

Mitteilungen

Über die Notwendigkeit einer Differenzierung städtischer Wahrnehmung

Manfred Omahna

Um sich als Stadt zu präsentieren, ist es notwendig, ein unverwechselbares Bild der Stadt mitsamt ihren kulturellen Einrichtungen und innerstädtischen Ästhetisierungsmaßnahmen zu entwerfen. Im Zentrum der Aufmerksamkeit steht die Innenstadt, die City, die als Kombination historischer Baustruktur, ästhetisierter Gestaltungselemente und Ideologie der New Economy präsentiert wird. In additiver Verbindung dazu stehen die Hochhäuser der globalen Ökonomie, wie beispielsweise jene in Frankfurt am Main, mit ihren Büros, Restaurants und Shopping Malls im öffentlichen Diskurs als Ausdruck für Fortschritt und Freiheit des Marktes. Das städtebauliche Angebot im Zentrum der Stadt avanciert zum Markenzeichen und steht symbolisch für die gesamte Stadt: Die Skyline für Frankfurt am Main, der Stephansdom für Wien, die Landungsbrücken für Hamburg, das Brandenburger Tor für Berlin usw. Die kulturelle Produktion der Menschen, ihre Beziehung zu Gebäuden, ihre Strategien der Aneignung städtischer Orte und Räume, aber auch die Strategien der Ausgrenzung werden durch das Symbol als Bild der Stadt in den Hintergrund gedrängt. Die City wird als saubere/sichere Einkaufs- bzw. Erlebnisstadt funktionalisiert. Die je eigenen Beziehungen der Menschen zum Stadtraum erhalten somit eine Art ideologisches Faktum, die „uns eine rein transitive Situation des Objektes einredet. Wir glauben, in einer praktischen Welt der Verwendung, der Funktionen und der totalen Domestikation des Objektes zu leben, und sind in Wirklichkeit, durch die Objekte, auch in einer Welt des Sinns, der Vernunftgründe und der Alibis: Die Funktion bringt das Zeichen hervor, aber dieses Zeichen wird in das Schauspiel einer Funktion zurückverwandelt“.¹ In Anbetracht der jüngsten Ereignisse in New York erhält die Forderung von Marc Augé, dass wir neu lernen müssen, den Raum zu denken,² traurige – weil nicht ernst genommene – Aktualität.

1 Barthes, Roland: Das semiologische Abenteuer. Frankfurt am Main 1988, S. 197.

2 Vgl. Augé, Marc: Orte und Nicht-Orte. Vorüberlegungen zu einer Ethnologie der Einsamkeit. Frankfurt am Main 1994, S. 46.

Schon Roland Barthes forderte Ähnliches, indem er auf den Konflikt zwischen Bedeutung und berechnender Vernunft verweist, „die alle Elemente einer Stadt einheitlich in der Planung erfassen will, wo es doch immer deutlicher auf der Hand liegt, dass eine Stadt ein Gewebe bildet, nicht aus gleichen Elementen, deren Funktionen sich inventarisieren lassen (...)“.³ Es geht also um die Forderung, den Versuch zu unternehmen, unterschiedliche Bedeutungsfelder bzw. unterschiedliche Diskursformen im Sinne einer Sprache städtischen Raumes sichtbar zu machen. Dazu soll hier ein kleiner Beitrag geleistet werden. Ich möchte einige Diskursebenen anführen, die für die Bedeutungsfindung im Sinne einer Sprache der Stadt relevant erscheinen.

Die Hochhäuser eines Stadtzentrums, wie zum Beispiel in Frankfurt am Main, erweisen sich als höchst differente sozialräumliche Gebilde, berücksichtigt man all jene Menschen, die – aus welchem Grund auch immer – das Gebäude benützen. Die Macht über den Raum – nehmen wir als Beispiel den Main Tower (Generalmieter ist die Landesbank Hessen-Thüringen) – äußert sich in signifikanter Weise im angeeigneten physischen Raum, aber auch im Verhältnis zwischen den Benützern des Gebäudes (zum Beispiel im Verhältnis zwischen einem Vorstandsmitglied und einem Bediensteten einer Leihfirma, der als Raumpfleger eingesetzt wird). Die Positionen der Mitglieder des Verwaltungsrates der Bank manifestieren sich in den von ihnen eingenommenen Bereichen des 56 Geschoße umfassenden Gebäudes.⁴ Die Macht über den herrschenden Diskurs, über die Bedeutung des Gebäudes ist abhängig vom Kapitalbesitz der Akteure in seinen verschiedenen Varianten. In erster Linie wird das 200 Meter hohe Gebäude im öffentlichen Diskurs über die darin eingemieteten Firmen und deren ökonomischen Erfolg präsentiert. Der Wunsch nach Fortentwicklung, Streben nach „Höherem“ soll dabei zur Identitätsbildung der (nicht nur) in Frankfurt lebenden Menschen beitragen, wie ein Eintrag in das Gästebuch vermuten lässt: „Ich finde es echt super, dass es den Main Tower gibt und dass man auch in Frankfurt die Möglichkeit hat, alles von oben zu sehen. Für mich war es ein unbeschreibliches Erlebnis und ein Tag, den ich nie vergessen werde. Ich werde auf jeden Fall noch mal hochfahren, ich finde es nämlich total geil da oben.“⁵ Der öffentliche Diskurs wird von jenen forciert, die die Macht über den Stadtraum des so genannten Stadtteils „Mainhattan“ beanspruchen. Stadtpolitiker, Bankiers, Vorstandsmitglieder „schätzen die Ausstrahlung

3 Barthes: Das semiologische Abenteuer (wie Anm. 1), S. 202.

4 Vgl. Bourdieu, Pierre: Ortseffekte. In: Kirchberger, Volker, Albrecht Göschel (Hg.): Kultur in der Stadt. Stadtsoziologische Analysen zur Kultur. Opladen 1998, S. 19.

5 <http://www.maintower.helaba.de> (06.02.2002).

der Wolkenkratzer als Wohlstandsmetaphern und wetteifern wie einst die Geschlechter im Mittelalter darum, wer den höchsten Turm besitzt. Damals wie heute ist die Skyline nicht zuletzt Selbstdarstellung in der Senkrechten⁶. Hier wird der herrschende Diskurs, die Herstellung von Bedeutung als Streben nach einer Art universeller Semiotik, universeller Weltwirtschaft und universeller Gesellschaftsordnung deutlich.

In Verbindung mit diesem öffentlichen Diskurs, der eine „positive“ Identität schaffen will, steht der Diskurs über die technische Ausstattung des Gebäudes. Das Motto für das „intelligente Gebäude“ Main Tower lautet: absolute Offenheit gegenüber Neuem.⁷ Damit wird versucht, den Häusern Leben einzuhauchen, wie einer Maschine oder einem Computer, der obendrein auch noch lernfähig sein kann. Dass die Sinnggebung immer kulturelles Produkt ist, wird mit der Zuschreibung technischer Funktionen abstrahiert. Manfred Tafuri meint sogar, dass Wolkenkratzer heute als lebendige Größen eigenen Rechts gelten. Demnach können Gebäude wie Wolkenkratzer auch als krank bezeichnet werden, und zwar dann, wenn ein defektes Belüftungssystem abgestandene, bakterienhaltige Luft zirkulieren läßt.⁸ Es sind die Planer und Planerinnen, die intelligent sind und die technische Ausstattung der Häuser entwerfen, nicht die Gebäude. Dennoch werden derartige Synonyme auf die Gegenstände übertragen und es entstehen Ausdrücke wie „intelligente Elektronik“, „intelligente Fassade“ und in der Folge „intelligente Häuser“. Der Raum als Ort, wo Macht sich behauptet, tritt hier in ihrer subtilsten Form als symbolische Gewalt zutage.⁹ Zutrittsberechtigungs-systeme zu bestimmten Räumen oder Abschnitten eines Hochhauses, ausgeklügelte Aufzugssysteme¹⁰, raffinierte Kühl- und Heiztechniken, hauseigene Blockheizkraftwerke gehören zu den Standardeinrichtungen und werden als Teile eines Organismus dargestellt. Die Erweiterung und Einbindung in komplexe computergesteuerte Gesamtsysteme ist nur mehr ein weiterer Schritt. Das Haus organisiert, teilt ein und wird dadurch scheinbar als Äquivalent des Menschen erklärbar. Computeranschlüsse in den Gästezimmern des Marriott-Hotels verweisen auf die zunehmende „Automatisierung“ der Häuser.

6 <http://www.frankfurt.wolkenkratzer.at> (05.06.1999).

7 Vgl. <http://www.maintower.helaba.de> (06.02.2002).

8 Vgl. Dupre, Judith: Wolkenkratzer – Die Geschichte der berühmtesten und wichtigsten Wolkenkratzer der Welt. New York 1996, S. 55.

9 Vgl. Bourdieu: Ortseffekte (wie Anm. 4), S. 21.

10 In den insgesamt 2,5 km langen Aufzugsschächten des Main Towers stehen insgesamt 23 Personenaufzüge, 2 Parkhausaufzüge, 3 Lastenaufzüge sowie Küchen- und Müllaufzüge zur Verfügung. Vgl. <http://www.maintower.helaba.de/> (06.02.2002).

Die Fähigkeit, den Raum zu beherrschen, hängt vom Kapitalbesitz ab und äußert sich zum einen in der Aneignung seltener Güter und zum anderen in der Möglichkeit, den Diskurs zu beherrschen. „Das Kapital erlaubt es, unerwünschte Personen oder Sachen auf Distanz zu halten und zugleich sich den erwünschten Personen und Sachen zu nähern.“¹¹ Um unterschiedliche Bedeutungsrelationen sichtbar zu machen – das möchte ich besonders hervorheben – muss über den bisher beschriebenen Bereich des öffentlichen Diskurses hinausgegangen werden: „Man muss versuchen, Mikrostrukturen zu dissoziieren.“¹² Die individuelle Lebenssituation der Menschen, die in den Hochhäusern arbeiten, ist in weiten Teilen bestimmt von den Arbeitsverhältnissen, den Beziehungen untereinander, den sozialen Abhängigkeiten usw. Die Symbolik der Wolkenkratzer erhält so eine weitere Bedeutungsebene, die jedoch durch den öffentlichen Diskurs ausgeblendet wird. Die Folgen neoliberaler Wirtschaftspolitik werden besonders in den Arbeitsbedingungen deutlich. Hier treten beispielsweise städtische Verbindungslinien zwischen Hochhaus, Arbeitsumfeld und Wohnort der Benutzer des Hochhauses in den Vordergrund. Leiharbeiter einer Reinigungsfirma sind beispielsweise den „flexibilisierten“ Widersprüchen des Sozialstaates ausgesetzt und werden somit von den gesellschaftlich begehrtesten Gütern auf Distanz gehalten. „Der Mangel an Kapital verstärkt die Erfahrung der Begrenztheit.“¹³ Der Verwaltungssitz globaler Ökonomie im Frankfurter „Mainhattan“ verweist als Bedeutungslinie auch auf einen Ort der Produktion realer Benachteiligungen und somit auf die Situation unterer Schichten, die sich untereinander in Konkurrenz auf dem Ausbildungs- und Arbeitsmarkt, oder sich an der Schwelle zwischen Arbeit und Arbeitslosigkeit befinden. Die Sprache des Raumes manifestiert sich vor allem auch im Charakter spätmoderner Ökonomie. Hier spiegelt sich die Meinung, dass Sozialleistungen zu hoch seien, dass die Menschen keine oder zu wenig Leistung erbringen würden, oder dass zu viele Trittbrettfahrer das soziale Netz ausnützen würden.¹⁴ Somit sind auch jene Menschen in die Bedeutungsfindung einzubinden, die von den Unternehmen wegen anscheinend notwendiger Rationalisierungsmaßnahmen freigesetzt werden. Steigender Konkurrenzdruck, Schnelllebigkeit innerhalb der Branchen der „Global Players“, Ausgrenzung und Flexibilisierung sind Ausdruck individueller Lebensverhältnisse städtischer Zentren. Individuelle Benachteiligungen er-

11 Bourdieu: Ortseffekte (wie Anm. 4), S. 22.

12 Barthes: Das semiologische Abenteuer (wie Anm. 1), S. 206.

13 Bourdieu: Ortseffekte (wie Anm. 4), S. 23.

14 Vgl. Moser, Johannes: Herr Rossi sucht sein Glück. Einige Überlegungen zur Beschäftigung in Dienstleistungsbranchen der urbanen Ökonomie. In: Kuckuck. Notizen zur Alltagskultur, 2/01, Jg. 16, S. 51.

langen gegenüber herrschenden Diskursen kaum Darstellungsmöglichkeiten. Mario Erdheim spricht dabei von einem „Vernichtungsprozess“, der einerseits in der Vorbereitung bestimmter Diskurse (zum Beispiel im Journalismus oder aber auch im akademischen Bereich) und andererseits in der Ausarbeitung innerhalb des jeweiligen Milieus ansetzt.¹⁵ Nur die relationale Beziehung differenter Wahrnehmungsformen macht den Raum verstehbar. Denn die Stadt ist, um mit Roland Barthes zu sprechen, ein Diskurs, und dieser Diskurs ist wirklich eine Sprache.

15 Vgl. Erdheim, Mario, Maya Nadig: Die Zerstörung der wissenschaftlichen Erfahrung durch das akademische Milieu – Ethnopschoanalytische Überlegungen zur Aggressivität in der Wissenschaft. In: Erdheim, Mario: Psychoanalyse und Unbewusstheit in den Kulturen. Frankfurt am Main 1989, S. 100.

Neuerscheinung

Franz Grieshofer, Gerd Kaminski (Hg.)

Hilf Himmel! Götter und Heilige in China und Europa

Wien, Österreichisches Museum für Volkskunde und Österreichische Gesellschaft für Chinaforschung, 2002, 209 Seiten, Abb., Format 15,0 x 21,0 cm, Hardcover

(= Kataloge des Österreichischen Museums für Volkskunde, Band 81 und Berichte des Ludwig Boltzmann Institutes für China- und Südostasienforschung, Nr. 42)

ISBN: 3-900359-98-9

Der Heilige Antonius hilft, Verlorenes wiederzufinden, der Heilige Florian schützt Häuser vor Feuersbrunst, die Heilige Barbara steht den Bergleuten bei – den zahlreichen Heiligen der katholischen Kirche werden differenzierte Funktionen zugeschrieben, die jedoch ein Grundmotiv haben: Schutz und Hilfe in Notsituationen zu gewähren. Auch die verschiedenen Göttergestalten in China haben ihre Aufgabengebiete und Zuständigkeiten und werden angerufen, wenn ihr Beistand vonnöten ist. Kulturelle Parallelen und Unterschiede der Volksfrömmigkeit rücken die Ausstellung „Hilf Himmel!“ im Österreichischen Museum für Volkskunde (26. Oktober 2002 bis 3. März 2003) und das gleichnamige Begleitbuch ins Zentrum der Betrachtung und fragen nach Herkunft, Bedeutung, Form und Stellenwert der Götter- und Heiligenverehrung in Zentralasien und Europa.

Inhalt:

Gerd KAMINSKI, Himmelfahrt mit Huhn und Hund: die chinesischen Heiligen, 5–114; Shi QINGCHUN, Der heutige Daoismus auf dem chinesischen Festland, 115–124; Helmut LUKAS, Pacchira CHINDARITHA, Verwirrende Vielfalt – Die Religionen der Nicht-Han-Ethnien Südchinas, 125–152; Franz GRIESHOFER, Christlicher Kosmos, 153–166; Kathrin PALLESTRANG, Vom Wesen der Heiligen – Schlaglichter auf ihre Bedeutung und Verehrung vom Frühchristentum bis in die Gegenwart, 167–190; Dietmar ASSMANN, Maria – „Himmelskönigin“ und „Mutter der Barmherzigkeit“, 191–209.

Bestellungen:

Österreichisches Museum für Volkskunde
Laudongasse 15–19, A-1080 Wien
Tel +431/406 89 05, Fax +431/408 53 42
E-mail: office@volkskundemuseum.at

EURO 21,00 (exkl. Versand)

EURO 14,00 (exkl. Versand) für Mitglieder des Vereins für Volkskunde