

## Urbane Kulturtransfers: Globale Stile, mediale Bühnen, lokale Räume

Kultur im/als Transfer? - Nur im Rückblick über mehrere Jahrzehnte kulturgeschichtlicher Forschung und Diskussion wird nachvollziehbar, wie revolutionär einst die heute so selbstverständliche Vorstellung war, dass Kultur stets als „Prozess“ und „Austausch“ zu verstehen sei, als etwas zutiefst Bewegliches und Bewegendes. Zudem als etwas, das sich immer wieder neu, anders präsentiert, also auch immer wieder neu zu interpretieren ist. Denn noch bis in die 1960er Jahre lässt sich von einem eher statischen Kulturverständnis sprechen, das – zugespitzt formuliert – kulturelle Muster, Vorstellungen und Werte eher in traditionellen Formen und in einer Perspektive der „longue durée“ enthalten sah. Durch diese Festigkeit und Beharrungskraft schien Kultur bis dahin auch als hochkulturell-elitäre wie als volkskulturell-populäre Praxis über ihre ganz eigene Wertigkeit zu verfügen: als zwei Seiten und zwei unterschiedliche Ausdrucksform eines viel beschworenen gemeinsamen „cultural heritage“. Dass wir Kultur heute nun umgekehrt eher in Bewegungen, Wandlungen und Kontingenzen denken, dass Vorstellungen von Transfer und Transformation, von synthetischen und hybriden Zuständen des Kulturellen mehr und mehr in den Vordergrund treten: All dies charakterisiert tatsächlich eine dramatische Wende in der kulturwissenschaftlichen Perspektive, die wir angesichts der so dominant erlebten Dynamik der „cultural turns“ und ihrer Schnelllebigkeit freilich kaum mehr registrieren. Insofern bieten das Thema „Transfer“ und dieser Band auch eine willkommene Möglichkeit, diese Veränderung der Perspektive in ganz unterschiedlichen Kontexten zu diskutieren und zu überprüfen.

In meinem eigenen Fach, der Europäischen Ethnologie, ist damit zudem der Charme des Rückblicks auf andere wie eigene Arbeiten verbunden, in denen die Vorstellung von sozialen wie globalen „Kulturtransfers“ schon vor gut zwei Jahrzehnten intensiv diskutiert wurde. „Transfer“ wurde damals zu einem Schlüsselbegriff der Kulturanalyse, dessen Wirkung dann nicht zuletzt auch in den Cultural Studies zum Tragen kam.<sup>1</sup> Denn konzeptuell schlägt der Begriff in der Tat vor, immer wieder neue Sichten auf die Kultur zu entwickeln, in denen vor allem ihre „beweglichen“ und „vermischten“ Anteile und die damit verbundenen Praxen der Akteure mehr in den Vordergrund treten. Zugleich war und ist damit eine erste Grundlage gelegt für die Vorstellung von transnationalen Prozessen wie interkulturellen Phänomenen, denen wir heute – etwa im Umfeld von Migration, Mobilität und Stadt – so zentrale Erklärungsfunktionen zuschreiben. Und schließlich scheint im Gedanken des kulturellen Transfers bereits manche kluge Überlegung enthalten, die in späteren Globalisierungsdebatten reaktualisiert wurde, dabei oft jedoch jene Präzision und Spezifik verlor, die im Transferbegriff als der Vorstellung konkreter und kontrollierter Bewegungen noch enthalten scheint.

Meine folgenden Überlegungen zum Kulturtransfer beziehen sich vor allem auf Phänomene der urbanen Kultur. Es geht also um Interaktionsfelder großstädtischer Gesellschaft, die historisch wie aktuell ja von besonderer Formenvielfalt, von hoher Dynamik und von beständigen Austauschprozessen gekennzeichnet ist. In vier kurzen Abschnitten will ich zunächst über die Stadt als einen spezifischen *ideologischen* Transferraum nachdenken, dann über kulturelle *Repräsentationsstrategien* sowohl der Stadt als auch in der Stadt, danach über Phänomene einer *Mediterranisierung* urbaner Räume und Praxen und schließlich über neue

---

<sup>1</sup> Siehe dazu etwa verschiedene Beiträge in Kaschuba, Wolfgang (Hg.): Kulturen – Identitäten – Diskurse. Theorien und Perspektiven Europäischer Ethnologie, Berlin: Akademie-Verlag 1995.

städtische *Vergemeinschaftungsformen*. Mit diesen Überlegungen und Beispielen will ich verdeutlichen, wie nachhaltig sich gerade urbane Kultur in sozialen, räumlichen wie ideellen Transferprozessen konstituiert und reformuliert. All dies freilich nur in Form von einigen Stichworten und ersten Skizzen, verbunden mit empirischem Anschauungsmaterial, das zumeist aus meinem engeren Beobachtungsfeld Berlin stammt, dessen Aussagekraft aber wohl auch allgemeinere metropolitane Entwicklungen zu verdeutlichen vermag.

### *Die Stadt als Ikone?*

Konzeptuell wie analytisch verkörpert der Begriff des Kulturtransfers also eine durchaus vertraute kulturwissenschaftlich-ethnologische Figur, die der Räumlichkeit und Beweglichkeit des Kulturellen besondere Bedeutung zuweist. Sie knüpft damit in gewisser Weise sowohl an ältere volkskundliche Überlegungen etwa um ein durch die sozialen Schichten „sinkendes Kulturgut“<sup>2</sup> an als auch an ethnologische Debatten über kulturelle Verbreitungsprozesse und historische Kulturkreise. Verglichen mit diesen Vorstellungen von „sozial“ abgegrenzten Kulturräumen und „zivilisatorisch“ fixierten Kulturkreisen jedoch verkörpert die Vorstellung des Kulturtransfer ein deutlich dynamischeres und vor allem zutiefst praxisbezogenes Erklärungsmodell. Denn es baut erstens auf der klaren Erkenntnis der Verschränkung und Vermischung kultureller Prozesse auf, zweitens auf der Korrektur monografisch und homogen konzipierter Kulturbegriffe und drittens auf der Erkenntnis der besonderen Wirkmächtigkeit kulturstiftender Praxen. Damit sind zugleich auch unmittelbare Bezüge hergestellt zu jenen „praxeologischen“ Kulturauffassungen, die von Georg Simmel bis Pierre Bourdieu allesamt versuchen, die Funktionsweisen kultureller Systeme heuristisch und anwendungsbezogen zu deuten, sie also in ihren sozialen und kulturellen Bedingungen zu erklären.

Pointierend könnte man formulieren, dass in unseren heutigen Vorstellungen Kultur insofern tatsächlich fast nur noch „transferiell“ existiert: als Prozess und Dynamik, in Begegnungen und Mischungen, als Zitate und Kopien, in Abgrenzungen und Verbindungen. Diese letztlich praxeologische Auffassung folgt damit zwangsläufig unserer spätmodernen gesellschaftlichen Handlungslogik. Denn in schwer überschaubaren sozialen Räumen und in umkämpften globalen Prozessen liegt die strategische Sinnstiftungsaufgabe des Kulturellen auf der Hand: Es soll Möglichkeiten schaffen, sich als Individuum oder Gruppe, als Stadt oder Nation in solche Wandlungsprozesse dennoch „einschreiben“ zu können, sich in komplizierten Räumen und Situationen also auch immer wieder selbst lokalisieren, identifizieren und authentisieren zu können. Kultur soll und muss hier als ein multifunktionales Werkzeug von Operationen und Konstruktionen dienen, in denen soziale Selbstreferenz und kultureller Identitätswurf das Ziel sind. Und dabei ermöglicht der Kulturtransfer dann eine Vielfalt von kulturellen Bezügen und Verknüpfungen, von Optionen und Legitimationen – kurz von identitären „Bauplänen“. Zugleich aber wird uns damit natürlich auch bewusst gemacht, dass mit dieser Perspektive „offener“ Räume und „gemischter“ kultureller Landschaften auch mindestens zwei methodische Risiken verbunden sind: sowohl die Gefahr der Beliebigkeit kultureller Selbstentwürfe als auch das Problem der schwindenden kategorialen Schärfe des Transferbegriffs.

Diese Ambivalenz des Transferbegriffs als „Chance“ wie als „Problem“ wird im urbanen Raum besonders deutlich sichtbar. Denn historisch verkörpern die großen Städte bereits genuine Orte des Kulturtransfers – nicht nur in Europa, hier jedoch in ganz besonderem Maße. So entstehen die Städte seit der Neuzeit wesentlich durch Mobilität und Migration, also durch die Bewegung und den Austausch von Menschen, Ideen, Gütern und Werten. Und sie

---

<sup>2</sup> Vgl. dazu Naumann, Hans: Grundzüge der deutschen Volkskunde. Leipzig: Quelle & Meyer 1922.

werden dann auf dem Weg in die Moderne endgültig zu „migrantischen Konstrukten“, weil sie sich als kulturelle „Begegnungsräume“ und „Mischzonen“ konstituieren. Auf diesen Zusammenhang von Stadt, Mobilität und Fremdheit beziehen sich daher auch zentrale Überlegungen bereits von Max Weber und Georg Simmel, wenn Simmel etwa auf die Figur des Fremden als zentralen urbanen Akteur hinweist, der – anders als der Besucher – heute kommt und morgen bleibt. Und der auch morgen eben „fremd“ bleibt, nicht völlig aufgeht im „einheimischen Anderen“, sondern sein „eigenes Anderes“ gleichermaßen „einheimisch“ zu machen versucht. In diesem systemischen urbanen Außenbezug über Mobilität und Migration verkörpern sich so zwei Alteritäten: Es ist der Verweis auf den lokalen Identitätswurf einerseits und andererseits auf die darin zugleich existierende kosmopolitische Urbanität, also auf ein permanentes Spannungsverhältnis in der kulturellen Konstitution der Stadtgesellschaft, das aus ihrer Heterogenität und Prozesshaftigkeit herrührt. Stadt meinte eben tatsächlich nie „Melting Pot“, weil die Kultur der Moderne nie glatte Legierungen schuf, sondern bis zu einem gewissen Grad stets in ihren Grundbestandteilen wie Mischungen kenntlich blieb. Gerade dies machte auch das besondere Kapital der großen Städte aus: die enorme Heterogenität und Diversität der Stadtgesellschaft und ihre kulturellen Praxen, die Spannung zwischen den verschiedenen urbanen Bildern und Gruppierungen, das stets präsente Wechselverhältnis von Integration und Desintegration, von Konformität und Konflikt in der sozialen Stadtlandschaft. „Urbanität“ meint in diesem Sinn damit bis heute eben nicht nur Größe und Masse, sondern diesen prozesshaften, vielgestaltigen und spannungsvollen Zustand, der die charakteristische „condition urbaine“ bildet: Diversität und Differenz als wesentliche Voraussetzungen sozialer Dynamik und kultureller Kreativität.

Dieser Zusammenhang zeigt sich schon in einem flüchtigen historischen Rückblick, wenn man etwa der Entwicklung der „Europäischen Stadt“ in der Neuzeit nachgeht und sich daran erinnert, wie dieses Stadtmodell sich zunächst an die räumliche Konzentration bestimmter Politik- und Handelsfunktionen knüpfte, dann auch an eine auf die Stadtmitte ausgerichtete architektonische wie stadträumliche Gliederung, schließlich an zivilgesellschaftliche und bildungsbürgerliche Traditionen, also insgesamt an kommunale wie soziale „Infrastrukturen“, die durch Mobilität, Fremdheit und Konflikt stets in einem dynamischen Zustand verblieben. Insofern war die „Europäische Stadt“ stets beides: „Bürgerstadt“ und „Fremdenstadt“! Und sie verkörperte diesen Mischtypus nicht zuletzt dadurch, dass sie sich auch in ihrer Gestalt permanent in Transferprozessen konstituierte und organisierte: wenn sich etwa eindrucksvolle Bauwerke wie die großen Kathedralen aus dem fränkischen Reich über Europa ausbreiteten oder Uhrtürme aus Oberitalien, danach Arkaden aus Spanien oder Parkelemente aus England, später Glaspalais und Galerien aus Paris oder Fabrikdistrikte und Bahnhofskathedralen aus London. Damit sind lediglich einige wenige historische Beispiele jener Entwicklung genannt, in deren Verlauf dann seit dem späten 18. Jahrhundert Paris und London „die“ urbanen Modelle der Moderne verkörpern, deren Repräsentations- und Vorbildfunktion bald auch andere Städte in die Lage versetzt, sich selbst auch durch kreative Zitate und Anleihen als „Kulturraum“ und „Metropole“ zu inszenieren. Insbesondere die Pariser und Londoner Weltausstellungen des 19. Jahrhunderts erzeugen hier in gewisser Weise bereits globale Wirkung, insofern die dort zu sehenden Modelle und Pläne städtischer Plätze und Boulevards, Denkmäler und Architekturen, Verkehrs- und Versorgungssysteme nun überall kopiert und zu einheimischen wie touristischen Attraktionen werden können – auch gerne mit dem stolzen Verweis „wie in Paris“.

„Urbanität“ beruht also bereits hier in hohem Maße auf dem Prinzip „Kulturtransfer“. Denn das prototypisch gezeichnete Bild der „großen Stadt“ entwirft sich als generalistisches Modell für geistigen und technischen Fortschritt und als attraktive Bühne für kulturelle Vielfalt und Kosmopolitismus, für europäische Traditionen und Lebensstile. Städtische Räume fungieren

gleichsam als „Kultur-Autobahnen“, als ein permanenter und offener kultureller Transitraum, in dem ständig Bewegung, Begegnung und Austausch stattfinden. Deshalb knüpfen sich an diesen städtischen Raum die Verheißungen besonderer Freiheiten und Chancen, wie sie Max Weber um die Wende ins 19. Jahrhundert beschrieb, wenn er die Arbeitskräfte und Migranten aus den ländlichen, oft noch feudalen Gebieten jenem „Duft der Freiheit“ folgen sah, der aus den Städten als den „Laboren der Moderne“ zu ihnen wehte und ihnen neue Gesellschafts- wie Lebensentwürfe versprach. Diese Freiheitsvermutung galt auch für die damaligen lokalen Eliten und bürgerlichen Aufsteiger, die einerseits als Akteure „in“ ihren Städten auftraten und dabei andererseits und zugleich ihre Städte selbst zu „kollektiven Akteuren“ machen wollten: über deren mediale Inszenierung in Literatur und Malerei, in Theater und Architektur, durch Fotografien, Ansichtskarten und Tourismuswerbung.

Hier bereits wird die große Stadt zur „Ikone“, zu einem Ort von besonderer symbolischer Beschaffenheit und Bedeutung, zu jenem andachtvollen Mythos, der dann einzeln wie kollektiv Metropolen wie Paris, London, New York, Rom, Wien, Budapest oder Berlin zugeschrieben wird. Auch die heutige Rede von der „Eigenlogik“ der Städte will wohl vor allem auch auf diesen historischen Sinngehalt, auf diese gleichsam charismatischen Prägungen und historischen Selbstentwürfe der Stadtgesellschaften verweisen, die nun als gewichtiges „symbolisches Kapital“ genutzt werden im metropolitanen Konkurrenzkampf um Ökonomien und Aufmerksamkeiten.<sup>3</sup> Denn nach einer langen Krise der Städte in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts, die durch Kriegsfolgen, Industrialisierung und Spekulation vielfältig zu jenen „generic cities“ geworden waren, von denen der niederländische Architekt Rem Koolhaas als Orten ohne Eigenschaften sprach, verweist diese Rede vom „Eigensinn“ umgekehrt auf eine offenbar wiedergewonnene oder neue Qualität der „magic city“. „Citiness“ wird zum neuen Lebensgefühl erklärt und die zuvor totgesagten Innenstädte werden als attraktive Lebensorte wiederentdeckt, als Räume gelingender und erregender Kultur, als neue Bezugsorte von Bindungen, Identifikationen und Vergemeinschaftungen.

Mit diesen wenigen historischen Stichworten wollte ich nur verdeutlichen, wie lange die Praxis des Kulturtransfers im urbanen Raum einerseits bereits verankert ist, welche neue Qualität und neuen Umfang er andererseits aber in unseren spätmodernen Zeiten dadurch erhalten hat, dass sich der Austausch in Transferprozessen entlang von Mobilität, Migration, Tourismus enorm beschleunigt. Dabei spielt in den letzten Jahren das Austauschmedium „Internet“ eine fast revolutionäre Rolle, weil damit wichtige Regeln und Formen des Kulturtransfers neu geschrieben werden. Anregung und Austausch, Erfahrung und Imagination, Kopie und Aneignung folgen nun radikal veränderten Raum-Zeit-Koordinaten und erscheinen „lokal“ unbegrenzt anwendbar. In New York oder Paris zu leben, bedeutet damit jedenfalls keinen entscheidenden Informations- und Wissensvorsprung mehr – wenn auch immer noch einen Vorsprung an (dann doch „lokaler“) Attraktivität und Authentizität.

Abb. 1: Achtung: Spielstraße (arte magazin, März 2010)

Vor allem die Kunst ist es nun, die den Stadtraum verstärkt zum „öffentlichen Raum“ erklärt, zum gesellschaftlichen Experimentierfeld, in dem die Straße als Labor genutzt wird und städtische Mauern und Pflaster als Kunstgalerie. Und diese „Globalisierung“ urbaner Kultur- und Aneignungstechniken aus europäischen wie außereuropäischen „Werkstätten“ zeigt sich längst auch in asiatischen und afrikanischen Metropolen von Seoul bis Kapstadt und von Beijing bis Kairo – begleitet auch vom Transfer metropolitaner Imaginationen und Mythen: von der großen Stadt auch als Idee und Mythos.

<sup>3</sup> Berking, Helmut/ Löw, Martina (Hg.): Die Eigenlogik der Städte. Neue Wege für die Stadtforschung. Reihe „Interdisziplinäre Stadtforschung“, Frankfurt am Main: Campus 2008.

### *Repräsentationsstrategien*

Diese hier nur grob skizzierte Entwicklung hängt unmittelbar mit jenem aktuellen Prozess des „City-Branding“ zusammen, der in den letzten zwei Jahrzehnten die Konkurrenz der großen Städte im Kampf um Kapitalansiedlung, kreative Potentiale und Tourismus bestimmt. Dabei spielt die jeweilige lokale Verbindung von Geschichte, Kultur, Architektur und Mythos eine zentrale Rolle, wenn es um Bedeutung und Aufmerksamkeit geht, also um ein globales „Placemaking“. Und damit ist hier beides gemeint: einerseits der Versuch, zentrale Räume der Stadt thematisch zu codieren, sie mit einer bestimmten Bedeutung zu versehen und sie damit innerhalb der Stadtlandschaft als globale „Orte“ zu markieren; andererseits die Strategie, durch diese symbolische Überhöhung auch die gesamte Stadt nach „außen“ stärker sichtbar zu machen, aus dem Symbol „in“ der Stadt also auch ein Symbol „der“ Stadt werden zu lassen.

Dieses Placemaking funktioniert heute keineswegs nur über alte Eiffeltürme und neue Riesenräder oder über spektakuläre Theater- und Museumsbauten. Vielmehr erfahren auch ganz klassische Modelle wie das Denkmal eine interessante Renaissance, offenbar weil sie teilweise zumindest an ein „kulturelles Gedächtnis“ rühren und appellieren, welches den Metropolen zugeeignet und damit einem kosmopolitischen Publikum vertraut und wert ist. Denn das Denkmal thematisiert als traditioneller lokaler oder nationaler Erinnerungsträger in Form der Tafel oder des Reiterstandbildes eben auch jene Geschichten und Mythen, die im Rahmen der nationalen Erinnerungspolitik des 19. und 20. Jahrhunderts entstanden sind und die heute neu gelesen und interpretiert werden. So verkörpern sich im Denkmal selbst konkrete Geschichtlichkeit und Ästhetik, es ist selbst Träger des lokalen Mythos als einer Art globalen Textur, deren gleichsam „unintendierte“ Performanz und Wirkung jedoch in jedem Einzelfall als „Lokalkolorit“ von aktuellem Interesse bleibt. Deshalb folgen neue urbane Denkmäler und Gedächtnisorte heute von vorn herein den Regeln einer globalen Geschichtspolitik und den Strategien einer globalen „lieux de memoire“<sup>4</sup>, die neue Agenden des Erinnerns auf die Tagesordnung setzen: weniger nationales Pathos, dafür mehr lokale Identifikation samt postkolonialer und multikultureller Reflexivität.

So bietet das vom US-amerikanischen Künstler Peter Eisenman errichtete Stelenfeld des Holocaust-Mahnmals in Berlin mittlerweile ein erinnerungspolitisches Modell, das kollektive Schuldbekennnisse mit rituell offenen Formen der Erinnerung und einer fast physischen Ästhetik der Bewältigung zu verbinden versucht. Es ist ein buchstäblich raumgreifendes Denkmal, nicht abseits im Park, sondern mitten im Zentrum der Stadt, unmittelbar neben den „Schauplätzen“ Brandenburger Tor und Pariser Platz, gleichzeitig zu betrachten und in seiner ganzen Erstreckung zu begehen, kollektiver Ort also und individueller Weg zugleich, Feld oder Friedhof: Die Assoziation ist frei. Und gerade diese räumliche Nähe zum symbolischen Zentrum Berlins und diese Uneindeutigkeit der ästhetischen und emotionalen Anmutung macht das Denkmal offenbar selbst zur Attraktion – und wohl auch zu einem wiederum etwas rätselhaften Deutschen.

Abb. 2: Holocaust Stelenfeld Berlin

([http://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Datei:Holocaust-Mahnmal\\_Berlin\\_2006.jpg&filetimestamp=20101214090345](http://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Datei:Holocaust-Mahnmal_Berlin_2006.jpg&filetimestamp=20101214090345)) frei

---

<sup>4</sup> Nora, Pierre (Hg.): Les lieux de mémoire, Bde. 1–3, Paris: Gallimard 1984-1992.

Dieses erinnerungspolitische Modell, dessen semantischer Kern eine klare Täter-Opfer-Konstellation benennt, um beide Seiten am selben Ort versammeln zu können, hat in der Tat paradigmatische Wirkungen entfaltet. Auch andere Genozide und Minderheitenverfolgungen in der Geschichte werden inzwischen nach diesem erinnerungspolitischen Modus bearbeitet. So folgt diesem Modell etwa das Mahnmal in der armenischen Hauptstadt Jerewan, das an jenen Genozid zu Beginn des 20. Jahrhunderts erinnern soll, in dem osmanische Truppen mit Hilfe und Duldung europäischer Kolonialmächte wie Deutschland armenische Minderheiten aus türkischen Regionen deportierten und damit vielfach in den Tod schickten.

Abb. 3: Mahnmal Jerewan (privat)

Dabei spürt die Türkei nun in den Beitrittsverhandlungen zur EU, was für ein starker gedächtnispolitischer Druck davon ausgeht, dass solche Erinnerungsorte eben nicht mehr nur still und „kommemorativ“, sondern auch medial laut und architektonisch anspruchsvoll rekonstruiert werden. Deshalb wird dafür auch bewusst die „große Bühne“ der Metropole benutzt, um zentrale Räume als urbane „Erinnerungsorte“ programmatisch zu kodieren: nicht mehr als pathetische Altäre nationaler Größe, sondern als (selbst)reflexive Denkmäler kollektiver Erinnerung. Viele dieser neuen „memorial places“ stehen daher unter mehr oder weniger deutlichen postkolonialen, postsozialistischen wie postnationalistischen Vorzeichen.

Im Blick auf diese neue urbane Denkmalspolitik kann man in der Tat von einem „Transfer“ sprechen – und zwar gleich in dreifacher Hinsicht: im gedächtnispolitischen wie im stadtarchitektonischen wie im repräsentationsstrategischen Sinne. Diese Entwicklung beschränkt sich aber keineswegs nur auf Denkmäler. Vielmehr ist sie auch längst Teil einer wachsenden urbanen Repräsentationsarchitektur der „Solitäre“, also der herausragenden Gebäude oder Baudenkmäler, die innerhalb der Stadtlandschaft in besonderer Weise lokale Geschichte, Hochkultur, Kunst und Architektur verkörpern sollen und deshalb in besonderer Weise als „urbane Kronjuwelen“ inszeniert werden. Das trifft in Berlin etwa auf das neu erbaute Holocaust-Museum von Peter Eisenman zu, dessen dramatische, ja verstörende Architektur unsere Aufmerksamkeit und Erinnerung gleichsam erzwingt. Als sähen wir uns in der Museumsfassade bereits mit dem Ungeheuerlichen der Geschichte konfrontiert.

Abb. 4: Jüdisches-Museum Berlin

([http://www.jmberlin.de/main/img/besucherinfo/SL\\_Besucherinfo/01-Vogel.jpg](http://www.jmberlin.de/main/img/besucherinfo/SL_Besucherinfo/01-Vogel.jpg))

Einem thematisch anderen, jedoch ebenfalls ästhetisch dramatisierenden Konzept folgend, hat Frank Gehry aus den USA im spanischen Bilbao bekanntlich ein Guggenheim-Museum entworfen, das bis heute mindestens ebenso wie für seine Kunstsammlungen durch seine schwindelerregende Architektur bekannt geworden ist. Sie hat der vorher kaum bekannten und wenig urbanen „kleinen“ Großstadt plötzlich das Gepräge kosmopolitischer Kultur verliehen, in der sich nun all die „kosmopolitischen“ Kunstliebhaber auch prompt wieder erkennen. Der Trick mit dem Solitär hat hier also funktioniert. – Nicht zuletzt deshalb, weil er die eitle Kennerschaft der Kunstklientel und der Kulturreisenden bewusst herausfordert: zum Wohle der lokalen Hoteliers und auch der Stadtkasse.

Abb. 5: Museum Bilbao (<http://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Datei:Guggenheim-bilbao-jan05.jpg&filetimestamp=20050206160639>) frei

Diesem Prinzip scheint man gegenwärtig auch in Hamburg zu folgen, wo mitten in der Elbe auf dem riesigen Fundament eines alten Speichers die „Elb-Philharmonie“ hochgezogen wird. Deren Baukosten haben sich nicht nur innerhalb weniger Jahre fast verzehnfacht, sondern ihr

gedanklicher wie architektonischer und ökonomischer Konstruktionsprozess hat zu einer für Hamburg ganz eigenen „Branding-Debatte“ geführt: Wer sind wir oder wer wollen wir sein, wir Hanseaten? – Nicht wenige Hamburger fanden: jedenfalls kein schickes Binnenalster-Biotop!

Abb. 6: HH-Philharmonie (<http://www.hamburg.de/elbphilharmonie/370052/bilder-elbphilharmonie.html#pic1>)

Wie hier, wird gerade an diesen Solitären oft deutlich, dass es dabei eben vor allem auch um Stadtökonomie und Kulturindustrie geht. Denn die Solitäre sollen urbane „Leuchttürme“ verkörpern, architektonisch aufregende und symbolisch überhöhende Blickobjekte, die jedoch anders als ihre historischen und funktionalen Vorläufer die Reisenden nicht auf Abstand zu den gefährlichen Klippen an ihren Füßen halten sollen, sondern diese vielmehr anziehen und in die Untiefen der Stadtlandschaft hineinlocken. Das kostet nun zwar nicht mehr gleich das Leben, aber es kostet eben auch...

Ebenfalls ins Feld neuer urbaner Repräsentationspolitiken samt architektonischer Begleitung gehört jenes Phänomen, das in europäischen Großstädten in den letzten Jahren gern unter dem Titel „Die Rückkehr der Götter“ diskutiert wird. Anlass dafür ist die Beobachtung tatsächlich „Raum greifender“ religiöser Bewegungen, die mit der wachsenden globalen Migration, aber offenbar auch mit dem Zusammenspiel zivilgesellschaftlicher und spiritueller Prozesse in städtischen Mittelschichtsmilieus zusammenhängen. So entstehen neue religiöse Praxen, Orte, Vereinigungen und Gemeinden, die oft auch in neuen stadträumlichen und architektonischen Projekten ihren Ausdruck suchen. Vieles davon ist nicht unumstritten, wenn es etwa um die Nutzungsänderung alter Kirchengebäude, um Neubauten von buddhistischen Tempeln oder von repräsentativen Moscheegebäuden geht. Vor allem islamische Gemeinden drängen nun verstärkt in urbane Zentren vor, um sich ebenfalls repräsentationspolitisch in die religiöse Topografie der christlichen Kathedralen und jüdischen Synagogen in den Stadtlandschaften einzuschreiben. Das ist ungewohnt, nachdem sich die europäischen Muslime lange Zeit mit eher peripheren Räumen in den Städten und Hinterhof-Moscheen begnügt hatten. Aber es zeigt deutlich ein gewachsenes Selbstbewusstsein insbesondere auch der jungen Generation von Muslimen und Musliminnen. Darin drückt sich einerseits der Wunsch nach Anerkennung aus, der sich nicht mehr „unauffällig“ äußert, sondern selbstbewusst die religiöse „Eigenheit“ betont. Andererseits scheint dies – obwohl der Islam von den Mehrheitsgesellschaften noch als das „kulturell Fremde“ identifiziert und diskriminiert wird – auch ein deutliches Signal aktiver, manchmal fast trotzig-selbstbewusster Integrationspolitik zu sein: „Auch wir bauen diese Stadt als unsere mit!“

Abb. 7: Moschee Columbiadamm

([http://de.wiktionary.org/wiki/Datei:Sehitlik1\\_Moschee\\_Berlin.JPG](http://de.wiktionary.org/wiki/Datei:Sehitlik1_Moschee_Berlin.JPG)) frei

Bei solchen Konflikten geht es also auch verstärkt um die Frage: „Wem gehört die Stadt?“ Es geht um Probleme der Präsenz und Repräsentanz im urbanen Raum, der Teilhabe und Zugehörigkeit zu städtischen Milieus und Gemeinschaften. Und dass christliche Minderheiten diese Moscheen in europäischen Städten oft genug nur als „Feldzeichen“ einer fremden, angeblich „nicht-europäischen“ Religiosität betrachten, zeigte sich in ihrer dramatischsten Zuspitzung dann bei der Schweizer Volksabstimmung im Jahr 2009, bei der die Minarette von Moscheen zunächst als projektilhafte und gefährliche Symbole plakatiert, imaginiert und dann auch verboten wurden, um sich dann hinter der damit gezogenen Grenzlinie im „eigenen“ Schwyzerisch-Christlich-Kantönlichen wieder beheimatet fühlen zu können.

ABB. 8: CH-Minarett-Plakat (Hamburger Abendblatt)

Über den politischen Sinn oder Unsinn dieser majoritären Ausgrenzungsstrategie braucht man kaum zu diskutieren. Wichtig daran ist, dass beide Strategien, das Moschee-Modell wie das Blockade-Modell, wiederum bestätigen, wie sehr auch hier Transfer-Mechanismen am Werke sind. Denn längst finden sich die Argumente, die Bilder, die Pläne und die Konzepte solcher Pro- und Contra-Kampagnen im Internet. Dort sind sie lokal genau dokumentiert, zugleich global nutzbar und auch jederzeit wiederholbar. Und sie dienen beiden Seiten so als „Best-Practice-Modelle“, die vielfach jenseits der konkreten Situation „vor Ort“ auch von nicht unmittelbar beteiligten Akteuren und in durchaus konfrontativer Absicht benutzt werden.

Gleichzeitig finden sich in den urbanen Räumen jedoch auch zahlreiche Beispiele für ein eher spielerisches Umgehen mit wechselseitigen Fremdheiten, also mit den unvermeidlichen Auto- und Heterostereotypen städtischer Alltagswelten. Viele davon stammen nicht von ungefähr aus dem Feld der ethnischen Ökonomien und der Kulturwirtschaft, also aus den besonders prosperierenden städtischen Bereichen. So hatte sich in Berlin in den letzten Jahrzehnten entlang des Landwehrkanals am Maybachufer im migrantischen Nord-Neukölln der so genannte „Türkenmarkt“ etabliert, auf dem viele türkische und arabische Händler wie Kunden zusammenkamen, aber auch andere Anwohner, Touristen oder Studierende.

Abb. 9: Türkenmarkt ([http://www.pps.org/great\\_public\\_spaces/one?public\\_place\\_id=960](http://www.pps.org/great_public_spaces/one?public_place_id=960))

Seit wenigen Jahren nun hat sich zwar das Angebot auf diesem Markt kaum verändert, jedoch sein kulturelles Branding. Denn nun stehen an beiden Enden der Straße neue Schilder, die den Markt in „BiOriental-Markt“ umtitulieren, also als eine Mischzone aus Angeboten zu „biologischer“ Gesundheit und „orientalischer“ Exotik inszenieren.

Abb. 10: BiOriental Markt (<http://bioberlin.wordpress.com/2008/03/11/biomarkte-bioriental-am-maybach-ufer/>)

Damit wird zugleich ein kulturelles „Upgrading“ versucht. Aus der leicht abfällig kodierte „Türken-Billigware“ der Vergangenheit wird ein „ökologisch-biologisch“ veredeltes Produkt gemacht – gleichgültig ob es sich um Tomaten, Gewürze oder Stoffe und um dieselben Produkte wie vorher handelt oder nicht. Und – noch wichtiger – die „Akteure“ selbst basteln sich eine neue Identität: Aus dem deutschen Hetero-Stereotyp der „Türken“, das eher diskriminierend als exotisch gemeint war und alles Arabische oder Palästinensische gleich mit einschloss, wird nun über den Zwischenschritt des klassisch exotischen Hetero-Stereotyps des „Orientalen“ die trotzig Wendung zum Auto-Stereotyp: „Wir Orientalen!“ Das europäische postkoloniale Gedächtnis wird damit in seiner „politisch korrekten“ Version also geschickt instrumentalisiert.

Abb. 11: Die Karawane Gemälde

Dies ist „Ethnic Branding“ als performative Strategie im Rahmen von Prozessen des „Urban Branding“. Und wie erfolgreich diese Strategie wirkt, lässt sich in Neukölln beobachten, wo hinter diesem BiOriental-Markt nun „Kreuzkölln“ floriert: die Übergangszone zwischen Kreuzberg und Neukölln als ein „Kiez“ im Gentrifizierungsprozess. Ähnliches vollzieht sich gegenwärtig in vielen anderen Städten von Oslo über London bis nach Beijing, wo die „orientalischen“ Cafés, Bars, Basare, Restaurants, Modeshops, Bäder oder Musikläden nur so aus dem Boden schießen bzw. sich einfach selbst neu „orientalisieren“. Es handelt sich also

um eine zunächst durchaus erfolgreiche Markt- und Jobstrategie, die zugleich auch neue kulturelle und identitäre Akteursstrategien nach sich zieht.

### *Mediterranisierung des urbanen Raumes?*

Auch diese Orientalisierung bzw. Selbstorientalisierung urbaner Akteure und Praxen trägt einiges zu jenem Prozess bei, den ich als „Mediterranisierung der Innenstädte“ bezeichnen möchte. Damit will ich auf eine ganz bestimmte und prägnante Veränderung urbaner Räume und Mentalitäten aufmerksam machen, die in den letzten Jahren vor allem die mittel- und nordeuropäischen Städte erfasst: eine Art Selbstexotisierung ihrer Straßenszenen und Freizeitstile.

Um die Vorgeschichte nur kurz zu rekapitulieren: Nach der seit den 1960er Jahren bitter beklagten „Unwirtlichkeit der Städte“<sup>5</sup>, die sich auf die soziale und architektonische Ödnis der Stadtlandschaften bezog, aber auch auf die wachsende Verkehrsflut, auf die Anonymität des urbanen Lebens und auf die dramatische Stadtflucht dieser Zeit, wurden vielfältige administrative und kulturpolitische Gegenprogramme gestartet: als Belebungsversuche „von oben“. New York etwa entwarf damals in dieser tiefsten Krise seiner Geschichte jenes verzweifelte T-Shirt „I love New York“, das von den Stadtjugendlichen heute als hippestes Lokalmotto missverstanden und gerne auch in der deutschen Kleinstadtvariante getragen wird: „I love Castrop-Rauxel“. Damals war es in New York ein letzter trotziger Appell: „Verlasst uns nicht!“ – wie viele andere auch von London bis Berlin. Jedenfalls erfolgte damit nun schrittweise eine systematische „Kulturalisierung“ großstädtischer Landschaften in Europa: durch subventionierte Kulturprogramme und Kultureinrichtungen wie durch Geschichtspfade und Tourismuskonzepte. Insofern könnte man die 1980er Jahre dann als eine Zeit der „Festivalisierung“ der Stadtkultur betrachten, in der Musikkonzerte und Theaterveranstaltungen, Literaturzyklen und Filmfestivals beides erreichen sollten: eine neue und positive Thematisierung der Stadtkultur nach außen und zugleich eine wachsende Attraktivität der Städte nach innen. In den 1990er Jahren kamen dazu die neuen Konzepte der „Eventisierung“ der Stadtkultur, als zunehmend kommerzielle Großveranstaltungen die Internationalität der Stadtkultur, den Tourismus und das City-Branding verstärken sollten. Mit Massenparties, „Klassik im Park“ und „Carnival Parades“ sollten der „Stadt als Marke“ neue Akzente verliehen und neue Märkte eröffnet werden. Und der explodierende Städtetourismus dieser Zeit hat diese Kulturalisierungsprogramme offensichtlich auch dankbar aufgenommen.

Nun also, in den letzten Jahren, scheint die „Mediterranisierung der Innenstädte“ auf der Tagesordnung zu stehen. Damit ist keineswegs nur die längst übliche Eingemeindung „mediterraner“ Pflanzen, Esskulturen und Lebensstile gemeint, wie wir sie seit der Zeit des Mittelmeer-Massentourismus kennen, als Pizza und Spaghetti, Espresso und Sonnenbrille zu „europäischen“ bzw. „interkulturellen“ Stilornamenten wurden. Vielmehr geht es um sehr viel umfassendere Effekte, die mitten in den Städten durch kulturelle Transfer- und Collageeffekte die Imagination einer urbanen Oase aus „sun, sand and sea“ entstehen lassen. Wobei die Betonung deutlich auf „Imagination“ liegt: Es ist ein durchaus spielerischer, oft sogar selbstironischer, manchmal auch selbstreflexiver, stets natürlich aber auch kommerzieller Umgang mit Sehnsüchten nach solchen „Mittelmeer-Oasen“ in eher nördlich-kühlen und geschäftig-kahlen Stadtlandschaften. Dabei ist vor allem die Qualität als „Outdoor-Landschaft“ entscheidend: mit Straßencafes und Biergärten, mit Fußgängerzonen und Flaniermeilen, mit Party-Locations und städtischen Stränden, mit Parks und Plätzen. Diese Landschaft ist in sich wiederum durch neue urbane Passagen verbunden und zwar nicht durch

---

<sup>5</sup> Mitscherlich, Alexander: Die Unwirtlichkeit unserer Städte, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1965.

gebaute, sondern durch flaneurhaft sich entwickelnde Übergangswege zwischen den verschiedenen „to-go-areas“. Die einzelnen Orte selbst sind zwar mit vielfältigen Accessoires neu ausgestaltet als „mediterrane“ Urlaubs-, Pflanzen- und Möbelwelten. Aber ihre Wirkung beruht sehr viel mehr als auf (fehlenden) klimatischen und (vorhandenen) mobiliaren Voraussetzungen vor allem auf der Bereitschaft zur „Mediterranisierung“ urbaner Mentalitäten: das Straßencafé und die Strandbar eben auch als symbolische Orte einer postfordistischen „Genussgesellschaft“, die von den Kaffeetischen und aus den Liegestühlen bei Capuccino oder Caipirinha ebenso cool wie programmatisch signalisiert: „It’s chill-out!“

Welch dramatischen Mentalitätswandel – zumal in deutschen Städten – dies bedeutet, kann nur ermessen, wer sich noch an urbane Szenerien der 1980er Jahre erinnert, als die italienischen Eiscafés noch als einsame Vorläufer dieser Mediterranisierung fungierten. Damals konnte man in den meisten mitteleuropäischen Städten kaum irgendwo draußen sitzen und essen, auch nicht in diesen Eiscafés, weil deren „Dolce Vita“ eben nur drinnen zu genießen war. Der Eisbecher musste hinter den Stores gelöffelt werden, weil alles andere einer Provokation des draußen und öffentlich herrschenden Lebensstils und Arbeitsethos gleichgekommen wäre.

Nun jedoch kommt es im Zuge des urbanen „Placemaking“ nicht nur zu einer Neugestaltung der urbanen Räume und Stadtlandschaften, sondern offenbar auch zu einer deutlichen Veränderung dieser großstädtischen Mentalität und Identität. Eine in dieser Hinsicht bereits besonders bemerkenswerte neue „Raum-Ikone“ verkörpert dabei der „Stadtstrand“. Berlin zählte im Sommer 2010 über 30 solcher Strände, während in München der Antrag auf einen weiteren, fünften oder sechsten, von der Verwaltung angeblich mit dem Argument abgelehnt wurde: sonst sähe es hier ja so aus wie in Berlin – eine tendenziell grauenhafte Verwechslung!

Abb. 12: Kiki Blofeld-Strand (<http://www.berlin.de/orte/strandbars-und-biergaerten/kiki-blofeld/>)

Die Idee dieses „plage urbaine“ stammt aus Paris. Dort wurden Ende der 1980er Jahre die rampenartigen Uferstraßen der Seine im Sommer abschnittsweise mit Sand bedeckt, vor allem auf der Südseite der Seine rund um ein im Fluss verankertes Badeschiff, um für Einheimische wie Touristen in der Sommerhitze „Oasen in der urbanen Wüste“ zu schaffen. Dabei bezieht sich die natürliche Oase bekanntlich stets auf Wassernähe und diese Voraussetzung war auch in Paris immerhin gegeben. Viele neue Stadtstrände jedoch, die sich inzwischen von Paris aus über die europäischen Städte ausgebreitet haben, können auf diesen Wasseranschluss offenbar auch leicht verzichten. Denn der Strand ist ohnehin mehr als eine imaginative Veranstaltung gedacht, mehr ironisches Konstrukt und exotisches Zitat, denn physische Realität. So liegt etwa im schönen Bochum der örtliche Strand direkt am Eisenbahndamm und manch anderer einfach hinter dem Rathaus. – Immerhin: Überall gibt es wenigstens Wasser zum Trinken!

Abb. 13: Bundespressestrand ([http://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Datei:Berlin\\_Strandbad\\_02\\_%28raboe%29.jpg&filetimestamp=20080703205525](http://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Datei:Berlin_Strandbad_02_%28raboe%29.jpg&filetimestamp=20080703205525)) mit Lizenzvertrag

Auch das Strandmodell selbst ist längst in vieler Hinsicht kreativ ausdifferenziert. Auf den Sand gehören zunächst Liegestühle aller Art, die vom echten italienischen Designermöbel über den preiswerten IKEA-Leichtbau bis zu Tropenholz-Deckchairs oder eben auch Ostsee-Strandkörben reichen, dazu natürlich Sonnenschirme und unbedingt eine Strandbar. Unverzichtbar ist dann vor allem „mediterrane Natur“: Palmen, Oleander und auch tropische Pflanzen, passender Weise in italienischen Terrakottatöpfen aus Plastik, dazu karibische

Musik aus den Lautsprechen und Caipirinha oder Mojito im Glas. Das „Mediterrane“ wird räumlich wie kulturell also sehr weiträumig und großzügig interpretiert. Und dies alles ist dann zu genießen in möglichst legerer „Strandkleidung“ vom Anzug bis zum Bikini, unbedingt aber mit Sonnenbrille auf der Nase und Flip Flops an den Füßen.

Abb. 14: Palme (privat)

Urbane „Mediterranisierung“ meint also insbesondere dies: eine intensive Ver-Palmung der Innenstädte, das Vordringen freizeitleicher Liegemöbel und zuvor „privater“ Liegehaltungen in den öffentlichen Raum, vor allem aber einen demonstrativen „leisure time-Habitus“ der Akteure. So spielt der Gestus des „Mediterranen“ natürlich ausdrücklich mit ästhetischen wie mentalen Motiven, die anzitiert und umgearbeitet werden, um Vertrautes, Lokales, auch Langweiliges zu verfremden und zu exotisieren. Dabei geht es stets um zweierlei: zum einem um ästhetische Praxen, die durch die Gestaltung mit Liegen, Sonnenschirmen, Grill, Palmen und Lichterketten die Stadtstrände in mancherlei Hinsicht wie „öffentliche Balkone“ garnieren, in gewisser Weise also eine ästhetische und funktionale Privatisierung des öffentlichen Raumes bedeuten. Unterstrichen noch durch die habituelle Pose des „Chill-out“, des demonstrativen „Ich bin nicht in Arbeit!“. Und dieses Mischmodell aus Ambiente und Habitus scheint transferierbar von Helsinki bis Barcelona, eben als imaginative Atmosphäre, nicht als physische Meteosphäre. Zum anderen geht es dabei auch stets um kommerziell unterlegte Praxen. Auch Strand- und Kulturinitiativen sind Teil der urbanen Kulturindustrie, die in Berlin etwa bald schon zum größten Wirtschaftssektor heranwachsen.

Denn dies darf hier nicht übersehen werden: Es sind heute in aller Regel an Konsum gebundene Praxen, die uns als zentrales Muster die Teilhabe am öffentlichen Raum und die Teilnahme an der Stadtkultur ermöglichen. Auch Sand, Sonne, Caipirinha am „wilden“ Stadtstrand „kosten“ eben. Und vieles davon ist auch organisiert und inszeniert für den rasant anwachsenden Stadttourismus: keineswegs nur für die Billigflieger und Touristen „von draußen“, sondern auch für uns selbst, für die Stadtbewohner, die in dieser urbanen „Outdoor-Landschaft“ längst zu Touristen in der eigenen Stadt geworden sind. Dieser „innere Tourismus“ wird von den Eingeborenen stillschweigend goutiert, der „äußere Tourismus“ hingegen gerne kritisiert oder gar bekämpft. So wenden sich urbane Szenen und Subkulturen teilweise bereits recht aggressiv gegen das urbane Tourismusphänomen, um ihre eigenen lokalen Stammesgründe zu verteidigen.

Abb. 15: Tourismusgraffito (privat)

Abb. 16: TIP „X-Kölln: Avantgarde“ TIP Berlin

Und in Hamburg verwahrten sich im vergangenen Jahr Gruppen von Kulturschaffenden energisch dagegen, dass in dieser touristischen und kommerziellen Manier Stadt weiter als „Marke“ vermarktet wird, der gerade die Sub- und Kreativkulturen ihre besondere Note verleihen sollen. Ihr Manifest war überschrieben: „Marke Hamburg – not in our name!“

Was hier als „Mediterranisierung“ apostrophiert und skizziert ist, prägt den urbanen Raum jedenfalls deutlich um. Nicht nur im Sinne der Be-Palmung und Versandung, sondern eben auch im Blick auf den Habitus der Stadtgesellschaft, deren lässiges Schlendern durch die Stadtlandschaft vielleicht an Walter Benjamins Figur des „Flaneurs“ erinnern lässt. Diese Assoziation trägt aber wohl doch nur oberflächlich, denn Benjamins Flaneur ist eben einzelgängerisch, extravagant und randständig in seiner Beobachtungsposition zum urbanen Raum und den urbanen Massen. Der heutige urbane „Strand-Flaneur“ hingegen ähnelt eher

dem Partygänger, der mehr die Schokoladenseiten der Stadt aufsucht als ihre Hinterhöfe und mehr dem sozialen und kulturellen Mainstream zurechnet. Immerhin entstehen daraus aber neue Raumpraxen, die die Stadtlandschaft einerseits neu öffnen und erschließen, also neue „soziale Räume“ insbesondere auch für Jugendkulturen, für Musik- und Kunstszenen wie für Freizeitkulturen schaffen. Andererseits werden die urbane Räume dadurch aber auch ökonomisch und kulturell verengt, wenn „exotische“ Szenen und „exklusive“ Territorien abgesteckt werden – durchaus auf beiden sozialen Ufern: entweder als für Normalsterbliche unbezahlbare „Premiumpreis“-Räume wie in den Innenstädten von London, Moskau und Barcelona oder eben als durch Szenen oder Jugendkulturen „besetzte“ Flussufer oder Häuser, die sich das Kommerzielle und Touristische durch einen entsprechend jugendlichen „Rempel-Habitus“ auf Abstand halten.

### *Neue urbane Vergemeinschaftungen?*

Diese Veränderung der urbanen Raumpraxen und Raumstrukturen korrespondiert mit dem Entstehen neuer urbaner Konfigurationen. Denn an den Stadtstränden und auf den Flaniermeilen, in den Straßencafes und bei den Events bilden sich nun auch vermehrt urbane Gruppenformationen und Vergemeinschaftungsformen heraus, deren Spektrum weiter und bunter ist als bisher: von den großen Formaten musikalischer Massenevents oder partyähnlicher Street Parades über karnevalistische Veranstaltungen und andere urbane Festformen, auch Aktionen und Events der sozialen Netzwerke mit ihren Demonstrationen oder Flash Mobs bis zu den kleineren Formen von Kunstinitiativen, die Aktionen der „urban art“, des „urban knitting“ oder „urban gardening“ veranstalten, indem sie urbane Objekte umhäkeln und durch mobile Minipflanzungen „Beheimatungen“ versuchen, oder eben schlicht den Straßencafé-, Strand- und „chill-out-communities“.

Abb. 17: Love Parade (<http://www.netzfoto.de/html/home2.html>)

Abb. 18: Karneval der Kulturen ([illustriertestadt.de](http://illustriertestadt.de))

Abb. 19: Urban Knitting Bus (<http://roblitz.wordpress.com/2009/05/18/knitta-please-ii/>) frei

Abb. 20: Urban Knitting Beijing (privat)

Viele einzelne Phänomene sind zwar nicht neu. Aber die Ausweitung der Formen und die extreme Verdichtung der Anlässe, die in urbanen Räumen regelmäßig kleine Gruppen wie große Massen auf die Beine bringen und zusammenführen, bestätigt eine dramatische Zunahme der Aktivitäten und einen rasanten Zulauf aus ganz unterschiedlichen sozialen Gruppen und Generationen. Dabei steht offenbar die Suche nach dem „Gruppenerlebnis“ im Vordergrund, verbunden mit dem Wunsch nach „emotionaler“ Vergemeinschaftung und der Vorstellung von stadträumlicher Erfahrung als einem offenen „Draußen“.

Damit bezieht sich vieles ganz nachdrücklich auf jene spätmodernen urbanen Lebensstile, in denen Wechsel und Wandel, Mobilität und Migration eine prägende Rolle spielen und die deshalb auch Atmosphären kultureller Vielfalt und kultureller Toleranz assoziieren. Organisiert und inszeniert wird diese Suche dann bewusst als „symbolische“ Praxis, als ein besonderer Stil, der buchstäblich bedeutungsvoll wirken will, um die Teilnehmenden zu integrieren. Ziel ist die Schaffung von Orten und Bewegungen, die man in ihrem Selbstverständnis wohl als eine Art „populäre Avantgarde“ beschreiben könnte: initiativ und kreativ in ihren Themen und Anliegen, offen und integrativ für urbane Akteure und Szenen. Und nur so, durch diese symbolische Kodierung ihrer Aktionsformen und Aktionsräume

werden diese Bewegungen auch sichtbar und lesbar. Umgekehrt macht sie diese performative Qualität auch flexibel und mobil – und damit transformierbar wie transferierbar. Modelle wie das „Straßencafé“, der „Stadtstrand“, das „Event“ oder die „Street Parade“ werden so zunehmend ortsunabhängig, durch Facebook und andere Netzwerke leicht organisierbar und damit zugänglich und attraktiv für unspezifische Publika. Es sind „Erlebnisgemeinschaften“ auf Zeit, die offensichtlich gerade auch deshalb so großen Zuspruch und Zulauf finden, weil sie stets beides anbieten: Sinn und Sinnlichkeit, Mobilität und Emotion, Organisation und Spontaneität, Bindung und Freiheit – und dazu kleine Versprechen von „Gemeinschaft“ und „Beheimatung“. Vermutlich sind es gerade diese vielfach frei gestaltbaren Praktiken der „Zuordnung“ auf Zeit, die diese urbanen Vergemeinschaftungsprozesse charakterisieren.

Nun wissen wir aus der Geschichte der Sozialwissenschaften, dass gerade der Begriff der Gemeinschaft eine überaus problematische Kategorie darstellt, die nur schwer theoretisch zu fassen und empirisch zu konzeptualisieren ist. Bei Ferdinand Tönnies noch ist damit ein „naturorganischer Verband“ bezeichnet, den Tönnies als zweckgerichteten Zusammenschluss betrachtet und damit als ein Gegenüber der Gesellschaft.<sup>6</sup> Émile Durkheim sieht in der Gemeinschaftskonstruktion vor allem die Frage nach dem Zusammenhang von Gruppenmoral und Kollektivbewusstsein enthalten, also nach der Vereinbarkeit individueller Bedürfnisse mit normativen Gruppenbezügen.<sup>7</sup> Bei Max Weber dann wird die „Vergemeinschaftung“ als eine soziale Beziehung betrachtet, die auf „subjektiv gefühlter (affektuellem oder traditionaler) Zusammengehörigkeit der Beteiligten“ beruhe.<sup>8</sup> Und in diesem Weberschen Verständnis der auch auf das Affektive und Traditionale bezogenen Gemeinschaft ließe sich der Begriff wohl auf spätmoderne und urbane Lebenswelten anwenden, weil dort besonders vielfältige und vielgestaltige soziale Konfigurationen sichtbar werden, in denen immer wieder Fragen der Zugehörigkeit und Strategien der Zuordnung verhandelt werden. Dabei verschiebt sich die Tendenz deutlich hin auf die Zuordnungsstrategien, in denen der Gruppenbezug nicht einfach „naturwüchsig“ vorgefunden, sondern bewusst aufgesucht, ausgesucht, gewählt wird. Es ist also ein ausgesprochen konstruktives Moment in diesem Gemeinschaftsverständnis enthalten, wenn von spätmodernen Erlebnisgemeinschaften die Rede ist.

Daher scheint mir die These naheliegend, dass all diese Vergemeinschaftungspraxen heute vor allem als ein breites Angebot von symbolischen Zuordnungsstrategien wirken, also durchaus als ein eigenes soziales Feld von „Wir-Konstruktionen“, die durch ihre spezifische Zugänglichkeit bestechen und sich damit spätmodernen Lebensumständen geschmeidig anpassen. Denn zum ersten sind sie multipel und kombinierbar, lassen also Mehrfach- und Mischidentitäten zu. Zum zweiten sind sie als soziale Konfiguration flexibel: Sie können offen und fließend sein wie Eventpublika, aber auch distinktiv und differentiell wie fundamentalistische religiöse Gemeinschaften. Zum dritten vermitteln sich ihre Ästhetik und Emotionalität vor allem über rituelle und mediale Formate, also über Gesten und Posen, über Bilder und Symbole als allen leicht zugängliche und sichtbare Repräsentationspraxen. Zum vierten ist in ihnen die räumliche Dimension sehr stark ausgeprägt: Sie knüpfen sich meist an ganz besondere urbane Räume und Orte, an Fest- und Eventplätze, an Treffpunkte und Flanierzonen, die daraus auch ihre spezifische Urbanität beziehen. Zum fünften drückt sich darin deutlich eine Tendenz zur „Privatisierung“ des öffentlichen Raumes aus, zur öffentlichen Inszenierung privater Lebensstile und Haltungen – die liegende Haltung im

<sup>6</sup> Tönnies, Ferdinand: Gemeinschaft und Gesellschaft: Abhandlung des Communismus und des Socialismus als empirischer Culturformen, Leipzig: Fues 1887.

<sup>7</sup> Durkheim, Émile: Über soziale Arbeitsteilung: Studie über die Organisation höherer Gesellschaften, Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1988.

<sup>8</sup> Weber, Max: Wirtschaft und Gesellschaft: Grundriss der verstehenden Soziologie, 5. Aufl., Tübingen: J.C.B. Mohr 1972, S. 21f.

Liegestuhl am Stadtstrand wäre noch vor 10 Jahren wohl als „obszön“ empfunden worden. Und zum sechsten sind die Anlässe und Modelle, die Ästhetiken und Stile eben in der Tat hochgradig „transferierbar“. Sie sind als Praxis-Set oder Net-Set längst Teil der intellektuellen wie praxeologischen Ausrüstung der Urbaniten.

Zum Schluss: All diese Formen und Praktiken der Repräsentation, der Mediterranisierung und der Vergemeinschaftung sind Bestandteile eines Prozesses, den man als fortschreitende „Kulturalisierung“ der Stadtgesellschaften betrachten muss. Die Bezugnahme auf das kulturelle Erbe der „europäischen Stadt“ in Form von Geschichte, Politik, Architektur und Bürgerkultur, die Neuordnung der Stadtlandschaften durch kulturelle Orte, Events und Flows, die Ausprägung neuer symbolischer Stile und Praxen, die in die Stadträume den Charakter von „leisure scapes“ einschreiben und die Einbindung lokaler Räume in globale Bewegungen, Trends, Netze und Symbole: All dies verstärkt den Eindruck, dass die städtischen Räume und Kulturen mehr denn je zum „kulturellen Labor“ unserer Gesellschaft werden. Hier werden Identitätsvorstellungen und Zugehörigkeiten neu thematisiert und verhandelt, mit hoher symbolischer Prägnanz und performativer Qualität. Hier inszenieren sich die Akteure in der Stadt – und sie inszenieren damit zugleich die Stadt als Akteur. Und hier spielen die Bezüge nach außen eine ganz entscheidende Rolle: Transfer und Transformation verkörpern grundlegende Prinzipien der Produktion und Verbreitung urbaner Bilder und Imaginationen, die nun immer stärker die „Marke Stadt“ prägen. Dass das Graffiti ursprünglich aus New York kommt, der Stadtstrand aus Paris, die karibische Musik aus London, der Karneval aus Köln und der Döner aus Berlin, bleibt letztlich zweitrangig angesichts der Tendenz, urbane Räume und Lebenswelten in immer stärkerem Maße als „shared spaces“ zu begreifen. Einerseits gekennzeichnet durch „Massenauftritte“, die sich vom Konsum bis zum Event auf große gemeinsame Nenner im Blick auf Stile und Ästhetiken, Identitäten und Identifikationen beziehen. Andererseits und zugleich geprägt von konkurrierenden und differenzierenden Raumpraxen, in denen sich kleine und große Antagonismen abbilden: Einheimische gegen Auswärtige, Jugendliche gegen den Rest der Welt, Elite versus Masse. Und diese Konflikte drücken sich auch ganz praktisch auf der urbanen Bühne aus, wenn es um die Alternative zwischen Nachtruhe und Party geht oder zwischen Gentrifizierung und Kiezbewegung. Als Akteure jedenfalls treten dabei immer wieder spezifische Kerne auf wie jugendliche Peer Groups oder musikalische und künstlerische Szenen, soziale Bewegungen oder lokale Initiativen, meist eher geprägt von jüngeren Generationen, von männlichen Akteuren und von „gut Ausgebildeten“. Aber eben nur tendenziell: Deutlich zu beobachten sind auch generationsübergreifende Bewegungen, migrantische Interventionen und Initiativen, vielfach auch „integriert“ in soziale Bewegungen – und vor allem auch eine Verschiebung der Geschlechterverhältnisse, indem zunehmend jüngere Frauen in den urbanen Szenen und Räumen präsent sind, mit eigenen Praxen und in eigenen Formationen. Dies meint dann wohl auch: wachsende „zivilgesellschaftliche“ Formationen und Kompetenzen in den Stadtlandschaften.

Kulturelle Transferprozesse sind dabei ein zentrales Wirkungsprinzip von „Urbanität“, weil sie globale Prozesse und lokale Räume miteinander in Verbindung halten, weil sie über mediale Formate und Bühnen Austauschverhältnisse errichten und weil sie inhaltlich wie formal oft eben auch „Transformation“ bedeuten: die Aneignung und gleichzeitige Umarbeitung globaler Erscheinungsformen in dann wiederum spezifisch „lokale“ Lesarten und Konfigurationen. Transfer schafft so: „die Welt vor Ort.“