systemlogiken mit deren Identitätskonstruktion abgegrenzt. Gleichzeitig entwickeln sich innerhalb der verschiedenen Kommunikationssysteme unterschiedliche Steuerungsmodi, die teilweise konfligierend aufeinander treffen. An Hand der Dichotomie konkret/abstrakt wird die Steuerungskultur, die sich auf Grund des „governance gap“ ausbildet, untersucht.

Die empirischen Untersuchungen wurden in Spanien in randstädtischen meist marginalisierten Vierteln durchgeführt, in denen die Bewohner teilweise Aufwertungsprozesse initiiert haben. Durchgeführt wurden die Interviews und Analysen überwiegend im Poligono Sur (Sevilla), in Trinitat Nova (Barcelona) und in La Mina (San Adrian de Besos).

Christian Peters, Dennis Hürten

Sportgeographie – eine Disziplin im Abseits?

Sport und Geographie lassen sich nur schwer voneinander trennen, wie BALE am Beispiel des Orientierungslaufes deutlich macht. „Indeed, for one sport – orienteering – where map, compass and route-finding are all essential parts of the activity, it is difficult to know where the sports starts and the geography stops. It begs the question of whether an orienteer is ‘doing’ geography or sport“ (2003: 2). Allen inhaltlichen Überschneidungen zum Trotz hatten die beiden akademischen Disziplinen Sportwissenschaft und Geographie noch vor wenigen Jahren lediglich eines gemeinsam: ihr gegenseitiges Desinteresse. Dies ist unter diversen Gesichtspunkten erstaunlich:

1. Der Sport hat sich zu einem wichtigen Wirtschaftsfaktor entwickelt. Zudem ist seine politische, soziale und kulturelle Bedeutung immens.
2. Im Prozess des allgemein-gesellschaftlichen Wandels der fortschreitenden Modernisierung ist der Sport ubiquitär geworden.
3. Die kulturalistische Wende führte in den Sozial- und Kulturwissenschaften seit dem Ende der 1970er Jahre zu einer Verschiebung des Forschungsgegenstandes der betroffenen Disziplinen. Dabei gerieten Sinnzuschreibungen sowie Repräsentationen der Alltagspraktiken und der Populärkultur verstärkt in den Fokus des wissenschaftlichen Forschungsinteresses.
4. Raum, Ort, Landschaft und Region als zentrale Kategorien spielen sowohl im Sport und damit in der Sportwissenschaft als auch in der Geographie eine zentrale Rolle.

Jüngst allerdings erfahren das Thema „Sport und Raum“ und damit auch die Disziplin Sportgeographie vor allem im anglophonen Wissenschaftsraum deutlichen Aufwind. Es erscheint deshalb aus der Perspektive der deutschsprachigen Geographie an der Zeit, sich mit den Inhalten, Fragestellungen und Methoden dieser Subdisziplin zu beschäftigen, die bisher bedauerlicherweise vernachlässigt wurde.

Dabei wird Sportgeographie als eine junge Subdisziplin der Sportwissenschaft wie der Geographie verstanden, die sich erst vor circa vier Jahrzehnten zu entfalten begann. Zwar gab es auch Vorläufer, zu denen beispielsweise JOKLS Untersuchungen der Olympischen Spiele 1952 in Helsinki zu zählen sind. Doch ihren eigentlichen Anfang nahm die Sportgeographie in den 1970er und insbesondere in den 1980er Jahren. Für den internationalen Aufschwung sorgten seitdem vor allem Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler des englischsprachigen Kulturraumes, wo sich die Sportgeographie im Laufe der 1990er Jahre in der Vielzahl der so genannten Bindestrich-Wissenschaften in ihren Mutterdisziplinen Geographie und Sportwissenschaft etablierte. Festmachen lässt sich dies zum Beispiel an der Aufnahme des Themas in sportwissenschaftliche Einführungsbücher (bspw. MÖLLER & NAURIGHT 2003), an speziell der Sportgeographie gewidmeten Publikationen (BALE 1989 sowie 2003) oder auch daran, dass sich die ‚Association of American Geographers‘ seit den 1970er Jahren kontinuierlich dem Thema Sportgeographie widmet. In der deutschsprachigen Geographie und Sportwissenschaft ist dieser Etablierungsprozess hingegen noch nicht soweit vorangeschritten, wenngleich auch hier in den 1990er Jahren die Zahl der Publikationen im Umfeld der Sportgeographie deutlich gestiegen ist (vor allem im Themenfeld ‚Sport und Umwelt‘) und erste Schritte einer Institutionalisierung mit der Gründung eines Arbeitskreises für ‚Sport und Raum‘ innerhalb der Deutschen Vereinigung für Sportwissenschaft (dvs) mittlerweile unternommen wurden. Aus geographischer Perspektive sind hier vor allem die Ergebnisse des Mainzer Forschungsprojektes ‚Trend und Natursportarten‘ (ENSA) von Interesse, insbesondere die Dissertation von Heike EGNER zum Thema ‚Trend- und Natursport als System. Die Karriere einer Sportlandschaft am Beispiel Moab, Utah‘ stellt einen wichtigen Beitrag dar. Inhaltlich beschäftigt sich die Sportgeographie mit der wechselseitigen Durchdringung von Sport, Raum und Gesellschaft. Sie setzt sich dabei mit der gegenseitigen Bedingtheit jener

soziokulturellen und räumlichen Mechanismen auseinander, die auf die sportliche Praxis wirken und damit die Konstitution von SportRaum bedingen. Dabei ist das ‚Wie‘ der gesellschaftlichen und kulturellen Einbettung sportlicher Räume zentrales Thema der Sportgeographie. Diese konzeptualisiert Sport als Wettbewerb und -kampf im und um Raum, als eine ritualisierte Austragung räumlicher Konflikte. Dabei produziert der Sport als körper- und bewegungskulturelle Praxis eine Vielzahl koexistenter und unterschiedlich konstituierter Sporträume. Diese reichen von hochgradig spezialisierten und technologisierten Wettkampfstätten bis hin zu Sportgelegenheiten, die ursprünglich nicht für sportliche Zwecke geschaffen wurden (Straßen, Parkplätze, Bahnhofsvorplätze etc.).

Zur besseren Veranschaulichung der Inhalte sportgeographischer Forschung in Deutschland werden deren Charakteristika anhand des Beispiels einer jüngst fertig gestellten Dissertation unter dem Titel ‚Sportscape Mallorca – Eine geographische Untersuchung der ökonomischen Bedeutung und Raumwirksamkeit des mallorquinischen Radtourismus‘ aufgezeigt. Wie entsteht eine Sportlandschaft? Welche Faktoren sind an der Genese so genannter ‚sportscares‘ beteiligt und wie lassen sich deren regionalökonomische Auswirkungen wissenschaftlich angemessen quantifizieren?

Literatur:

BALE, J. (1989): Sports Geography. London: Spon.

BALE, J. (2003): Sports Geography. 2. Aufl. , New York: Routledge.

EGNER, H. (2001): Trend- und Natursport als System. Die Karriere einer Sportlandschaft am Beispiel Moab, Utah. Dissertation Johannes Gutenberg-Universität Mainz.

HÜRTE, D. (2006): ‚Sportscape Mallorca‘ – Eine geographische Untersuchung der ökonomischen Bedeutung und Raumwirksamkeit des mallorquinischen Radtourismus. Dissertation Geographisches Institut der Universität zu Köln.

MØLLER, V. & NAURIGHT, J. (Hrsg.) (2003): The Essence of Sport. Odense: University Press of Southern Denmark.

PETERS, C. (2006): Sportgeographie – eine systematische Annäherung an Sport und Raum. Diplomarbeit Deutsche Sporthochschule.

RÖSCH, H.-E. (1986): Sport und Geographie. Zur Begründung einer Sportgeographie (Düsseldorfer Sportwissenschaftliche Studien, Heft 1). Düsseldorf.

Panel IV

Natur – Gesellschaft – Materialität

Rainer Kazig

Atmosphären - Medium in der Beziehung zwischen Mensch und Umwelt.
Konzeptionelle Überlegungen und empirische Zugänge

Atmosphären sind seit einiger Zeit auch Gegenstand des geographischen Denkens. Die Einführung des Atmosphärenbegriffs in die Geographie erfolgte insbesondere mit dem Ziel, der subjektiven und emotionalen Komponente des Erlebens von Umwelt mehr Aufmerksamkeit zu geben. Atmosphären stellen insofern einen mikrogeographischen Zugang zur Thematisierung von Mensch-Materie Beziehungen dar. Verglichen mit der Bedeutung, den Atmosphären im alltagssprachlichen Gebrauch haben, ist der Stellenwert des Begriffs in der humangeographischen Imagination eher marginal. Ein wichtiger Grund für diese randliche Stellung sind die Schwierigkeiten der Übertragung des im deutschen Raum zunächst in den Geisteswissenschaften entwickelten Begriffs in die sozial- bzw. kulturwissenschaftlich ausgerichtete Humangeographie. Insbesondere die Übersetzung des Atmosphärenbegriffs in eine überzeugende sozialwissenschaftliche Forschungspraxis stellt ein erhebliches Problem dar. Darüber hinausgehend beschränkt das weit verbreitete Verständnis von Atmosphäre als Halbding die Anschlussfähigkeit des Atmosphärenbegriffs an bestehende Konzeptionen humangeographischen Denkens und verstärkt insofern seine Randstellung in der Disziplin. In dem angebotenen Beitrag wird mit dem Verständnis von Atmosphären als Medium in der sinnlichen Beziehung zwischen Mensch und Umwelt ein bisher wenig beachteter Aspekt des Atmosphärenbegriffs in den Mittelpunkt gerückt. Dieses Verständnis von Atmosphären bedeutet eine Neuorientierung des Fokus auf das Verhältnis zwischen Atmosphäre und Wahrnehmung. Ähnlich wie bei der Thematisierung anderer Medien ist nicht in erster Linie die Wahrnehmung eines Mediums (z.B. einer Zeitung) von Interesse, sondern die Frage, wie mittels eines Mediums (z.B. einer Zeitung) die Welt wahrgenommen wird. Mit Bezug auf Atmosphären bedeutet diese Akzentverschiebung, dass sich die Atmosphärenforschung sinnvoller Weise nicht in erster Linie mit der Frage nach der Wahrnehmung von Atmosphären auseinandersetzen sollte. Sie sollte vielmehr die Vorstellung, dass wir unsere Umwelt entsprechend einer Atmosphäre wahrnehmen, als Ausgangspunkt ihrer Reflexionen und Forschungen nehmen.

Den Gehalt dieser Akzentverschiebung möchte ich im konzeptionellen Abschnitt des Vortrages mit Blick auf die in enger Beziehung zu Atmosphären stehenden Begriffe Empfinden, Befindlichkeit und Situation erläutern. Dabei wird sich herausstellen, dass auf Grundlage des Verständnisses von Atmosphäre als Medium der Anschluss an eine handlungstheoretisch fundierte Geographie ermöglicht wird.

Bei dem Begriff des Empfindens bildet insbesondere die Vorstellung vom prozessualen Charakter der sinnlichen Beziehung des Menschen zur Umwelt einen wichtigen Anknüpfungspunkt. Dabei wird betont, dass weder unsere Umwelt noch das Subjekt als konstante Größen gedacht werden dürfen, sondern dass vielmehr davon auszugehen ist, dass sich das Erscheinen der Umwelt und das Befinden des Subjekts erst im Zuge der sinnlichen Beziehung zur Umwelt herausbilden. Als Medium kommen Atmosphären hier insofern zum Tragen, als sie das Erscheinen der Umwelt und das Befinden des Subjekts in spezifischer Form aufeinander beziehen. Das Erscheinen einer Situation als Vortragssituation beispielsweise geht unmittelbar damit einher, dass ich mich in dieser Situation als Zuhörer empfinde. Und genau

weil ich mich als Zuhörer in spezifischer Form empfinde, erscheint mir die Situation als Vortragsituation und nicht als irgendeine andere Situation.

Der Begriff der Befindlichkeit ist von Bedeutung, weil Atmosphären ihren Ausdruck in der spezifischen Befindlichkeit eines Subjekts finden. Er wird mit der Unterscheidung von Emotionen, Modi der Aufmerksamkeit und die Motorik als Ausdrucksformen im Vortrag weiter differenziert. Eine besondere Aufmerksamkeit wird dabei der Motorik als Ausdrucksform der Befindlichkeit geschenkt. Denn mit dem insbesondere von dem französischen Soziologen Jean-Paul Thibaud in den Vordergrund gestellten Verständnis von Atmosphären als sinnlich-motorischem Phänomen wird der Einfluss von Atmosphären auf unsere Handlungsfähigkeit betont und die Anschlussmöglichkeit an handlungstheoretische Konzepte in der Humangeographie hergestellt.

Ähnlich wie beim Begriff des Empfindens kommen Atmosphären auch beim Situationsbegriff als Vermittelnde zum Tragen. Der Begriff der Situation bzw. des situierten Handelns betont die begrenzende und ermöglichende Rolle von Umgebungselementen für unsere Handlungen, wobei der Rolle der Wahrnehmung für unsere Definition einer Situation und damit verbunden der Definition der begrenzenden und ermöglichenden Umgebungselemente eine besondere Bedeutung beigemessen wird. Atmosphären sind in diesem Zusammenhang als Medium zu denken, das zur Qualifikation einer Situation beiträgt und auf diese Weise unsere Handlungsfähigkeit beeinflusst.

In Anschluss an die konzeptionellen Überlegungen werde ich mit der Methode der „Pracours commentés“ einen empirischen Zugang zu Atmosphären öffentlicher Räume vorstellen. Am Beispiel einer eigenen Untersuchung zur Dynamik von Atmosphären öffentlicher Räume werde ich die in der Methode zusammengeführten Erhebungs- und Auswertungsschritte mit ihrer Verbindung zum oben abgesprochenen Atmosphärenverständnis erläutern. Abschließend werde ich anhand ausgewählter Ergebnisse aus einer Untersuchung zur Dynamik der Atmosphäre eines Platzes verdeutlichen, wie Atmosphären als Medium zwischen Mensch und Umwelt in einem öffentlichen Raum in Erscheinung treten können.

Inga Compaoré

Naturaneignung in Burkina Faso – Wildpflanzen und ihre sozioökonomische(n) Rolle(n) bei den Gourmantché

Die Aneignung von Natur wird als ein sozioökonomischer Prozess verstanden, da die Nutzung und Wertung der dem Menschen umgebenden Umwelt stets von der jeweiligen Kultur, sozialen Gegebenheiten und der wirtschaftlichen Situation abhängig sind. Natur wird somit stets auf unterschiedliche Art und Weise angeeignet. Natur jedoch sollte nicht als eine Einheit verstanden werden. Es ist ein europäisches Konstrukt und eurozentristische Denkweise, die ihre Wurzeln in den philosophischen Ausführungen von Descartes hat. Um den Umgang mit der Natur und die Nutzung der selben jedoch zu verstehen und in ihren Konsequenzen nachvollziehen zu können, sollten eher einzelne Aspekte betrachtet und der Begriff Natur vermieden werden, der in anderen Gesellschaften oft keine Gültigkeit findet. Die Gourmantché im Osten Burkina Fasos beispielsweise haben keinen Begriff für Natur. Sie benennen ihre Umwelt, die durch unterschiedliche Ressourcen – Bäume, Sträucher und wilde Tiere - gekennzeichnet ist, als dichten oder lichten Busch (Wald) – li fuali oder o muagu - , je nach Beschaffenheit. Der Busch ist derjenige Bereich, in dem keine Menschen wohnen, der aber von den Menschen genutzt wird. (Landwirtschaft, Viehzucht, Jagd, Sammeln von wilden Pflanzen) Die Gourmantché in Burkina Faso nehmen ihre Umwelt in ihrer Nutzbarkeit für das alltägliche Überleben und in ihrer Sinnhaftigkeit für das gesellschaftliche Leben wahr. Somit stellen beispielsweise Wildpflanzen (als ein Teil der genutzten Waldressourcen) eine wichtige ökonomisch und sozial bedeutende Ressource dar. Wilde Pflanzen spielen auf unterschiedlicher Weise eine Rolle im gesamten sozioökonomischen System der Gourmantché. Diese Rollenzuschreibungen verdeutlichen gleichzeitig die Wertung, Wahrnehmung und Managementsysteme dieser Ethnie bezüglich natürlicher Ressourcen und des Waldes insgesamt.

Wildpflanzen als ein Teil des Busches sind für die Gourmantché enorm wichtig zur Absicherung des Lebensunterhaltes und zur qualitativen Gestaltung des Lebens. Die lokale Bevölkerung schreibt einer großen Anzahl an wilden Pflanzen einen direkten und indirekten ökonomischen Wert zu. Hierbei können Wildpflanzen einen direkten ökonomischen Wert haben, indem ihre Produkte unmittelbar als Nahrungsmittel, Bauholz oder als Marktprodukte verwendet werden. Indirekt nehmen die Waldprodukte einen ökonomischen Wert ein, wenn sie weiterführende Dienste erfüllen: u.a. als Indikatoren für die Bodenfruchtbarkeit oder als Materialien, um Erosionen vorzubeugen, um somit die landwirtschaftlichen Erträge zu erhöhen. Das System der Agroforstwirtschaft ist in dieser Region dominierend und wird durch das System der saisonalen Migration ergänzt. Diese beiden Systeme ergeben eine ganz eigene (lokale) Strategie des Ressourcenschutzes. Auf den Feldern werden nach traditionellen Regeln und Gewohnheiten, die wichtigsten und größten Bäume stehen gelassen. Bäume, die Früchte tragen und in denen Geister wohnen, werden so gut wie nie abgeschlagen. Die Felder sind somit durch vereinzelt freistehende Bäume gekennzeichnet. Die saisonale Migration führt zu einer saisonalen Regeneration der natürlichen Ressourcen. Die Gourmantché verlassen von Mai bis Dezember ihre Dörfer, um in abseits gelegenen Regenzeitgehöften nah den Feldern die anbauintensiven Monate zu verbringen. So kann sich der Busch um die Dörfer herum wieder regenerieren: Gräser und Sträucher wachsen wieder, die dann bei Rückkehr erneut als Bauholz und Feuerholz verwendet werden können.

Doch nicht nur die ökonomische Bedeutsamkeit von wilden Pflanzen ist wichtig, um die Interaktionen von Mensch und Natur bei den Gourmantché zu verstehen. Es gibt darüber hinaus noch eine kulturelle und spirituelle Bedeutung und Nutzung der natürlichen Ressourcen, die den Busch als Freund erscheinen lässt. Es sind die engen Verbindungen des Busches durch die Fetische - yuali - und Ahnen – dankpelo -, die an unterschiedlichen Stellen im Busch zu finden

sind. Der Busch birgt die Verbindung mit den Ahnen und Gott – „dieu a créé la brousse“. Heilige Orte und Bäume aber auch die Gräber von Verstorbenen sind im Busch zu finden. Der Busch wird somit von den Gourmantché als Teil des Dorflebens betrachtet. Jedes Dorf hat seinen eigenen Busch, welcher dann auch nach dem Dorf benannt wird: z.B. li fuali Momba – der Busch von Momba. Dort wirken die Ahnen und andere übernatürlichen Kräfte, dort werden die landwirtschaftlichen Aktivitäten ausgeführt und dort finden sie alle Wildpflanzen, die sie zum überleben benötigen. Der Wald ist Lebensquelle, aber auch Lebenswelt, die eine starke Identifikation hervorruft, aber auch Aushandlungsprozesse verlangt, die sich durch die unterschiedlichen Interessen und Bedürfnisse von Akteuren am Wald herausstellen.

Aber es sind auch negative Entwicklungen zu beobachten, die durch den Einfluss der wirtschaftlichen Globalisierung begründet werden können. Die bäuerlichen Aktivitäten werden immer mehr von einer cash-crop-Ökonomie beeinflusst. Baumwolle und andere Produkte werden als ausschließliche Marktprodukte angebaut, die jedoch baumfreie Felder verlangen. So entsteht zunehmend ein Konkurrenzverhalten zwischen den traditionellen Regeln und der modernen Entwicklung, die zu einem Verlust an Bäumen und Busch allgemein führen wird. Es kann konstatiert werden, dass auch in der Gourma Region der Einfluss moderner Wirtschaftsformen Veränderungen bei den Phytodiversitätsdynamiken hervorruft. Der Verlust von Pflanzen hat einen alltäglichen Einfluss auf den Lebensstil und Lebensgewohnheiten. Beispielsweise werden immer mehr Wellblechdächer verwendet, weil es weniger Gras gibt mit denen die Strohdächer angefertigt wurden; oder es wird immer mehr Maggie als Gewürzmittel verwendet, weil die Néré-Bäume, die das traditionelle Gewürzmittel “Soumbala” abgeben, in der Gegend so gut wie “ausgestorben” sind. Dies sind Veränderungen, die ebenso einen Wertewandel in der Gesellschaft verdeutlichen.

Der Vortrag greift somit drei Fragen auf:

Was bedeutet Natur für die Gesellschaft Gourmantché im Osten Burkina Faso? - Was Natur ist, bestimmt die Gesellschaft, die mit und in ihr lebt: die lokale Wahrnehmung und Klassifizierung von Natur sollte bei der Analyse im Vordergrund stehen

Wie nutzen die Gourmantché die in der Natur zu findenden Ressourcen? - Die jeweilige Nutzung ist abhängig von dem Wissen über Ressourcen und den jeweiligen Nutzungssystemen, die von Generation zu Generation übertragen werden: das lokale Wissen bestimmt den Umgang und kann schon von Dorf zu Dorf unterschiedlich sein

Welche Veränderungen der Nutzungssysteme sind zu beobachten und welche Gründe können für diese Veränderungen genannt werden? - Veränderungen werden durch externe und interne Faktoren beeinflusst: Wertverschiebungen sind hierbei von großer Bedeutung und haben Einfluss auf die jeweilige Nutzung der Ressourcen.

Die Begriffe Natur, Gesellschaft und Materialität müssen folglich in ihrer Gesamtheit mit Blick auf die historische Entwicklung und die sozialen Prozesse betrachtet werden. Natur, Gesellschaft und Materialität sind Bereiche, die in einander greifen und sich gegenseitig bedingen. Dieser Vortrag möchte dies durch ein regionales Beispiel darstellen.

Plenum

Marc Redepenning

Wozu Kultur in der Sozialgeographie?

Die new cultural geography findet rasant Gefallen in der deutschsprachigen Geographie – auch wenn dies ein wenig spät erscheinen mag angesichts der Tatsache, dass David Ley bereits vor über 20 Jahren in einem Fortschritts-Artikel der Zeitschrift *Progress in Human Geography* sehr offensiv vom Auftauchen einer new cultural geography spricht (vgl. Ley 1983, 271). Dieser Befund des verzögerten, dann aber extrem vehementen Eintritts eines neuen Forschungsansatzes in die deutschsprachige Geographie kann überspitzt auf zweifache Art gelesen und interpretiert werden.

Die erste Lesart deutet die vorliegende Situation mit dem offensichtlichen Hinweis auf die chronische Verspätung der deutschsprachigen Geographie beim Import neuerer Theorieentwicklungen oder gar Paradigmen – eine Verspätung, die von Arnreiter/Weichhart (1998, 64) auf etwa 10-15 Jahre geschätzt wird und die zu einer nahezu institutionalisierten Persistenz einer ‚Gleichzeitigkeit des Ungleichzeitigen‘ und zu hektischen Lösungsversuchen zur Überbrückung dieses time-lag geführt hat. Kritiker stehen dann meistens mit dem Hinweis bereit, dass bei diesem Zeitdruck begriffliche Tiefenarbeit, kritische Reflexion der eigenen Position (vgl. Lippuner 2005) und die Machbarkeit einer methodischen Umsetzung zur Erfassung der sozialen Welt zu kurz kommen müssen – und werfen dies der (deutschsprachigen) neuen Kulturgeographie denn auch vor (nur: Klüter 2005).

Die zweite Lesart (eine sozialkonstruktivistische) geht ganz anders an die Sache heran. Zunächst würde sie darauf hinweisen, dass die Dinge (d.h. der verzögerte Eintritt der New Cultural Geography in die deutschsprachige Geographie) nicht das sind, was sie zu sein scheinen (so Hacking 1999, 81) und man deshalb die erste Offensichtlichkeit des Eindrucks einer kritischen zweiten Analyse unterstellen muss. Und dann kann man sehen, dass es sich bei der Entwicklung einer deutschsprachigen neuen Kulturgeographie keineswegs um eine inhaltliche Verzögerung hinsichtlich der Arbeit an und Rekonstruktion der Forschungsfront handelt, sondern eher um ein semantisches Problem der adäquaten Bezeichnung: Im Prinzip hat man in der Geographie schon recht lange neue Kulturgeographie gemacht, aber man hat sie nicht so genannt (Sahr 2003, 245). Das rückt gewissermaßen die Alltagspraxis und den Wissenschaftsbetrieb der Geographie in den Fokus. Dann kann man Fragen stellen, die dieses „Funktionieren“ des wissenschaftlichen Arbeitens in der Geographie thematisieren (Hard 1973, 108). Man kann in einem spezifischen, auf das hier vorliegende Thema der neuen Kulturgeographie zugespitzten, Sinn fragen: Wozu nun eigentlich der schnelle Hinweis, dass man neue Kulturgeographie eigentlich schon immer, wenn auch unter anderem Namen macht? Wozu eigentlich jetzt (und nicht: vorher) Kultur? Was eröffnen sich für Möglichkeiten, wenn man sich jetzt Kultur auf die geographische Fahne schreibt? Auf diesen Fragekomplex sind meines Erachtens mehrere, sich nicht ausschließende Antworten möglich, die sich auf die ‚innergeographische‘ Funktion von Kultur beziehen und von wissenschaftsstrategischen Argumenten bis hin zu einer Dokumentation von ‚Kontinuität durch Wandel‘ reichen. Eine dieser Antwortmöglichkeiten, der sich der Vortrag vertiefend widmen will, lautet:

Kultur hat in der Geographie eine Funktion, die eine inhaltliche und tiefere Seite im disziplinären Diskurs bedienen kann und auf dieser Ebene eine Kontinuität sichert. Allerdings ist diese Kontinuitätssicherung nicht offensichtlich und zu ihr gibt es auch kein öffentliches Bekenntnis. Die Funktion der Kultur als Objekt disziplinär-geographischer Selbstbeschreibung liegt in der

(gewollten oder ungewollten) Sicherung der Allzuständigkeit der Geographie für gesellschaftliche Problemstellungen. Durch die dabei notwendige breite Aufstellung der Kulturgeographie kann es mitunter zu dem Sekundäreffekt kommen, dass die durch den cultural turn erzeugte Ästhetik der Verunsicherung zu einer Ästhetik der Unverbindlichkeit im wissenschaftlichen Arbeiten umgedeutet oder gar missbraucht wird.

Um diese Antwortmöglichkeit zu verdeutlichen, werden sehr pointiert Grundlinien der Verbindung zwischen Kultur und Sozialgeographie skizziert. Dies wird vornehmlich vor dem Hintergrund der Herausbildung und der damit verbundenen Absetzungsbewegungen der New Cultural Geography oder Neuen Kulturgeographie im amerikanischen, zum Teil aber auch deutschen Bereich geschehen und wesentlich auf einer Lektüre der Progress-Artikel der Zeitschrift *Progress in Human Geography* zur Cultural Geography ab dem Jahr 1977 beruhen. In diesem Sinne ist der Vortrag vornehmlich als ein reflektorischer und Fragen stellender Beitrag über die jüngere Selbstbeschreibung der Neuen Kulturgeographie angedacht, der auf präskriptiv orientierte methodologische Vorschläge oder gar der Präention von Verbesserungen (zunächst) verzichtet.

Literatur:

- Arnreiter, G./Weichhart, P. (1998): Rivalisierende Paradigmen im Fach Geographie. In: Schurz, G./Weingartner, P. (Hg.) (1998): Koexistenz rivalisierender Paradigmen. Opladen. S. 53-85.
- Hacking, I. (1999): Was heißt ‚soziale Konstruktion‘? Zur Konjunktur einer Kampfvokabel in den Wissenschaften. Frankfurt am Main.
- Hard, G. (1973): Die Methodologie und die „eigentliche Arbeit“. Über Nutzen und Nachteil der Wissenschaftstheorie für die geographische Forschungspraxis. In: *Die Erde* 104 (2). S. 104-131.
- Klüter, H. (2005): Geographie als Feuilleton. Anmerkungen zu dem Buch „Kulturgeographie. Aktuelle Ansätze und Entwicklungen“. In: *Berichte zur deutschen Landeskunde* 79 (1). S. 125-136.
- Ley, D. (1981): Cultural/humanistic geography. In: *Progress in Human Geography* 5. S. 249-257.
- Lippuner, R. (2005): Raum – Systeme – Praktiken. Zum Verhältnis von Alltag, Wissenschaft und Geographie. Stuttgart. (=Sozialgeographische Bibliothek, 2).
- Sahr, W.-D. (2003): Der Cultural Turn in der Geographie. Wendemanöver in einem epistemologischen Meer. In: Gebhardt, H./Reuber, P./Wolkersdorfer, G. (Hg.) (2003): *Kulturgeographie. Aktuelle Ansätze und Entwicklungen*. Heidelberg, Berlin. S. 231-249.