



universität
wien

MASTERARBEIT

Titel der Masterarbeit

„Der symbolische Kampf im und um Raum:

Die feinen Unterschiede in den Erscheinungsbildern von
Gastronomiebetrieben im Reuterquartier, Berlin-
Neukölln“

Verfasserin

Marlene Wetzel BA

angestrebter akademischer Grad

Master of Arts (MA)

Wien, 2015

Studienkennzahl lt. Studienblatt: A 066 905

Studienrichtung lt. Studienblatt: Soziologie

Betreuerin / Betreuer: Assoz. Prof. Dr. Roswitha Breckner

„Die Logik der öffentlichen Verbreitung von Zeichen (...) ermöglicht, ja erfordert zugleich eine Suche nach subtilen Unterscheidungen, die sich von dem Hintergrund grober Ähnlichkeiten abheben.“ (Bourdieu 1970: 63-64)

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
2	Theoretische Grundlagen.....	7
2.1	Das (Erscheinungs)Bild als präsentative Repräsentation und Ausdruck des Habitus.....	7
2.1.1	Ontologische Bestimmung von Bildern	7
2.1.1.1	Das Bild als Repräsentation von etwas Abwesendem	8
2.1.1.2	Das Bild als Bild: Phänomenologische Bildbestimmung.....	11
2.1.2	Die Habitus-theorie.....	15
2.1.2.1	Der leiblich-praktische Handlungssinn des Habitus	15
2.1.2.2	Die Sozialität des Habitus	18
2.1.2.3	Der Habitus als „opus operatum“ und „modus operandi“ der Sozialstruktur	20
2.1.3	Übertragung auf das Thema der Masterarbeit.....	21
2.2	Die Theorie der „symbolischen Gewalt“	27
2.2.1	Die Klassentheorie Bourdieus.....	27
2.2.2	Der klassentheoretische Milieuansatz nach Vester et al.	28
2.2.3	Die Symbol- und Distinktionstheorie Bourdieus	30
2.2.4	Die „Komplizenschaft“ von Habitus und Feld/Kulturwelt	36
2.2.5	Der Habitus und die interdiskursive, kulturelle Wissensordnung	39
2.2.6	Übertragung auf das Thema der Masterarbeit.....	41
2.3	Das Reuterquartier als Kulturwelt	46
2.3.1	Der sozial angeeignete, physische Raum als Kulturwelt.....	46
2.3.2	Abriss der Bebauungs- und Sozialgeschichte des Reuterquartiers.....	48
2.3.3	Übertragung auf das Thema der Masterarbeit.....	50
3	Methodologie und Methodik.....	53
3.1	Methodologische Konzeption.....	53
3.2	Das Forschungsdesign und der Forschungsprozess.....	58
3.2.1	Forschungsfrage, Sampling und Feldfotographie	59
3.2.2	Analyse der Erscheinungsbilder.....	65
3.2.2.1	Die Ikonologie Panofskys: Drei Ebenen bildlichen Sinns	66
3.2.2.2	Das Konzept des Sehenden und Wiedererkennenden Sehens.....	67
3.2.2.3	Sehendes und wiedererkennendes Sehen in der Segmentanalyse.....	69
3.2.2.4	Interpretationsgruppen und rekonstruktiv-abduktive Hypothesen.....	70
3.2.2.5	Die Methode der Segmentanalyse	72
3.2.3	Auswertung und Abstraktion der Ergebnisse der Segmentanalysen	76
3.2.3.1	Kontextualisierung der Erscheinungsbilder	77

3.2.3.2	Abstrahierende Typenbildung	79
4	Empirische Ergebnisse	86
4.1	Ergebnisse der Segmentanalysen	86
4.1.1	Ergebnisse der Segmentanalyse des „Herthaners“	88
4.1.2	Ergebnisse der Segmentanalyse des „Saharas“	98
4.1.3	Ergebnisse der Segmentanalyse des „Freien Neukölln“	105
4.1.4	Ergebnisse der Segmentanalyse von „Bullys Bakery“	117
4.1.5	Ergebnisse der Segmentanalyse von „Fuchs und Elster“	132
4.1.6	Ergebnisse der Segmentanalyse von „Falafel Jakoub“	145
4.2	Ergebnisse des kontrastiven Vergleichs und Einbettung in die Hintergrundtheorie	152
5	Fazit	158
5.1	Formale und inhaltliche Unterschiede	161
5.2	Bedeutung der feinen Unterschiede im symbolischen Kampf im und <i>um</i> Raum	166
5.3	Ausblick	170

1 Einleitung

Mit seinem 1979 erschienenen Werk „La distinction. Critique sociale du jugement“, auf Deutsch „Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft“, hat der französische Soziologe Pierre Bourdieu der marxistischen Klassentheorie eine kulturtheoretische Wendung gegeben (vgl. Eder: 1989). Nach Bourdieu führen die faktischen Kapitalunterschiede zwischen den sozialen Klassen und die daran geknüpften Unterschiede in den materiellen Lebensbedingungen dazu, dass die AkteurInnen (un)bewusst differente Wahrnehmungs-, Denk-, und Handlungsschemata (Habitus) ausbilden. Dadurch entwickeln sie auch klassenspezifische Lebensstile, –entwürfe und Werte. Weiterhin geht Bourdieu davon aus, dass die symbolischen Unterschiede zwischen den Lebensstilen das Klassengefüge erhalten. Der Klassenkampf stellt sich somit vornehmlich als symbolischer dar und spielt sich in den verschiedenen Bereichen der Gesellschaft ab, die er „Felder“ nennt. In den Feldern herrschen jeweils eigene „Spielregeln“ und symbolische Ordnungen, die das Handeln der AkteurInnen strukturieren (vgl. Bourdieu 1974, Bourdieu 1987a, Bourdieu 1987b, Bourdieu 2001).

Mit dem „klassentheoretischen Milieuansatz“ nach Vester et al. kann davon ausgegangen werden, dass die bourdieusche Klassentheorie - die Theorie der „symbolischen Gewalt“- auch in der pluralisierten Dienstleistungsgesellschaft Deutschlands (noch) gilt (vgl. Vester 2013; Geißler 2014).

Auf der Basis der Theorie der „symbolischen Gewalt“ und dem klassentheoretischen Milieuansatz untersucht die vorliegende Masterarbeit die symbolischen Unterschiede zwischen den Werken von AkteurInnen in einem spezifischen (Praxis)Feld, zu einem festen Zeitpunkt *und* in einem räumlichen Kontext: die Erscheinungsbilder von Gastronomiebetrieben im Reuterquartier in Berlin-Neukölln im Sommer 2014. Dabei erfährt der räumliche Kontext besondere Berücksichtigung. Damit soll der Forderung Rechnung getragen werden, dass in sozialwissenschaftlichen Analysen beachtet werden muss, dass auch von sozial angeeigneten, physischen Räumen strukturierende Wirkungen ausgehen (vgl. Löw 2001). Die Gestaltungshandlungen, in denen die Erscheinungsbilder von Gastronomiebetrieben hergestellt werden, werden danach durch eine raumspezifische Feldordnung strukturiert. Das Reuterquartier wurde als Forschungsfeld gewählt, da es eine heterogene Bevölkerungsstruktur aufweist (vgl. Bouali, Gude 2014). Durch die räumliche Kopräsenz verschiedener sozialer Gruppen

werden die feinen Unterschiede zwischen den sozialen Positionen in den Erscheinungsbildern der verschiedenen Gastronomiebetriebe umso offensichtlicher.

Die vorliegende Arbeit versteht sich also als kontextspezifische (Praxis)Feldanalyse in der Tradition Bourdieus. Dabei soll gezeigt werden, wie die Erscheinungsbilder als Symbole von sozialen Klassen beziehungsweise Milieus beschaffen sind. Genauer: *worin* die feinen symbolischen Unterschiede zwischen den Erscheinungsbildern liegen und *wie* sie produziert werden.

Mit Erscheinungsbildern sind die Außenpräsentationen der Ladenlokale gemeint - ihre gesamte Gestalt(ung), die von der Straße aus zu sehen ist: zum einen die Fassade des Lokals, samt Fenster, Türen und Markisen, etc. Zum anderen sämtliche Artefakte, die zu dem Ladenlokal gehören und vor dem Ladenlokal im Straßenraum platziert wurden, also Außenbestuhlung, Blumenkästen, Sonnenschirme usw.

Mit der „Sozialtheorie des Bildes“ von Roswitha Breckner wird davon ausgegangen, dass das Wesen der Erscheinungsbilder mit der Ontologie von Bildern vergleichbar ist. Somit werden die Außenpräsentationen als Bilder begriffen und als solche interpretiert (vgl. Breckner 2010).

Auf der Grundlage eines sozialkonstruktivistischen Verständnisses wird angenommen, dass Bilder maßgeblich an der Konstruktion der Wirklichkeit beteiligt sind. Sie (re)produzieren das in einer Gesellschaft herrschende Wissen und damit eine bestimmte Wirklichkeit, die zwar nicht ausschließlich in Bildern besteht, aber ohne Bilder auch nicht in ihrer Form existieren könnte (vgl. ebd.: 269). Insofern wird die Klassengesellschaft auch durch Bilder erzeugt. Die angenommenen symbolischen Unterschiede zwischen den Erscheinungsbildern von Gastronomiebetrieben führen dazu, soziale Ungleichheit in dem kontextspezifischen (Praxis)Feld zu erhalten oder sogar zu verstärken. Die Arbeit wird somit untersuchen/demonstrieren, wie sich der Klassenkampf dort auf visuell-symbolischer Ebene manifestiert. Vorliegende Arbeit zielt folglich nicht darauf ab, die Intentionen der Gestalter zu verstehen, sondern will darlegen, welche feinen symbolischen Unterschiede sie *wie* mit der Gestaltung der Erscheinungsbilder erzeugen (vgl. Knoblauch 2010).

Das Reuterquartier ist ein ehemals marginalisierter Wohnbezirk in Berlin-Neukölln, der seit einigen Jahren von einem Bevölkerungs- und Strukturwandel betroffen ist (vgl. Bouali, Gude 2014). Dieser Wandel ist der Tatsache geschuldet, dass mehr und mehr statushöhere AkteurInnen in das Reuterquartier ziehen. Mit Bourdieu und Dirksmeier

kann nun angenommen werden, dass die verschiedenen Bewohnergruppen anstreben, das Reuterquartier ihren Bedürfnissen entsprechend zu nutzen oder (un)bewusst sogar darauf hinarbeiten, dieses exklusiv für sich zu beanspruchen (vgl. Bourdieu 1991a; Dirksmeier 2012). Es wird daher davon ausgegangen, dass die Erscheinungsbilder von Gastronomiebetrieben sowohl in einen symbolischen Kampf eingebunden sind, der *in* einem physischen Raum stattfindet als auch in einen symbolischen Kampf *um* den physischen Raum selbst. Dies entspricht der sozialkonstruktivistischen Perspektive, nach der die Materialität des Raumes entscheidend zu dessen Konstituierung beiträgt und als Herrschaftsinstrument fungieren kann, indem sie die Raumanneignung bestimmter sozialer Gruppen begünstigt und anderer erschwert (vgl. Dangschat 2009). Da die Erscheinungsbilder Teil der Architektur und somit der Materialität des physischen Stadtraumes sind, wird angenommen, dass sie als implizite visuell-materielle symbolische Herrschaftsinstrumente begriffen werden können, die zu dessen symbolischer Besetzung beitragen (vgl. Huber 2011a). Mit den Erscheinungsbildern „verräumlichen“ die Gestalter ihren Lebensstil, so dass diese symbolisch auf ihrer Präsenz und Beanspruchung des Raumes verweisen. Die feinen Unterschiede zwischen den Erscheinungsbildern und die Art und Weise, wie diese hergestellt werden, zeigen damit auch, wie die sozialen Gruppen ihre Präsenz und Beanspruchung um den Raum visuell-symbolisch darstellen.

Diese Betrachtungsweise verleiht der Masterarbeit besondere Forschungsrelevanz. So basieren derzeitige raumsoziologische Studien nach Dörfler selten auf soziologischen Klassen- beziehungsweise Milieutheorien jenseits des Individualisierungsparadigmas. In der Raumsoziologie stünden häufig Genderaspekte im Vordergrund, kaum untersucht würden Raumphänomene jedoch in Hinblick auf die Auseinandersetzung von sozialen Milieus (Dörfler 2013: 44). Auch die Durchsicht der Fachliteratur (Studien, Fachzeitschriften und E-Journals) ergab, dass besonders die visuelle Symbolik der von AkteurInnen hergestellten Artefakte im Raum bislang wenig untersucht wurde. Zwar spielen die Materialität und visuelle Erscheinung des Raumes oder die Wirkung von Architektur in der Architektursoziologie eine Rolle, diese sind jedoch meistens diskurs-beziehungsweise viskursorientiert ausgerichtet (vgl. exemplarisch Dangschat 2009; Löw 2009). Andere Studien untersuchen die Raumwahrnehmung von AkteurInnen mittels reflexiver Fotografie – exemplarisch etwa die Arbeit von Dirksmeier (vgl. Dirksmeier 2007). Studien, die die visuelle Symbolik von sozialen Milieus im

physischen Raum wissenssoziologisch und mit visuellen Methoden untersuchen, waren jedoch nicht zu finden.

Wie wurde die Forschung methodologisch konzipiert und methodisch umgesetzt?

Die Forschungslogik Bourdieus, die als „Ableitungslogik“ kritisiert wird, erschien für vorliegendes Thema und den Forschungsgegenstand ungeeignet, um herauszuarbeiten, worin genau die *feinen* Unterschiede in den Erscheinungsbildern der Gastronomiebetriebe bestehen und wie diese hergestellt werden (vgl. Diaz-Bone 2010; Breckner 2010). So wird seine „Ableitungslogik“ weder dem spezifischen Charakter von (Erscheinung) Bildern als *autopoietische, präsentative* Sinngewebe, noch seiner eigenen praxeologischen Ontologie gerecht (vgl. ebd.). Beides verlangte, dass die Erscheinungsbilder als einzelne Sinngewebe und praktisch-logisch entstandene Werke gedeutet werden, bevor sie in begriffliche Kategorien übersetzt und von ihnen ausgehend abstrahiert werden kann. Deshalb wurde die Erkenntnislogik interpretativer Sozialforschung gewählt und verschiedene qualitative Methoden miteinander kombiniert beziehungsweise trianguliert (vgl. Breckner 2013; Bohnsack 2013a, 2013b, 2013c, 2014; Flick 2000; Reichertz 2013; Rosenthal 2005; Przyborski, Wohlrab-Sahr 2008).

Die Erscheinungsbilder wurden in mehreren „Feldbegehungen“ im Sommer 2014 fotografiert. Die Fotografien wurden dabei lediglich als Hilfsmittel konzipiert und davon ausgegangen, dass sich der architektonische Gestaltungsrahmen der Erscheinungsbilder auf die Fotografien überträgt. Die Fotografien wurden dann in Anlehnung an die „komparative Analyse“ nach Bohnsack respektive aufgrund ihrer formalen Komposition typisiert (vgl. Bohnsack 2013a, 2013c). Dabei ergaben sich 5 Typen von Erscheinungsbildern. Aus diesen wurden jeweils eine „repräsentative“ Fotografie ausgewählt, Interpretationsgruppen vorgelegt und von diesen segmentanalytisch interpretiert (vgl. Breckner 2010). Die Ergebnisse der Segmentanalyse wurden anschließend durch eine Stilanalyse ergänzt, bei der fachexternes Wissen hinzugezogen wurde. Um die Ergebnisse der Segmentanalysen und Stilanalysen real existierenden Milieus zuordnen und in den klassentheoretischen Milieuansatz nach Vester et al. einordnen zu können, wurden sie dann in Bezug gesetzt zu den Charakteristika, die die sozialen Milieus nach den Sinusmilieus auszeichnen. Danach wurden die Ergebnisse der Segmentanalyse, die Ergebnisse der Stilanalyse und die Erscheinungsbilder selbst, erneut kontrastierend miteinander verglichen, um die

gedankenexperimentell beziehungsweise visuellexperimentell gewonnenen Hypothesen empirisch zu fundieren und die empirischen symbolischen Unterschiede aufzeigen zu können (vgl. Przyborski, Wohlrab-Sahr 2008). Anhand des kontrastiven Vergleichs konnte dann überprüft werden, ob und inwieweit die Erscheinungsbilder von Gastronomiebetrieben im Reuterquartier nach den bourdieuschen Distinktionsmustern angefertigt wurden. Den letzten Schritt der Untersuchung stellte die „theoretische Abstraktion“ dar, bei der von den Ergebnissen der Einzelbildanalysen ausgehend, auf theoretischer Basis verallgemeinert wurde, statt auf numerischer Grundlage.

Wie ist die Arbeit aufgebaut?

Im ersten Teil der Arbeit werden die für das Thema relevanten theoretischen Grundlagen erläutert (Kapitel 2). Im ersten Schritt wird dargestellt, wodurch sich das Wesen von Bildern auszeichnet und wie deren Gestaltung (durch den Habitus) bestimmt wird. Die ontologische Bestimmung von Bildern ist wichtig um zu verstehen, als was und in Hinblick worauf die Bilder letztlich interpretiert werden. Sie ist aber auch insofern relevant, da die Methode der „Segmentanalyse“, mit der hier gearbeitet wurde, darauf beruht. Grundlage ist die „Sozialtheorie des Bildes“ von Roswitha Breckner und die Vorlesung „Bildtheorien in soziologischer Perspektive“, die Professorin Breckner an der Universität Wien im Sommersemester 2013 hielt (vgl. Breckner 2010, Breckner 2013). Daran anschließend wird über die Phänomenologie von Maurice Merleau-Ponty die Habitus Theorie Bourdieus entfaltet, um die Distinktionstheorie handlungstheoretisch zu fundieren (vgl. Bourdieu 1987a, Bourdieu 1987b, 2001; Kraus, Gebauer 2013, Bermes 2004; Zenklusen 2010).

Im zweiten Schritt des ersten Teils wird dargestellt, wie Lebensstile als Ausdruck und Symbole von sozialen Klassen begriffen werden können und wie sie dazu führen, das bestehende Herrschaftsgefüge zu (re)produzieren. Dafür wird die bourdieusche Theorie der „symbolischen Gewalt“ dargestellt (vgl. Bourdieu 1974, 1987b, 2001; Diaz-Bone 2010). Außerdem wird die diskurstheoretische Erweiterung der Distinktionstheorie von Diaz-Bone skizziert, um die Annahme hegemonialer, kultureller Genrekonstruktionen theoretisch zu fundieren (vgl. Diaz-Bone 2010). Zudem wird sein Konzept der „Kulturwelten“ vorgestellt, da dieses für vorliegende Forschung geeigneter erschien als die „grobe“ Feldkonzeption Bourdieus. Kulturwelten konzipiert Diaz-Bone ähnlich wie die bourdieuschen Felder, allerdings sind diese eben mehr als „Teilfelder“ von diesen zu verstehen, in denen sehr spezifische Kapitalien gefragt sein können (vgl. ebd.).

Der dritte Schritt des Theorieteils bearbeitet die „Raumfrage“. Dabei wird erläutert, wie physische Räume als sozialkonstruierte Kulturwelten konzipiert werden können und inwiefern sie soziale Handlungen „eigenlogisch“ strukturieren. Dazu wird die Raumtheorie von Martina Löw skizziert (vgl. Löw 2001).

Im zweiten Teil der Arbeit (Kapitel 3) werden die gewählte Methodologie interpretativer Sozialforschung und das forschungspraktische Vorgehen beschrieben (vgl. Breckner 2013; Bohnsack 2013a, 2013b, 2013c, 2014; Reichertz 2013; Rosenthal 2005; Przyborski, Wohlrab-Sahr 2008). So wird erläutert, wie die Erscheinungsbilder methodologisch konzipiert wurden, auf welcher Grundlage sie sich anhand von Fotografien analysieren lassen, was in der Forschungspraxis berücksichtigt wurde und wie die verschiedenen Methoden miteinander trianguliert wurden. Ebenso wird die Unterscheidung bildlicher Sinnschichten dargestellt und dabei das Konzept des „sehenden und wiedererkennenden Sehens“ nach Imdahl sowie die „komparative Analyse“ nach Bohnsack erläutert. Schließlich werden die methodologischen Grundlagen und die Methodik der Segmentanalyse dargestellt (vgl. Breckner 2010; Bohnsack 2013c, Imdahl 2001).

Im dritten Teil werden die Ergebnisse der Segmentanalysen, der Stilanalysen und des kontrastiven Vergleichs dargelegt und in die Sinusmilieus beziehungsweise in den klassentheoretischen Milieuansatz eingeordnet (Kapitel 4). Ebenso wird untersucht, ob und inwieweit die Erscheinungsbilder der Gastronomiebetriebe im Reuterquartier nach den bourdieuschen Distinktionsmechanismen hergestellt wurden.

Schließlich wird im vierten Teil die Frage beantwortet, welche symbolischen Unterschiede in den Erscheinungsbildern von Gastronomiebetrieben im Reuterquartier sichtbar und wie diese hergestellt werden; ebenso welche Aussagen davon ausgehend in Bezug auf den symbolischen Kampf im und um den Raum getroffen werden können (Kapitel 5).

Die Bildsegmente der Segmentanalysen befinden sich im Anhang.

2 Theoretische Grundlagen

2.1 Das (Erscheinungs)Bild als präsentative Repräsentation und Ausdruck des Habitus

2.1.1 Ontologische Bestimmung von Bildern

In vorliegender Masterarbeit werden die Außenpräsentationen von gastronomischen Tauschgeschäften im Reuterquartier, Berlin-Neukölln, untersucht. Diese werden als von AkteurInnen hergestellte (Erscheinungs)Bilder begriffen und als solche interpretiert.

Was Bilder sind und wie sie ihre Bedeutung erhalten und entfalten, kann aus verschiedenen Blickwinkeln und mit unterschiedlichem Erkenntnisinteresse definiert werden. So bestehen vielfältige Bild-, Bedeutungs-, Symbol- und Zeichentheorien in verschiedenen Disziplinen, etwa der Philosophie, der Kunstgeschichte, den Visual Studies und der Soziologie.

Grundlage für die Wesensbestimmung von (Erscheinungs)Bildern in vorliegender Masterarbeit ist die „Sozialtheorie des Bildes“ von Roswitha Breckner, die diese in Zusammenschau und Weiterentwicklung von verschiedenen Bild- Symbol- und Zeichentheorien, insbesondere aber auf der Basis der Symboltheorie von Susanne Langer und phänomenologischen Bildkonzepten entwickelt hat. Susanne Langer wiederum hat ihre Symboltheorie in der Modifikation von Ernst Cassirer entworfen.

Ernst Cassirer ging von einer grundlegenden Symbolfähigkeit des Menschen aus. Durch seine Symbolfähigkeit unterscheidet der Mensch sich, Cassirer zufolge, erst von anderen Lebewesen. Symbolisierungen sind die Grundlage allen menschlichen Erkennens, so seine Annahme weiterhin. Anhand von Symbolisierungsprozessen, die alltäglich, permanent und selbstverständlichen ablaufen, eignet sich der Mensch die Welt erst an und (re)produziert sie. So begreift Cassirer die soziale Welt als genuin symbolische (vgl. Breckner 2013: 3. Einheit, Folie 4; Breckner 2010: 52-53). Aus Cassirers Theorie geht hervor, dass Menschen visuellen Formen, die sie sehen oder *erblicken*, einen Sinn zuschreiben - dies gilt sowohl für die Wahrnehmung als auch für die Herstellung visueller Formen.

2.1.1.1 Das Bild als Repräsentation von etwas Abwesendem

Eine grundlegende Bestimmung davon, was Bilder sind, stammt von Platon. Nach Platon sind Bilder stets Abbilder von Urbildern, den Ideen, welche nachgeahmt werden (Mimesis). Um als Abbild eines Urbildes erkannt zu werden, müssen die Formen zwischen Urbild und Abbild zumindest rudimentär übereinstimmen. Die Qualität eines (Ab)Bildes bestimmt sich in diesem Verständnis in seiner Beziehung zu dem Urbild, das es repräsentiert (vgl. Breckner 2013: 2. Einheit, Folie 3-8).

Susanne Langer begreift Bilder ebenfalls als Repräsentationen - und zwar von abwesenden materiellen Objekten und Sachverhalten aber auch von abstrakten Begriffen, Ideen und Phantasien (vgl. ebd.: 3. Einheit, Folie 5-6). Dabei können Bilder entweder als Anzeichen fungieren oder als Symbole.

Als *Anzeichen* kündigen Bilder abwesende Gegenstände oder Sachverhalten in direkter und eindeutiger Art und Weise an. Bildliche Anzeichen veranlassen Handlungen und sind somit gewissermaßen als Handlungsaufforderung zu begreifen. Langer differenziert dabei zwischen natürlichen Anzeichen, wie zum Beispiel Wolken und künstlichen Anzeichen, etwa Verbotsschilder (vgl. ebd.: 3. Einheit, Folie 5). Natürliche Anzeichen stellen Symptome eines Sachverhaltes dar, bei künstlichen Anzeichen werden von einer außerbildlich gegebenen Wirklichkeit wesentliche gestaltbildende visuelle Aspekte ins Bild übertragen (vgl. Breckner 2010: 267).

Demgegenüber stellen Bilder als *Symbole* keine direkte Handlungsaufforderung dar, sondern erzeugen Vorstellungen (Fiktionen) von etwas Abwesendem. Dies können Vorstellungen sein von abwesenden *materiellen* Gegenständen *und/oder* von *immateriellen* Ideen, Phantasien und Begriffen. Als Symbole haben Bilder dementsprechend zwei Funktionen:

1. Denotative Funktionen:

Das Bild fungiert als Repräsentant für ein abwesendes Objekt oder Sachverhalt, deren Vorstellung es hervor ruft. Denotative Symbole zeichnen sich durch Eindeutigkeit aus, das heißt, dass sie in *eindeutiger* Art und Weise auf abwesende Objekte und Sachverhalte verweisen.

2. Konnotative Funktion:

Bilder können auch die Vorstellung eines *immateriellen*, abstrakten Begriffs oder Sachverhalts erzeugen. Diesen kann das Symbol naturgegebenermaßen nicht abbilden, da dieser immateriell ist (vgl. Breckner 2013: 3. Einheit, Folie

7). Als Beispiel sei hier auf das Kreuz für das Christentum verwiesen. Konnotative Symbole sind willkürlich gewählt, so dass sie mit ihren Referenten in keiner Weise indexikalisch, das heißt in einem Ähnlichkeitsbezug verbunden sein müssen. „Symbole als Vorstellungen von Gegenständen (und der Welt) entstehen in sozialen und gesellschaftlichen Prozessen und sind zugleich deren Grundlage.“ (ebd.) Konnotative „Bildbedeutungen und Sinnbezüge gehen aus kulturellen Codierungen hervor und sind somit Teil auch sprachlich vermittelter, mehr oder weniger kollektiv geteilter Wahrnehmungs- und Sichtweisen (...)“. (Breckner 2010: 267) Die willkürlich gewählte Verbindung von Signifikant und Signifikat wird mit Charles S. Peirce dabei über Wahrnehmungskonventionen stabilisiert (vgl. Breckner 2013: 3. Einheit, Folie 15).

Die Bedeutungen von Bildern als Anzeichen oder Symbolen ist jedoch nicht als ihre Eigenschaft zu verstehen, sondern wird ihnen erst durch wahrnehmende und interpretierende „Subjekte“ beziehungsweise „Agenten“ (Bourdieu) in *relationalen* Symbolisierungs- und Bedeutungsprozessen zugeschrieben. Dies gilt für die Wahrnehmung wie für die Herstellung von Bildern (vgl. ebd.).

Langer differenziert Anzeichen und/oder Symbole weiterhin nach verschiedenen *Bedeutungstypen*, abhängig von Bedeutungs- und Erfahrungszusammenhängen, - etwa von Kunst, Religion, Politik, Sport, Wissenschaft etc. „Bedeutungstypen sind zahlreicher als die zwei Grundformen der Symbolisierung und entsprechen nicht notwendig der einen oder anderen Form. Bedeutungstypen entstehen, folgen wir Langer, in spezifischen *Situationen* im Hinblick auf bestimmte *Typen von Erfahrung*.“ (ebd.: 48; Hervorhebung im Original) Die Bedeutung eines Bildes als Medium der *Kommunikation* hängt von diesen Bedeutungszusammenhängen ab. Letztlich bestimmt sich seine Bedeutung in Langers Verständnis über den Gebrauch, so dass dasselbe Anzeichen/Symbol (ein Bedeutungstyp) in unterschiedlichen Kontexten verschiedene Bedeutungen annehmen kann (vgl. Breckner 2010: 268).

Mit Schütz' Konzept der „Sinnwelten“ können Langers Überlegungen zu den Bedeutungstypen weiterhin spezifiziert werden. So geht er davon aus, dass unterschiedliche „Appräsentationsbeziehungen“ beziehungsweise „Verweisungsschemata“ bestehen. Indem Bilder opake, eindimensionale Flächen sind, ist lediglich eine Seite der dargestellten Dinge zu sehen. Dennoch werden die anderen Seiten der

dargestellten Gegenstände als „appräsentierte“, das heißt als mit vergegenwärtigte Seiten, wahrgenommen. Dabei kann die Vorderseite eines Gegenstandes mittels „passiver Paarung“ zunächst auf den ganzen Gegenstand verweisen, etwa die Vorderseite eines Hauses. Gleichzeitig kann das zu Sehende aber auch auf andere Gegenstände, einen ganzen Bereich von kohärenten Gegenständen sowie auf *intersubjektiv* geteilte Bedeutungsbezüge und Erfahrungsgehalte verweisen. Bilder eröffnen und verweisen damit *gleichzeitig* auf verschiedene „Sinnwelten“ – auf Dinge und Sachverhalte *und* abstrakte Ideen und Begriffe (vgl. ebd.: 55 ff.). „Welche appräsentativen Paarungen die Wahrnehmung eines Gegenstandes letztlich bestimmen, hängt nicht zuletzt auch von der Wahrnehmungssituation und den für sie relevanten Sinnbezügen und offenen Horizonten von nicht unmittelbar erfassten Aspekten ab. In Verbindung mit der Terminologie von Langer würde das heißen, dass eine Bedeutungsrelation entsteht, wenn eine wahrnehmbare Seite eines Gegenstandes als Bedeutungselement fungiert, das in Beziehung zu anderen Bedeutungselementen ‚für jemanden‘, ‚etwas‘ in einer spezifischen Appräsentationsbeziehung ‚meint‘ (...).“ (ebd.: 61; Hervorhebung im Original)

Durch die Appräsentation bleibt indessen immer eine gewisse Unbestimmtheit beziehungsweise offene Horizonte bestehen, da eben lediglich Vorderseiten von Gegenständen zu sehen sind, die auf vage und mitunter fiktive, abstrakte Sinnwelten verweisen (vgl. ebd.: 61). „Der kategorial der Unsichtbarkeit zuzurechnende Horizont der Dingwahrnehmung als appräsenter, aber prinzipiell unbestimmter und potentieller, geht – so Böhm – in der Bildwahrnehmung in den Bildgrund und damit in die Materialität des Bildes ein.“ (ebd.: 101; Hervorhebung im Original) Bilder eröffnen somit immer auch einen fiktiven Raum, einen Raum der Imagination. Dabei wird die Wahrnehmung maßgeblich von *implizitem* Wissen gesteuert, welches diese erst möglich macht und ihre Mehrdeutigkeit spezifiziert, diese aber auch vorstrukturiert (vgl. ebd.: 102).

Schließlich charakterisiert Langer Bilder als vornehmlich *präsentative Symbolisierung*. Gegenüber *diskursiven* Signifikanten (z.B. Sprache) haben präsentative Symbolisierungsformen keine festgelegte Grammatik. Bei diskursiven Symbolisierungen ist vorgegeben, wie sich ihre Bedeutung entfaltet, nämlich sukzessive, in der sequentiellen Abfolge der Einzelelemente. Präsentative bildliche Anzeichen und Symbole haben keine festgelegte Grammatik. Ihre sinnstiftenden

Einzelelemente (Termini), die ihre Gesamtgestalt ausmachen, sind *simultan* gegeben (vgl. ebd.: 12).

Zwar können auch einzelne präsentative Bedeutungselemente als Bilder aufgefasst werden, die etwas anzeigen oder symbolisieren und einen spezifischen Bedeutungstyp darstellen. Vielfach bestehen Bilder aber als *Sinngewebe*, als Verflechtung von mehreren Bedeutungselementen mit unterschiedlichen Bedeutungsfunktionen und -formen, die differenten Bedeutungstypen zugeordnet werden können. So können auch einzelne Bedeutungselemente diskursiver Art sein oder in verschiedene Bedeutungstypen in einem Bild angeordnet werden (vgl. ebd.: 31). Die Einzelelemente wirken einerseits gleichzeitig und zwar mittels *Kontrasten* zwischen Farben, Formen und Linien, zwischen Figur und (nur teilweise) sichtbarem Grund (vgl. ebd.: 119). Die einzelnen Termini erzeugen dann in Relation zueinander, in Bezug auf die Gesamtkomposition, als Gesamtkomposition selbst und in Relation zu der außerbildlichen Wirklichkeit, die Bedeutung des Bildes (vgl. ebd.: 35). Andererseits generieren sie ihren Sinn aber auch nacheinander: sowohl einzeln, als auch in Relation zueinander - trotzdem immer in Bezug zur Gesamtgestalt (vgl. Breckner 2013: 3. Einheit, Folie 9). Figuren und Formen werden also sowohl auf einmal als auch sukzessive erfasst (vgl. Breckner 2010: 97). „Bilder signifizieren, denotieren und konnotieren Gegenstände, Sachverhalte und abstrakte Vorstellungsinhalte“, demnach auf andere Art und Weise als Sprache. Sie sind „konkret und abstrakt zugleich und ermöglichen eine Form von Erkenntnis, die der diskursiv-sprachlichen nicht analog und entsprechend nicht gänzlich in sie übersetzt werden können.“ (ebd.: 51) Dennoch wird bildliche Wahrnehmung auch von sprachlichen Abstraktionen strukturiert. Dadurch ist bildliches Erkennen nicht zuletzt mit Sprache *unauflöslich* verbunden. Sprachliche Interpretation kann so auch einen Zugang zu bildlichen Bedeutungen schaffen, ohne jedoch ihren präsentativen Gehalt jemals gänzlich erfassen zu können (vgl. ebd.).

2.1.1.2 Das Bild als Bild: Phänomenologische Bildbestimmung

Bilder stehen in einer Repräsentationsbeziehung zu etwas Abwesendem auf das sie verweisen und sind dadurch gekennzeichnet, dass ihnen etwas von den Dingen und abstrakten Ideen fehlt, auf die sie verweisen. Gleichzeitig aber *zeigen* sie die materiellen Dinge und Sachverhalte sowie abstrakte Ideen und Begriffe auf eine ihnen eigene, spezifische Art und Weise. Im aristotelischen Empirismus werden Bilder als nachahmende Abbildungen (Mimesis) begriffen, in denen „Erfahrungen,

Sinneseindrücken und Erlebnisse“ verarbeitet werden. Sie stellen insofern eine Interpretation der sinnlichen Wirklichkeit dar, bei der diese nach- beziehungsweise abgebildet wird. Dadurch wird in ihnen wiederum etwas sichtbar, was die platonischen „Urbilder“ selbst nicht haben, beziehungsweise was ansonsten unsichtbar bleibt: eine spezifische Interpretation dessen, was sie zeigen, eine spezifische Sicht und Wahrnehmung der (im)materiellen Dingen, die sie darstellen (vgl. Gebauer, Wulf 1998: 62).

Damit verschiebt sich die Wesensbestimmung von Bildern nun zum Bild selbst hin, zu der Art und Weise, wie etwas gezeigt wird, zu dessen „Ausdruck“ oder „Stil“. In der Perspektive phänomenologischer Bildtheorien besteht das Wesen von Bildern gerade nicht nur darin, etwas anderes Abwesendes zu repräsentieren, sondern auch etwas zu zeigen, was ansonsten unsichtbar bleibt: eine bestimmte Wahrnehmung und ein bestimmtes Ausdrucksgeschehen. Zwar können Bilder auch als eigene Phänomene begriffen werden, diese werden aber von handelnden AkteurInnen hergestellt und gestaltet.

Mit Merleau-Ponty entspricht das Ausdrucksgeschehen, das heißt der Stil eines Bildes, dem Stil der Wahrnehmung der AkteurInnen, die diesen hervorgebracht haben – insofern zeigt der Bildstil die Wahrnehmung der AkteurInnen, die dieses erzeugt haben.

Phänomenologie Merleau-Pontys und die „Komplizenschaft Bildern und Körpern“

Nach Merleau-Ponty ist die „Existenz“ als „Zur-Welt-Sein“ zu begreifen, einem Sein zwischen Psychischen und Physiologischen, das in vielfältigen und miteinander verschränkten Symbolisierungsprozessen - zur Welt selbst, zu Anderen, zu sich selbst, zu Dingen und Verhältnissen - *leiblich* erlernt wird (vgl. Breckner 2010: 147, Bermes 2004: 83). „Die Beziehung vom Subjekt und Objekt ist nicht mehr jene *Erkenntnisbeziehung*, von der der klassische Idealismus sprach und in der das Objekt stets vom Subjekt konstruiert erscheint, sondern eine *Seinsbeziehung*, der zufolge das Subjekt paradoxerweise sein Körper, seine Welt und seine Situation *ist* und auf gewisse Weise sich *austauscht*.“ (Bermes 2004: 83; Hervorhebung im Original)

Die Phänomenologie Merleau-Pontys basiert demnach auf der fundamentalen Annahme des „Primats der Wahrnehmung“, wobei die Wahrnehmung ein genuin vorobjektiver *leiblicher* Prozess ist (vgl. ebd.: 50). Er geht somit von einer leiblichen *Erkenntnis* aus, die „von dem gewöhnlich mit der Vorstellung des Erfassens verbundenen *absichtlichen*, *bewussten* Entziffern völlig verschieden ist.“ (Bourdieu 2001: 174) Der Ursprung dieser

Theorie liegt in der Kritik von Empirismus und Intellektualismus: einerseits reduziere der Empirismus das körperliche Verhalten auf eine Reiz-Reaktion und andererseits messe der Intellektualismus der Rolle des Geistes als sinnstiftender Instanz zu hohe Relevanz bei. Merleau-Ponty zufolge ist das Verhalten jedoch „weder Ding noch Idee, weder Für-sich noch An-sich. Die Wahrnehmung reagiert nicht auf einen isolierten Reiz, sondern setzt sich [bereits] mit Gestalten und Strukturen auseinander.“ (Waldenfels 1987: 157 zit. nach Zenklusen 2010: 35) Damit schält Merleau-Ponty einen vorobjektiven Bereich der Wahrnehmung heraus, der Intellektualismus und Empirismus überwindet. Körperliche Sinnlichkeit und geistige Sinnbildung sind nach Merleau-Ponty in der Wahrnehmung miteinander verwoben. Dementsprechend hebt er die Trennung von Körper und Geist auf. Das heißt aber, dass jegliche Sinnbildung schon in der Wahrnehmung und somit vorreflexiv und unbewusst geschieht. Empirismus und Intellektualismus werden von Merleau-Ponty somit integriert, wobei beide ihre Legitimation behalten: „Wo die Welt rational erklärt wird, ist der geistige Inhalt des Idealismus (oder Kritizismus) ‚wahr‘; die erlebte Welt in ihrer Konkretion hingegen weist auf eine Struktur zurück, die den Naturalismus oder Realismus ‚legitimiert‘.“ (ebd.: 35)

Nach Merleau-Ponty bilden sich Bilder im menschlichen *Blick*. Im Blick verschränken sich körperliches Sehen, Gestaltbildung und kognitive Symbolisierung. Die visuelle Wahrnehmung durch die Augen ist dabei direkt mit der Erkenntnisleistung und der Entstehung von Bildern in der geistigen Imagination verbunden (vgl. Breckner 2010: 148). „Zusammen mit den Drehungen und Wendungen von Kopf und Körper bewirken sie [die Augen] ein ‚erstaunliche[s] Ineinandergreifen von Sehen und Bewegung‘, welches das Sehen zu einer denkenden Wahrnehmung beziehungsweise wahrnehmenden Denken macht, das ‚auf Veranlassung‘ dessen, was im Körper geschieht beginnt, der sich zum Denken ‚anregt‘.“ (Merleau-Ponty 1984: 15f, 28 zit. nach Raab 2008: 43)

In den Auswahl- und Anordnungsakten, die den Gestaltungsprozess darstellen und die durch den Blick geleitet werden, werden wiederum in Anschluss an Gehlen, „Vorstellungen von möglichen körperlichen Empfindungen und Bewegungen entworfen, die als *Erwartungsbilder* die aktuelle Wahrnehmung ergänzen und dem gegenwärtigen Verhalten Halt und Richtung geben.“ (Gehlen 2004 zit. nach ebd.: 119) Um diese Erwartungsbilder herzustellen, wird auf *Erinnerungsbilder* zurückgegriffen. Diese leiten den Akt der Gestaltung dann gewissermaßen als *Vorbilder* oder eingebildete

Bewegungsphantasmen. Diese sind jedoch nicht als direkte Vorbilder zu begreifen, sondern mit Aristoteles als unbewusste Vorbilder, die aus Sinneseindrücken, Erfahrungen, Erlebnissen *mimetisch* und *synthetisch* verarbeitet werden (vgl. Gebauer, Wulf 1998). Die Trennung von inneren und äußeren Bildern ist dementsprechend irreführend, da beide an den Prozessen der Wahrnehmung und Herstellung von Bildern beteiligt sind. Belting spricht in diesem Zusammenhang von einer „Komplizenschaft von Bildern und Körpern“ (vgl. Belting 2007: 49-75). Insofern kann auch davon ausgegangen werden, dass es keine naturalistische Bildwahrnehmung und –erzeugung gibt. Vielmehr regiert der Blick über das Auge und konstruiert die Bildwahrnehmung im Rückgriff und Synthese des inneren „Bilderschatzes“ (vgl. Lacan 1994: 72 in Breckner 2013: 5. Einheit, Folie 3).

Mit der phänomenologischen Bildbestimmung ist es nun die „doppelte Sichtbarkeit“ von etwas Abwesenden und dem eigenen Ausdruck, welche das Wesen von Bildern auszeichnet: „die Sichtbarkeit der dargestellten ‚Gegenstände‘ sowie die Sichtbarkeit der Art und Weise der Darstellung“, die den Blick zeigt, der sie angeleitet hat und an den materiellen Bildträger gebunden ist (Breckner 2010: 83; Hervorhebung im Original). Nach Husserl entsteht durch die doppelte Sichtbarkeit von Bildern ein Widerstreit der Wahrnehmung; ein Widerstreit zwischen der Wahrnehmung von etwas, was abwesend ist – gewissermaßen wie durch ein Fenster – und der Wahrnehmung von einer opaken, materiellen Fläche, die einen Ausdruck zeigt. So gesehen entsteht auch ein Widerstreit zwischen wahrhaften Formen und unbestimmten Fiktionen oder impliziten Wissen. Das Rätsel von Bildern liegt also in dem opaken, verzerrenden, willkürlichen Mechanismus der Repräsentation und des „Sich-Zeigens“. (vgl. Mitchell 1990 in Breckner 2013: 1. Einheit, Folie 2)

Insofern besteht das Wesen von Bildern aus einem besonderen, unvergleichbaren Verhältnis von Sein und Nicht-Sein: Das Bild ist einerseits eine wirkliche und wahrhafte opake Fläche, die etwas zeigt. Andererseits ist das, was das Bild zeigt – materielle Gegenstände, Personen oder Sachverhalte sowie immaterielle, abstrakte Ideen - nicht wirklich, da das Bild diese lediglich *abbildet* (vgl. Böhme 1999: 22 in ebd.: 2. Einheit, Folie 7). In den Worten von Breckner kann der Charakter von Bildern schließlich folgendermaßen auf den Punkt gebracht werden: Bilder zeigen etwas als etwas und sich für Jemanden (vgl. Breckner 2010: 111). Letztlich, so kann konstatiert werden, macht es nun keinen Sinn mehr, Bilder zu kategorisieren oder sie spezifischen Repräsentationsmodi zuzurechnen, da sie ihre Bedeutung auf jeweils eigene Art und

Weise generieren. Sie sind „autopoietische“ Sinngewebe (vgl. ebd.: 51). Dies gilt auch für die Erscheinungsbilder von Gastronomiebetrieben.

In der Soziologie ist nun die Frage relevant, wie der *Handlungssinn* von Menschen entsteht und auf welche Weise dieser ihre Handlungen anleitet; ebenso wodurch der Handlungssinn bestimmt wird. Phänomenologische Theorien bilden dabei oftmals die Grundlage oder werden zur Theoriebildung des Handlungssinns herangezogen. So ähneln sich auch die Phänomenologie Merleau-Pontys und die Handlungstheorie Bourdieus, die „Habitustheorie“. Ob Bourdieu Theorieanteile von Merleau-Ponty entlehnt hat, ist jedoch unklar (vgl. Zenklusen 2010: 35). Bourdieus „Habitustheorie“ hat mit Merleau-Pontys Leiblichkeits-, Verhaltens- und Wahrnehmungstheorie jedoch viele Gemeinsamkeiten, insbesondere die Annahme einer vorreflexiven (Handlungs)Instanz, die die menschlichen Handlungen in der Integration von Empirismus und Intellektualismus leitet (vgl. ebd.). Diese nennt er „*Habitus*“. Ausgangspunkt vorliegender Arbeit ist es somit, dass sich im Bildausdruck der Habitus zeigt.

2.1.2 Die Habitustheorie

Bourdieu geht ähnlich wie Merleau-Ponty von einer Logik des Handelns aus, in der Körper und Geist in unmittelbarer Verbindung stehen, mehr noch: Körper und Geist sind in einer leiblichen Handlungsinstanz, dem Habitus, integriert (vgl. Bourdieu 1987b: 136). In der Auffassung Bourdieus handelt danach nicht die *rationale* Akteurin, wie sie für gewöhnlich begriffen wird, sondern der *leibliche* Habitus (vgl. Bourdieu 2001: 171).

2.1.2.1 Der leiblich-praktische Handlungssinn des Habitus

Bourdieus Habitustheorie basiert auf der Überzeugung, dass das körperliche In-der-Welt-Sein impliziert, dass der Mensch die Welt auf praktisch-körperliche Weise als Zur-Welt-Sein erfasst, das heißt versteht und sich aneignet. Denn es ist der Körper, der von Beginn an fähig ist, wahrzunehmen und sich zu bewegen. So lernt der Leib im praktischen Verstehen, im Aus-agieren von Handlungen selbst.

Die Handlungsinstanz, der Habitus, wird durch seinen *praktischen Sinn* geleitet, das heißt, dass der Habitus die ihn umgebende Welt praktisch logisch antizipiert und praktisch logisch auf diese reagiert. Dies geschieht in einer Art und Weise, die sowohl von der Akteurin selbst, als auch von Anderen als passend, richtig und geschickt wahrgenommenen wird (vgl. ebd.: 184).

Die Erfahrungen, die der Habitus in der Praxis sammelt, speichern die AkteurInnen als komplexes Erfahrungswissen, als körperliches Können und gleichzeitig als kognitive Einsicht über die Praxis (vgl. Krais, Gebauer 2013: 27-28). Dieses Erfahrungswissen schreibt sich als leibliche Automatismen in den Körper ein und bildet die Basis für alle weiteren Erfahrungen. „Der aktuell fungierende Leib greift [dabei] auf bereits sedimentiertes Wissen zurück, das sich im habituellen Leib – auch als Leib der kulturellen Welt und Geschichte – im Lauf der Zeit gleichsam abgelagert hat.“ (ebd.: 84) In der Erzeugung von Handlungen greift der Habitus insofern auf vorherige Erfahrungen zurück. Der Erfahrungsschatz stellt verschiedene Orientierungsrahmen – Wahrnehmungs-, Denk- und –Handlungsschemata - bereit, die aus der Verknüpfung von Wahrnehmung, Denken und Handeln vergangener Akte entstanden sind. Daraus wählt der Habitus - den Anforderungen der Praxis entsprechend - aus (vgl. Bohnsack 2013b; Krais, Gebauer 2013: 34). Der Habitus ist somit als ganzes Handlungsprogramm zu verstehen, der einen „Pool“ an Handlungsmöglichkeiten zur Verfügung hat.

Der Habitus stellt so eine Art Bindeglied oder Schaltstelle zwischen der vorliegenden Situation und dem Erfahrungswissen vergangener Erfahrungen dar. Er fungiert als *unbewusstes* Gedächtnis und ist nicht (vollkommen) kognitiv verfügbar oder diskursiv explizierbar. Handlungsentscheidungen, die auf scheinbar mentalen Entscheidungen beruhen, wie Intentionen, Wille und Um-zu-Motive, werden demnach viel unbewusster getroffen als allgemein angenommen (vgl. ebd.: 33). Kognitive Wissensbestände wirken insofern nicht handlungsleitend, auch wenn es den AkteurInnen so erscheint. Vielmehr ist es eben das implizite praktische Handlungswissen, die Wahrnehmung und der Orientierungsrahmen des Habitus, die seine Handlungen leiten (vgl. Bohnsack 2013b). Menschliche Handlungen sind nach Bourdieu in Anlehnung an Leibnitz eben eher als Automaten (zumindest zu „Dreivierteln“) zu begreifen (vgl. Bourdieu 1987b: 740). Ihre Handlungen enthalten so mehr respektive einen anderen Sinn, als die AkteurInnen selber ahnen (vgl. ebd.: 127).

Die handlungstheoretischen Implikationen, die daraus hervorgehen, können mit Gehlen in Anschluss an Plessner folgendermaßen erklärt werden: Die Annahme, eine Handlung „sei die bloß körperliche Ausführung eines vom Geist oder Bewusstsein gesetzten und auf ein bestimmtes Handlungsziel gerichteten Bewegungsablaufes“, greift zu kurz. Handeln stellt vielmehr eine komplexe Kreisbewegung dar, „bei der sinnliche Empfindungen, kognitive Bewusstseinsleistungen, leibliche Vorstellungen und körperliche Bewegungsvorgänge miteinander in Wechselwirkung stehen.“ (Raab 2008:

118) In der Handlung verknüpft der Leib unbewusst, automatisch und gleichzeitig all diese Dimensionen, die an der Handlung beteiligt sind, zu einem Akt. Der Geist wird aus dem Handlungskreis also nicht ausgeschlossen, er ist jedoch nicht die leitende Instanz. Vielmehr ist er unmittelbar an die körperliche Wahrnehmung gebunden. In Handlungen wird so ein körperlicher Automatismus aktiviert, „der den Geist mitzieht, ohne dass dieser daran denkt.“ (Bourdieu 1987b: 126)

Handlungen folgen danach einer Intentionalität, die nicht mit rationalen „Um-zu-Motiven“ vergleichbar ist. Der menschliche Leib ist fähig (zielgerichtet) zu handeln, ohne ein vorentworfen Ziel „im Kopf zu haben“: „Wir meinen lediglich, dass die Reaktionen eines Organismus nur verständlich und voraussehbar sind, wenn man sie nicht als Muskelkontraktionen denkt, die sich in einem Körper abspielen, sondern als Akte, die sich auf eine bestimmte, gegenwärtige oder mögliche Umwelt beziehen: der Akt, eine Beute zu ergreifen, auf ein Ziel zuzugehen, vor einer Gefahr davon zu laufen.“ (Merleau-Ponty 1966: 173 zit. nach Zenklusen 2010: 35)

Menschliches Handeln enthält so „eine Art objektiver [leiblicher] Zweckbestimmtheit (...), ohne daß (sic) es bewußt (sic) auf einen explizit formulierten Zweck bezogen wäre“; das ,verständlich und schlüssig ist, ohne einem festen Vorsatz und einem klaren Entschluß (sic) entsprungen zu sein‘; das ,auf die Zukunft ausgerichtet ist, ohne doch Resultat eines Entwurfs oder Plans zu sein‘.“ (Bourdieu 2001: 169) Die zweckrationale Regelmäßigkeit von Handlungen und die Unterstellung von bewussten Intentionen ist vielmehr eine „Illusion“ (vgl. ebd.: 182).

Der Habitus folgt also einer *Logik der Praxis*, die sich von der bewussten, sprachlichen Logik unterscheidet. Indem der Habitus eine leibliche Instanz ist, der den Geist lediglich mitzieht, hat er einen vorreflexiven und vorsprachlichen, das heißt *unbewussten* Charakter. Er weiß intuitiv was und wie etwas zu tun ist. Er verfügt wortwörtlich über einen *praktischen Sinn* für die Praxis. Der praktische Sinn bedeutet, einen „den Sinn für das Spiel [der Praxis] zu haben, heisst (sic), das Spiel im Blut haben; heisst (sic) die Zukunft des Spiels praktisch beherrschen (...). Während der schlechte Spieler immer aus dem Takt ist, immer zu früh oder zu spät kommt, ist der gute Spieler einer, der *antizipiert*, der dem Spiel vorgreift. Warum kann er dem Verlauf des Spiels voraus sein? Weil er die immanenten Tendenzen des Spiels im Körper hat, in inkorporiertem Zustand: Er ist Körper gewordenes Spiel.“ (Bourdieu 1998: 145) Der praktische Sinn des Habitus wählt dabei nach dem Prinzip der „stillschweigenden und

praktischen Relevanz“ bestimmte Objekte oder Handlungen aus, die ihn etwas angehen oder bestimmen, was er in der jeweiligen Situation zu leisten hat (vgl. Bourdieu 1987b: 163). Außerdem passt sich der praktische Sinn des Habitus der Praxis immer wieder neu an, er trägt äußeren Veränderungen Rechnung und ist kreativ (vgl. Kraus, Gebauer 2013: 79).

Indem der Habitus aufgrund vorangegangener Erfahrungen handelt, die ihn mit Wahrnehmungs-, Denk- und Handlungsschemata ausstatten und Bilder im Rückgriff auf den in der Erfahrung gesammelten Bilderschatz hergestellt werden, kommt der Erfahrung in der Habitusbildung beziehungsweise der Bildung des praktischen Sinns scheinbar eine bedeutsame Rolle zu. Im folgenden Abschnitt soll deshalb dargestellt werden, welche Erfahrungen den Habitus wie prägen.

2.1.2.2 Die Sozialität des Habitus

Bourdieu geht in Anschluss an Merleau-Ponty von der Primordialität des Sozialen aus (vgl. ebd.: 67). So nimmt er an, dass Menschen aufgrund des körperlichen In-der-Welt-Sein nicht zu Mitgliedern der Gesellschaft *werden*, sondern sie es von Geburt an *sind*. Denn die Welt wird leiblich mit *anderen* Körpern angeeignet. Der Körper hat die intuitive Fähigkeit mit *anderen* Körpern auszuprobieren; er hat die Anlage *andere* Körper nachzuahmen, Handlungen mit ihnen einzuüben und mit ihnen mitzumachen (vgl. Kraus, Gebauer 2013: 62). Das körperliche Erfassen der Welt ist so als ein Erfassen mit *anderen* und in Nachahmung von *anderen* AkteurInnen zu verstehen. Der Körper, der die biologische Eigenschaft hat, der Welt gegenüber offen, also ihr ausgesetzt zu sein, wird von ihr geformt und modelliert. Somit unterliegt der Körper einem Sozialisationsprozess (vgl. Bourdieu 2001: 171-172). „Der Körper ist in der sozialen Welt, aber die soziale Welt steckt auch im Körper.“ (ebd.: 194)

Aufgrund der mimetischen und leiblichen Habitusbildung inkorporieren die AkteurInnen unbewusst körperliche Eigenschaften (Hexis) des Erfahrungsraumes, der sie sozialisiert - und zwar im wörtlichen Sinne: als Bewegungs- und *Sehweisen* oder dem Geschmack für Speisen, Musik und Kunstgegenstände. Darüber hinaus verinnerlicht der Habitus einer Einzelnen aber auch alle Beurteilungs-, Klassifizierungs- und Handlungsschemata, die in dem sozialen Umfeld vorherrschen, in das sie hinein geboren wird. Das heißt jegliche Ideen (Eidos), Dispositionen, Neigungen, Vorlieben und den Blick auf die Welt. Diese Einstellungen oder Empfindungen sind ebenfalls tiefgreifend mit dem Leib und den frühesten Erfahrungen verknüpft und erscheinen den

AkteurInnen deshalb als zutiefst selbstverständlich beziehungsweise als *eigene* Dispositionen und Verhaltensweisen (vgl. Bourdieu 1987a: 143; Bourdieu 1987b: 134-135). Sie werden deshalb als wirklich und selbstverständlich empfunden, weil sie den Wahrnehmungs- und Beurteilungsschemata zugrunde liegen, mit denen sie erfasst werden. Dieses Prinzip bezeichnet Bourdieu als „Doxa“ (vgl. Bourdieu 2001: 184). Indem der Habitus das *unbewusste* „Regelwerk“, die „Tiefenstruktur“ oder die „Software“ darstellt, aufgrund derer die AkteurInnen handeln, ist der Habitus auch jene Instanz, die gewöhnlich als „Ich“ oder mit der Identität eines Menschen bezeichnet wird (vgl. Kraus, Gebauer 2013: 71). Denn als verkörperte, vorreflexive und intuitive „Grammatik“ besitzt man den Habitus nicht wie ein wiederbetrachtbares Wissen, sondern das ist man (vgl. Bourdieu 1987b: 135). Andersherum ausgedrückt: Man ist sein Habitus.

Die Welt und die Wirklichkeit werden also von einem bestimmten Standpunkt, einem kollektiven Erfahrungsraum, innerhalb einer sozialen Gruppe und innerhalb eines bestimmten Kulturkreises als bereits definierte, erlebt und angeeignet. „In der mimetischen Bewegung wird von einer symbolisch erzeugten Welt aus eine vorgängige Welt interpretiert, die selbst schon interpretiert ist.“ (Gebauer, Wulff 2003: 136) „In einer solchen Welt hat man es nie mit ‚Natur‘ zu tun, wie sie die Wissenschaft kennt, mit jenem kulturellen Faktum, das historisches Produkt einer langen Arbeit der ‚Entzauberung‘ ist. Die ganze Gruppe tritt zwischen Kind und Welt, nicht nur durch ihre Ermahnungen (*warnings*), die geeignet sind, die Furcht vor übernatürlichen Gefahren einzuprägen, sondern durch die Welt ritueller Praktiken und Diskurse, die die Welt mit Bedeutungen bevölkern, die entsprechend den Grundlagen des jeweiligen Habitus strukturiert sind.“ (Bourdieu 1987b: 141, Hervorhebung im Original)

Der Sprache und der Schule fallen dabei die Funktion zu, das unbewusste Wissen des Habitus auch kognitiv zu verankern und zu festigen: „die ausdrückliche Funktion der Schule besteht darin, das kollektive Erbe in ein sowohl *individuell* als auch *kollektiv Unbewußtes* zu verwandeln“. (Bourdieu 1970: 139; Hervorhebung im Original) Mit anderen Worten: Sprache und Schule vermitteln kognitive und diskursive Orientierungsschemata für das Handeln, die wiederum in den Habitus integriert werden. Dazu zählen etwa Alltagstheorien über das eigene Handeln, Um-Zu-Motive, die institutionalisierte Bildung, Bestimmung von Selbst- und Fremdidentitäten. (Bohnsack 2013b: 182 ff.) Sie führen aber nur fort, was durch das körperlich-praktische, symbolische Wissen bereits angelegt ist (vgl. Bourdieu 1987b: 136).

Demnach werden die gesamten Wahrnehmungs-, Denk- und Handlungsschemata des Habitus, also auch sein praktischer Sinn, mimetisch erworben. AkteurInnen, die demselben Erfahrungsraum angehören, weisen insofern auch denselben Habitus auf. Natürlich machen Subjekte trotzdem verschiedene Erfahrungen, so dass unterschiedliche Biographien bestehen. Bourdieu geht dennoch davon aus, dass die unbewusste Tiefenstruktur des Habitus bei AkteurInnen desselben Erfahrungsraumes eine ähnliche ist, so dass sie grundsätzlich über ähnliche Wahrnehmungs-, Denk- und Handlungsschemata verfügen.

2.1.2.3 Der Habitus als „opus operatum“ und „modus operandi“ der Sozialstruktur

Über das leibliche Habitus-Konzept erschließt sich nun auch ein völlig anderes Verständnis von Individuum und Gesellschaft: „Gesellschaft und Individuum erzeugen sich gegenseitig. Die Beteiligung der Individuen an sozialen Prozessen erschöpft sich nicht darin, dass sie Erfahrungen machen, dass sie Rollen übernehmen und sich in Interaktion gegenüber anderen behaupten – sie besteht wesentlich auch darin, dass sie mit ihrem Handeln, mit ihren Sinnen selbst die soziale Welt erzeugen.“ (Krais, Gebauer 2013: 78) Aufgrund des mimetischen Charakters ist der Habitus als eine durch frühere Generationen *strukturierte* Struktur („opus operatum“) zu begreifen, die über leibliche Nachahmung inkorporiert wird. Dabei verinnerlichen die Habitus die in der Gesellschaft bestehenden Strukturen. Als Erzeugungsprinzip neuer Handlungen ist der Habitus aber auch eine *strukturierende* Struktur („modus operandi“), der die gesellschaftlichen Strukturen (unbewusst) immer wieder neu erzeugt. „Die handelnden Individuen handeln [so] nicht nur für sich, sondern – als soziale Wesen – immer auch für die Gesellschaft, das heißt über sie vermittelt macht sich Gesellschaft wirksam.“ (ebd.: 84)

Entgegen einer naturalistischen Ontologie liegt der Soziologie Bourdieus danach eine konstruktivistische Ontologie der Welt zugrunde: die soziale Ordnung und die Habitus werden konstruiert, das heißt in Handlungen hergestellt. Indem die Habitus der AkteurInnen als auch die Sozialstrukturen in der sozialen Praxis produziert werden, wird Bourdieus soziologische Position wird auch als *praxeologischer* Ansatz bezeichnet. Bourdieu entwickelt so einen praxeologischen, konstruktivistischen Strukturalismus beziehungsweise einen strukturalistischen Konstruktivismus, der mit dem Habituskonzept handlungstheoretisch fundiert ist.

Dabei stellt Bourdieu die strukturerzeugenden und -reproduzierenden AkteurInnen und ihre soziale Praxis in den Vordergrund und nicht die implizit wirkenden Strukturen. Das Habituskonzept ermöglicht es so, „das deterministische Denken, das in der strukturalistischen Tradition dominiert und das die Handlungen als vorgezeichnet modelliert, aufzulösen und eine performative Kompetenz mitzudenken, die zwar Regelcharakter hat, aber dennoch unter Anlegung eines ‚unscharfen‘ Regelbegriffs (Wittgenstein) oder besser: eines praktischen Regelbegriffs gedacht wird.“ (Diaz-Bone 2010: 35). Dies bedeutet, dass die AkteurInnen die bereits definierten gesellschaftlichen Strukturen und Institutionen in ihrem Handeln (theoretisch) verändern und modifizieren können (vgl. Kraus, Gebauer 2013: 78). „Gleichzeitig werden mit dem Regelbegriff aber theoretischen Vorstellungen von freier Spontaneität und Subjektivität Grenzen gesetzt.“ (ebd.: 35) Denn aufgrund der Unbewusstheit des Habitus handeln die AkteurInnen den gesellschaftlichen Strukturen entsprechend, ohne dass es ihnen bewusst wäre (vgl. Zenklusen 2010: 117). So kann denn gänzlich vom subjektiven Sinn abgesehen und Handlungen als Resultate und Lösungen eines übergeordneten Ganzen gedacht werden (vgl. Reichertz 2013: 49).

Indem AkteurInnen somit hauptsächlich Agenten, das heißt Ausführende ihres Habitus sind, werden sie im Folgenden als Habitus bezeichnet. Habitus wird dabei im Singular wie Plural gebraucht.

Was bedeuten die Ontologie von Bildern, die Phänomenologie Merleau-Pontys und die praxeologische Habitus-theorie für die Erscheinungsbilder von Gastronomiebetrieben im Reuterquartier?

2.1.3 Übertragung auf das Thema der Masterarbeit

Die Erscheinungsbilder von Gastronomiebetrieben, die hier untersucht werden sollen, können auf Basis der vorangegangenen theoretischen Grundlagen nun zunächst definiert werden als:

präsentative Repräsentationen, die Habitus hergestellt haben und die auf das Angebot eines Gastronomiebetriebs verweisen, das in den Räumlichkeiten des Ladenlokals selbst konsumiert werden kann oder dort auszuhandeln ist.

Das Angebot von Gastronomiebetrieben beinhaltet einerseits materielle Objekte (Artefakte), das heißt die angebotene Ware, etwa Getränke oder Speisen, aber auch ein bestimmtes Mobiliar, etwa Tische und Stühle oder Kaffeekannen und Gläser.

Andererseits beinhaltet es immaterielle Praktiken – etwa Bedienung oder Selbstbedienung, essen und trinken oder Fußball schauen und arbeiten etc. Danach bieten Gastronomiebetriebe einen (im)materiellen Sachverhalt an, der aus materiellen Objekten und immateriellen Praktiken besteht (vgl. Diaz-Bone 2010: 121). Die materielle und immaterielle Dimension von gastronomischen Tauschgeschäften ist dabei stets kohärent, da das materielle Angebot bestimmte Praktiken nahelegt, sogar erst möglich macht und umgekehrt, bestimmte Praktiken bestimmte Gegenstände erfordern. So impliziert etwa ein Fernseher die Möglichkeit Fußball zu schauen. Wenn Fußball geschaut werden möchte, wird umgekehrt ein Fernseher benötigt.

Beim (im)materiellen Angebot eines Gastronomiebetriebs handelt es sich um eine Dienstleistung, welche einen Warenaustausch beinhaltet oder - in juristischer Perspektive - um das Angebot eines „Kaufvertrages“ oder Tauschgeschäfts. Denn für den Konsum des (im)materiellen Angebots müssen die Gäste eine finanzielle Gegenleistung aufbringen: sie bezahlen dafür. Das (im)materielle Angebot der Gastronomiebetriebe wird im Folgenden deshalb als „gastronomisches Tauschgeschäft“ bezeichnet.

Die Funktion von Erscheinungsbildern besteht mit Langer (zunächst) darin, das gastronomische Tauschgeschäft im Straßenraum, insbesondere für potentielle KundInnen anzuzeigen respektive zu symbolisieren. In ihrer Funktion als Anzeichen sollen die Erscheinungsbilder potentielle KundInnen zu einer Handlung auffordern, nämlich das Angebot des Gastronomiebetriebs zu konsumieren. Gleichzeitig sollen sie aber auch Vorstellungen von dem Angebot des gastronomischen Tauschgeschäfts erzeugen. Insofern stellen sie auch denotative und konnotative Symbole dar: denotative Symbole, da sie Vorstellungen der *materiellen* Dimension des gastronomischen Tauschgeschäfts erzeugen, also von den Waren und dem Mobiliar, die das Lokal anbietet. Konnotative Symbole, da sie Vorstellungen seiner immateriellen Dimension erzeugen, wie zum Beispiel von Müßiggang, Dart oder Tischfußball. Demnach fungieren die Erscheinungsbilder von gastronomischen Tauschgeschäften zugleich in allen von Langer formulierten Repräsentationsmodi.

Das gastronomische Tauschgeschäft wird als bildliches *Sinngewebe* materialisiert. Es besteht aus einzelnen Bedeutungstermini, die auf unterschiedliche Aspekte des materiellen und immateriellen Sachverhalts des gastronomischen Tauschgeschäfts verweisen. Die *einzelnen* Gegenstände (Artefakte), die als Bedeutungstermini gebraucht

werden, sind zum einen *einzelne* bildliche Anzeichen und zugleich *einzelne* präsentative denotative wie konnotative Symbole, da sie stets auf materielle wie immaterielle Dimensionen verweisen. Ein Stuhl beispielweise erzeugt die Vorstellung von weiteren Stühlen, also materiellen Objekten. Gleichzeitig verweist er auf immaterielle Praktiken, nämlich dass hier gesessen werden kann. Auch wenn Niemand zu sehen ist, die sitzt, ist die Möglichkeit zu sitzen durch den Stuhl appräsentiert. Der Stuhl bildet zugleich ein bildliches Anzeichen, das ein Symptom des gastronomischen Tauschgeschäfts ist und implizit zu einer Handlung auffordert, nämlich das (im)materielle Angebot zu konsumieren. Neben bildlichen Anzeichen beziehungsweise präsentativen Symbolisierungen können einzelne Symbolisierungen auch diskursiver Art sein, zum Beispiel Namensschilder oder Angebotskarten. Somit können die einzelnen Bedeutungstermini der Erscheinungsbilder gastronomischer Tauschgeschäfte in unterschiedlichen Symbolisierungsformen auftreten. Sie stellen außerdem verschiedene Bedeutungstypen dar, die im Kontext von gastronomischen Tauschgeschäften spezifisch für diesen Bereich sind. Teilweise sind sie gänzlich anderen Lebensbereichen zuzurechnen, etwa dem Sport oder der Politik.

Die Wahl für eine bestimmte Art eines gastronomischen Tauschgeschäfts, beispielsweise eines Restaurants, eines Cafés oder eines Imbiss`, wird von Habitus auf der Basis ihrer Wahrnehmungs-, Denk-, und Handlungsschemata getroffen. Das heißt, dass die scheinbar kognitiven Entscheidungen für ein bestimmtes gastronomisches Tauschgeschäft – also für die Ware, das Mobiliar und die Praktiken – weniger intentional, sondern hochgradig unbewusst getroffen werden. Damit wird nicht bezweifelt, dass die Habitus vorab Überlegungen angestellt haben, etwa dass der „Markt“ beobachtet wurde und die Erwartungen der potentiellen KundInnen, im Sinne sozialen Handelns nach Weber, bei der Gestaltung berücksichtigt wurden (vgl. Abels 2004: 155). Sie werden jedoch stets vom unbewussten, praktischen Sinn des Habitus und nach dem Prinzip der praktischen Relevanz geleitet. Dabei „weiß“ der Habitus „was und wie etwas zu tun ist“. (Bourdieu 1987b: 163)

Der praktische Sinn wählt nun auch die Räumlichkeiten des Ladenlokals, den architektonischen Rahmen, das heißt die Türen und Fenster, die Fassade und den Außenbereich aus sowie die Artefakte, die in die Gestaltung der Innenräume des Ladenlokals und in das Erscheinungsbild eingearbeitet werden. Dabei wird er angeleitet durch seinen Blick. Der Habitus analysiert bei der Auswahl seinen inneren Bilderschatz. Er durchsucht ihn nach Vorbildern, die er im Sinne Aristoteles mimetisch nachbilden

könnte und nach relevanten Formen, um ein bestimmtes Angebot zu erzeugen. Wenn ein Ladenlokal gestaltet wird, werden die inneren Bilder der Praxis entsprechend synthetisiert. Sie bilden die Vorbilder für die Auswahl des Ladenlokals, des architektonischen Rahmens, der Artefakte und für die Gestaltung selbst. In den Gesamtbereich der stilistischen Möglichkeiten zurückversetzt, stellt diese Auswahl eine ganz bestimmte Art und Weise des Umgangs mit Räumlichkeiten, architektonischen Rahmen und Artefakten dar (vgl. Bourdieu 1987a: 94). Zwar sind in den Momenten der Auswahl sinnliches Sehen und kognitive Symbolbildung, also die kognitive Bewertung der Räumlichkeiten, des architektonischen Rahmens und der Artefakte, genuin miteinander verbunden, der Blick eilt der kognitiven Sinnbildung jedoch voraus. So entscheidet letztlich der Blick über die Auswahl und Gestaltung der Räumlichkeiten, des architektonischen Rahmens und der Artefakte.

In den Erscheinungsbildern von Gastronomiebetrieben kommen also in der Repräsentation der (im)materiellen Angebote des Tauschgeschäfts sowohl der praktische Sinn der Habitus zum Ausdruck als auch ihr Blick. Denn sie haben die Art des gastronomischen Tauschgeschäfts, das Angebot, das Ladenlokal, den architektonischen Rahmen und die Artefakte ausgesucht – und zwar in Hinblick auf die Erwartungen der potentiellen KundInnen. So *repräsentieren* die Erscheinungsbilder von Gastronomiebetrieben die Habitus reziprok (vgl. Belting 2007: 49-75). Die Erscheinungsbilder sind folglich Symbole des praktischen Sinns und des Blicks von Habitus. Der Blick kann gleichsam als Geschmack begriffen werden.

Zwar sind sinnliches Sehen und kognitive Symbolbildung auch bei der Gestaltung der Erscheinungsbilder *selbst* wieder miteinander verbunden und die einzelnen Artefakte werden auch aufgrund der kognitiven Bewertung ihrer Funktion als Anzeichen und Symbole ausgewählt, um das (im)materielle Angebot angemessen zu repräsentieren. Die Auswahl wird jedoch letztlich erneut vom Blick gesteuert, der sich bei der Gestaltung des Erscheinungsbildes an anderen, gespeicherten *Erscheinungsbildern* orientiert. Auch wenn Habitus die Erscheinungsbilder nach scheinbar vorgefertigten Plänen entwerfen und gestalten, entscheidet letztlich ihr unbewusster Blick darüber, etwa welche Artefakte als Anzeichen und Symbole ausgewählt, welche Farben kombiniert und welche Größenverhältnisse sowie welche Formen wie angeordnet werden. Indem sie sich bei der Gestaltung an gespeicherten *Erscheinungsbildern* orientieren, stellen die Erscheinungsbilder von Gastronomiebetrieben auch eigene bildliche Ausdrucksgeschehen dar, die zwar nicht unabhängig von der Repräsentationsbeziehung des

(im)materiellen Angebots bestehen, aber auch nicht vollkommen in dieser aufgehen. Vielmehr bildet die Auswahl und Anordnung von Artefakten vor und an einer Fassade eines Ladenlokals und im Straßenraum eben auch ein eigenes Ausdrucksgeschehen, das für potentielle KundInnen und PassantInnen gestaltet wurde. Das Ausdrucksgeschehen der Erscheinungsbilder *zeigt* sich den Betrachtern auch als opake Fläche und in einem bestimmten Stil. Dieser Stil steht trotzdem in einem unauflöslichen Zusammenhang mit dem Stil des (im)materiellen Angebots, da sie von ein und demselben Blick angeleitet wurden und der Stil des Erscheinungsbildes den Stil des (im)materiellen Angebots repräsentieren soll. Da der Stil des Blicks, der den Gestaltungsakt selbst angeleitet hat, sich jedoch in direkter Weise im Erscheinungsbild niederschlägt, *zeigt* der Stil der Erscheinungsbilder auch den Blick als verkörperte Eigenschaft: die Hexis. Dies äußert sich in der Wahl bestimmter Artefakte, ihrer Anordnung zu einem Bildganzen, auch in Größenverhältnissen, Formen, Materialien sowie Farben.

Danach *repräsentieren* die Erscheinungsbilder, die entworfen wurden, um das Tauschgeschäft im Stadtraum und potentiellen KundInnen anzuzeigen respektive zu symbolisieren, den praktischen Sinn und Blick von Habitus nicht nur, sondern *zeigen* den Blick auch.

Die Erscheinungsbilder der Gastronomiebetriebe im Reuterquartier repräsentieren und zeigen mit Schütz` Konzept der Sinnwelten also Verschiedenes und erzeugen verschiedene Vorstellungen:

1. Sie repräsentieren gastronomische Tauschgeschäfte, also (im)materielle Sachverhalte, die aus kohärenten Objekten und Praktiken bestehen und erzeugen Vorstellungen von diesen.
2. Sie repräsentieren Auswahlentscheidungen des praktischen Sinns und des Blicks aus einem Möglichkeitshorizont. Zum einen repräsentiert das Erscheinungsbild als *Ganzes* die habituelle „Auswahlentscheidung“ *für* ein bestimmtes gastronomisches Genre und *gegen* andere. Zum anderen repräsentieren sie *einzelne* habituelle Auswahlen des praktischen Sinns und des Blicks respektive Geschmacks. Diese stellen habituelle Entscheidungen *für* bestimmte Angebote, ein bestimmtes Ladenlokal, einen architektonischen Rahmen und *für* bestimmte Artefakte und *gegen* theoretisch auch mögliche Ladenlokale, architektonische Rahmen und Artefakte dar. Somit erzeugen die Erscheinungsbilder bei den Betrachtern Vorstellungen von den Habitus, die

diese gestaltet haben und dabei bestimmte „Auswahlentscheidungen“ getroffen haben.

3. Die Erscheinungsbilder zeigen zudem habituelle Blicke, die die Gestaltungsakte der Erscheinungsbilder selbst angeleitet haben. Im formalen Bildaufbau wird der Stil der Blicke der Habitus sichtbar, also wie sie wahrnehmen und welchen Geschmack sie haben. Auch dies erzeugt bei den Betrachtern Vorstellungen von den Habitus, die die Erscheinungsbilder in einem bestimmten Stil gestaltet haben.

Die Bedeutung eines Erscheinungsbildes hängt dabei nicht zuletzt auch von dem Kontext ab, das heißt von der Relation mit anderen Erscheinungsbildern gastronomischer Tauschgeschäfte im Reuterquartier.

Die Sozialität des Habitus und sein mimetischer Charakter implizieren für die Gestaltung der Erscheinungsbilder der gastronomischen Tauschgeschäfte im Reuterquartier, dass die Auswahlentscheidungen und der Blick respektive Geschmack durch die Erfahrungen geprägt sind, die sie in einem bestimmten sozialen Umfeld erworben haben. Sie sind nicht nur als Ausdruck eines einzelnen Habitus zu verstehen und zu deuten, sondern als Ausdruck eines kollektiven Habitus einer sozialen Gruppe.

Wenn davon ausgegangen wird, dass Handlungen vom Habitus als *modus operandi* erzeugt werden, der wiederum *opus operatum* des Erfahrungsraums in dem er erworben beziehungsweise der gesellschaftlichen Strukturen ist, dann gilt dies auch für die Gestaltungsakte der Erscheinungsbilder gastronomischer Tauschgeschäfte. Somit sind auch die Erscheinungsbilder von gastronomischen Tauschgeschäften als *opus operatum* des *modus operandi*, der wiederum *opus operatum* der gesellschaftlichen Strukturen ist, zu begreifen. Um die Auswahlentscheidungen und den praktischen Sinn der habituellen Wahrnehmung, die die Erscheinungsbilder erzeugt haben, verstehen und deuten zu können, muss folglich danach gefragt werden, welche Strukturen in der Gesellschaft vorherrschen, die den *modus operandi* des Habitus hervorbringen. Es muss danach gefragt werden, nach welchen unbewussten sozialen „Regeln“ der *modus operandi* des Habitus seine Auswahlentscheidungen trifft sowie nach welchen Regeln seine Wahrnehmung den Bildstil der Erscheinungsbilder entwirft. Damit kann dann beantwortet werden, woran sich der praktische Sinn orientiert und wie er strukturiert ist; das heißt wie die Habitus die Auswahl eines bestimmten Genre eines gastronomischen

Tauschgeschäfts und der Artefakte treffen, woher sie wissen, was sie zu leisten haben und was für sie angemessen ist.

Dies leitet über zu der bourdieuschen Theorie der „symbolischen Gewalt“. Diese wird im Folgenden skizziert, da sie maßgeblich ist für die Frage, nach welchen „Kriterien“ der Habitus die Art des gastronomischen Tauschgeschäfts, das Ladenlokal und Artefakte auswählt und wonach sein Blick die Artefakte (als Anzeichen, Symbole und Bedeutungstypen) zu einem Erscheinungsbild anordnet.

2.2 Die Theorie der „symbolischen Gewalt“

Bourdieu's Theorie der symbolischen Gewalt respektive seine Distinktionstheorie beruht auf seiner Klassentheorie, deshalb wird diese nun zunächst vorgestellt und dann auf die pluralisierte Dienstleistungsgesellschaft Deutschlands übertragen. Im Anschluss daran, werden die Symboltheorie und die Distinktionstheorie dargestellt.

2.2.1 Die Klassentheorie Bourdieus

Die Gesellschaft begreift Bourdieu als einen metaphorischen, abstrakten „sozialen Raum“, der ähnlich wie der physische Raum aufgebaut ist, und zwar durch die „wechselseitige Äußerlichkeit der Teile“: Er fasst ihn als einen Raum, der sich durch ein *relationales* Nebeneinander von *klassifizierten* Positionen aufspannt (vgl. Bourdieu 1991b: 9). Die sozialen Positionen definieren sich demzufolge erst in der Beziehung zu anderen Positionen.

Die Positionen im sozialen Raum kommen durch die Verfügung über Kapital (Menge, Art und Kombination) zustande. Das Kapital fungiert insofern als Verteilungsmechanismus innerhalb des sozialen Raums. Bourdieu unterscheidet zwischen drei Arten von Kapital:

- Dem **ökonomischen Kapital** ordnet er den Besitz, das Einkommen und das Vermögen eines Subjekts beziehungsweise Klasse zu.
- Zum **kulturellen Kapital** gehören Bildungstitel (institutionalisiert), kulturelle Güter (objektiviert) sowie kulturelles Wissen, wie Geschmack, Fertigkeiten und Benehmen (inkorporiert).
- Mit **sozialem Kapital** sind institutionalisierte soziale Beziehungen gemeint, ebenso das Ansehen und Prestige sowie Charme als Kommunikationsmittel (vgl. Bourdieu 1983).

Die Verteilung der Positionen im sozialen Raum erfolgt zwar mehrdimensional – trotzdem stellt das *ökonomische* Kapital die entscheidende Strukturdimension dar (vgl. Bourdieu 1991b : 32).

Nun besteht die Gesellschaft – beziehungsweise das Frankreich der 1960er und 1970er Jahre – nach Bourdieu als hierarchisierte Klassengesellschaft. Seiner Theorie und empirischen Studien zufolge gab es in Frankreich damals drei Klassen: die obere Klasse der Bourgeoisie und der Künstler, die Mittelklasse des aufstrebenden Kleinbürgertums und schließlich die untere Klasse der Arbeiter. Für die Stellung des Subjekts im sozialen Raum gilt: Jedes Subjekt kann anhand seines Kapitals einer sozialen Klasse zugeordnet werden (vgl. ebd.: 9).

Nun stellt sich die Frage, ob und wie die von Bourdieu für die Klassengesellschaft Frankreichs vor 40 Jahren behaupteten Distinktionsmechanismen auf die heutige deutsche Gesellschaft übertragen werden können, die als „pluralisierte Dienstleistungsgesellschaft“ proklamiert wird.

2.2.2 Der klassentheoretische Milieuansatz nach Vester et al.

Jean Fourastié unterscheidet in seiner „Drei-Sektoren-Hypothese“ drei Typen von Gesellschaften aufgrund ihrer Produktgewinnung:

- Agrargesellschaften (Produktgewinnung im primären Sektor der Land- und Forstwirtschaft sowie Fischerei),
- Industriegesellschaften (Produktgewinnung im sekundären Sektor der Industrie und des Handwerks, einschließlich Bergbau und Baugewerbe) und
- Dienstleistungsgesellschaften (Produktgewinnung im tertiären Sektor, das heißt Handel, Verkehr, Kommunikation, Verwaltung, Bildung, Wissenschaft, Beratung, Sozial- und Gesundheitswesen u. a.).

Fouratié nimmt an, dass *Agrargesellschaften* sich zunächst in *Industriegesellschaften* transformieren und Industriegesellschaften schließlich in *Dienstleistungsgesellschaften*. Deutschland kann als Dienstleistungsgesellschaft begriffen werden (vgl. Geißler 2014: 185). In Dienstleistungsgesellschaften lässt sich aufgrund der Individualisierung und Globalisierung in Dienstleistungsgesellschaften eine Pluralisierung von Lebensstilen beziehungsweise von sozialen Milieus beobachten. „Soziale Milieus fassen (...) Menschen zusammen, die sich in Lebensauffassung und Lebensweise ähneln, die also

gleichsam ‚subkulturelle‘ Einheiten innerhalb der Gesellschaft bilden. Die Bevölkerung wird also nach ‚subkulturellen Einheiten‘ oder ‚Subkulturen‘ untergliedert; dazu gehören Unterschiede in ihren Wertorientierungen und Lebenszielen, in ihren Einstellungen zu Arbeit, Freizeit und Konsum, zu Familie und Partnerschaft, in ihren Zukunftsperspektiven, politischen Grundüberzeugungen und Lebensstilen.“ (ebd.: 114)

Mit Vester et al. (hannoveraner Ansatz) kann nun davon ausgegangen werden, dass sich das Klassengefüge, trotz der Zunahme der Dienstleistungen, der Ausbildungsstandards und Pluralisierung von sozialen Milieus in postindustriellen Dienstleistungs- und Wissensgesellschaften, lediglich *horizontal* verschiebt. Danach zeichnet sich die Sozialstruktur einer Dienstleistungsgesellschaft zwar durch eine Bildungsexpansion und Pluralisierung von Lebensstilen beziehungsweise sozialer Milieus aus, das vertikale Klassengefüge und die bourdieuschen Differenzierungsachsen sowie Distinktionslinien bleiben dennoch bestehen. Im klassentheoretischen Milieuansatz der hannoveraner Arbeitsgruppe, die die Sinusmilieus mit der Klassentheorie Bourdieus integrieren, werden soziale Milieus so als „Nachfahren der früheren Stände, Klassen und Schichten“ angesehen (vgl. ebd.: 117). In Deutschland besteht danach folgende Klassenstruktur:

Etwa ein Fünftel der Bevölkerung gehört zu den fünf „oberen bürgerlichen Milieus“ mit Privilegien in Macht, Besitz und Bildung. Die große Mehrheit der Bevölkerung (ca. 70 %) unterteilt sich wiederum in sechs „respektable Volks- und Arbeitnehmermilieus“. „Deren soziale Stellung ist durch Statussicherheit („Respektabilität“) gekennzeichnet, die in den modernen Milieus stärker ausgeprägt ist als in den traditionellen Milieus. Abgedrängt nach unten und jenseits der Trennlinie der Respektabilität leben die ‚unterprivilegierten Volksmilieus‘. Es sind ‚traditionslose Arbeitnehmer‘ mit in der Regel niedrigen Qualifikationen. Zu ihnen gehören ‚Resignierte‘ und ‚Unangepasste‘, aber auch ‚Statusorientierte‘ ohne Erfolg. Sie umfassen etwa gut ein Zehntel der Bevölkerung.“ (Vester 2013: 176)

Zwar beruht Bourdieus Geschmackstheorie auf empirischen Studien, die er in Frankreich in den 1960er Jahren durchgeführt hat. Seine Klassen- und somit auch seine Symbol- und Distinktionstheorie können mit dem klassentheoretischen Milieuansatz jedoch immer noch – wenn auch in weiterentwickelter Form - Gültigkeit beanspruchen (vgl. ebd.; Diaz-Bone 2010: 37). Diese werden im Folgenden dargestellt.

2.2.3 Die Symbol- und Distinktionstheorie Bourdieus

Die materiellen Lebensbedingen (die Kapitalien) der sozialen Klassen schlagen sich in den Wahrnehmungs-, Denk-, und Handlungsschemata der Habitus der AkteurInnen nieder: als körperliche Eigenschaften, als Lebenseinstellungen und Lebensentwürfe, in Vorlieben für Kulturgüter und in den Praxisformen, die sie praktizieren. Reziprok drücken alle Äußerungen des Habitus aus, unter welchen (Lebens)Umständen er erworben wurde. Die faktischen Unterschiede des *sozialen Raumes* kommen in dem *symbolischen Raum* der sozialen Praxis zum Vorschein. (Quelle) Die opera operata und der modus operandi der Habitus werden somit zu Symbolen der faktischen Unterschiede der sozialen Klassen in sozialen Raum:

„Neben die spezifisch ökonomischen Unterschiede treten also symbolische Unterscheidungen nach der Art der Verwendung oder, wenn man so will, nach Art des Konsums, insbesondere des symbolischen oder ostentativen Konsums, der diese Güter verdoppelt, sie in Zeichen, d.h. die *faktischen* Unterschiede in symbolische Unterscheidungen oder, wie die Linguisten sagen, in ‚Werte‘ verwandelt, indem eine *Manier*, die Form einer Handlung oder eines Gegenstandes auf Kosten ihrer Funktion in den Vordergrund tritt. Daher besitzen von allen Unterscheidungen diejenigen das größte Prestige, die am deutlichsten die Stellung in der Sozialstruktur symbolisieren, wie etwa Kleidung, Sprache oder Akzent und vor allem die ‚Manieren‘, Geschmack und Bildung.“ (Bourdieu 1974: 60; Hervorhebung im Original)

Der Habitus bewirkt, dass die AkteurInnen aufgrund der unbewussten verinnerlichten Dispositionen und dem Gespür für die eigene Stellung im sozialen Raum, immer wieder die Praxisformen und Kulturgüter wählen, die ihnen *implizit* und *objektiv* zugeteilt werden. Damit gemeint sind beispielsweise Bildungswege, die eingeschlagen, Güter, die konsumiert, Besitztümer, die gekauft und Partner, die geheiratet werden können. Die gesellschaftlichen Möglichkeiten stehen folglich nicht jedem beliebigen Subjekt gleichermaßen offen (vgl. Krais, Gebauer 2013: 46). Denn der Habitus beinhaltet einen Sinn dafür, was man „sich erlauben darf“ und „was zu einem passt“. Insofern lässt ihr Habitus die AkteurInnen auf quasi intuitive Weise das tun, was sie scheinbar *subjektiv* möchten, was ihnen letztlich aber implizit und objektiv von den gesellschaftlichen Strukturen auferlegt wird. Die Struktur der Gesellschaft regiert somit nicht in den Gleisen eines mechanischen Determinismus, sondern über die (un)bewussten habituellen Dispositionen. Die gesellschaftlichen Strukturen erscheinen den Subjekten

deshalb als natürlich und werden keineswegs gleich dem Gehorsam gegenüber einem Gebot, einer Norm oder rechtlichen Regelungen empfunden (vgl. Bourdieu 2001: 184). Der Habitus und sein Gespür für Grenzen („das ist nichts für uns“), impliziert vielmehr ein stillschweigendes Akzeptieren der bestehenden Herrschaftsbeziehungen (vgl. Bourdieu 1991b: 18, Bourdieu 1987a: 740).

Für die Aufrechterhaltung des hierarchischen Systems „sorgt“ danach insbesondere die *symbolische* Ordnung: „Bourdieu beginnt symbolische Konstruktionen als soziale Tätigkeiten zu begreifen, die unter dem Aspekt der Nutzenmaximierung vollzogen werden (Bourdieu 1976; vgl. auch Honneth 1984). Er versteht sie demzufolge nicht länger als Produkte eines kognitiven Prozesses, sondern als Ergebnis gruppenspezifischer Auseinandersetzungen. Bourdieu entwickelt einen handlungstheoretischen Ansatz, der symbolische Praktiken genauso wie wirtschaftliche Praktiken als Strategien in der Konkurrenz um die Positionen im sozialen Raum betrachtet.“ (Löw 2001: 180) Die symbolische Ordnung respektive die Ordnung der Lebensstile spielt für die Klassentheorie Bourdieus folglich eine entscheidende Rolle, da sie aufgrund ihrer Unbewusstheit umso stärker zur Verinnerlichung, Bejahung, Akzeptanz und Erhaltung der Klassenunterschiede führt. „Die Klassengesellschaft ist eine Kultargesellschaft, ein Kapitalismus des Geschmacks; das ökonomische Sein wird verdoppelt durch einen ästhetischen Schein.“ (Gebauer, Wulff 1998: 311)

Symbole fasst Bourdieu insofern nicht als allgemeine Zeichen auf, sondern primär als *Unterscheidungs-Zeichen* von sozialen Positionen. Folglich sind Symbole *relationale* Unterscheidungszeichen, die erst in der Relation zur Gesamtheit der übrigen Symbole definiert werden, „als Unterschied in einem System von Unterschieden“. (Fröhlich, Rehbein: 229). Anders gesagt: Symbole sind in eine Struktur von Zeichen eingebunden, die sich gegenseitig in semantischen Kategorien definieren (vgl. Bourdieu 1998: 15, Bourdieu 1985: 21-22). Die „Logik der symbolischen Beziehungen“, also der Unterscheidungsmerkmale, zwingt sich den Subjekten als System von Regeln mit absoluter Geltung auf, die weder auf die Ökonomie noch auf die Intentionen zu reduzieren sind (vgl. Bourdieu 1970: 73). Handlungen werden damit zu urteilenden Akten, in denen sich ein Klassifizierender in Relation zu der symbolischen Ordnung setzt (vgl. Diaz-Bone 2010: 37).

Dabei haben Menschen ein grundsätzliches Verlangen sich gegenüber Anderen abzugrenzen. Anders gesagt drückt sich in dem einheitlichen Gesamtkomplex des

Lebensstils ein und dieselbe Intention aus: das relationale Streben nach *Distinktion* (vgl. Bourdieu 1987b: 283). Insofern können soziale Handlungen danach auch als relationale, distinktive Praktiken bezeichnet werden. Aufgrund der Unbewusstheit des Habitus impliziert das Streben nach Distinktion aber nicht „wie häufig in der Nachfolge von Veblens Theorie der ‚conspicuous consumption‘ unterstellt wird, ein bewußtes Streben nach Distinktion. Jeder Konsumakt und allgemeiner: jede Praxis ist ‚conspicuous‘, ist sichtbar, gleichviel ob sie vollzogen wurde, ‚um gesehen zu werden‘, oder nicht; sie ist distinktiv, Unterschied setzend, gleichviel ob Jemand mit ihr die Absicht verfolgt, oder nicht, sich bemerkbar zu machen, sich auffällig zu benehmen (‚to make oneself conspicuous‘), sich abzusetzen, distinguert zu handeln. Als solche fungiert sie zwangsläufig als ‚Unterscheidungszeichen‘ und, sofern es sich um einen anerkannten, legitimen, gebilligten Unterschied handelt, als ‚Distinktionszeichen‘.“ (Bourdieu 1991b: 21; Hervorhebung im Original)

Die Gesamtheit aller Symbole einer Klasse, also körperliche Eigenschaften, Praxisformen, Kulturgüter, ethisch-ästhetische Werte und Lebenseinstellungen, nennt Bourdieu Lebensstil. Lebensstile zeichnen sich dadurch aus, dass die verschiedenen Bereiche, die einen Lebensstil ausmachen, einen kohärenten Zusammenhang aufweisen. Denn der habituelle Geschmack neigt zur Vereinheitlichung der verschiedenen Bereiche, er neigt zur *Homologie*: „Der Habitus bewirkt, dass die Gesamtheit der Praxisformen eines Akteurs (...) als Produkt der Anwendung identischer (oder wechselseitig austauschbarer) Schemata zugleich systematischen Charakter trägt und systematisch unterschieden ist von den konstitutiven Praxisformen eines anderen Lebensstils.“ (Bourdieu 1987a: 278) Denn der Habitus ist ein „einheitsstiftendes Prinzip“, „durch das ein Zusammenhang zwischen unterschiedlichen Dingen hergestellt wird“. (Bourdieu 1982: 32 zit. nach Bremer, Teiwes-Kügler 2013: 98)

Über Bourdieu hinausgehend kann mit Schulze von einem psychischen Bedürfnis ausgegangen werden, kulturelle Werte einerseits und die objektive Wirklichkeit (materielle Lebensbedingungen/faktische Unterschiede) andererseits im Lebensstil zu integrieren (vgl. Schulze 1992: 244 in Diaz-Bone 2010: 127). Mit Willis kann dies auch als Bedürfnis nach erfahrener kultureller *Identität* und Kohärenz bezeichnet werden. Eine einheitliche Semantik ermöglicht den AkteurInnen dabei, dauerhafte Formen in der Lebensführung zu finden, sie zu entlasten und Sinn zu finden (vgl. ebd.: 129-130). Mit einem kohärenten Lebensstil geben sich Individuen und Kollektive das Gefühl, einer „angemessenen“, „richtigen“ und „gelungenen“ Lebensführung“ (vgl. ebd.: 96). Willis

zufolge befriedigen Habitus dieses Verlangen über die Konstruktion „soziosymbolischer“ Werte, die sie Praxisformen, die sie betreiben und Objekten mit denen sie sich umgeben, zuschreiben. Diese soziosymbolischen Werte ermöglichen den Habitus ihren Semantiken eine Form zu geben (vgl. ebd.: 130). Mehr noch: durch das ständige „Hin und Her“ zwischen der sozialen Gruppe und der sie umgebenden Gegenstände und Tätigkeiten, werden Einstellungen, Werte und Sichtweisen der Gruppe erst geprägt (vgl. ebd.).

Insofern sind Gegenstände zwar immer schon als „Material“ vorhanden. In der distinktiven sozialen Praxis erhalten sie dann aber mitunter einen anderen Wert als den, den man auf ihren „reinen Gebrauchswert“ oder ihre Funktionalität zurückführen könnte. Sie drücken einen ethisch-ästhetischen Wert für einen Lebensstil aus und verweisen dadurch reziprok auf den Lebensstil. Danach ist ihnen immer auch ein relational-distinktiver Wert immanent (vgl. ebd.: 69). Es besteht eine eigene symbolische Ordnung von Gebrauchsgegenständen, die sich gegenseitig, im Verweis auf Lebensstile bestimmen (vgl. ebd.: 119-120). Somit wird die Annahme einer „natürlichen“ Gegebenheit von Artefakten und der auf ihre Funktion beschränkten Bedeutung von Bourdieu aufgebrochen. Dennoch haben Artefakte auch einen materiellen Wert. Sie sind also sowohl materiell als auch sozial strukturiert - wobei ihr Material und Gebrauchswert immer schon einen symbolischen Wert darstellt (vgl. Latour 1995 in Reckwitz 2010: 192). Die Bestimmung von Artefakten aufgrund ihres „reinen Material- und Gebrauchswert“ greift demnach zu kurz.

Analog zu den drei Klassen der Gesellschaft bestehen nach Bourdieu auch drei Arten von Geschmack:

1. der legitime, „feine oder gehobene“ Geschmack der oberen Klassen,
2. der präventöse, „gewöhnliche oder durchschnittliche“ Geschmack der Mittelklasse oder des Kleinbürgertums und
3. der Notwendigkeitsgeschmack, der „grobe oder vulgäre“ Geschmack der unteren Klasse (vgl. Bourdieu 1987a; Diaz-Bone 2010.: 43-44; Vester 2013: 176).

Die Distinktion oder die Strategien, die grundlegenden Dispositionen eines Lebensstils in ein System ästhetischer Prinzipien und objektiver Unterschiede umzuwandeln, bleibt faktisch den Angehörigen der herrschenden Klasse vorbehalten, letztlich sogar nur den

höchsten Kreisen der Bourgeoisie sowie den Künstlern, den Erfindern und Professionellen der „Lebensstilisierung“. „Sie allein sind in der Lage, ihre Lebensform zu einer Kunstform zu erheben. Der Eintritt des Kleinbürgers in dieses Spiel der Distinktion und Unterscheidung ist demgegenüber nicht zuletzt durch die Furcht gekennzeichnet, anhand von Kleidung oder Mobiliar dem Geschmack der anderen sichere Hinweise auf den eigenen Geschmack zu liefern und sich so deren Klassifizierung auszusetzen. (...) Die Unterschichten wiederum spielen in diesem System ästhetischer Positionen wohl kaum eine andere Rolle, als die einer Art Kontrastfolie, eines negativen Bezugspunktes, von dem sich alle Ästhetiken in fortschreitender Negation absetzen“. (Bourdieu 1987a: 107)

„Stellt die Entwicklung eines Stils sich somit weder als autonome Entwicklung einer einzigen, unveränderbaren Essenz noch als Schöpfung von unvorhersehbarer Neuheit dar, sondern eher als ein Hin- und Her, das weder Vor- noch Rückgriffe ausschließt, so deshalb, weil der *Habitus* des Künstlers, als eine Axiomatik von Schemata, seine Wahl immerzu leitet, die, wenn auch wohlüberlegt, so doch nichtsdestoweniger systematisch erfolgt. Ohne in der Art ihrer Organisation ausdrücklich einem bestimmten Zweck zu gehorchen, ist diese Wahl doch Träger einer Art von Finalität, die sich allerdings erst *post festum* zu erkennen gibt: wenn daher Werke, die durch eine Kette signifikanter Beziehungen miteinander verbunden sind, sich aus sich selbst heraus zum System konstituieren, vollzieht sich ihre Verkettung in einer Kopplung von Sinn und Zufall. Diese Verbindung stellt sich her, löst sich auf, um schließlich nach Regeln wieder zu erstehen, die umso beständiger sind, je mehr sie sich dem Bewußtsein (sic) entziehen.“ (Bourdieu 1970: 152-153; Hervorhebung im Original)

Auch *Ästhetik* ist folglich keine Eigenschaft, die den Objekten immanent und auf ihre Substanz zurückzuführen ist. Sie unterliegt vielmehr einem System von semantischen Gegensätzen (z.B. schön/hässlich), die ein klassifizierender *Habitus* durch Werturteile vornimmt. Die Universalität der Ästhetik im kantschen Sinne wird von Bourdieu damit zurückgewiesen und als *habituelle Ästhetik* konzipiert (vgl. ebd.: 43). Ästhetik oder die Vorstellung einer naturgegebenen Fähigkeit zu erkennen was schön oder ästhetisch wertvoll ist, gleichsam der *Form* mehr Bedeutung als der *Funktion* eines Gegenstandes beizumessen, ist insofern eine soziale Konstruktion. Sie hebt lediglich diejenigen empor, die über den scheinbar wahren „Geschmack“ verfügen: ein kleiner, erlesener Teil von Menschen (vgl. Bourdieu 1987b: 57ff.). So wird „das Publikum (...) in 2 gegensätzliche Gruppen getrennt: die, die verstehen und die, die nicht verstehen. Das

schließt ein, „dass die einen ein Aufnahmeorgan besitzen, das den anderen offenbar versagt ist; daß (sic) es sich um zwei Varietäten der Spezies Mensch handelt.“ (Bourdieu 1991b: 57)

Mit dem klassentheoretischen Milieuansatz lässt sich die Theorie der symbolischen Gewalt auf die pluralisierte Gesellschaft Deutschlands übertragen. So bestehen auch heute noch und in Deutschland symbolische vertikale Unterschiede zwischen den sozialen Milieus. Die soziale Ordnung kommt somit also immer noch über die Symbolik von Praxisformen und kulturelle Güter zum Ausdruck und wird über diese gesichert (vgl. Diaz-Bone 2010: 150 ff.). Die „oberen bürgerlichen Milieus“ zeichnen sich danach weiterhin durch einen „feinen oder gehobenen Geschmack“ aus. Die Trennlinie der Distinktion grenzt sie von dem „gewöhnlichen oder durchschnittlichen“ Geschmack der Mehrheit der Bevölkerung der „respektablen Volks- und Arbeitermilieus“ und dem „groben oder vulgären“ Geschmack der unterprivilegierten Volksmilieus ab. Über Bourdieu hinausgehend wird weiterhin davon ausgegangen, dass auch die unterprivilegierten Milieus anstreben, sich von anderen Klassen und anderen Milieus derselben Klasse abzugrenzen, um sich Identität zu schaffen (vgl. Diaz-Bone 2010.: 43-44; Vester 2013: 176). Studien nach dem hannoveraner Ansatz untersuchen insofern nicht nur vertikale, sondern auch horizontale Unterschiede zwischen den Milieus – Herrschaftsbeziehungen, Distinktion (Ab- und Ausgrenzung) und soziale Benachteiligungen und Ungerechtigkeiten.

Um Bilder als opera operata von relationalen, distinktiven, kulturellen Praktiken verstehen und deuten zu können, müssen sie in ihrem Kontext betrachtet werden. Denn der modus operandi des Habitus operiert immer praktisch logisch und praktisch relevant, das heißt kontextabhängig. Indem Bedeutungen praktisch logisch und kontextabhängig entstehen und deshalb einem zeitlichen und örtlichen Wandel unterlegen sind, muss auch Distinktion immer wieder neu hergestellt werden. Das heißt, dass Distinktion nicht einfach durch den Verweis auf eine bereits gegebene Hierarchie der kulturellen Güter und Objekte besteht. Dies führt zu der Frage, wie der Kontext die relationale und distinktive Gestaltung der Erscheinungsbilder der gastronomischen Tauschgeschäfte beziehungsweise die Wahrnehmung bei der kognitive und sinnliche Symbolisierung verwoben sind, in den Momenten der Auswahl des Genres, des Ladenlokals der Artefakte und deren Anordnung als bildliches Sinngewebe beeinflusst.

Erst wenn der Kontext in die Analyse einbezogen wird, kann herausgearbeitet werden, worin genau die feinen relationalen und distinktiven Unterschiede in den opera operata liegen. Dies kann in der Terminologie Bourdieus als Zusammenhang von Habitus und Feld bezeichnet werden.

2.2.4 Die „Komplizenschaft“ von Habitus und Feld/Kulturwelt

Die verschiedenen (spezialisierten und institutionalisierten) Bereiche der sozialen Welt bezeichnet Bourdieu als „Praxisfelder“ oder schlicht als „Felder“. Bourdieu differenziert dabei etwa das ökonomische, das religiöse, das wissenschaftliche, das intellektuelle und das kulturelle Feld sowie beispielsweise das politische und modische Feld als Unterfelder des kulturellen Feldes (vgl. Bohn 1991: 27). Die Bedeutung oder der symbolische Wert der Felder bestimmt sich wiederum relational. Dabei ist das ökonomische Feld allen anderen Feldern übergeordnet. Die anderen Felder folgen diesem in ihrer Funktionsweise und ihrem Entwicklungsverlauf (vgl. Bourdieu 1991b: 32).

Zwar sind der Raum der Lebensstile und die Felder orthogonale Räume, die einzelnen Felder weisen aber dennoch ihnen jeweils eigene „enjeux“ auf: eigene Regeln und Einsätze (Kapitalien), die gefordert werden, um in ein Feld eintreten zu können und dessen „Spiel“ zu spielen: Sie können ein spezifisches (Fach)wissen erfordern, in ihnen werden besondere soziale Praktiken ausgeführt und sie beinhalten eigene Kodierungen und Semantiken (vgl. Reckwitz 2010: 197). So bringen sie eigene Denkformen und Wahrnehmungsschemata hervor und erfordern diese gleichfalls (vgl. Diaz Bone 2010: 49-50). Die feldspezifischen enjeux sind somit nicht „eins-zu-eins“ auf andere Felder zu übertragen, sondern folgen einer eigenen Logik und zeichnen sich durch „relative Autonomie“ aus (vgl. Bourdieu 1974: 124). Die Felder sind damit als eigene soziale Kräftefelder der symbolischen Gewalt zu begreifen. So bilden sie auch ihnen eigene Relationensysteme der sozialen Positionen aus. Trotzdem besteht auch eine Homologie zwischen den Feldern, so dass sie letztlich nicht trennscharf voneinander zu unterscheiden sind.

Habitus und Felder stehen nun in einem wechselseitigen Verhältnis und bringen sich gegenseitig hervor, sie sind reziproke Erzeugungsprinzipien, die die soziale Praxis formen (vgl. Bourdieu 2001: 193). Auf der einen Seite konstituieren sich die Felder erst durch die Handlungen und den Einsatz der Habitus. Ihre jeweilige Form erhalten sie erst durch den relationalen Einsatz oder die relationalen „Spielstrategien“ der SpielerInnen,

welche in ihren Distinktionsbestrebungen aufeinander reagieren. Auf der anderen Seite bestimmen die enjeux der Felder den *modus operandi* des Habitus, indem sie vorgeben, was die SpielerInnen beherrschen müssen, um bestimmte Positionen zu besetzen (vgl. ebd.). Möchte ein Habitus in einem Feld „mitspielen“, muss er auf die geforderten enjeux reagieren, das heißt er muss die verlangten Einsätze bringen, sich den Spielregeln anpassen und die Spielzüge anderer antizipieren. Mit anderen Worten: die Art des Handelns oder die Art eine Handlung durchzuführen, der *modus operandi*, richtet sich an dem bereits bestehenden Spiel, den *opera operata* der anderen SpielerInnen aus (vgl. Bourdieu 1987b: 98).

Im Habitus als Handlungsprogramm ist nun ein Horizont an Möglichkeiten von in der Vergangenheit erlernten „Spielstrategien“ verankert, um den „Wettkampf“ auszutragen. Von diesen werden eine (oder mehrere) ausgewählt, die angemessen erscheinen. Dabei ist es der unbewusste praktische Sinn eines Habitus, der hier sozusagen als Anlage-Sinn zu verstehen ist, der die Auswahl für eine bestimmte Praxisform oder Kulturgüter trifft (vgl. Fröhlich, Rehbein: 195). „Das Handeln des praktischen Sinn stellt eine Art notwendiger Koinzidenz zwischen einem Habitus und einem Feld (oder einer Position in einem Feld) dar, was ihm den Anschein prästabiliert Harmonie verleiht: Wem die Strukturen der Welt (oder eines besonderen Spiels) einverleibt sind, der ist hier unmittelbar, spontan ‚zu Hause‘ und schafft, was zu schaffen ist (die Geschäfte, *pragmata*), ohne überhaupt nachdenken zu müssen, was und wie; er bringt Handlungsprogramme hervor, die sich als situationsgemäß und dringlich objektiv abzeichnen und an denen sein Handeln sich ausrichtet, ohne daß sie durch das Bewußtsein oder den Willen klar zu expliziten Normen oder Geboten erhoben wären.“ (Bourdieu 2001: 183) Die Symbole, die der Habitus dabei wählt, zeigen dann an, welche Bedeutung er „dem komplexen Spiel“ unbewusst beimisst, wie er sich selbst darin positioniert, welchen Blick auf die Welt er vertritt etc. Bourdieu bezeichnet den Umgang mit Symbolen insofern auch als „unaufhörliche Repräsentationsarbeit“ der eigenen Identität (vgl. Bourdieu 1991b: 16).

Das Spiel und seine Regeln formen so die jeweilige „Gestalt“ der Spieleinsätze respektive die Auswahl eines Habitus für eine konkrete Form oder Äußerung in einer konkreten Handlungssituation. Der Habitus einer Spielerin wird so gesehen erst dann geformt, wenn sie ein Spiel überhaupt spielt. „Die soziale Stellung eines Akteurs ist folglich zu definieren anhand seiner Stellung innerhalb der einzelnen Felder, das heißt innerhalb der Verteilungsstruktur der in ihnen wirksamen Machtmittel (...).“ (ebd.: 11)

Das heißt, dass derjenige die größten Chancen im Spiel hat, der über das meiste des fragten Kapitals beziehungsweise über das beste oder angesehenste Kapital verfügt.

Die enjeux der Spiele sind jedoch nicht festgeschrieben, sondern sind zeitlichen und örtlichen Schwankungen unterworfen: Wert und Wirksamkeit der Kapitalsorten und –menge, die benötigt werden, um das Spiel zu spielen verändern sich (vgl. Bourdieu 1987a: 183). Die enjeux der Felder stehen demnach ebenso auf dem Spiel. So kann man von einem „doppelten Kampfgeschehen“ sprechen: einerseits geht es um das „tatsächliche Spiel“, andererseits geht es immer auch darum, wer die Regeln und Einsätze des Spiels bestimmt, wer also über die Legitimationsmacht verfügt (vgl. Bohn 1991: 29).

Mit Diaz-Bone erscheint das Feldkonzept Bourdieus allerdings zu grob, um die feinen Unterschiede in relational-distinktiven opera operata - den Erscheinungsbildern gastronomischer Tauschgeschäfte – in einem örtlichen und zeitlichen Feldkontext verstehen und deuten zu können (vgl. Diaz-Bone 2010: 66-70).

Mit dem von Diaz-Bone entwickelten Konzept der „Kulturwelten“, ist es wiederum möglich, Binnendifferenzierungen der Felder flexibel untersuchen zu können (vgl. ebd.: 150 ff.). Im Gegensatz zu Bourdieu siedelt er die Kulturwelten nicht auf der Makroebene an, sondern auf der Mesoebene. Das heißt, dass Kulturwelten sowohl in mikrosoziologischen als auch makrosoziologischen Praktiken konstruiert werden, etwa medialen Repräsentationen. Kulturwelten sind gewissermaßen als Teilfelder eines Feldes zu begreifen. Danach bilden auch gastronomische Tauschgeschäfte eine eigene Kulturwelt im Rahmen des Feldes ökonomischer Dienstleistungen. Eine solche Konzeption scheint nun geeigneter für eine mikrosoziologische Habitusanalyse als das makrosoziologische Feldkonzept Bourdieus.

„Kulturwelten“ sind grundsätzlich ähnlich strukturiert wie die bourdieuschen Felder. Sie definieren sich in Relation miteinander im Rahmen des Makrofeldes, in das sie eingelagert sind (Dienstleistungen). Ebenso stellen sie ein eigenes System aus relationaler Positionen dar, die durch unterschiedliche Kapitalarten und –verfügung zustande kommen. In Kulturwelten als relativ autonome Teilfelder herrschen außerdem eigene symbolische Ordnungen (vgl. ebd.). Kulturwelten verfügen über relative Autonomie, so dass sich die Habitus vorrangig an den inhaltlichen- und ästhetischen Äußerungen anderer Habitus derselben Kulturwelt, desselben Teilfeldes (gastronomische Dienstleistungen) orientieren, die national oder international sein

können, statt an den Praktiken und Objekten desselben (nationalen) Feldes (Dienstleistungen). Im Unterschied zu den großen Feldeinteilungen kann in Kulturwelten auch *subkulturelles* Kapital von Bedeutung sein. Der Begriff „Subkultur“ wurde lange gefasst als „Gegenkultur“ von Jugendlichen unterer Schichten und/oder Randgruppen, deren Praxisformen und Kulturgüter von der hegemonialen Ordnung und Ästhetik abweichen. Die Begrifflichkeit der Subkultur wurde jedoch abgeschwächt, so dass dieser nicht mehr nur Gegenkultur meint. Im Konzept der Kulturwelten stellt subkulturelles Wissen also ein Kapital dar, mit dem ein Distinktionsgewinn erzielt werden kann (vgl. ebd.). Der Grad der Legitimität von subkulturellem Kapital ist jedoch auch begrenzt. Das heißt, dass mit diesem Wissen nicht auch in anderen Kulturwelten, in anderen Situationen Distinktionsgewinne erzielt werden können.

2.2.5 Der Habitus und die interdiskursive, kulturelle Wissensordnung

Mit Bourdieu sind alle Wahrnehmungs-, Denk- und Handlungsschemata des Habitus abhängig von seiner sozialen Position und den materiellen Lebensbedingungen, in denen diese erworben wurden. Mit Foucault und Pêcheux respektive Diaz-Bone kann dennoch von einer grundlegenden „interdiskursiven Wissensordnung“ ausgegangen werden, die mehr oder weniger alle Mitglieder einer Gesellschaft unabhängig von ihrer sozialen Klasse teilen (vgl. Diaz-Bone 2010: 71-108). Die Interdiskurstheorie von Pêcheux, die auf der Diskurstheorie Foucaults basiert, kann in gegebenen Rahmen jedoch nicht *en detail* dargestellt werden. Trotzdem wird in vorliegender Arbeit in Anlehnung an Foucault und Pêcheux angenommen, dass alle Mitglieder einer Gesellschaft über ähnliche, elementare Wahrnehmungs- und Wissenskategorien verfügen (vgl. ebd.). Nach Foucault und Pêcheux sind diese durch die diskursive Praxis entstanden beziehungsweise entstehen durch die diskursive Praxis. Das heißt sie entstehen unabhängig von den *bewussten* Intentionen der Habitus, aber nicht unabhängig von ihren Handlungen, sondern gerade in und durch ihre Handlungen selbst. Als diskursiv entstandene, bilden die grundlegenden Wissensordnungen eigene Realitäten, die das Handeln der Habitus bedingen: als grundlegende Wahrnehmungs- und Wissensordnungen und -kategorien bestimmen sie, was zu einer bestimmten Zeit überhaupt denk- und vorstellbar ist. Die interdiskursiven Wissensordnungen „versorgen“ die Habitus mit grundlegenden Wahrnehmungs- Denk- und Handlungsschemata, das heißt auch mit symbolischen Bedeutungen und Werten. Als

solche leiten sie als grundlegende Wahrnehmungs- und Wissensordnungen die Handlungen von Habitus an. Gleichzeitig werden sie in und durch ihre Handlungen erst (re)produziert (vgl. ebd.).

In seiner diskurstheoretischen Erweiterung der Distinktionstheorie integriert Diaz-Bone die foucaultsche Diskurstheorie, die Interdiskurstheorie von Pêcheux und die bourdieusche Habitusstheorie. Trotz der Klassenunterschiede und den daraus resultierenden unterschiedlichen Wahrnehmungs-, Denk- und Handlungsschemata der Habitus nimmt Diaz-Bone an, dass sie gemeinsame grundlegende Wahrnehmungs- und Wissenskategorien und -ordnungen „teilen“ (vgl. ebd.). So geht er davon aus, dass die interdiskursiven Wissensordnungen durch und in der diskursiven Praxis von *Habitus* entstehen. Die interdiskursiven Wissensordnungen verinnerlichen und (re)produzieren die Habitus in der sozialen Praxis. In ihren distinktiven Bestrebungen greifen die Habitus die kulturelle Wissensordnung unbewusst auf und integrieren sie mit ihren materiellen Lebensbedingungen. In der Praxis müssen die Habitus also stets zwischen den faktischen, materiellen Lebensbedingungen und der interdiskursiven, symbolischen Ordnung vermitteln, um Distinktion herzustellen. Die spezifischen Wissensordnungen der sozialen Klassen, die ihren Lebensstilen zugrunde liegen, begreift Diaz-Bone dabei als distinktive Diskursive im Rahmen der allgemeinen, interdiskursiven Wissensordnungen (vgl. ebd.).

Mit Hall in Anschluss an Althusser kann weiterhin angenommen werden, dass die interdiskursiven Wissensordnungen nicht nur diskursiv, das heißt sprachlich generiert werden und nur in der Sprache zum Ausdruck kommen, sondern durch und in sämtlichen kulturellen Praktiken einer Gesellschaft. Im Sinne der Cultural Studies ist Kultur das, was die gesamte Lebensweise von Menschen einer Gesellschaft ausmacht. Kultur lässt sich also nicht auf Sitten und Gebräuche oder die Sprache beschränken, sie ist ebenso nicht identisch mit einzelnen Handlungen. Vielmehr durchzieht die Kultur sämtliche soziale Praktiken (vgl. Knoblauch 2010. 228). Kultur beziehungsweise kulturelle, habituelle Praxis lässt sich danach nun doppelt bestimmen „als die Bedeutungen und Werte, die unterschiedliche gesellschaftliche Gruppen und Klassen auf der Grundlage gegebener historischer Bedingungen und Verhältnisse hervorbringen und mit deren Hilfe sie ihre Existenzbedingungen `bewältigen` und auf sie reagieren; zum anderen als Gesamtheit der gelebten Traditionen und Praktiken, mittels derer diese `Übereinkunft` ausgedrückt und verkörpert wird.“ (Hall 1999: 123 zit. nach ebd.: 229, Hervorhebung im Original) Während Stile bei Bourdieu in der Kopplung von Sinn und

Zufall zustande kommen, entstehen Stile mit Foucault und Pêcheux beziehungsweise Hall und Diaz-Bone durch distinktive Diskurse, die die Habitus unbewusst in ihren Handlungen (re)produzieren, um sich von anderen sozialen Milieus abzugrenzen.

Was impliziert die „symbolische Gewalt“ beziehungsweise die Distinktionstheorie Bourdieus, die Annahme einer interdiskursiven, kulturellen Wissensordnung sowie die „Komplizenschaft“ von Habitus und Kulturwelt für vorliegende Masterarbeit?

2.2.6 Übertragung auf das Thema der Masterarbeit

Mit Diaz-Bone in Anschluss an Pêcheux kann davon ausgegangen werden, dass jenseits von distinktiven Praktiken ein kulturelles Wissen besteht, welches die Habitus einer Gesellschaft teilen. Dieses beinhaltet auch ein Wissen über gastronomische Tauschgeschäfte, in dem diese in verschiedene Genres kategorisiert sind, beispielsweise Restaurants, Cafés, Schnellrestaurants (Imbisse) oder Bars (vgl. Diaz-Bone 2010: 121). Die Habitus verinnerlichen in der sozialen Praxis, welche grundlegenden Objekte beziehungsweise Artefakte (Waren und Mobiliar) mit welchen grundlegenden immateriellen Praktiken verknüpft sind, also was die verschiedenen Genres von gastronomischen Tauschgeschäften im Vergleich zu anderen auszeichnet (vgl. ebd.: 212). Ein Restaurant etwa zeichnet sich durch Tische und Stühle, das Angebot von Getränken und Speisen, durch eine längere Verweildauer und durch das Sitzen an Tischen aus. Das Genrewissen bestimmt, welche Praktiken und Objekte im Rahmen eines Genres gastronomischer Tauschgeschäfte, in welcher Weise überhaupt denk- und vorstellbar sind. Dieses „Genrewissen“ kann als in der Praxis entstandene, kulturelle *Konstruktion* begriffen werden. Durch die soziale Praxis können sich die Genrekonstruktionen verändern.

In der visuellen Praxis inkorporieren die Habitus auch grundlegende Bilder davon, wie gastronomische Tauschgeschäfte typischerweise im Straßenraum repräsentiert werden. Diese Bilder können in gewisser Weise mit den platonischen „Urbildern“ und den Bedeutungstypen von Susanne Langer verglichen werden. Bei diesen Bildern handelt es sich um rudimentäre Formen, etwa Schilder, die das gastronomische Tauschgeschäft im Straßenraum anzeigen beziehungsweise symbolisieren. Diese rudimentären Formen legen gewisse hegemoniale Schemata fest, die die Gestaltung eines Erscheinungsbildes eines gastronomischen Tauschgeschäftes vorstrukturieren.

Die Erscheinungsbilder der Ladenlokale *repräsentieren* also in der Repräsentation von (im)materiellen Angeboten als *Ganze* – zunächst jenseits von distinktiven Wissensordnungen – die kulturellen Genrekonstruktionen von gastronomischen Tauschgeschäften. Gleichzeitig *zeigen* sie die hegemonialen visuellen Vorstellungen, wie gastronomische Tauschgeschäfte „typischerweise“ in Erscheinungsbildern repräsentiert werden.

Dennoch wird mit dem klassentheoretischen Milieuansatz von Vester et al. und Diaz-Bone auch davon ausgegangen, dass die bourdieusche Klassentheorie, die Theorie der „symbolischen Gewalt“, im heutigen Deutschland (noch) gilt. Die Habitus sind durch die Erfahrungen geprägt, die sie unter spezifischen materiellen Bedingungen und im Erfahrungsraum einer sozialen Klasse und eines Milieus gesammelt haben. Der modus operandi der Habitus, ist dabei grundsätzlich relational, das heißt an den Äußerungen anderer orientiert und von einem Streben nach Distinktion bestimmt. Aufgrund der homologischen Tendenz des Habitus sind einzelne Äußerungen seines modus operandi außerdem stets kohärent mit anderen Dimensionen seines Lebensstils.

Unter der Annahme einer interdiskursiven, kulturellen Wissensordnung und der „symbolischen Gewalt“ kann mit Diaz-Bone davon ausgegangen werden, dass sich die Habitus zu den kulturellen Genrekonstruktionen in der Kulturwelt gastronomischer Dienstleistungen in Bezug setzen. Als relativ autonome Kulturwelt stellen gastronomische Tauschgeschäfte ein eigenes System aus relationalen Positionen dar, die durch unterschiedliche Kapitalarten und -verfügungen zustande kommen. Danach weisen sie eigene Strukturen und eine eigene symbolische Ordnung auf. Bei der Wahl für ein Genre eines gastronomischen Tauschgeschäfts greifen die Habitus das kulturelle Genrewissen unbewusst auf und übertragen es evaluativ auf den eigenen Lebensstil. Dabei antizipiert der praktische Sinn, welches aller möglichen Genres zum eigenen Lebensstil – und den zur Verfügung stehenden Kapitalien passt und was er in der Kulturwelt der gastronomischen Dienstleistungen leisten kann und muss. Die Wahl für ein Genre wird insofern einerseits durch das verfügbare ökonomische, kulturelle und soziale Kapital und andererseits durch damit verknüpfte ethische und ästhetische Werturteile bestimmt. Diese Entscheidung ist als selbstreferentielle wie auferlegte Positionierung zu begreifen, wobei der Habitus sich in die Feldstrukturen der Kulturwelt einordnet. Bei dieser Positionierung orientieren sie sich an den Äußerungen anderer Habitus, setzen sich also relational zu diesen in Bezug. Damit geht einher, dass mit dem gastronomischen Tauschgeschäft beziehungsweise Genre ein Distinktionswert

erzielt werden muss. Der Habitus antizipiert und interpretiert außerdem die Erwartungen der KundInnen, also welches (im)materielle Angebot diese in einem zeitlichen und örtlichen *Kontext* vermeintlich erwarten. Diese „Erwartungserwartungen“ beeinflussen die Erzeugung des Angebots. Danach ist die Kulturwelt gastronomischer Dienstleistungen immer kontextabhängig und gastronomische Tauschgeschäfte selbst kontextabhängige Interpretation eines gastronomischen Genres. Als solche nehmen sie unterschiedliche Formen an, obwohl sie demselben Genre zuzurechnen sind.

In der Kulturwelt gastronomischer Dienstleistungen wählen die Habitus ein Genre, das ihren Kapitalien und Lebensstilen entspricht. Deshalb erscheint es an dieser Stelle möglich, dass die Genres von gastronomischen Tauschgeschäften entweder von bestimmten Klassen oder Milieus „besetzt“ sind oder relativ offene Kategorien darstellen, die für verschiedene soziale Klassen und deren Lebensstile sinnvoll sind. Im ersten Fall würden die feinen Unterschiede alleine durch die Wahl eines Genres hergestellt werden. Im zweiten Fall würden die feinen Unterschiede von der Interpretation des Genres, also der Form des (im)materiellen Angebots eines konkreten Tauschgeschäfts abhängen. Dieser Frage wird in der Analyse nachgegangen. In beiden Fällen aber werden feine Unterschiede in den Erscheinungsbildern sichtbar, da sie aufgrund ihrer Funktion (im)materielle Angebote von gastronomischen Tauschgeschäften anzuzeigen und zu symbolisieren, in die soziale Kulturwelt gastronomischer Dienstleistungen eingelagert sind.

Der Entwurf des materiellen Angebots des Gastronomiebetriebs (Waren und Mobiliar) wird durch den relationalen und distinktiven praktischen Sinn, seinen Blick und Geschmack geleitet. Der Blick greift auf seinen inneren Bilderschatz zurück, aus denen er *Vorbilder* der gleichen Kulturwelt auswählt, die er dem Kontext und den „Erwartungserwartungen“ der KundInnen entsprechend synthetisiert und nachbildet. Eine solche kontextabhängige Interpretation von Bildern entspricht dem aristotelischen Bildverständnis. Vorbilder sind dabei Bilder, die dem eigenen Stil des Blicks respektive (Lebens)Stil entsprechen und mit denen ein Distinktionswert erreicht werden kann. Die Bilder von Habitus anderer Klassen respektive Milieus dienen dem Blick als negative Kontrastfolie. Der Blick fungiert also als inkorporiertes kulturelles Kapital, das es ermöglicht, distinktive materielle Angebote zu entwerfen.

Die *einzelnen* Artefakte die der praktische Sinn des Habitus, sein Blick und Geschmack dabei auswählen, haben zunächst funktionelle Werte, das heißt Gebrauchswerte. Sie

bieten die Möglichkeit bestimmte Praktiken auszuführen. Neben den Gebrauchswerten haben die Artefakte auch vordefinierte soziosymbolische sowie materielle Werte. Die soziosymbolischen Werte sind zwar auch durch die materiellen und funktionellen Werte entstanden, aber nicht nur. Vielmehr entstehen ihre soziosymbolischen Werte durch die ethisch-ästhetischen Werte, die ihnen zugeschrieben werden. Bei der Gestaltung müssen die Habitus alle drei Werte miteinander vermitteln. Sie müssen also Artefakte wählen, die den verfügbaren Kapitalien und dem Lebensstil entsprechen, außerdem dem Kontext und den „Erwartungserwartungen“ der KundInnen angemessen erscheinen und mit denen ein distinktiver Wert erreicht werden kann. Die Wahl *einzelner* Artefakte ist danach ebenfalls von der relationalen Wahrnehmung abhängig, welche Artefakte andere soziale Klassen respektive Milieus in der kontextabhängigen Kulturwelt gebrauchen, um das materielle Angebot ihres gastronomischen Tauschgeschäfts zu entwerfen und damit ihre ethisch-ästhetischen Werte ausdrücken. Ob und inwiefern die bourdieuschen Distinktionsmechanismen auch für die Erscheinungsbilder von gastronomischen Tauschgeschäften im Reuterquartier gelten, muss die Analyse zeigen.

Als *opera operata* von Habitus verweisen die Erscheinungsbilder gastronomischer Tauschgeschäfte im Reuterquartier als *Ganze* also in der Repräsentation von (im)materiellen Angeboten und Genres, auf den Unterschiede schaffenden praktischen Sinn, Blick und Geschmack der Habitus. Sie haben das jeweilige gastronomische Tauschgeschäft ihren Kapitalien und ihrem Lebensstil entsprechend, in distinktiver Relation zu anderen sozialen Klassen und Milieus, für potentielle KundInnen in einem Kontext ausgewählt und gestaltet. Die Erscheinungsbilder repräsentieren damit distinktive Genres respektive distinktive Genreinterpretationen und differente Lebensstile. Die *einzelnen* Artefakte appräsentieren Praktiken, die für das Genre typisch sind. Entweder sind sie dann a priori distinktiv oder können im Fall, dass Genres relativ offene Kategorien sind, im Kontext des gesamten Tauschgeschäftes distinktiv erscheinen. Die einzelnen Artefakte erzeugen also Vorstellungen von diesen, auch wenn diese nicht sichtbar sind. Außerdem repräsentieren sie, wie die Habitus zwischen den materiellen und funktionellen sowie soziosymbolischen Werten von Artefakten vermitteln.

Indem die Erscheinungsbilder aber auch eigene Ausdrucksgeschehen darstellen, die zwar nicht unabhängig von der Repräsentationsbeziehung des (im)materiellen Angebots bestehen, aber auch nicht vollkommen in dieser aufgehen, da sie in der Nachbildung von anderen *Erscheinungsbildern* generiert werden und eine opake Fläche darstellen,

repräsentieren sie die relationalen und distinktiven Blicke nicht nur, sondern *zeigen* sie den Betrachtern auch. Sie *zeigen* die relationale und distinktive Hexis der Habitus, als inkorporiertes kulturelles Kapital. Diese wird sichtbar in der Anordnung bestimmter Artefakte im Bild: in Größenverhältnissen, Perspektiven, Fluchtpunkten, Farben, Materialien, Formen und Linien. Da sich die Hexis dabei wiederum an anderen Erscheinungsbildern in der kontextspezifischen Kulturwelt orientiert, bilden die Erscheinungsbilder als eigene Ausdrucksgeschehen wiederum Interpretationen der herrschenden visuellen Vorstellungen, wie gastronomische Tauschgeschäfte typischerweise im Stadtraum repräsentiert werden. Dies entspricht erneut dem aristotelischen Bildverständnis.

Als *opera operata* repräsentieren die Erscheinungsbilder gastronomischer Tauschgeschäfte nicht nur die *modus operandi* der Habitus. Sie repräsentieren auch die symbolische Ordnung der Kulturwelt, da die von dieser in Komplizenschaft mit den Habitus produziert wurden. Gleichzeitig zeigen sie als eigene bildliche Ausdrucksgeschehen auch die visuell-symbolische Ordnung, die für Erscheinungsbilder von Gastronomiebetrieben besteht. Diese ist wiederum nicht unabhängig von der symbolischen Ordnung der Kulturwelt gastronomischer Tauschgeschäfte, geht aber nicht vollkommen darin auf, sondern bildet eine gewissermaßen eigene visuell-symbolische Ordnung.

Mit Schütz Konzept der Sinnwelten erzeugen die Erscheinungsbilder gastronomischer Tauschgeschäfte im Reuterquartier somit Vorstellungen von

- hegemonialen Genrekonstruktionen von gastronomischen Tauschgeschäften,
- konkreten (im)materiellen Angeboten von gastronomischen Tauschgeschäften als praktische Interpretationen der Genres,
- Lebensstilen beziehungsweise Habitus und ihren praktischen Sinnen, Blicken sowie Geschmäckern, die sich in die Strukturen und symbolische Ordnung der Kulturwelt gastronomischer Tauschgeschäfte im Reuterquartier eingeordnet haben.
- der symbolischen Ordnung der Kulturwelt gastronomischer Tauschgeschäfte im Reuterquartier und ihrer visuell-symbolischen Ordnung.

Die Kontextabhängigkeit der Kulturwelt impliziert, dass der physische, angeeignete Raum in die Untersuchung einbezogen werden muss, dem Reuterquartier also eine

gewisse Relevanz zugesprochen wird. Mehr noch: in vorliegender Masterarbeit wird das Reuterquartier als sozial angeeigneter, physischer, Raum als „eigenlogische“ Kulturwelt konzipiert, da es den Handlungsrahmen für die gastronomischen Tauschgeschäfte und die Gestaltung ihrer Erscheinungsbilder, mit anderen Worten, das Praxisfeld bildet.

2.3 Das Reuterquartier als Kulturwelt

Mit Bourdieu ist der sozial angeeignete, physische Raum die Form par excellence der ostentativen Zurschaustellung von Macht (vgl. Bourdieu 1991a: 26). Danach sind die sozialen Gruppen mehr oder weniger homogen im physischen Stadtraum verteilt und formen diesen ihrem Lebensstil entsprechend. Die Habitus bemühen sich unter Einsatz ihrer Kapitalien um räumliche Segregation, damit sie den sozial angeeigneten, physischen Raum ihren Vorstellungen gemäß (exklusiv) gebrauchen können. Denn „tatsächlich steht einem nichts ferner und ist nichts weniger tolerierbar als Menschen, die sozial fern stehen, aber mit denen man in räumlichen Kontakt kommt.“ (ebd.: 30-32) Dies wurde in einer Studie von Dirksmeier folgendermaßen auf den Punkt gebracht: „the wish to live in areas with people like us.“ (Dirksmeier: 2012)

Die Konzeption des sozial angeeigneten, physischen Raums als Kulturwelt impliziert jedoch, dass er ebenfalls sozial konstruiert ist und rekursive Strukturen von ihm ausgehen. Diese Strukturen bezeichnet Martina Löw als räumliche „Eigenlogiken“. Dabei bestreitet Löw Bourdieus Idee des Kampfes *um* den sozial angeeigneten, physischen Raum nicht. Bourdieu nimmt sich ihrer Auffassung zufolge lediglich die Möglichkeit, sozial angeeignete, physische Räume ebenfalls als Felder respektive Kulturwelten zu denken (vgl. Löw 2001). Mit der Konzeption des sozial angeeigneten, physischen Raums als Feld soll dem „spatial turn“ in den Sozialwissenschaften Rechnung getragen werden, nämlich der Forderung, geographische Räume nicht bloß als reinen Kontext oder Medium für soziale Prozesse zu begreifen.

Wie aber kann ein sozial angeeigneter, physischer Raum als Kulturwelt konzipiert werden und was ist unter räumlichen Eigenlogiken zu verstehen?

2.3.1 Der sozial angeeignete, physische Raum als Kulturwelt

Den sozial angeeigneten, physischen Raum als Feld beziehungsweise Kulturwelt zu begreifen ist mit der Raumtheorie von Martina Löw möglich (vgl. ebd.). Darin behandelt sie den physischen Raum, Menschen und soziale Güter nicht mehr länger als zwei verschiedene Realitäten. Das Räumliche ist nicht vom Gesellschaftlichen

abzugrenzen, sondern ist eine spezifische Form der gesellschaftlichen Strukturen, so ihre These. Damit wendet sie sich gegen die in der Soziologie übliche Trennung in einen sozialen und einen materiellen Raum, welche unterstellt, es könne einen sozialen Raum jenseits der materiellen Welt entstehen oder ein materieller Raum, der nicht gesellschaftlich vorstrukturiert ist (vgl. ebd.: 15). Denn auch physische Räume werden ihrer Ansicht nach sozial konstruiert und konstituiert – und zwar in der Wahrnehmung, in der Vorstellung und im Handeln. Dieser Überlegung folgend wird der sozial angeeignete, physische Raum im Folgenden kurz *Raum* genannt.

Bei der Herstellung von Räumen unterscheidet Löw die Prozesse der Syntheseleistung (Raumkonstitution in der Wahrnehmung und Vorstellung) und des Spacings (Platzieren, Bauen und Errichten). Auch die Konstitution des Raumes fasst sie damit als vom Habitus erzeugte Konstruktion auf. Der Raum wird dadurch zu einem dynamischen, sozial-materiellen, symbolischen Gebilde: „Wenn [...] davon ausgegangen werden kann, daß (sic) Räume im Handeln entstehen, dann können räumliche Strukturen nicht dem Gesellschaftlichen gegenübergestellt werden, sondern die in der Konstitution von Raum erzielte Reproduktion von Strukturen muß (sic) auch eine Reproduktion von gesellschaftlichen Strukturen sein.“ (ebd.) Mit räumlicher „Eigenlogik“ sind somit „die praxeologisch entstandenen, verborgenen Strukturen von Orten – eingespielte, stillschweigende und präreflexive Diskurse, die als eigenlogische Realität auf die Habitus einwirken, gemeint.“ (Berking/Löw 2008: 43) Das bedeutet nun nicht, dass es raumdeterministische Mentalitäten gibt, sondern lediglich, dass auch geographische Räume sozial konstruierte und geordnete Praxisphären darstellen, die die Wahrnehmungs-, Denk- und Handlungsschemata der Habitus vorstrukturieren und dementsprechend den *modus operandi* formen (vgl. ebd.).

Die Eigenlogiken entstehen durch die soziale Praxis auf Makro- und Mikroebene. Auf Makroebene können dies etwa historische Erzählungen und Erfahrungen sein, Gesetze oder die Relation und Konkurrenz zu anderen Orten. Denn auch geographische Räume sind in ein Relationennetz mit anderen Räumen eingebunden. Auf der Mikroebene werden die räumlichen Strukturen von Habitus (re)produziert, indem sie die bereits vorhandenen Strukturen antizipieren und entsprechend ihrer Kapitalien und Dispositionen angemessen darauf reagieren und dabei mitunter unbewusst transformieren. Der Habitus vermittelt zwischen den eigenen Handlungsdispositionen mit denen er einen Raum „betritt“ und den Strukturen des Raumes, der bereits als symbolisch geordneter wahrgenommen wird. In seinem Verlangen Homologie

herzustellen, bringt der Habitus seine Handlungsdispositionen, die seinem Lebensstil und materiellen Lebensbedingungen entsprechen und die Strukturen des Raumes miteinander in Einklang (vgl. Diaz-Bone 2010).

Im Weiteren wird bestimmt, wodurch sich das Reuterquartier als Feld auszeichnet.

2.3.2 Abriss der Bebauungs- und Sozialgeschichte des Reuterquartiers

Das Reuterquartier befindet sich in Neukölln, einem innenstadtnahen Wohnbezirk in Ost-Berlin, welches während der Teilung Deutschlands zu Westberlin gehörte (vgl.:<https://www.google.de/maps/place/Reuterplatz/@52.488476,13.4289004,17z/data=!4m2!3m1!1s0x47a84fb12cc9b705:0x86eee1e72fe063c2>). Es liegt in direkter Nähe zur „Sonnenallee“, einer relativ stark befahrenen Straße mit florierender Geschäftsstruktur und dem „Hermannplatz“, der an das öffentliche Verkehrsnetz angegliedert ist. Außerdem ist der Landwehrkanal fußläufig erreichbar sowie der „Volkspark Hasenheide“. Im Vergleich zur „Sonnenallee“ und dem „Hermannplatz“ ist das Verkehrsaufkommen im Reuterquartier eher gering.

Bis 1945 war das Reuterquartier ein Wohnviertel, welches sich durch höhere Wohnqualität auszeichnete. So entstanden zwischen dem Ende des 19. und Anfang des 20. Jahrhunderts viele Wohnhäuser mit komfortablen Wohnungen in den Vorderhäusern und repräsentativen Fassaden. Den Großteil der Bevölkerung des Reuterquartiers bildete in diesem Zeitraum dennoch die Arbeiterschaft (vgl. Bach, Hügel 2004: 7- 8). Nach dem Ende des zweiten Weltkriegs waren im Reuterquartier etliche Gebäude zerstört oder beschädigt, auch wenn es im Vergleich zu anderen innenstadtnahen Bezirken Berlins von Bombenangriffen weniger betroffen war (vgl. ebd.: 16). Wie die Feldbegehung zeigte, existiert die ursprüngliche Gründerzeitarchitektur im Reuterquartier weitestgehend auch heute noch.

Mitte der 50er Jahre wurden dann erste Neubauten gebaut und ein wirtschaftlicher Aufschwung setzte ein. So bot das Reuterquartier von den 1950er bis in die 1970er Jahre eine florierende Geschäftsstruktur, bestehend aus vielen kleinen Läden (vgl. ebd.: 17).

In den 1970er Jahren wurden mehrere Gewerbehöfe zu Wohnungen für alternative und studentische Wohngemeinschaften umgenutzt und einige Wohnhäuser besetzt (vgl. ebd.: 10). Zwar war das „Gebiet Reuterplatz“ mit einem Arbeiteranteil von ca. 54 Prozent

aller Erwerbstätigen dabei immer noch von der Arbeiterschaft geprägt, seinen etwas gehobeneren Charakter hatte es aber beibehalten. Hier wohnten im Vergleich mit dem restlichen Stadtgebiet Neuköllns mehr Angestellte, Beamte und Selbstständige. Anfang der 70er Jahre begann eine erste Abwanderungsbewegung der Besserverdienenden aus dem Reuterquartier. Gleichzeitig zogen „Gastarbeiter“ insbesondere aus der Türkei, aber auch aus dem damaligen Jugoslawien und Italien hierher (vgl. ebd.: 18-19). 1984 betrug der Anteil der ausländischen Bevölkerung im Reuterplatz-Gebiet ca. 18 Prozent. Durch den verstärkten Zuzug türkischer Familien bildete sich eine türkische Infrastruktur mit eigenen Geschäften, Lokalen und Banken heraus.

In den 80er Jahren wurden im Reuterquartier erstmals städtebauliche Defizite, wie fehlende öffentliche Grünanlagen und Gemeinbedarfeinrichtungen, festgestellt. „Als am Ende des Jahrzehnts die Wohnbevölkerung in dem Gebiet erneut anstieg und eine einseitige Bewohnerstruktur einsetzte – immer mehr gut situierte Familien zogen weg –, wurde der städtebauliche Missstand des Stadtteils zunehmend problematischer.“ (ebd.: 10)

Seit den 90er Jahren belasten vor allem eine hohe Arbeitslosigkeit und schlechte Einkommensverhältnisse die Bewohner Neuköllns. So hatte Neukölln mit einer Erwerbslosenquote von 12,7 % im Jahre 2012 im Vergleich mit den anderen 11 Berliner Gebietseinheiten die vierthöchste Erwerbslosenquote. Auch hat Neukölln 2012 in ganz Berlin die meiste Bevölkerung mit niedrigem Bildungsstand (26,1%) und die höchste Mindestsicherungsquote (28,9 %). Mit einem Gini-Koeffizient des Äquivalenzeinkommens von 0,26 hat Neukölln eine relativ geringe Ungleichverteilung der Einkommen - die viertniedrigste in Berlin. Das heißt, dass die Einkommen in Neukölln relativ gleich (niedrig) verteilt sind. (www.statistik-berlin-brandenburg.de/instantatlas/interaktivekarten/sozialbericht2013/atlas.html)

Daneben lässt sich das heutige Reuterquartier als multikulturelles Wohngebiet bezeichnen, in dem der Ausländeranteil 31 Prozent beträgt – unter den Kindern und Jugendlichen zwischen sechs und 18 Jahren sogar 45 Prozent. Wegen vielfältigen Problemen wurde das Viertel im Oktober 2001 als Quartiersmanagementgebiet ausgewiesen und das „Quartiersmanagement Reuterplatz“ sowie andere städtebauliche Sanierungen begonnen (vgl. ebd.: 20).

Wie die Studie von Bouali und Gude (2014) und das Neuköllner Entwicklungsgutachten aus dem Jahre 2011 zeigen, findet im Reuterquartier in den letzten Jahren wiederum ein

deutlicher Bevölkerungs- und Strukturwandel statt, im Zuge dessen statushöhere Bewohner in das ehemals marginalisierte Reuterquartier ziehen und die Problemdichte abnimmt (vgl. Bouali/Gude 2014: 37; www.berlin.de/ba-neukoelln/ueber-den-bezirk/zahlen-und-fakten/neukoellner-gutachten/). Ein solcher Strukturwandel innenstadtnaher Wohnbezirke wird auch als „Gentrifizierung“ bezeichnet. Im Rahmen von Gentrifizierungsprozessen geht eine kulturelle Aufwertung des Viertels sowie die Verdrängung der alten Bewohnerschaft einher (vgl. Huber 2011a: 38). „Gentrifizierung“ kann mit dem gewählten Forschungsdesign jedoch nicht untersucht werden, da die Erscheinungsbilder zu einem festen Zeitpunkt, dem Sommer 2014, betrachtet werden. Dennoch sind das Reuterquartier und seine symbolische Ordnung im Rahmen des Bevölkerungs- und Strukturwandels auch von einem Kampf *um* den Raum selbst geprägt.

Was bedeuten vorangegangene Ausführungen, insbesondere der Bevölkerungs- und Strukturwandel des Reuterquartiers, für die Erscheinungsbilder gastronomischer Tauschgeschäfte?

2.3.3 Übertragung auf das Thema der Masterarbeit

In Anschluss an Löw werden auch Kulturwelten räumlich bestimmt. Das impliziert, dass die Habitus, die ein Ladenlokal und dessen Erscheinungsbild gestalten, sich zwar auch in die enjeux und die symbolische Ordnung der Kulturwelt gastronomischer Tauschgeschäfte, die national oder international sein kann, einordnen. Vornehmlich aber positionieren und orientieren sie sich an den enjeux und der symbolischen Ordnung gastronomischer Tauschgeschäfte eines Raumes, dessen „immanente Tendenzen“, die Habitus auf quasi „praktisch-körperliche“ Art und Weise antizipieren (vgl. Bourdieu 2001: 178). Damit werden der (Stadt)Raum und die dort herrschende Ordnung zur eigentlichen und prägenden Kulturwelt – in vorliegendem Fall das Reuterquartier. Die Strukturen und symbolische Ordnung gastronomischer Tauschgeschäfte des Reuterquartiers werden sowohl auf der Mikro- als auch auf der Makroebene (städtische Gesetzesregeln, Narrationen, mediale Repräsentationen) erzeugt. Gleichsam werden die Strukturen und die symbolische Ordnung des Reuterquartiers durch die Relation zu anderen Berliner Stadtvierteln und Städten bestimmt (vgl. ebd.).

Die Konzipierung des Reuterquartiers als Kulturwelt bedeutet, dass die (im)materiellen Angebote der Tauschgeschäfte auf die die Erscheinungsbilder verweisen und die vom relationalen und distinktiven praktischen Sinn, Blick und Geschmack der Habitus

erzeugt werden, in Komplizenschaft mit den Strukturen und der symbolischen Ordnung gastronomischer Tauschgeschäfte im Reuterquartier erzeugt werden. Im Kontext dessen antizipieren die Habitus auch, welche Erwartungen potentielle KundInnen haben könnten. Insofern werden auch die Erscheinungsbilder für potentielle KundInnen sowie alle PassantInnen im Stadtraum hergestellt. Danach stammen Vorbilder und negative Kontrastfolien des inneren Bilderschatzes, die die Gestaltung anleiten, primär aus dem Reuterquartier. Ebenso orientiert sich die Hexis der Habitus bei der Erzeugung der Erscheinungsbilder als eigene Ausdrucksgeschehen, an anderen Erscheinungsbildern des Reuterquartiers, also an der visuell-symbolischen Ordnung, die für Erscheinungsbilder gastronomischer Tauschgeschäfte als opake Flächen im Reuterquartier besteht. Sie produziert sie ebenfalls für potentielle KundInnen und alle PassantInnen im Stadtraum. „Beide“ Ordnungen antizipieren die Habitus und reagieren angemessen darauf. Insofern müssen die gastronomischen Tauschgeschäfte und ihre Erscheinungsbilder als für das Reuterquartier spezifisch begriffen und interpretiert werden.

Die Konzipierung des Reuterquartiers als Kulturwelt bedeutet weiterhin, dass die gastronomischen Tauschgeschäfte in die Hierarchisierung des Reuterquartiers als Raum eingebunden sind. Der Bevölkerungs- und Strukturwandel impliziert dabei, dass es im Kampf gastronomischer Tauschgeschäfte im Reuterquartier, um die gastronomische Infrastruktur, als Teil des Raumes des Reuterquartiers selbst geht, da in Kulturwelten immer auch die Legitimitätsmacht über die Kulturwelt „auf dem Spiel steht“. Dabei wirken die verschiedenen Bewohnergruppen (unbewusst) daraufhin, diesen ihren Vorstellungen gemäß (exklusiv) zu gestalten und zu gebrauchen.

Darüber hinaus sind die Erscheinungsbilder als Außenpräsentationen Teil der Materialität des Stadtraumes. In Folge dessen werden sie als implizite visuell-materielle symbolische Herrschaftsinstrumente begriffen, die zur visuell-symbolischen Besetzung des Stadtraumes beitragen (vgl. Dangschat 2009; Huber 2011a). Denn mit den Erscheinungsbildern „verräumlichen“ die Habitus ihren Lebensstil, so dass diese symbolisch auf ihre generelle Präsenz und Beanspruchung des Raumes verweisen – nicht nur in Hinblick auf die gastronomische Infrastruktur. So werden die Erscheinungsbilder zwar primär für potentielle KundInnen hergestellt, sind aber auch für alle anderen PassantInnen im Stadtraum sichtbar. Dies entspricht der sozialkonstruktivistischen Perspektive, nach der die Materialität des Raumes entscheidend zu dessen Konstituierung beiträgt und als Herrschaftsinstrument fungieren

kann, wenn sie die Raumanerkennung bestimmter sozialer Gruppen begünstigt und anderer erschwert (vgl. Dangschat 2009). Der „Kampf“ um den Stadtraum des Reuterquartiers wird wiederum zwischen den verschiedenen Bewohnergruppen – statusniedrigen Gruppen (respektable Volks- und Arbeitermilieus sowie unterprivilegierte Volksmilieus) und statushöheren Gruppen (obere bürgerliche Milieus) ausgetragen. Dennoch ist dieser nicht nur als *vertikaler*, sondern auch als *horizontaler* „Kampf“ zu verstehen, indem sich auch die Milieus voneinander abzugrenzen beziehungsweise den Raum ihren Vorstellungen entsprechend zu gestalten versuchen, die sich im sozialen Raum nahe stehen.

Danach sind die Erscheinungsbilder der gastronomischen Tauschgeschäfte in einen symbolischen, unbewussten Kampf *im* und *um* den (Stadt)Raum eingelagert, der spezifisch für das Reuterquartier verläuft. Die feinen Unterschiede zwischen den Erscheinungsbildern und die Art und Weise, wie diese in und durch die Sinngewebe hergestellt werden, zeigen damit auch, wie die sozialen Gruppen ihre Präsenz und Beanspruchung um den (Stadt)Raum visuell-symbolisch darstellen. Die Erscheinungsbilder sollen insofern auch als Ausdruck und Reaktion darauf interpretiert werden – also nicht nur in Hinblick auf die symbolische Ordnung der Kulturwelt gastronomischer Tauschgeschäfte. Ob und inwiefern sie dabei den bourdieuschen Distinktionsmechanismen folgen, wird in der Analyse herausgearbeitet.

Die zu untersuchende Frage vorliegender Masterarbeit lautet, worin die feinen, relationalen Unterschiede in den Erscheinungsbildern als Sinngewebe liegen und *wie* sie in und durch diese erzeugt werden. Ziel ist es, ihren kontextabhängigen relationalen und distinktiven Sinn zu verstehen und zu deuten.

Welche methodologisch-methodischen Konsequenzen ergeben sich aus einem solchen Forschungsvorhaben beziehungsweise aus dem spezifischen Charakter von Bildern und den theoretischen Prämissen der bourdieuschen, praxeologischen Distinktionstheorie sowie der Raumtheorie von Löw?

3 Methodologie und Methodik

Die Methodologie „übersetzt“ zwischen Theorie und forschungspraktischen Instrumenten und Methoden. In sozialwissenschaftlichen Forschungen sollte eine Methodologie gewählt werden, die mit der theoretischen Sicht auf die soziale Wirklichkeitsstruktur und den Wirklichkeitsausschnitt vereinbar ist. Dabei sollte die Methodologie auch den Forschungsgegenstand berücksichtigen. Zwischen Theorie, Forschungsgegenstand und der Forschungspraxis vermittelt also die Methodologie (vgl. Diaz-Bone 2010: 184).

Demnach muss hier eine Methodologie gewählt werden, die sowohl der praxeologischen Ontologie Bourdieus entspricht als auch die Komplizenschaft von Habitus und Kulturwelt sowie den spezifischen Charakter von Bildern als *präsentative, autopoietische Sinngewebe*, berücksichtigt. Gleichzeitig muss sie geeignete Methoden zur Verfügung stellen, um die feinen Unterschiede zwischen den Erscheinungsbildern herausarbeiten zu können.

3.1 Methodologische Konzeption

Bourdieu setzte die Struktur des sozialen Raumes und des Feldes als Analyserahmen, um die feinen Unterschiede respektive Distinktionsmuster zu erklären. So leitete er stilistische Präferenzen und symbolische Bedeutungen aus den faktischen Kapitalkonfigurationen der Habitus in einem Feld faktischer Unterschiede ab (vgl. ebd.: 191). Verfolgt man eine solche Ableitungslogik, dann geht jedoch verloren, *worin* genau die feinen Unterschiede bestehen, mit denen sich die Habitus von anderen sozialen Klassen und Milieus in einem Feld abgrenzen und *wie* sie diese erzeugen (vgl. Diaz Bone 2010: 118; vgl. Bremer, Teiwes- Kügler 2013: 93-94). Folgt man Bourdieus praxeologischer Ontologie beziehungsweise seiner Vorstellung der Logik der Praxis konsequent, dann entstehen die feinen symbolischen Unterschiede zwar in Abhängigkeit vom sozialen Raum, werden aber in der sozialen Praxis ausgeformt und durch die jeweilige Kulturwelt strukturiert. Insofern sollten weder die Distinktionsmuster kausal von den Kapitalkonfigurationen der Habitus abgeleitet werden, noch sollten die Feldstrukturen beziehungsweise deren symbolische Ordnungen anhand grober Kategorien konstruiert werden. Vielmehr müssen die opera operata selbst entschlüsselt werden, um den modus operandi der Habitus – den praktischen Sinn, Blick und Geschmack – sowie die symbolische Ordnung einer Kulturwelt zu konstruieren. Erst

danach können sie nach relationalen Distinktionsmustern befragt werden, die die Habitus in ihren Handlungen befolgt haben und die in den Werken zum Ausdruck kommen (vgl. Bremer, Teiwes-Kügler 2013: 93). Die bourdieusche Ableitungslogik wird also seiner eigenen praxeologischen Ontologie kaum gerecht (vgl. Diaz-Bone 2010).

Außerdem zielte vorliegende Arbeit darauf ab, die feinen Unterschiede in Erscheinungsbildern herauszuarbeiten, um zu demonstrieren, wie sich der Klassenkampf dort auf visuell-symbolischer Ebene manifestiert, das heißt auf welche feinen Unterschiede sie verweisen und welche feinen Unterschiede sie *gleichzeitig* zeigen. Aufgrund dieses einzigartigen Charakters der doppelten Sichtbarkeit schien die bourdieusche Ableitungslogik gerade für (Erscheinungs)bilder, die ihren Sinn auf je eigene Weise generieren, unbrauchbar. Denn ihr Charakter erzwingt eine *Einzelbildanalyse*.

Es mussten also Wege gefunden werden, die Erscheinungsbilder zu untersuchen und dabei ihren Charakter, die Annahme ihrer praxeologischen Entstehung und die Komplizenschaft von Habitus und Kulturwelt zu berücksichtigen.

Die Schwierigkeit einer praxeologischen Methodologie liegt darin, eine exakte Wissenschaft von einer nicht exakten, unscharfen, verschwommenen Realität zu betreiben. Denn der praktische (Handlungs)sinn des Habitus folgt eben keinen zweckrationalen Regeln (Um-zu-Motiven), sondern ist „aufs engste mit dem Unscharfen und Verschwommenen des Ungefähren verbunden“. (Bourdieu, Wacquant 1996: 45) Das bedeutet für die empirische Forschung, „dass in den Produktionen des Habitus auch nicht mehr Logik gesucht werden soll, als tatsächlich in ihnen steckt“. (Bourdieu 1992: 101 zit. nach ebd.: 45).

Die Berücksichtigung der praxeologischen Ontologie basiert in vorliegender Arbeit auf ihrer theoretischen Konzeption. So wird die Gefahr, die Logik der Praxis durch eine vernünftige Logik zu ersetzen, damit vermieden, dass die Erscheinungsbilder als praktisch-logisch entstandene opera operata des Habitus begriffen werden. Die unbewussten Sinnstrukturen des Handelns sind dabei in den opera operata der Habitus repräsentiert. In vorliegendem Fall dokumentieren sich ihre impliziten und inkorporierten Wissensbestände in den Erscheinungsbildern der Gastronomiebetriebe. Insofern wissen die Erscheinungsbilder sogar mehr über diejenigen, die sie geschaffen haben, als diese selbst (vgl. Bourdieu 1987b: 127). Dennoch wird die Logik der Praxis

(und der präsentative bildliche) Sinn in das (wissenschafts)sprachliche System übersetzt. Dieses kann diese jedoch nicht angemessen abbilden und suggeriert Handlungsintentionen, wo Praxis „regiert“. Es soll also an dieser Stelle hervorgehoben werden, dass die vorliegende Arbeit eine *Transformation*, des praktisch-logischen Handlungssinns der Habitus (und des bildlichen Sinns) darstellt, der in den Erscheinungsbildern zum Ausdruck kommt. Indem leiblich-praktische Symbolisierungen aber unauflöslich auch mit Sprache verbunden sind, ist dies dennoch möglich. Trotzdem beziehungsweise deswegen musste eine angemessene Form der Interpretation und Übersetzung des praktischen (und bildlichen) Sinns gefunden werden (vgl. Breckner 2010: 51).

Das dialektische Verhältnis von Habitus und Kulturwelt wird ebenfalls auf theoretischer Basis vorausgesetzt. So werden die Erscheinungsbilder als Ausdruck der Komplizenschaft von Habitus und den Strukturen und der symbolischen Ordnung des Reuterquartiers als räumliches Teilfeld der Kulturwelt der Genres gastronomischer Tauschgeschäfte begriffen. Mit anderen Worten: sie werden als Ausdruck einer ortsspezifischen Kulturwelt verstanden, deren Strukturen und symbolische Ordnung die Habitus unbewusst antizipieren und die sie in ihren Handlungen (re)produzieren. Insofern werden die Erscheinungsbilder als für das Reuterquartier typische Außenpräsentationen gastronomischer Tauschgeschäfte konzipiert (vgl. Rosenthal 2005: 75). Die Herstellung der Strukturen und symbolischen Ordnungen auf Makroebene kann in gegebenen Rahmen einer Masterarbeit nicht untersucht werden. Es wird schlichtweg vorausgesetzt, dass die Strukturen und symbolische Ordnung des Reuterquartiers und von gastronomischen Tauschgeschäften sowie der Erscheinungsbilder auch auf der Makroebene erzeugt wird, etwa durch Gesetze der Stadt Berlin und Medien, etwa „Lifestyle – Magazine. Es wird also lediglich die Mikroebene untersucht, die auch als durch die Genre-, Raum- und Bildkonstruktion und die herrschenden Strukturen auf Makroebene bedingt, verstanden wird.

Eine Erkenntnislogik, die die praxeologische Entstehung von opera operata und die Komplizenschaft von Habitus und Kulturwelt sowie den autopoietischen, präsentativen Charakter von Bildern berücksichtigt und die damit einhergehenden Implikationen in forschungspraktische Schritte „übersetzt“, bieten die Verfahren der qualitativen Sozialforschung beziehungsweise interpretativer Sozialforschung. Diese schienen für vorliegende Forschung insofern geeignet, da sie das Potenzial haben, die vergrabenen Dinge ans Tageslicht zu bringen, die in den opera operata stecken (vgl. Meuser 2013:

235). Denn „Hermeneutik bedeutet im Kern, dass die Dinge nicht für sich sprechen, sondern ausgelegt werden müssen.“ (Bremer, Teiwes-Kügler 2013: 93) Genauer schienen insbesondere die Methoden der *Feldforschung* und hermeneutische Bildanalysemethoden geeignet, um die feinen Unterschiede aus *einzelnen* Erscheinungsbildern herauszuarbeiten. Besonders mit Hilfe von rekonstruktiven Verfahren kann dann entschlüsselt werden, wie die Herrschenden ihre dominante Position sichern und wie die Zustimmung zur eigenen Benachteiligung funktioniert.

In Anlehnung an Bremer und Teiwes- Kügler kann das Forschungsdesign als *bildliche Habitushermeneutik* bezeichnet werden (vgl. Teiwes-Kügler 2013: 93). Ein solches Forschungsdesign ist nun nicht unbedingt ein „klassisches“ Forschungsdesign. Es wird aber legitimiert durch die Aufforderung Bourdieus und Wacquants, die „Begriffe der Soziologie flexibel und kreativ dem Gegenstand angepasst zu verwenden, statt sie bestimmt, messgenau und rigide durchzuführen – und der autopoietische unbestimmte, Charakter von Bildern *erzwingt* eine hermeneutische Einzelbildanalyse (vgl. Bourdieu, Wacquant 1996: 45).

Die Überlegung eine Habitusanalyse mittels eines hermeneutischen Verfahrens zu betreiben, zielt darauf, eine wissenssoziologische Kategorie mittels eines wissenssoziologischen Verfahrens zu analysieren (vgl. Meuser 2013: 235). Die Abgrenzung vom Subjektivismus, den eine hermeneutische Einzelfallanalyse scheinbar impliziert, vollzieht sich dabei in der Unabhängigkeit der Analyse des Habitus vom Nachvollzug des subjektiv gemeinten Sinns. Es wird also nicht versucht die Intentionen der Habitus zu verstehen und zu deuten. „Die Interpretation vollzieht sich jenseits der Introspektion, aber nicht jenseits des Wissens der Habitus. Eine solche Deutungsfigur stellt das individuelle Handeln in den Dienst der sozialen Ordnung. Handeln hat dann die Funktion, ein positives, *sinnvolles* Resultat für das Ganze zu erreichen.“ (Reichertz 2013: 49) Wenn man davon ausgeht, dass Habitus in ihrem Handeln von übergeordneten (latenten) Sinnstrukturen ihrem Handeln gesteuert werden, in diesem Fall von einem symbolischen Kampf im und um Raum, dann kann man vom subjektiv gemeinten Sinn (gänzlich) absehen und die Auslegung der Gestaltungshandlungen als Lösung im symbolischen Kampf im und um Raum denken (vgl. ebd. 49).

Zwar kann vorliegende Forschung gewissermaßen als doppelte Einzelfallanalyse verstanden werden, da *einzelne* Erscheinungsbilder untersucht werden, mit denen sich Habitus zu der symbolischen Ordnung und den Strukturen einer *einzelnen* räumlichen

Kulturwelt in Bezug setzen. In Anschluss an das Konzept der Idealtypen von Weber wurde jedoch eine Typologie erarbeitet, die allgemeine Gültigkeit beansprucht. Bei einer qualitativen idealtypischen Konstruktion wird auf *theoretischer* Basis verallgemeinert und nicht auf *numerischer* Grundlage. So kann eine idealtypische Typologie für *gleichartige* Stadträume herangezogen werden. Das heißt, dass der symbolische Kampf im und um Raum sich in vergleichbaren Distinktionsmustern ausdrückt, die sich wiederum in vergleichbaren visuellen Merkmalen in den Erscheinungsbildern von Gastronomiebetrieben niederschlagen. Dies gilt, wenn ein Stadtraum ähnlich konstituiert ist, wie das Reuterquartier. Denn Habitus desselben Erfahrungsraumes ordnen sich aufgrund der Sozialität des Habitus und dem dialektischen Verhältnis von Habitus und Kulturwelt auf ähnliche Weise in ähnliche räumliche Strukturen ein. (vgl. Bohnsack 2013b: 184-185; Rosenthal 2005: 75) Ob ein anderer Stadtraum gleichartig (konstituiert) ist, kann nur eine relationale Analyse zeigen. Bei einer relationalen Raumanalyse müssen allerdings die raumspezifischen Besonderheiten in den Erscheinungsbildern abgesondert werden, die aufgrund von raumspezifischen Ordnungen entstehen. (vgl. Rosenthal 2005: 75)

Die hier zu erarbeitenden Idealtypen stellen „genetische Begriffe“ dar. Es wird davon ausgegangen, dass sie durch die „symbolische Gewalt“ geprägt sind, die den modus operandi der Habitus erzeugt, der die Erscheinungsbilder herstellt (vgl. Przyborski, Wohlrab-Sahr 2008: 339). Ziel der Masterarbeit war es also, eine *Typologie* zu generieren, in der „idealtypisch“ dargestellt wird,

- worin die feinen Unterschiede in den Erscheinungsbildern von Gastronomiebetrieben liegen, die von differenten Habitus beziehungsweise Angehörigen verschiedener Milieus hergestellt wurden,
- wie diese Unterschiede erzeugt werden und
- durch welche Distinktionsmuster diese angeleitet werden.

Im folgenden Abschnitt werden die methodologischen Prinzipien interpretativer Sozialforschung, nach denen vorgegangen wurde, entlang des chronologischen Ablaufs des Forschungsprozesses entfaltet. Dabei werden auch der Forschungsprozess selbst, die gewählte Methodik und die Schritte der Auswertung und theoretischen Abstraktion beziehungsweise Typenbildung beschrieben.

3.2 Das Forschungsdesign und der Forschungsprozess

In interpretativen Analysen wird angestrebt, soziales Handeln „*methodisch kontrolliert*“ zu verstehen und zu deuten. In diesem Zusammenhang wurde in vorliegender Arbeit die grundlegende Auffassung Bourdieus geteilt, dass wissenschaftliches Verstehen dem Alltagsverstehen nicht überlegen ist. Es erfolgt lediglich unter anderen Bedingungen, auf theoretischer Grundlage und mit Hilfe wissenschaftlicher Methoden (vgl. Bohnsack 2007: 58 in Bremer, Teiwes-Kügler 2013: 98-99).

Bevor mit der Untersuchung begonnen wird, werden die sozialen Voraussetzungen der soziologischen Erkenntnis reflektiert:

Zum einen müssen sich die ForscherInnen bewusst machen, dass das Forschungsdesign und somit die Erkenntnismöglichkeiten durch den wissenschaftlichen Diskurs vorstrukturiert sind. Das heißt, dass die wissenschaftliche Theoriebildung, vorgezeichnet ist durch „die Definitionen der zu untersuchenden Objekte, der Begriffe, die Relationen der Begriffe und die Theoriearchitektur.“ (Diaz-Bone 2010: 78) Zum anderen müssen sie ihre eigenen impliziten Vorannahmen und ihr implizites Wissen reflektieren, die aus ihren Habitus resultieren und ihre Erkenntnisse beeinflussen. Sie muss also eine Distanz herstellen zu der sozialen Welt, der sie selbst angehört, sich die Selbstverständlichkeiten ihres eigenen Alltags vergegenwärtigen und die damit einhergehenden Alltagsbegriffe hinterfragen.

Demnach musste sich auch die Forscherin der vorliegenden Untersuchung bewusst machen, dass ihr Forschungsprozess einen Konstruktionsakt darstellt, in dem sie aufgrund und mit einem spezifischen Wissen, Wissen generiert. „Was der (sozial-) wissenschaftlichen Forschung in den Blick gerät, ist ein konstruiertes Objekt.“ (ebd.: 99) Insofern musste sie sich darüber bewusst werden, dass sich kein *objektives* Wissen über die soziale Welt erhalten lässt, sondern es sich dabei um „Konstruktionen zweiten Grades“ (Schütz) handelt (vgl. ebd.).

Dennoch gilt:

„Der Forscher (sic) ist überzeugt von seiner eigenen Forschung, er vertraut seinem eigenen Wissen. Diese Überzeugung bedeutet freilich nicht, daß (sic) seine Analyse die einzig plausible wäre, die durch diese Daten begründet werden könnte, sondern nur, daß (sic) der Forscher selbst großes Vertrauen in ihre Glaubwürdigkeit setzt. Er vertraut nicht in eine unregelte Serie von Auswertungsschritten, sondern er hat sie in einem

systematischen Zusammenhang gebracht und zu einer integrierten Theorie weiterentwickelt. Er hat letztlich eine gegenstandsbezogene Theorie über einen begrenzten Datenbereich entdeckt – durch die Anwendung sowohl induktiver als auch deduktiver Verfahren –, die er nunmehr bereit ist zu veröffentlichen.“ (Glaser, Strauss 1979: 100)

Die vorgenommenen Konstruktionen sollte die Forscherin nicht nur vor, sondern während des gesamten Forschungsprozesses immer wieder reflektieren. Wenn die sozialwissenschaftlichen „Methoden des kontrollierten Fremdverstehens“ und das „Prinzip der Offenheit“ interpretativer Sozialforschung (hier gebraucht im Sinne Gabriele Rosenthals) beachtet werden, dann lässt sich fremdes soziales Handeln deuten und verstehen (vgl. Rosenthal 2005). Im Folgenden wird dargestellt, welche Implikationen daraus hervorgehen und wie diese umgesetzt wurden. Das Prinzip der Offenheit bezieht sich auf alle Schritte des Forschungsprozesses, also sowohl auf die Erhebungsphase als auch auf die Analyse- und Auswertungsphase.

3.2.1 Forschungsfrage, Sampling und Feldfotographie

Die qualitative Sozialforschung versteht sich primär als gegenstandsbezogen und explorativ, das heißt Theorie-entdeckend. Deshalb zeichnet sie sich insbesondere durch das „Prinzip der Offenheit“ aus, welches besagt, dass die theoretische Strukturierung solange zurückgestellt wird, bis sie sich aus dem Gegenstand selbst herausgebildet hat (vgl. Glaser, Strauss 1979; Rosenthal 2005: 14-15; Hoffmann-Riem 1980: 343).

Mit dem Prinzip der Offenheit geht einher, dass die Forschungsfrage zu Beginn der Forschung nur mehr oder weniger genau umrissen wird. In gegenstandsbezogenen Forschungen besteht zunächst also mehr ein Forschungsinteresse oder eine auf einer Fachtheorie basierende grobe Forschungsfrage. Im Gegensatz zu deduktionslogischen Verfahren werden auch keine Hypothesen über den Forschungsgegenstand „ex ante“ formuliert, da das Forschungsfeld „aus sich selbst“ heraus sprechen soll.

Dem Prinzip der Offenheit entsprechend, basierte die Auswahl des Forschungsfeldes in vorliegender Arbeit auf dem Konzept des „theoretischen Samplings“ der „grounded theory“. Danach stellt das Sample keine repräsentative Zufallsauswahl dar, sondern wird aufgrund der Vortheorie oder der (groben) Forschungsfrage ausgesucht (vgl. Glaser, Strauss 1979). Gegenüber deduktionslogischen Verfahren ist die Auswahl also

nicht als „verkleinertes Abbild aller empirisch vorfindbaren Fälle“ zu begreifen. Vielmehr stellt sie ein „Abbild der theoretisch relevanten Kategorien“ dar. (ebd.: 85)

In vorliegender Arbeit beruhte die Auswahl des Reuterquartiers auf dem Forschungsinteresse, wie AkteurInnen ihren Habitus „verräumlichen“ und welche Unterschiede dabei sichtbar werden. Das Reuterquartier in Berlin-Neukölln wurde dann als Forschungsfeld gewählt, weil es sich in der Forschung von Bouali und Gude (2014) als Raum mit einem deutlichen Struktur- und Bevölkerungswandel herauskristallisiert hatte. Betrachtet wurden hier der Reuterplatz sowie die abgehenden Straßen bis zu den jeweils nächsten Straßenecken: also der Reuterplatz, die Weserstraße, die Reuterstraße und die Nansenstraße (vgl.: <https://www.google.de/maps/place/Reuterplatz/@52.488476,13.4289004,17z/data=!4m2!3m1!1s0x47a84fb12cc9b705:0x86eee1e72fe063c2>).

In Zusammenhang mit der Forderung, Neues zu entdecken und das Feld aus sich heraus sprechen zu lassen, stellt sich allerdings das Problem, welches als „hermeneutischer Zirkel“ bezeichnet wird: wie beobachtet und wonach gesucht wird, wenn die WissenschaftlerInnen keine Vorannahmen treffen und sie ihr (theoretisches) Wissen ausklammern sollen, um das Feld aus sich heraus sprechen zu lassen (vgl. Diaz-Bone 2010: 191-193). Gelöst wird diese Schwierigkeit mit einer Forschungshaltung, die Ronald Hitzler „künstliche Dummheit“ genannt hat und die er der „tatsächlichen Dummheit“ gegenüberstellt (vgl. Reichertz: 2013: 76). Danach weiß die „künstliche Dummheit“ viel, weil sie sich vorher umfassend informiert hat, was sie wie untersuchen will, klammert die Gültigkeit dieses Wissens aber aus und bleibt so offen für Altes und Neues.“ (ebd.: 76)

Wie wurde dieses Problem in vorliegender Arbeit gelöst?

Im ersten Schritt wurde die Fachliteratur gelesen. Parallel dazu wurde das Feld erkundet. Ähnlich einer ethnographischen Feldforschung wurde das Feld – die Erscheinungsbilder der Ladenlokale im Reuterquartier – aus wissenschaftlicher Distanz betrachtet und dabei versucht, sowohl das gewonnene wissenschaftliche Wissen auszuklammern, als auch sich die (eigene) Kultur des Reuterquartiers zu „befremden“. (vgl. Lüders 2009: 384-401). In einem qualitativen Forschungsdesign verlaufen Erhebungs- und Auswertungsphase gleichzeitig, das heißt, dass während der Erhebungsphase, hier der Feldbegehung, bereits erste Analysen vorgenommen wurden. Damit ging auch einher, dass die Forschungsfrage spezifiziert wurde (vgl. Rosenthal

2005: 48-50). So wurden zunächst alle Ladenlokale des Reuterquartiers betrachtet, der Fokus dann auf gastronomische Tauschgeschäfte beschränkt, um die Vergleichbarkeit der Erscheinungsbilder zu erhöhen und das Untersuchungsfeld einzugrenzen.

Um den Forschungsprozess (methodisch) zu kontrollieren, um beispielsweise nachzuvollziehen, wie bestimmte (Feld)Eindrücke und Ideen zustande gekommen sind, wurden laufend „Memos“ angefertigt. Memos sind Gedächtnisprotokolle und –stützen oder theoretische sowie methodische Notizen. Sie helfen dabei Vorannahmen und Vorurteile der ForscherInnen aufzudecken und zu reflektieren (vgl. Przyborski, Wohlrab-Sahr 2008).

Schließlich musste eine Möglichkeit gefunden werden, die Erscheinungsbilder „einzufangen“, um sie für eine hermeneutische Interpretation zugänglich zu machen. In der qualitativen Forschung wird mit Interpretationsgruppen gearbeitet, um die Objektivität, Qualität und Validität der hermeneutischen Interpretation zu sichern. Dieses Verfahren wurde in der vorliegenden Arbeit verwendet, indem die Erscheinungsbilder fotografiert und die Fotografien später ausgewählten InterpretInnen vorgelegt wurden (vgl. Reichertz 2013: 50). Dabei war mir bewusst, dass sich die Wahrnehmung eines Fotos von der Wahrnehmung eines Erscheinungsbildes im physischen Stadtraum unterscheidet. Weil die Erscheinungsbilder und die Fotografien aber einen ähnlichen präsentativen Charakter aufweisen, Bedeutung in und durch beide also in ähnlicher Weise generiert wird, wurde davon ausgegangen, dass sich die Erscheinungsbilder anhand von Fotografien analysieren lassen (vgl. Breckner 2010: 12). Dahinter stand die Idee, dass die Außenfassade und der für die Gestaltung zur Verfügung stehende Außenbereich der Ladenlokale in gewisser Weise einen Bilderrahmen für die Gestaltung der Ladenlokale bildet, ähnlich wie die Materialität und das vorgegebene Format den Rahmen für die Fotografie festlegen.

Dabei fand eine Transformation in ein anderes Medium statt, die dreidimensionale räumliche Wahrnehmung wurde auf eine eindimensionale reduziert. Ebenso war der Forscherin vorliegender Untersuchung bewusst, dass es keine neutralen (naturalistischen) Fotografien geben kann. Vielmehr spiegeln die Fotografien ihren „Blick“ wieder und sind von diesem geprägt. Umso wichtiger war es, ihre eigenen Vorannahmen zu hinterfragen und zu reflektieren. Jedoch ging die Forscherin davon aus, dass sich ähnliche Einschränkungen auch ergeben hätten, wenn sie die Analyse der Außenpräsentationen im Feld selber und alleine durchgeführt hätte. Denn eine

(kontextunabhängige) Gruppenanalyse im Stadtraum erschien nicht umsetzbar. So nahm sie letztlich an, dass sich der „architektonische Bilderrahmen“ sowie der modus operandi der Habitus, die die Erscheinungsbilder gestaltet haben, auf den „Bilderrahmen“ der Fotografien übertragen und anhand dessen interpretieren lassen.

Um den „bias“, der aus der Transformation in ein anderes Medium und meiner Perspektive resultiert zu verringern, wurden die Außenpräsentation aus frontaler Perspektive aufgenommen. Dazu wurden die Fotografien aus möglichst gleicher (frontaler) Perspektive mit einem ungefähren Abstand von 5 Metern, am gleichen Wochentag und zur gleichen Tageszeit aufgenommen. Teilweise mussten aufgrund des architektonischen Bilderrahmens mehrere Photographien für ein Erscheinungsbild aufgenommen werden. Diese wurden später mit „Adobe Photoshop“ zu einem „Panoramabild“ zusammengefügt. Bei manchen Erscheinungsbildern war auch dies nicht möglich, so dass den InterpretInnen mehrere Fotografien vorgelegt wurden. Beachtet wurde bei den Aufnahmen außerdem, dass keine AkteurInnen auf dem Fotografien zu sehen sind, damit sich die InterpretInnen auf das Erscheinungsbild fokussieren und dieses möglichst objektiv interpretieren. Dies war praktisch jedoch kaum möglich, so dass zu sehende AkteurInnen vor der Interpretation retuschiert wurden. Auch sollten möglichst wenige weitere Artefakte wie Autos, Laternen oder Straßenschilder auf dem Bild erscheinen.

Die Fotografien dienten dennoch nur dazu, die Erscheinungsbilder zu fixieren und sie einer Interpretationsgruppe und Segmentanalyse zugänglich zu machen, obwohl mit den Fotografien genau genommen eine bildliche Zwischenebene in die Analyse eingelagert ist. So bilden Fotografien eigenständige Bilder/Spuren/Zeichen/Darstellungen, die in diesem Fall auf abwesende Erscheinungsbilder von Ladenlokalen verweisen, ohne sie selber zu sein (vgl. Breckner 2013). Diese bildliche Zwischenebene wird hier aber nicht beachtet, sondern hat lediglich Hilfscharakter. Dieser Umstand hat folgende Konsequenz: wenn in der Analyse von Anzeichen und Symbolen die Rede ist, ist damit die Ebene des Erscheinungsbildes selbst gemeint und nicht der Fotografie.

Die Außenpräsentationen der Ladenlokale des Reuterkiez` wurden in mehrmaligen „Feldbegehungen“ fotografiert, um mögliche blinde Flecken meiner Wahrnehmung sichtbar zu machen. Beispielsweise fiel mir auf, dass ich zu Beginn jene Ladenlokale nicht wahrgenommen hatte, die für meinen eigenen Lebensstil nicht relevant sind. So

habe ich erst bei den „letzten“ Feldbegehungen systematisch alle drei Meter ein Foto gemacht.

Die Untersuchungsgegenstände – die Gastronomiebetriebe – wurden auf der Grundlage von Alltagswissen ausgewählt, das heißt aufgrund von im Straßenraum sichtbaren Anzeichen und Symbolen, die sie als Gastronomiebetriebe kennzeichnen: etwa Namensschilder, die durch die Fenster zu erahnenden Gegenstände, Angebotsschilder und Außenbestuhlung. Betriebe, die möglicherweise Mischformen von Einzelhandel und Gastronomiebetrieben darstellen, wie etwa ein Bekleidungsgeschäft, das Kaffee und Sitzgelegenheiten anbietet, was vom Straßenraum jedoch nicht zu erkennen ist, wurden nicht in die Untersuchung einbezogen. Mischformen, die vom Straßenraum aus als Mischformen erkannt wurden, wurden indessen in die Untersuchung einbezogen. Um die Vergleichbarkeit der Erscheinungsbilder zu erhöhen, war ein weiteres Auswahlkriterium, dass die Ladenlokale geöffnet hatten. Es wurden deshalb Gastronomiebetriebe gewählt, die zwischen 11:00 vormittags und 17:00 geöffnet waren. Insofern konnte das Genre der „Bars“ und „Restaurants“ nur teilweise in die Analyse einbezogen werden. Ebenso wurden Betriebe, die nicht eindeutig als geöffnet zu erkennen waren, nicht in die Untersuchung einbezogen.

Wie die Feldbegehungen ergaben, befinden sich im Erhebungsfeld 56 Häuser, von denen lediglich 10 kein Ladenlokal haben (Weserstr.: 10, 12, 13, 209 und Reuterstr. 28, 29 60, 61, 51, 48). In den übrigen 46 Häusern befinden sich insgesamt 54 Ladenlokale. Das bedeutet, dass sich in einigen Häusern mehrere Ladenlokale befinden. In 27 der 54 Ladenlokale wird Gastronomie betrieben. Damit liegt der Anteil der gastronomischen Tauschgeschäfte im Erhebungsfeld bei 50%. Das Erhebungsfeld weist also eine hohe Dichte von Ladenlokalen als auch eine hohe Dichte an Gastronomiebetrieben auf. Ein Lokalregister befindet sich im Anhang.

Von den 27 Gastronomiebetrieben wurden 17 in die Untersuchung einbezogen. Folgende 17 Erscheinungsbilder fungierten also als Untersuchungsgegenstände:

1. „Freies Neukölln“ (Weserstr./Ecke Pannierstr. 10),



2. „Burger Bunker“ (Weserstr. 203),



7. „Pizza a Pezzi“ (Weserstr.208),



3. „Vin Acqua Vin“ (Weserstr. 204),



8. „Herthaner“ (Weserstr. 210),



4. „Small All“ (Weserstr. 205),



9. „Bullys Bakery“ (Weserstr./Ecke Friedelstr. 7),



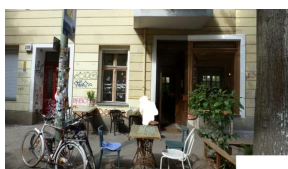
5. „Fuchs und Elster“ (Weserstr. 207),



10. „Picalilly“ (Weserstr. 7),



6. „Ein Laden“ (Weserstr. 208),



11. „Falafel Jakoub“ (Weserstr. 14),



12. „Men Men“ (Weserstr. 16), 	15. „BackshopTabak&Presse“ (Reuterstr. 56), 
13. „Barettino“ (Reuterstr. 59), 	16. „Dolly“ (Reuterstr. 29), 
14. „Sahara“ (Reuterstr. 56), 	17. „a'lu“ (Nansenstr. 3). 

3.2.2 Analyse der Erscheinungsbilder

Im Anschluss an die Feldbegehungen stellte sich für die Analyse und Interpretation von Bildern folgende methodologische Frage: wie kann der Bildsinn der einzelnen Bilder angemessen entschlüsselt werden, also wie die der Forschung zugrunde liegende Bildtheorie methodisch umgesetzt wird. Um den Bildsinn der Erscheinungsbilder der Gastronomiebetriebe heraus zu kristallisieren, wurde die Segmentanalyse nach Breckner gewählt, da diese sowohl auf der Symboltheorie Langers, als auch auf phänomenologischen Bildtheorien basiert (siehe Teil 1.1) (vgl. Breckner 2010).

Die Methodologie Segmentanalyse wurzelt in der „rekonstruktiven Hermeneutik“ und dem Konzept des „sehenden und wiedererkennenden Sehens“ von Max Imdahl. In seinem Konzept des „sehenden und wiedererkennenden“ Sehens hat Max Imdahl die Ikonologie Erwin Panofskys (vgl. Imdahl 2001) weiterentwickelt. Beide Konzepte

werden im Folgenden vorgestellt, um verständlich zu machen, wie Bilder in den Sozialwissenschaften analysiert werden. Besonders das Konzept von Imdahl ist für die Segmentanalyse fundamental. Panofsky's Ikonologie wird skizziert, da Imdahl diese weiterentwickelt hat und sie einen Meilenstein für spätere Bildinterpretationsmethoden bildet, vor allem ihre Unterscheidung bildlicher Sinnschichten (vgl. Breckner 2013: 4.+5. Einheit, Folie 16).

3.2.2.1 Die Ikonologie Panofskys: Drei Ebenen bildlichen Sinns

Panofsky's Bildanalysekonzept orientiert sich an seiner Auffassung davon, wie Bilderfahrung verläuft. Danach differenziert er zwei Sinnschichten:

1. Die primäre Sinnebene

Mit der primären Sinnebene meint er das, was man als Bilderfahrung „auf den ersten Blick“ verstehen könnte: Die erste Wahrnehmung und emotionale Erfahrung des Werkes anhand der auf einem Bild sichtbaren Objekte, Phänomene oder Gegenstände, also künstlerische Motive (beispielsweise „eine Gruppe von Personen, die in einer bestimmten Anordnung und mit bestimmten Posen um eine Speisetafel sitzen“). (Panofsky 1975: 39 zit. nach Bohnsack 2013c: 76) Diese Sinnebene wird durch die *vorikonographische* Analyse erschlossen.

2. Sekundäre Sinnschicht

Im zweiten, *ikonographischen* Analyseschritt „verknüpfen wir künstlerische Motive und Kombinationen künstlerischer Motive (Kompositionen) mit Themen oder Konzepten“, d.h. mit objektivierten und sprachlich ohne weiteres explizierbaren Wissensbeständen.“ (ebd.) Hier wird gefragt, auf welche narrativen Vorlagen sich das Bild bezieht – in der Kunstinterpretation etwa Bibeltexte. Die sekundäre Sinnschicht lässt sich folglich nur aufgrund eines literarischen Wissens erschließen (vgl. ebd.).

3. Ikonologische Sinnebene

In einem dritten, dem *ikonologischen* Analyseschritt, der jedoch nicht mehr an das Bild selbst geknüpft ist, wird das Bild in einen größeren Kontext eingebettet, das heißt welche Grundeinstellung einer Nation, eines Zeitgeistes, Epoche, einer Klasse, religiösen Überzeugung sich in dem Werk enthüllen – modifiziert durch eine Persönlichkeit und verdichtet in einem

einziges Werk.“ (Panofsky 1964: 40 zit. nach Bohnsack 2013c: 95) Panofsky grenzt diese Analyseinstellung also klar von jener ab, „die die künstlerische Absicht, das künstlerische Wollen, als den psychologischen Akt des historisch greifbaren Subjektes ‚Künstler‘ betrachtet“. (...) Der ‚Schöpfer‘ (mit dem nicht nur der Künstler gemeint ist) repräsentiert mit seinem Werk also kollektive, d.h. kulturelle und milieuspezifische Sinnzusammenhänge, in die er selbst eingebunden ist, ohne dass er sich hierüber theoretisch reflexiv Rechenschaft ablegen müsste.“ (ebd.: 31 zit. nach ebd., Hervorhebung im Original)

3.2.2.2 Das Konzept des Sehenden und Wiedererkennenden Sehens

Max Imdahl hat die Überlegungen Panofskys weiterentwickelt. In der Auffassung Imdahls übersieht Panofsky die Relevanz der formalen Komposition für die Bedeutung des Bildes. Ihm zufolge setzt Panofsky seine Interpretation sozusagen „zu spät“ an (vgl. Imdahl 2001: 303-305). Denn bevor Gegenstände oder verbildlichte Szenen als solche *wieder erkannt* werden, werden sie nach Ansicht Imdahls als reine Formen wahrgenommen, das heißt *gesehen*. Der vorikonographischen Ebene ist danach eine formale Sinnebene vorgelagert, die die inhaltliche Bedeutung des Bildes erheblich beeinflusst.

Imdahl unterscheidet dabei zwei Prozesse des Sehens: „das sehende Sehen“ und das „wiedererkennende Sehen“. Das sehende Sehen, stellt gewissermaßen das formale Sehen und Erkennen von reinen Formen dar und das wiedererkennende Sehen die Erkennung von diesen „als etwas“, also etwa als Gegenstände oder Personen. Das formale, sehende Sehen ist wiederum eng mit dem wiedererkennenden Sehen verknüpft. „Jede Anschauungsweise, sowohl die des formalen, sehenden Sehens als auch die des wiedererkennenden Gegenstandssehen, wird durch die je andere sowohl provoziert als auch legitimiert.“ (Imdahl 1980: 27 zit. nach Breckner 2010: 284) Im wiedererkennenden Sehen bildet sich sozusagen erst der symbolische Sinngehalt. Erst im wiedererkennenden Sehen werden die präsentierten Formen mit spezifischen abwesenden Sinngehalten (Sachverhalten und/oder abstrakte Ideen) verknüpft, auf die sie verweisen. Dies kann mit Schütz Verschiedenes sein beziehungsweise verschiedene Sinnwelten, die durch die zu sehenden Formen appräsentiert sind. Für vorliegendes Thema heißt das, dass die Formen der Erscheinungsbilder erst im wiedererkennenden Sehen mit Genres von gastronomischen Tauschgeschäften, mit dem (im)materiellen

Angebot des jeweiligen Gastronomiebetriebs und mit einem bestimmten Habitus respektive Lebensstil verbunden werden.

Imdahl sieht nun im sehenden Sehen beziehungsweise im formalen Sehen das entscheidende Moment zur Analyse von Bildern. Denn wie er zeigt, verändert eine Veränderung der Formen auch den Sinn des wiedererkennenden Sehens (vgl. Imdahl 2001: 303-305). Die primäre Analyseebene für die Bedeutung des Bildes siedelt er insofern auch auf der formalen Bildebene, der *planimetrischen Komposition*. an. Mit dem Begriff der planimetrischen Komposition wird der Bildaufbau bezeichnet, also die Anordnung und Beziehung von Formen, Figuren, Größenverhältnissen, Platzierungen, Linien und Farben auf der Bildfläche. Indem es sich bei den Erscheinungsbildern gastronomischer Tauschgeschäfte um dreidimensionale „lebendige“ „Stillleben“ handelt, in die Artefakte eingebunden sind, spielt auch die Verwendung und relationale Anordnung von Materialien eine wichtige Rolle für die Konstitution der planimetrischen Komposition. Neben der planimetrischen Komposition unterscheidet Imdahl den formalen kompositionalen Aufbau eines Bildes in zwei weitere Dimensionen: die „perspektivisch-projektive Verbildlichung von Körper und Raum“ und die „szenische Choreographie“ (vgl. Bohnsack 2013c: 81). Die perspektivische Projektion bezieht sich auf die Räumlichkeiten des Bildes, also in welcher Weise Gesetzmäßigkeiten in das Bild hineingetragen werden, beispielsweise im Modus der Zentral- oder der Achsenperspektive oder durch Fluchtpunkte. Die szenische Choreographie bezieht sich wiederum auf Gesetzmäßigkeiten der dargestellten AkteurInnen und ihren Beziehungen sowie Konstellationen (vgl. ebd.). Dadurch ergeben sich für ein Bild spezifische Perspektiven und eine dem Bild eigene Komposition (vgl. Breckner 2010: 280). Die Untersuchung der formalen Komposition eines Bildes bezieht sich somit auf das *simultan* gegebene, gesamte Ausdrucksgeschehen des Bildes, den Bildstil. Einerseits ergibt sich dieses erst durch die Kombination und Anordnung der einzelnen Elemente, andererseits beeinflusst das Bildganze die Wahrnehmung jedes einzelnen Elements: „Das Ganze ist von vornherein in Totalpräsenz gegeben und als das sinnfällige Bezugssystem in jedem einzelnen kopräsent, wann immer jedes einzelne in den Blick genommen wird.“ (Imdahl 1996: 23 zit. nach Bohnsack 2013: 89-90)

Nach Panofsky respektive Imdahl gibt es also verschiedene bildliche Sinnebenen sowie manifest sichtbare und latente Sinngehalte, die die Bedeutung eines Bildes konstituieren.

3.2.2.3 Sehendes und wiedererkennendes Sehen in der Segmentanalyse

Breckner zieht aus dem „sehenden und wiedererkennenden Sehen“ von Imdahl den Schluss, dass das formale und inhaltliche Sehen Hand in Hand gehen und insofern auch gleichzeitig analysiert werden müssen. Demnach geht sie *nicht* von den Sinnschichten des primären Sinns und des sekundären Sinns beziehungsweise von den drei Analyseebenen Panofskys (vorikonographisch, ikonographisch und ikonologisch) aus – dennoch aber von einem latenten und einem manifesten Bildgehalt. Die Segmentanalyse erfolgt nicht entlang der Unterscheidung zwischen der formalen Ebene, der Gegenstandserkennung als etwas und der Einbettung in außerbildliche ikonische Sinnbezüge, „sondern an deren Zusammenhang in der Gleichzeitigkeit des Wiedererkennenden und Sehenden Sehens.“ (Breckner 2010: 284-285)

Breckner geht weiterhin davon aus, dass Bilder zwar einen vornehmlich präsentativen, simultanen Charakter haben, also alle Elemente in Totalpräsenz gegeben und wahrgenommen werden, dass die einzelnen Bedeutungstermini aber auch sukzessive erfasst werden. So können auch Widersprüche und spezifische Bezüge zwischen einzelnen Elementen bestehen. Die Erfassung dieser Termini, das heißt abermals sehendes und wiedererkennendes Sehen, verläuft danach simultan *und* sukzessive – dabei allerdings immer in Bezug zum gesamten Bild. Erst wenn beide Dimensionen des Sehens sowie die simultane *und* sukzessive Bedeutungsgenerierung von Bildern berücksichtigt werden, so Breckners Annahme, lassen sich die latenten und impliziten Sinngehalte eines Bildes entschlüsseln und Widersprüche und spezifische Bezüge zwischen einzelnen Elementen herausarbeiten. So lassen sich auch die unbestimmten appräsentierten Horizonte, also die Vorstellungen, die durch das gesamte Bild und einzelne Bedeutungstermini beim Betrachter erzeugt werden, bestimmen. In vorliegendem Fall sind damit auch unbestimmte (Vergleichs)horizonte, andere Erscheinungsbildern gemeint, die in der aktuellen Wahrnehmung eines Erscheinungsbildes unbewusst und intuitiv erzeugt werden und das Sehen orientieren. Unbewusst werden also andere Erscheinungsbilder als Vergleichsbilder herangezogen. Danach stellt auch das interpretierende Sehen in der Segmentanalyse ein relationales Sehen dar (vgl. Breckner 267-286).

Die Methode der Segmentanalyse ist ein rekonstruktives Verfahren, bei dem sequentiell und abduktiv Hypothesen über den Bildsinn und welches Prinzip ein Bild strukturiert, in Interpretationsgruppen gebildet werden.

3.2.2.4 Interpretationsgruppen und rekonstruktiv-abduktive Hypothesen

In der interpretativen Sozialforschung wird mit Interpretationsgruppen gearbeitet, um die Subjektivität einer Einzelinterpretation durch die Multiperspektivität der Gruppe zu überwinden (vgl. Reichertz 2013: 50). Dabei, so die Annahme, wird die Subjektivität der InterpretInnen durch die Konfrontation mit anderen Perspektiven gereinigt. Interpretationsgruppen werden also als „Medien der Generierung von belastbarem, wissenschaftlichen Wissen eingesetzt.“ (ebd.: 54) Ziel dabei ist es, intersubjektive Nachvollziehbarkeit und Überprüfbarkeit der Ergebnisse zu erreichen und damit die Objektivität und Validität der Interpretation zu erhöhen. Mit Oevermann wird weiterhin davon ausgegangen, „dass jedes Gesellschaftsmitglied, das während der Sozialisation die Regeln der Bedeutungs*produktion* erlernt hat, [...] auch in der Lage ist, *regelgerecht* die Bedeutung zu *rekonstruieren*.“ (Reichertz 2013: 38)

In vorliegender Arbeit bildeten sich die Interpretationsgruppen aus jeweils 3 InterpretInnen, die entweder eine sozialwissenschaftliche oder eine kreative Hochschulausbildung absolviert haben. Der Interpretationsprozess wurde von der Forscherin angeleitet und moderiert.

In einem rekonstruktiven Interpretationsprozess bilden die InterpretInnen schrittweise, das heißt „*sequentiell*“ und „*abduktiv*“ Hypothesen, so genannte „Lesarten“ oder „Sehweisen“. Zwar bestehen in der qualitativen Sozialforschung unterschiedliche rekonstruktive Ansätze, ihnen gemeinsam ist jedoch, dem prozesshaften Charakter sozialer Wirklichkeit Rechnung zu tragen. Fundamentale Annahme dabei ist, dass sich das soziale Geschehen immer wieder neu herstellt und sich dabei laufend neue Wahlmöglichkeiten ergeben:

„Jede Handlung – d.h. auch jede Äußerung – stellt eine Auswahl zwischen verschiedenen, in der jeweiligen Situation des Handelns möglichen Alternativen dar. (...) Besonders offen ist der Horizont des Möglichen zu Beginn des Sprechens wie des Schreibens [oder Gestaltens]. Mit jeder gesetzten Sequenz verengt sich dieser Horizont zunehmend und eröffnet jedoch wiederum neue Möglichkeiten. (...) Handlungsabläufe (...) sind somit Prozesse der Auswahl, aus denen jeweils – *unabhängig von der Perspektive des Handelnden* – bestimmte mögliche Folgehandlungen ausgeschlossen werden. Die zur Verfügung stehenden Möglichkeiten repräsentieren den Horizont, aus denen der Fall eine Auswahl trifft. Und das Besondere realisiert der Fall dadurch, dass er spezifische Auswahlentscheidungen vornimmt.“ (Rosenthal 2005: 72-73) Auch bei

der Gestaltung eines Gastronomiebetriebs mit einem bestimmten (im)materiellen Angebot trifft der Habitus demnach immer wieder neue Auswahlentscheidungen, die das Erscheinungsbild repräsentiert. Ebenso in der Wahl und Anordnung von Artefakten im Erscheinungsbild selbst. Die feinen Unterschiede bestehen sowohl im *Was* und im *Wie*, also welche materiellen und immateriellen Angebote wie repräsentiert und gezeigt werden. Die feinen Unterschiede müssen also in der Gleichzeitigkeit des sehenden und wiedererkennen Sehen und im sukzessiven Aufdecken der einzelnen Bedeutungstermini herausgearbeitet werden. Ein Fall – hier ein Erscheinungsbild – bildet dabei ein Muster, eine Fallstruktur, die in vorliegendem Fall die Struktur des relationalen und distinktiven *modus operandi* der Habitus ist.

„Dieses Verständnis erfordert ein Analyseverfahren, bei dem danach gefragt wird, welche Möglichkeiten sie außer Acht lassen und was daraus für die Zukunft folgt. Aus diesen Überlegungen resultiert die sequenzielle Analyse.“ (ebd.) Leitfragen bei der sequenziellen Analyse sind danach: welche Unterscheidung wurde im ersten Zug getroffen, welcher Horizont entworfen, so dass der nächste Zug als sinnvolle Reaktion/Weiterführung nachvollziehbar wird? „Was zeigt sich hier über den Fall? Welche Bestrebungen und/oder welche Abgrenzungen sind in den Bildern impliziert?“ (Przyborski, Wohlrab-Sahr 2008: 289-290)

Die InterpretInnen bilden die sequentiellen Hypothesen beziehungsweise Lesarten oder Sehweisen zudem abduktiv. Abduktive Hypothesen können mit zufälligen Gedankeneingebungen oder Gedankenblitzen verglichen werden, die die InterpretInnen abwechselnd äußern. Sie formulieren also schrittweise Lesarten oder Sehweisen, welche Bedeutung ein Element im Bild haben könnte, um herauszuarbeiten, wie dessen (Gesamt) Bedeutung – und die feinen Unterschiede darin – zustande kommen (vgl. Reichertz 2013: 65). In ihrer Art der Hypothesenbildung und Hypothesenüberprüfung ähnelt die Segmentanalyse wiederum der objektiven Hermeneutik nach Oevermann (vgl. Breckner 2010: 275). In der objektiven Hermeneutik und in der Segmentanalyse werden das Kontextwissen und fallexterne Informationen zunächst explizit ausgeklammert, um „möglichst verschiedene und auch konträr zueinander aufgebaute Sehweisen an jedem Bildelement zu entwickeln.“ (Breckner 2010: 275) Auch deshalb erschien es sinnvoll, die Erscheinungsbilder zu fotografieren, um sie kontextunabhängig interpretieren zu können. Dennoch werden die Erscheinungsbilder weiterhin als kontextabhängige begriffen und schließlich als solche interpretiert.

In der Analyseeinstellung der objektiven Hermeneutik und der Segmentanalyse sind erneut die Haltung der „künstlichen Dummheit“ nach Hitzler relevant (vgl. ebd.: 76). Zunächst geht es nicht darum, faktisch richtige Deutungen zu generieren. Vielmehr wird dem sequentiellen und aduktiven Verfahren entsprechend, frei assoziiert und von den formulierten Lesarten über die mögliche Bedeutung einer Sequenz auf den möglichen weiteren Fortgang gefolgert. Erst dann werden diese Folgehypothesen mit dem faktischen Fortgang kontrastiert (vgl. ebd.). Dabei setzen die InterpretInnen die Selbstverständlichkeiten des Alltags für eine bestimmte Zeit aus, wodurch ihr Blick wiederum frei wird für den Sinn seiner Selbstverständlichkeiten (vgl. Reichertz 2013: 77). Die Assoziationen und abduktiven Hypothesen, die dabei gebildet werden, müssen begründet werden, also angegeben werden, weshalb eine Deutung als angemessene Deutung für etwas erscheint (vgl. ebd.; vgl. Rosenthal 2005: 58-59). Die InterpretInnen validieren dann gegenseitig ihre abduktiven Schlüsse, bis sie schließlich eine endgültige, ratifizierte Hypothese über die Bedeutung des Bildes generiert haben (vgl. Reichertz 2013: 65). Ziel der Interpretationsgruppen ist es somit, die entstandenen Hypothesen am Material zu überprüfen und die Perspektivenvielfalt der Einzelnen Schritt für Schritt zu eliminieren. Demnach werden die interpretativen Angemessenheitsurteile optimiert, das heißt solchen Auslegung entgegen gewirkt, „die ein klares Regelwissen vermissen lassen.“ (Reichertz 2013: 39) Auf diese Weise gelangt man zu gültigen, validen Aussagen über den Fall (vgl. ebd. 53-54).

Wie wird respektive wurde nun genau in der Segmentanalyse vorgegangen?

3.2.2.5 Die Methode der Segmentanalyse

Vorarbeit

Den ersten Analyseschritt der Segmentanalyse stellt die *Vorarbeit* dar. Diese besteht aus vier Unterschritten:

1. Erste eigene Eindrücke von dem Bild und entstandene Assoziationen werden von der Forscherin unter Selbstreflexion notiert.
2. Blickbewegungen werden wahrgenommen und eingezeichnet.
3. Es erfolgt eine deskriptive Analyse.
4. Anhand der Wahrnehmungen und deskriptiven Analyse werden Segmente gebildet und das Bild zerschnitten. (vgl. Breckner 2010: 287-288).

Diese Segmente werden der Interpretationsgruppe vorgelegt, schrittweise aufgedeckt und feinanalytisch interpretiert.

Die Feinanalyse der Segmente

Ziel der Segmentanalyse ist die „Interpretation der Bildsegmente und ihres Zusammenhangs hinsichtlich potentieller, indexikalischer und symbolischer, einschließlich ikonographischer, ikonologischer und ikonischer Bedeutungs- und Sinnbezüge“. (Breckner 2010: 289) „In diesem Interpretationsprozess werden zunächst anhand eines einzelnen Segments und unabhängig vom Bildganzen, dem abduktiven Verfahren der Hypothesenbildung folgend, kontrastive Sehweisen zu möglichen bildthematischen Bedeutungen von dargestellten Gegenständen, Personen, Konstellationen und ikonischen Elementen entwickelt. Zugleich werden Folgehypothesen darüber entwickelt, was in weiteren Bildsegmenten aufgedeckt werden müsste, um die jeweilige Sehweise bestätigen oder verwerfen zu können.“ (ebd.) So besteht ein Horizont an Gestaltungsmöglichkeiten, die mehr „Sinn“ machen als andere. Diese bilden sozusagen negative Gegenhorizonte, die den visuellen Blickkonventionen widersprechen. Ähnlich wie in der objektiven Hermeneutik „werden also verschiedene Kontexte entworfen, in denen dieses Element Sinn macht, d.h. ‚etwas‘ zeigen würde.“ (ebd.: 275) Zwar werden die Sehweisen zu den einzelnen Elementen aufgestellt, dabei aber gleichzeitig in Relation zueinander und in Bezug auf die Gesamtgestalt gesetzt. Dies bezieht sich wiederum auf die formale als auch die inhaltliche Dimension. Das Was wird also gleichzeitig mit dem Wie betrachtet. Die Analyse des folgenden Segments wird ebenso begonnen wie die des vorigen, allerdings mit dem Unterschied, dass vorher angestellte Hypothesen verworfen und andere vertieft werden. Dazu werden die Segmente zueinander in Beziehung gesetzt, um aus den „Abständen, Verbindungen, Zwischenräumen und Übergängen“ hypothetische Schlüsse zu ziehen. (ebd.: 290) Es ist also zu fragen, ob die Elemente kongruent oder widersprüchlich sind. Wichtig dabei ist, dass die formale Ebene und die inhaltliche Ebene wiederum zueinander in Bezug gesetzt werden.

Nach und nach wurde so die „Fallstruktur“ eines Erscheinungsbildes herausgearbeitet. Dabei entwickelte sich ein bestimmtes Prinzip, das sich in den verschiedenen Bildsegmenten in homologer Weise zeigte und nach dem das Erscheinungsbild offenbar hervorgebracht wurde. Dieses Prinzip wurde in vorliegender Arbeit als relationaler und distinktiver modus operandi der Habitus begriffen und interpretiert.

In Hinblick auf vorliegendes Thema mussten die InterpretInnen die Gegenstände sowohl in Bezug zu sozialen Settings als auch zu sozialen Gruppen setzen. Außerdem sollten sie Hypothesen über die „Logik der *Produktion*“, das heißt Hintergründe der Produktion respektive Produktionsbedingungen der zu sehenden Artefakte, aufstellen. Ebenso sollten Annahmen über die Logik ihres *Gebrauchs* und ihrer *Aneignung*, das heißt Veränderung oder Zerstörung ihrer hegemonialen Funktion getroffen werden (vgl. Lueger 2010: 102-103). Deshalb wurden die InterpretInnen gebeten, folgende Schritte in der Analyse zu berücksichtigen beziehungsweise folgende Fragen zu beantworten:

1. Wie wirkt das Bildelement auf euch?
2. Wohin wandert der Blick? Was zieht den Blick auf sich?
3. Gibt es Irritationen (und Widersprüche mit vorigen Segmenten)?
4. Bitte beschreibt möglichst genau, was ihr seht, das heißt welche Gegenstände und ihre formalen Eigenschaften: Materialien, Formen, Farben, Typographien und Licht. Gibt es Elemente, die durch Kontraste oder ihre Farbe, Formen, Materialien hervorgehoben werden?
5. Welche Größenverhältnisse, Gesetzmäßigkeiten lassen sich erkennen?
6. Welche Gestaltungsprinzipien zeigen sich? Was lässt sich über den Stil sagen?
7. Woran erinnert das Bildelement, beispielsweise an eine bestimmte Zeit oder Ort?
8. Was könnten die einzelnen Gegenstände als Symbole bedeuten? Welche soziale Bedeutung hat das Dargestellte? In welche sozialen Situationen könnten die zu sehenden Gegenstände passen?
9. Welche Auskunft geben sichtbare Textelemente?
10. Wer gebraucht die zu sehenden Artefakte normalerweise für was?
11. In welchem sozialen Milieu respektive Lebensstil erscheinen (thematisch) unterschiedliche Äußerungen passend?
12. Was müsste als nächstes aufgedeckt werden, damit die jeweilige Hypothese weiterhin haltbar ist? (vgl. ebd.: 290-291)

Analyse der kompositorischen Strukturierung des Bildes

Nachdem alle Segmente aufgedeckt wurden, wird die „kompositorische Strukturierung“ des Bildfeldes analysiert (vgl. ebd.: 291). Indem die planimetrische Struktur, das heißt die Gestalt der planimetrischen Komposition schon bei der sukzessiven Aufdeckung der Segmente untersucht wurde, werden nach der Aufdeckung aller Segmente (lediglich) die räumliche Perspektive, die szenische Choreographie und die Strukturierung der Bildfläche noch einmal untersucht (vgl. ebd.). Die szenische Choreographie ist in vorliegender Arbeit aber irrelevant, da AkteurInnen bei der Analyse nicht berücksichtigt werden. Die räumliche Perspektive betrachtet die Fluchtpunkte des Bildes – etwa Zentral- oder Fluchtpunktperspektive und die Linienführungen. Die Untersuchung der Strukturierung der Bildfläche erfolgt mit Hilfe eines Feldliniensystems, welches das Zusammenwirken von nicht sichtbaren Linien und der Anordnung von Gegenständen auf der Bildfläche inspiziert. Anhand von Verlängerungen von bildimmanenten Linien, die aus der Anordnung der Bildelemente hervorgehen, können Zentrierungen und Fokussierungen auf bestimmte Bildbereiche herauskristallisiert werden. Die bildimmanente Struktur ist wichtig, weil hier implizite bildimmanente Bedeutungsrelationen, das heißt latente Sinnbezüge zwischen den Elementen in Bezug auf das Bildganze angesiedelt sind, die nicht manifest sichtbar und unmittelbar zugänglich sind (vgl. ebd.).

Es werden nun wiederum neue Hypothesen aufgestellt, die gegebenenfalls bislang noch nicht aufkamen. Schließlich werden diese Hypothesen mit jenen der Segmentanalyse verglichen. Die Ergebnisse beider Analyseschritte können sich dabei entweder gegenseitig befruchten und neue Hypothesen generiert werden. Ebenso ist es möglich, dass Hypothesen, die in der Segmentanalyse aufgestellt wurden, verworfen werden müssen, da sie in erheblichem Widerspruch mit den Sinngehalten, die aus der Struktur der Bildfläche hervor gehen, stehen (vgl. ebd.: 291-292). Ziel dieses Schrittes ist es, ein Interpretationsergebnis bezüglich der Frage zu erhalten, was, das heißt welche feinen Unterschiede die Erscheinungsbilder wie und für wen sichtbar machen (vgl. ebd.: 291).

Stilanalyse

In einem darauf folgenden Schritt kann fall- und disziplinexternes Wissen zur Analyse hinzugezogen werden. In vorliegender Arbeit wurden etwa Wissen aus der Farb-, Material- und Kompositionslehre, der Designgeschichte sowie der Baustilkunde und -geschichte hinzugezogen, um die stilistischen Merkmale und ikonischen Bezüge der

Einzelbilder genauer herauszuarbeiten (vgl. ebd.: 292; Guffey 2006; Morteo 2009; Museum der Dinge 2014; Poynor, 2003; Reinecke 2007; Schrade, Voigt, 2003; Schönhammer 2010; Steinbrenner, 2010, Tjora, Scambler, 2013).

Die Ergebnisse der einzelnen Schritte werden beziehungsweise wurden dann zusammengeführt und die Frage beantwortet, wie ein Erscheinungsbild strukturiert ist. Das in der Segmentanalyse rekonstruierte Strukturprinzip stellt eine erste Abstrahierung dar (vgl. /Przyborski, Wohlrab-Sahr 2008: 336). Dennoch ist es weiterhin an ein einzelnes (Erscheinungs)bild geknüpft, also eine Abstraktion des bildimmanenten Sinns.

Einbettung in die Hintergrundtheorie

Der nächste Schritt der Segmentanalyse ist die Einbettung in die Hintergrundtheorie – in diesem Fall die Distinktionstheorie Bourdieus. „Theoretische Konzepte werden jedoch nicht erst bei der Einbettung in fachtheoretische und/oder empirische Bezüge eingeführt, sondern spielen als heuristisches Potential bei der Entwicklung von Hypothesen in der gesamten Bildinterpretation eine wichtige Rolle.“ (ebd.: 293) Deswegen wurden die InterpretInnen gebeten, die Erscheinungsbilder besonders in Hinblick auf soziale Gruppen und auf Gestaltungsmerkmale zu betrachten. Indem die Hintergrundtheorie stets mitgedacht wurde, handelte es sich bei der Interpretationsarbeit gewissermaßen um eine Pendelbewegung zwischen Material, Theorie und Material (vgl. Bremer, Teweis-Kügler 2013: 96).

Die Einbettung in die Hintergrundtheorie ging Hand in Hand mit der Auswertung und Abstraktion der empirischen Ergebnisse der Segmentanalysen. Dies wird im Folgenden als eigener Punkt dargestellt.

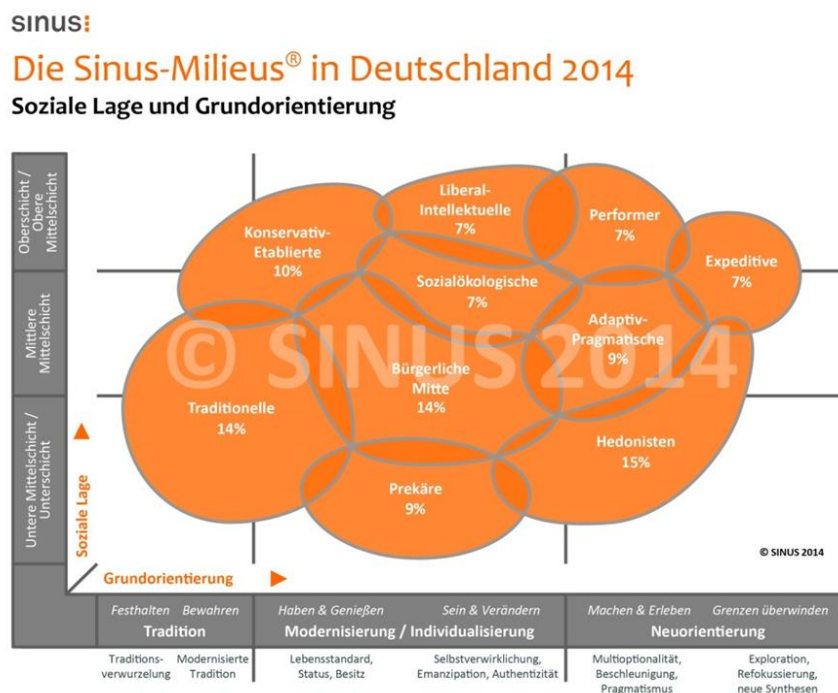
3.2.3 Auswertung und Abstraktion der Ergebnisse der Segmentanalysen

Die Einbettung in die Hintergrundtheorie beziehungsweise die Auswertung der Segmentanalysen implizierte in vorliegender Arbeit zwei Schritte:

1. das In-Bezug-Setzen der Erscheinungsbilder zu den Sinusmilieus und dem klassentheoretischen Milieuansatz sowie
2. die abstrahierende Typenbildung mittels komparativer Analyse.

3.2.3.1 Kontextualisierung der Erscheinungsbilder

Um zu überprüfen, ob und inwiefern die rekonstruierten Distinktionsmuster in den Erscheinungsbildern von Gastronomiebetrieben im Reuterquartier den von Bourdieu behaupteten Distinktionsmechanismen entsprechen, wurden die Ergebnisse der Segmentanalyse zu sozialen Klassen und Milieus in Bezug gesetzt. Da keine Sozialdaten der Habitus erhoben wurden, die die Erscheinungsbilder erzeugt haben, wurden die bildimmanenten Sinngehalte – die Ergebnisse der Segmentanalysen – in Bezug gesetzt zu den Charakteristika, die die sozialen Milieus in Deutschland nach Angaben des „Sinusinstituts“ heute auszeichnen (vgl. www.sinus-institut.de/fileadmin/dokumente/Infobereich_fuer_Studierende/2014-01-01_Sinus-Milieus_in_Deutschland_Studentenversion_01.jpg; Geißler 2014: 116). Mit dem In-Bezug-Setzen zu den Sinusmilieus ließen sich die Ergebnisse der Segmentanalysen in Bezug zum bourdieuschen Klassenmodell und seiner Distinktionstheorie setzen beziehungsweise zum klassentheoretischen Milieuansatz nach Vester et al. (siehe unten) (vgl. Vester 2013). Nach Forschungen des Sinusinstituts besteht in Deutschland (2104) folgende „Milieulandschaft“:



(www.sinus-institut.de/fileadmin/dokumente/Infobereich_fuer_Studierende/2014-01-01_Sinus-Milieus_in_Deutschland_Studentenversion_01.jpg)

Die sozialen Milieus und ihre Grundorientierungen lassen sich danach mit Geißler (2014) folgendermaßen unterscheiden:

„Sozial gehobene Milieus

Konservativ-etablierte (10 %): Das klassische Establishment: Verantwortungs- und Erfolgsethik; Exklusivitäts- und Führungsansprüche versus Tendenz zu Rückzug und Abgrenzung.

Liberal-intellektuelle (7 %): Die aufgeklärte Bildungselite mit liberaler Grundhaltung und postmateriellen Wurzeln; Wunsch nach selbstbestimmtem Leben, vielfältige intellektuelle Interessen.

Performer (7 %): Die multi-optionale, effizienzorientierte Leistungselite mit globalökonomischem Denken und stilistischem Avantgarde-Anspruch; hohe IT- und Multimedia-Kompetenz.

Expeditive (6 %): Die unkonventionelle kreative Avantgarde: hyperindividualistisch, mental und geografisch mobil, digital vernetzt und immer auf der Suche nach neuen Grenzen und nach Veränderung.

Milieus der Mitte

Bürgerliche Mitte (14 %): Der leistungs- und anpassungsbereite bürgerliche Mainstream: generelle Bejahung der gesellschaftlichen Ordnung; Streben nach beruflicher und sozialer Etablierung, nach gesicherten und harmonischen Verhältnissen.

Adaptiv-pragmatische (9 %): Die zielstrebige junge Mitte der Gesellschaft mit ausgeprägtem Lebenspragmatismus und Nutzenkalkül: erfolgsorientiert und kompromissbereit, hedonistisch und konventionell, flexibel und sicherheitsorientiert.

Sozialökologische (7 %): Idealistisches, konsumkritisches/-bewusstes Milieu mit normativen Vorstellungen vom „richtigen“ Leben: ausgeprägtes ökologisches und soziales Gewissen; Globalisierungs-Skeptiker, Bannerträger von Political Correctness und Diversity.

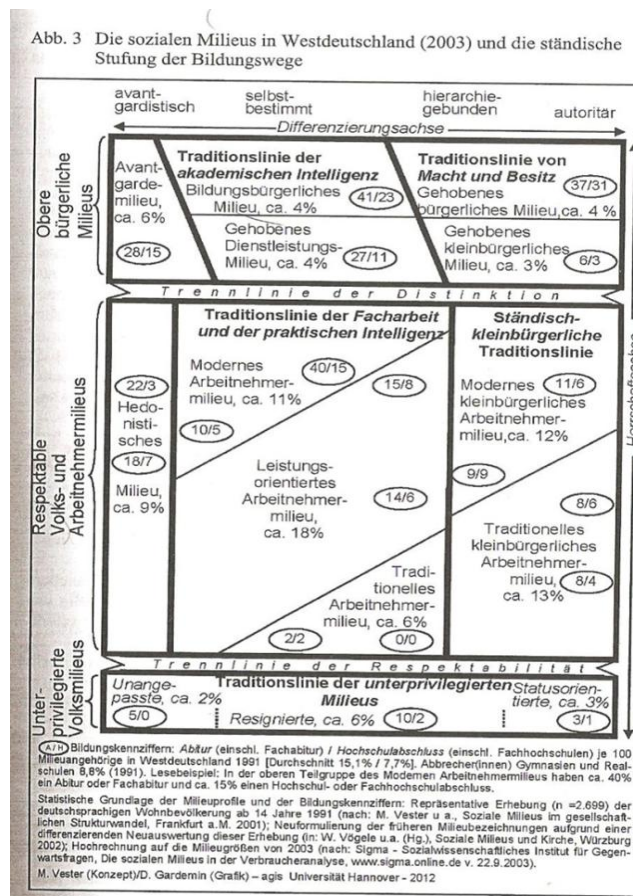
Milieus der unteren Mitte/Unterschicht

Traditionelle (15 %): Die Sicherheit und Ordnung liebende Kriegs-/Nachkriegsgeneration: in der alten kleinbürgerlichen Welt bzw. in der traditionellen Arbeiterkultur verhaftet.

Prekäre (9 %): Die um Orientierung und Teilhabe bemühte Unterschicht mit starken Zukunftsängsten und Ressentiments: Anschluss halten an die Konsumstandards der breiten Mitte als Kompensationsversuch sozialer Benachteiligungen; geringe Aufstiegsperspektiven und delegative/reaktive Grundhaltung, Rückzug ins eigene soziale Umfeld.

Hedonisten (15 %): Die spaß- und erlebnisorientierte moderne Unterschicht/untere Mittelschicht: Leben im Hier und Jetzt, Verweigerung von Konventionen und Verhaltenserwartungen der Leistungsgesellschaft.“ (Geißler 2014: 116)

Denn der klassentheoretische Milieuansatz nach Vester et al. integriert die deutschen „Sinusmilieus“ und das bourdieusche Klassenmodell und zwar folgendermaßen:



(Vester, Michael 2013: 177)

3.2.3.2 Abstrahierende Typenbildung

In den Segmentanalysen wurden auf der Basis von gedanklichen und visuellen Vergleichshorizonten bildimmanente Strukturprinzipien rekonstruiert, die in vorliegendem Fall als Distinktionsprinzipien des relationalen modus operandi der

Habitus begriffen wurden. Die bildimmanenten Strukturprinzipien erklären also, so die Annahme, über welches Prinzip Distinktion in einem Erscheinungsbild hergestellt wird beziehungsweise worin sie liegt. Um die bildimmanenten Strukturprinzipien zu abstrahieren respektive zu generalisieren und eine umfassende Typologie herauszuarbeiten, in der die genauen Unterschiede zwischen den Erscheinungsbildern im Reuterquartier und ihre Herstellung idealtypisch dargestellt werden, mussten die Erscheinungsbilder und die Ergebnisse der Segmentanalysen miteinander verglichen und „kontrastiert“ werden (vgl. Przyborski, Wohlrab-Sahr 2008: 283). Durch den kontrastierenden Vergleich ist es möglich, die Ergebnisse eines Einzelfalls zu abstrahieren und Typen zu generieren. Dieser Vergleich ist durch die Frage geleitet, „ob sich die gefundene Struktur auch in anderen Fällen findet und wie man das Gemeinsame – Typische – der beiden Strukturen identifiziert und formuliert.“ (Przyborski, Wohlrab-Sahr 2008: 336) Beim kontrastieren Vergleich wurden die gedanklichen und visuellen Vergleichshorizonte, die die Segmentanalysen angeleitet hatten, durch die *empirisch* vorgefundenen typischen Gemeinsamkeiten und Unterschiede ersetzt.

Der kontrastierende Vergleich kann entweder bei *minimal unterschiedlichen* Fällen ansetzen oder bei *maximal unterschiedlichen* Fällen. Beim *minimal* kontrastiven Vergleich wird ein Fall für die weitere Auswertung ausgesucht, der Ähnlichkeiten zum ersten Fall aufweist. Demgegenüber werden beim *maximal kontrastiven Vergleich* Fälle herangezogen, die scheinbar maximale (bildliche) Verschiedenheit zum ersten Fall aufweisen. (vgl. Rosenthal 2005: 97) Es stellte sich also die Frage, auf welcher Grundlage zwei Bilder als *minimal* respektive *maximal unterschiedlich* begriffen werden konnten. Wie also wurde der kontrastierende Vergleich in vorliegender Arbeit vollzogen?

In dem ersten Analyseschritt wurden die Erscheinungsbilder der Gastronomiebetriebe gruppiert anhand ihrer *planimetrischen* Bildkomposition, anhand ihres Ausdrucksgeschehens, das heißt aufgrund von ähnlicher Farbgebung, Formen und Materialien. Dahinter stand die Idee, die Gruppierung der Erscheinungsbilder nicht vorschnell von manifest sichtbaren oder inhaltlichen Sinngehalten leiten zu lassen, etwa einem gemeinsamen Genre oder materiellen Angebot. Vielmehr sollte die Gruppierung auf der Grundlage feiner Unterschiede, die bei der Bildbetrachtung latent wahrgenommen werden, erfolgen. Dabei wurde davon ausgegangen, dass Habitus desselben Erfahrungsraumes auch ähnliche Kompositionen erzeugen.

Bei der Gruppierung zeigte sich jedoch, dass je nachdem, welche Kriterien herangezogen wurden, unterschiedliche Gruppierungen möglich waren. Dies führte zu der Einsicht, dass *alle* Erscheinungsbilder analysiert werden müssen, bevor Aussagen darüber getroffen werden können, welche Elemente für die Sinnstrukturen (und Typen) entscheidend sind – insbesondere weil die Erscheinungsbilder autopoietische Systeme sind, die sich immer unterscheiden. Außerdem sollten nicht lediglich einzelne Merkmalskriterien summativ zusammengefasst werden, um die Erscheinungsbilder zu typisieren (vgl. ebd.: 76-77). So schien es denkbar, dass sich auf den ersten Blick ähnelnde Erscheinungsbilder nach der Auswertung als nach unterschiedlichen Strukturprinzipien entworfene Fälle erweisen und umgekehrt (vgl. ebd.).

Dennoch wurden die Bilder aufgrund prägnant erscheinender Merkmale und auf der Grundlage von ähnlichen Assoziationen gruppiert - ohne diese Gruppierungen als statisch zu betrachten. Die Assoziationen, die während der Gruppierung aufkamen, wurden notiert und als vorläufige Hypothesen formuliert. Die Gruppierungen wurden anschließend für den kontrastierenden Vergleich genutzt. Dabei wurden nach der minimalen Kontrastierung vorgegangen. Das heißt, dass zuerst alle Bilder einer Gruppe analysiert und miteinander verglichen wurden, bevor die nächste Bildgruppe analysiert wurde. Anschließend wurden maximal unterschiedliche Bildgruppen miteinander verglichen.

Unten stehende Abbildung zeigt, wie die Erscheinungsbilder vorläufig gruppiert wurden. Dabei werden Gemeinsamkeiten sowohl durch die Nähe von Erscheinungsbildern angezeigt, als auch durch die Kreise und Rechtecke.



Bei der Rekonstruktion der Fallstruktur des ersten Erscheinungsbildes bildeten sich Dimensionen heraus, in denen sich sein Strukturprinzip manifestierte. Diese Dimensionen wurden als *vorläufige* „Metakategorien“ festgehalten (vgl. Przyborski, Wohlrab-Sahr 2008: 338-339, 348-350). Mit Hilfe dieser Kategorien konnte die Reproduktion der Fallstruktur an verschiedenen Stellen nachgewiesen werden. Die Ausprägungen in den Metakategorien wurden als Äußerungen der Distinktionsmuster interpretiert. Auch im späteren kontrastierenden Vergleich und der Typenbildung wurden die Metakategorien als Hilfsmittel herangezogen, um typische relationale und distinktive Gemeinsamkeiten und Unterschiede von Erscheinungsbildern herauszuarbeiten - ohne die Struktur der einzelnen Erscheinungsbilder, ihre „Reproduktionsgesetzlichkeit“ und ihre Entwicklungsdynamik, dabei in den Hintergrund treten zu lassen (vgl. ebd.: 336). Die Annahme war, dass Bilder, die ähnlich strukturiert sind, also demselben Habitus zuzurechnen sind, ähnliche Ausprägung in den Metakategorien aufweisen (vgl. ebd.: 340). Anhand der Strukturprinzipien und ihrer Ausprägungen in den Metakategorien wurde ersichtlich, ob es sich bei zwei Bildern um denselben Typus handelt und worin das Gemeinsame, das Typische von ihnen, besteht. Die Metakategorien halfen also auch dabei, den Übergang von einer Fallstruktur zum Typus zu vollziehen. Sie schienen geeignet, um aufzeigen zu können, worin typische feine Unterschiede genau bestehen und wie sie hergestellt werden. Die Erscheinungsbilder wurden demnach auch mit Hilfe der Metakategorien „kontextualisiert“, das heißt in Zusammenhang mit der bourdieuschen Distinktionstheorie gebracht. (vgl. ebd.: 335- 338)

Begonnen wurde mit der Segmentanalyse des Erscheinungsbildes des „Herthaners“. Dabei kristallisierten sich folgende Dimensionen als vorläufige Metakategorien heraus, an denen sich sein Strukturprinzip „einfach“ manifestierte:

- **materielles Angebot**
- **angebotene Praxisformen**
- **Stil**
- **Verweis auf das Angebot**

Im Zuge der Segmentanalysen weiterer Erscheinungsbilder kristallisierten sich zwei weitere Dimensionen heraus:

- **Wahl eines spezifisch konnotierten Subgenres,**

- **Genrekonstruktion.**

Diese Kategorien wurden später auch in den bereits segmentanalytisch interpretierten Erscheinungsbildern untersucht.

Mit Hilfe der aus den Bildern generierten Metakategorien konnte ein Typenfeld beziehungsweise ein Typentableau erstellt werden, in das die verschiedenen Erscheinungsbilder eingeordnet wurden.

	→ Distinktion			
Strukturprinzip	Typ 1	Typ 2	Typ 3	Typ...
Genrekonstruktion				
Subgenre				
Materielles Angebot				
Angebotene Praxisformen				
Verweis auf Tauschgeschäft				
Stil				

Die Einordnung in das Typentableau stellte die höchste Abstraktionsstufe dar. Dabei wurden in Anlehnung an Webers Idealtypenbildung „einseitige Steigerungen“ vorgenommen, um das Charakteristische eines Idealtypen zu verdeutlichen. Die Idealtypen sind insofern immer allgemeiner und gleichzeitig spezifischer als Realtypen, das heißt als die empirisch vorgefundenen Erscheinungsbilder (vgl. Przyborski, Wohlrab-Sahr 2008: 337).

Mit dem Typentableau wurde ersichtlich, welche Typen einander nah und fern stehen, das heißt welche Typen welche oder mehr Gemeinsamkeiten beziehungsweise Unterschiede aufweisen (vgl. Przyborski, Wohlrab-Sahr 2008: 348-350).

In einem weiteren Schritt wurde dann unter Zuhilfenahme der Ergebnisse der In-Bezugsetzung zu den Sinusmilieus und dem klassentheoretischem Milieuansatz untersucht, ob

und inwieweit die bourdieuschen Distinktionsmechanismen in den Erscheinungsbildern zum Ausdruck kommen. Mit Hilfe des Typentableaus wurde ersichtlich, welche Erscheinungsbilder sich positiv aneinander orientieren respektive negativ abgrenzen. Daran schloss sich die Frage an: „Wieso macht eine bestimmte (distinktive) Gestaltung für eine soziale Klasse respektive Milieu im Kontext des symbolischen Kampfes im und um Raum Sinn?“

Die Typenbildung beziehungsweise das Typentableau war somit gleichzeitig methodisches Hilfsmittel und Ziel der Auswertung, da anhand dessen die Habitus typologie veranschaulicht werden konnte.

Von den Typen ausgehend, konnte dann zu den Erscheinungsbildern selbst zurückgekehrt werden, um herauszuarbeiten, welche formalen und inhaltlichen Gemeinsamkeiten und Unterschiede sie aufweisen, die Unterschiede auf visueller Ebene latent wahrnehmbar machen. Somit ergab sich für die Forschung gewissermaßen ein Auswertungskreis.

An dieser Stelle sei darauf hingewiesen, dass natürlich auch weitere Strukturdimensionen maßgeblich für die Gestaltung sind, etwa das Geschlecht, das Alter oder ein Migrationshintergrund. Diese wurden hier jedoch nicht untersucht, da nach Bourdieu die soziale Klasse das entscheidende Strukturprinzip ist, das zur Habitusbildung führt. Die genannten Erfahrungsräume stellen lediglich untergeordnete differente Dimensionen des Habitus dar. Insofern gehen die hier erarbeiteten Idealtypen in jeweils einem Idealtypus auf.

Im folgenden Abschnitt werden die Ergebnisse der Untersuchung dargestellt. Die Ergebnisse der Segmentanalysen werden anhand von Kernfällen verdeutlicht.

4 Empirische Ergebnisse

Im folgenden Abschnitt werden die Ergebnisse der Segmentanalysen anhand von *einzelnen* repräsentativen Erscheinungsbildern dargestellt und die Erscheinungsbilder anhand der Ergebnisse den Sinusmilieus zugeordnet. Im darauf folgenden Abschnitt werden die Strukturprinzipien der Erscheinungsbilder und ihre formalen und inhaltlichen Ausprägungen kontrastiv miteinander verglichen und auf die in ihnen zum Vorschein kommenden Distinktionsmuster hin befragt, das heißt, ob und inwieweit die bourdieuschen Distinktionsmechanismen in der Gestaltung der Erscheinungsbilder respektive der Gastronomiebetriebe, „befolgt“ wurden.

Die Bildsegmente befinden sich im Anhang.

4.1 Ergebnisse der Segmentanalysen

Bei der Präsentation der Ergebnisse der Segmentanalyse werden folgende Fragen beantwortet:

Welche Genre und Subgenre von gastronomischen Tauschgeschäften wurden in dem Erscheinungsbild gesehen und wiedererkannt? Auf welche materiellen und immateriellen Angebote verweisen die einzelnen Bedeutungstermini der Erscheinungsbilder? Was drückt der Bildstil des Erscheinungsbild aus, der einerseits den Stil des Gastronomiebetriebs repräsentiert und andererseits ein eigenes Ausdrucksgeschehen ist? Wie ist die Komposition der Bildfläche strukturiert? Welcher „Designstil“ wurde in dem Stil gesehen und wiedererkannt? Welchem Lebensstil kann die rekonstruierte ästhetisch-ethische Schablone zugerechnet werden?

Um den Symbolgehalt und das Ausdrucksgeschehen der Erscheinungsbilder, also die darin repräsentierten (im)materiellen Angebote und den Habitus beschreiben und die darin steckenden impliziten symbolischen Konnotationen herausarbeiten zu können, müssen Adjektive gebraucht werden. Dabei besteht die Gefahr, Bewertungen vorzunehmen respektive zu reproduzieren, die aus hegemonialen wie distinktiven (ästhetischen) Konstruktionen der InterpretInnen und der Forscherin resultieren. Demnach liegt es nahe, Stereotype zu reproduzieren und die Werturteile der InterpretInnen beziehungsweise der Forscherin den Erscheinungsbildern als „reine und wahre Ästhetik“ überzustülpen. Zwar wurde versucht dies zu vermeiden, indem die kulturelle und distinktiv-habituelle Wissensordnung jedoch die Basis der Erkenntnis bildet, ist dies kaum möglich. Es sei aber noch einmal darauf hingewiesen, dass es sich

bei den Zuschreibungen um ästhetische Konstruktionen einer hierarchisierten Gesellschaft handelt. Genau genommen müssten die verwendeten Adjektive deshalb in Anführungszeichen gesetzt werden, was jedoch den Lesefluss zu sehr stört.

Die bourdieuschen Geschmackskategorien beziehungsweise Adjektive mit denen er die unterschiedlichen Geschmäcker der Klassen bezeichnete und wegen denen die Klassengesellschaft seiner Ansicht nach überhaupt existiert, werden jedoch durch Anführungszeichen hervorgehoben.

4.1.1 Ergebnisse der Segmentanalyse des „Herthaners“



a) Sehendes und wiedererkennendes Sehen des Genres des „Herthaners“

Im Erscheinungsbild des „Herthaners“ wurde aufgrund der sichtbaren Anzeichen, Symbole und seinem Stil, die Außenpräsentation einer „Kneipe“ wiedererkannt. Mit Kneipen assoziierten die InterpretInnen Lokale, in denen vornehmlich abends und primär Bier, aber auch andere alkoholische und nicht-alkoholische Getränke angeboten werden und früher (heute je nach örtlichem Kontext) geraucht wurde. Außerdem scheinen sich Kneipen dadurch auszuzeichnen, dass nicht nur an Tischen gesessen wird, sondern häufig auch (an der Kneipentheke) gestanden wird. Nach Einschätzung der InterpretInnen werden in Kneipen häufig auch kleine einfache, traditionelle deutsche Speisen, wie Würstchen, Bretzeln oder Frikadellen angeboten. Kneipen wurden schließlich als für den deutschsprachigen Raum, besonders aber für Deutschland typische „Gaststätten“ oder „Gastwirtschaften“ gedeutet. Diese haben den InterpretInnen zufolge eine lange Tradition und Geschichte, die bis ins Mittelalter zurückgeht, was auch in den Formen der Artefakte heutiger Kneipen – mal mehr, mal weniger – sichtbar werden würde.

Für die Sehweise einer Kneipe sprachen das dunkle Holz der Tür und ihre Scheiben, die an „Butzenscheiben“ (ehemals runde Scheiben aus grünem oder gelbem Waldglas) erinnern, der gläserne Angebotskasten rechts neben der Tür, die Angebotstafel links neben der Tür, das seitlich angebrachte Schild, welches eine „Schultheissbier“-Werbung zeigt sowie die vielen „Schultheissbier“-Werbungen generell (vgl. <http://www.rdklabor.de/wiki/Butzenscheibe>). In den Formen dieser Artefakte wurde ein „mittelalterlicher“ oder „altdeutscher“ Stil wieder erkannt. So lässt auch die Gestaltung der „Schultheissbier“-Werbung an mittelalterliche Zünfte denken: darauf ist ein hinter einem Bierkrug sitzender Mann zu sehen, der aufgrund seiner Kleidung als mittelalterlicher Kaufmann gedeutet wurde. Auch bei der goldenen Schriftart (Typographie) scheint es sich um für das Mittelalter typische „Frakturschrift“ zu handeln; ebenso wurde Gold als für einen mittelalterlich produzierten Stil typisch interpretiert. All diese Artefakte wurden als typische Anzeichen und Symbole für Kneipen gedeutet.

Auch wenn mit Kneipen ein traditionelles deutsches Genre gastronomischer Tauschgeschäfte verbunden wird, scheinen sie nach Einschätzung der InterpretInnen (heute) eine eher offene Kategorie zu sein, die weder statushöheren, noch statusniedrigeren Gruppen a priori zugeordnet werden kann. Vielmehr scheinen die jeweiligen materiellen wie immateriellen Angebote einer Kneipe darüber zu entscheiden, in welchem Lebensstil respektive sozialen Milieu diese passend erscheint.

b) Sehendes und wiedererkennendes Sehen des Subgenres des „Herthaners“

Die Interpretationsgruppe deutete das Erscheinungsbild des „Herthaners“ im nächsten Schritt der Segmentanalyse als Repräsentation einer „Fußballstammkneipe“. Fußballstammkneipen als Subgenres von Kneipen scheinen sich dadurch auszuzeichnen, dass neben den „konventionellen“ materiellen wie immateriellen Angeboten von Kneipen, „Fußball“ beziehungsweise ein bestimmter Fußballverein im Vordergrund steht. Diese Sehweise kam dadurch zustande, dass mit nahezu jedem Segment neue präsentative und diskursive Symbole aufgedeckt wurden, die auf Fußball und den „Hertha BSC“ verweisen – insbesondere das Namensschild, aber auch die Tafel neben dem Eingang, wie auch zahlreiche kleine Artefakte, etwa die Plastikpokale in den Fenstern oder die Aufkleber über der Tür. Zielgruppe von „Fußballstammkneipen“ sei ein eingeschworener Kreis von Gästen, die Fußballfans sind, genauer Fans von einem bestimmten Verein, so die InterpretInnen.

Aufgrund der zu sehenden Anzeichen und Symbole wurde das „Herthaner“ mit einem einfachen bis „groben“ materiellen wie immateriellen Angebot assoziiert und der Stil des „Herthaners“ beziehungsweise der Stil des Erscheinungsbildes, der diesen repräsentiert aber auch ein eigener Ausdruck ist, als unmodern und „grob“ gedeutet (vgl. Bourdieu 1987a).

Auf welche Waren und Praktiken verweist das Erscheinungsbild, die im Rahmen des Sinngewebes als einfach und „grob“ interpretiert wurden?

c) Sehendes und wiedererkennendes Sehen der angebotenen Waren und Praktiken

Im Erscheinungsbild des „Herthaners“ sind etliche Anzeichen beziehungsweise präsentative Symbole und diskursive Symbole zu sehen, die auf den Konsum von Bier und Schnaps hinweisen, beispielsweise die „Schultheissbier“-Werbung in den Fenstern, der „Schultheissbier“-Sonnenschirm, das „Schultheissbier“-Schild an der linken Seite oder die „Jägermeister“-Werbung im linken Fenster. Weiterhin verweisen vielfältige präsentative und diskursive Symbolisierungen auf „Fußball“. Von den InterpretInnen wurde das Genre Kneipe das Rauchen von Zigaretten und „einfache“, traditionelle deutsche Speisen assoziiert. Auch verweist ein Papier im linken Fenster darauf, dass im „Herthaner“ Dart gespielt werden kann. „Sky“ symbolisiert außerdem, dass Spiele der Fußball-Bundesliga hier in „Live“ Übertragung geschaut werden können. Wie ausgeführt, werden auch Interpretationen durch unbewusste Vergleiche orientiert. In der Interpretation wurden diese im Erscheinungsbild symbolisierten Praxisformen – Bier- und Schnapskonsum, Rauchen, einfache deutsche Speisen, Dart und Fußball – in eine relationale Verbindung gebracht mit den Praktiken von anderen sozialen Klassen. Genauer: Der Konsum von „Schultheissbier“ und „Jägermeister“ wurde unbewusst mit dem Konsum von anderen Bier- und Spirituosenarten sowie mit anderen alkoholischen Getränken verglichen, gleichfalls Fußball zu anderen Sportarten in Relation gesetzt. „Schultheissbier“ scheint danach vornehmlich von statusniedrigeren Gruppen konsumiert zu werden und „Jägermeister“ ein „einfacher“ und traditioneller Schnaps zu sein. Auch sind Bier und Schnaps im Vergleich zu Wein preisgünstiger, Rauchen ungesund und einfache traditionelle deutsche Speisen Ausdruck eines eher wenig distinguierten Geschmacks. Gleiches gilt für Dart. Fußball kann heute wiederum weder per se statushöheren noch statusniedrigeren Gruppen zugeordnet werden. Die Zuordnung zu einer sozialen Klasse scheint davon abhängig, wie das „Fan-Dasein“

praktiziert wird. In Verbindung mit dem hier repräsentierten Bier- und Schnapskonsum, dem appräsentierten Rauchen, den einfachen deutschen Speisen, Dart sowie der sich zeigenden Ästhetik wurde die Form des vorliegenden „Fan-Dasein“ als „grob“ gedeutet.

Das Angebot des „Herthaners“ wird zudem schon tagsüber und unter der Woche offeriert, das heißt auch harter Alkohol wie Schnaps. KundInnen, die das „Herthaner“ tagsüber und wochentags frequentieren, scheinen beruflichen Tätigkeiten nachzugehen, die dies ermöglichen, so die InterpretInnen.

Was zeichnet den Ausdruck des Erscheinungsbildes aus, so dass er als unmoderner und „grober“ Stil wieder erkannt wurde, der auf den Stil der Innenräume verweist und gleichzeitig einen eigenen Ausdruck darstellt?

d) Sehendes und wiedererkennendes Sehen des Ausdrucksgeschehens

Das Erscheinungsbild ist eindeutig – eindeutig insofern, dass von den InterpretInnen von Beginn an deutlich vorher bestimmt werden konnte, welche Bedeutungstermini aufgedeckt werden würden. Insofern lässt sich die Struktur des Erscheinungsbildes als konvergent und widerspruchsfrei charakterisieren. Offenbar reproduziert das Erscheinungsbild des „Herthaner“ die mit einer einfachen „Fußballstammkneipe“ verbundenen Vorstellungen.

Eindeutig ist das Erscheinungsbild auch insofern, als vielfältige diskursive Symbole und präsentative Symbole beziehungsweise Anzeichen verwendet werden, die den (im)materiellen Sachverhalt des gastronomischen Tauschgeschäftes, also das Angebot, klar und deutlich an potentielle KundInnen respektive an den Stadtraum vermitteln. Die Namens- und Angebotsschilder, die Außenbestuhlung sowie der Sonnenschirm wurden dabei als typische Symbole von gastronomischen Tauschgeschäften gedeutet. Bei den Anzeichen und präsentativen Symbolen handelt es sich vornehmlich um Werbungen, das heißt vorgegebene Bilder im Erscheinungsbild, die in dieses integriert wurden. Neben dem Gebrauch von hochdeutsch sind einige diskursive Symbolisierungen auch im Berliner Dialekt formuliert: „Hier kiekste nich‘ alleene“ und „Lang lebe die Kiezkneipe“.

Die Schilder des „Herthaners“ wurden im gedankenexperimentellen respektive visuellexperimentellen Vergleich als auffallend massiv und eindeutig gedeutet. Am stärksten kommt die Eindeutigkeit in den „massiven“ Namensschildern mit einer deutlichen und klaren Typographie (fette Großbuchstaben) zum Ausdruck. Sie wirken aber nicht nur wegen der Typographie massiv, sondern auch wegen ihrer Größe, ihrer

Form (rechteckig) und ihrer Farbgebung (Signalfarben). Außerdem besteht die Möglichkeit, sie zu beleuchten. Bei den Namensschildern handelt es sich also um Leuchtkästen. Der Eingang scheint dadurch regelrecht in den Hintergrund zu geraten. Die InterpretInnen deuteten die Namensschilder so, dass es hier nicht um die Repräsentation eines gastronomischen Tauschgeschäfts geht, das angeboten wird, sondern um die Präsenz des „Hertha BSC“ im Straßenraum. Dies wird besonders vom Namen des Lokals unterstrichen.

Das Erscheinungsbild ist auch insofern deutlich, dass ähnliche Symbole und Anzeichen immer wieder aufgegriffen werden, wie die Fanartikel und die „Schultheissbier“-Werbung. Neben den für gastronomische Tauschgeschäfte typischen Bedeutungstypen werden also insbesondere Bedeutungstypen aus dem Sportbereich verwendet.

Der Stil des Erscheinungsbildes des „Herthaners“ wurde von den InterpretInnen weiterhin als ausdrucksstark und detailreich bis überladen beschrieben. Dies kommt insbesondere in den vollbeklebten und – gestellten Fenstern, dem satten Blauton des Namensschilds und der Tafel sowie der Verwendung von starken Rottönen zum Ausdruck. Ebenso in der Verwendung der vielen präsentativen und diskursiven Symbole. Im relationalen wiedererkennenden Sehen wurde dieser Stil beziehungsweise seine konnotativ-symbolische Bedeutung von den InterpretInnen als kitschig – schrill bezeichnet. Die verwendeten beweglichen Artefakte, das heißt besonders die Möbel der Außenbestuhlung und die Gegenstände und Plakate in den Fenstern und des vorgegebenen architektonischen Rahmens scheinen außerdem nicht zusammen zu passen. So sind die Kacheln der Außenfassade nicht dieselben wie die im Eingang. Ebenso weisen Tür- und Fensterrahmen nicht dasselbe Material auf. Farblich wirken die vielen verschiedenen Farben und das Vorherrschen von Rot unruhig. Die Rot- und Blautöne scheinen überdies nicht zu harmonisieren. Dies erzeugt den Eindruck einer inkohärenten Gestaltung.

Auch erscheint der Stil insgesamt wenig teuer oder ausgewählt, da hauptsächlich massenindustriell-gefertigte und preislich günstige Artefakte und Materialien wie Furnier-Holz und Kunststoff verwendet wurden, wie beispielsweise die Außenbestuhlung, der Kunststoff-Fensterrahmen oder die Plastikpokale. Die Plastikpokale und die Tür aus Furnier-Holz simulieren sogar ein teureres Material, nämlich Edelmetalle und Massivholz. Demnach handelt es sich bei diesen Artefakten um Materialillusionismus.

Weiterhin wurde der Stil als uriger, unmoderner und „altdeutscher“ Stil wiedererkannt. Dieses wiedererkennende respektive deutende Sehen entstand aus der Kombination der braunen Keramikfliesen mit der dunklen Eichenholztür – deren Fenster an „Butzenscheiben“ erinnern – und mit dem Design der „Schultheissbier“-Werbung. Wie bereits dargestellt, gelten Möbel aus dunklem Eichenholz als „altdeutscher Stil“ und werden oftmals mit dem ironischen Begriff „Eiche rustikal“ bezeichnet. Auch das Design der „Schultheissbier“-Werbung und -Schilder erscheint aufgrund der „Frakturschrift“, der Kleidung des teilweise abgebildeten Mannes, des Bierkrugs und der Form der Plaketten sowie des Rahmens mittelalterlich und „altdeutsch“. Der altdeutsche Stil erzeugte bei den InterpretInnen zugleich unmoderne und rückwärtsgewandte Assoziationen.

In den braunen Keramikfliesen erkannten die InterpretInnen den Baustil und die Inneneinrichtung wieder, die in Deutschland nach dem zweiten Weltkrieg vorherrschten, insbesondere in den 1960er Jahren. Die Keramikfliesen verweisen somit auf die Jahrzehnte des Wiederaufbaus, die in der kulturellen Wissensordnung als konservativ und von dem Wiederaufbau der bürgerlichen Gesellschaft geprägt, verankert sind. Dazu passt auch, dass Keramikfliesen als praktisch und robust gelten, da sie nicht leicht zu beschädigen und einfach zu reinigen sind. Dadurch, aber auch durch die Form der Kacheln (rechteckig) wirkt das Erscheinungsbild ordentlich. Dieser ordentliche Einbeziehungsweise Ausdruck wird trotz der Überladenheit der Fenster auch dadurch verstärkt, dass dieselben Elemente und Farben immer wieder aufgegriffen werden, wie die rote „Schultheiss“-Werbung, der rote „Schultheiss“-Sonnenschirm, das rote „Schultheiss“-Schild und die blau-weißen Vereinsfarben. Durch die Kacheln ergibt sich aber auch ein geschlossener beziehungsweise verschlossener Eindruck. So erzeugten sie bei den InterpretInnen die Assoziation mit dem Panzer einer Schildkröte. Auch die Fenster wirken verschlossen, da sie vollgestellt sind und die Butzenscheiben der Tür verhindern eine Sicht ins Innere. Wegen der braunen Kacheln wirkt das Erscheinungsbild laut InterpretInnen auch eher warm als kalt. Warme Farben wirken wiederum eher dunkel, schwer und dicht (vgl. Itten 1979 in Eucker, Walch 1988: 42-43). Dabei scheinen diese nicht mit dem schrillen Blau zu harmonisieren.

Die Gesamtkomposition erschien den InterpretInnen aufgrund der Farbgebung (blau und braun), aufgrund der rechteckigen Formen und der vereinzelt martialischen (Fußball)Symbole und dem Mann auf der Bierwerbung eher männlich und leicht martialisch. So werden teilweise bedrohliche Symbole verwendet, wie einem Aufkleber,

der auf eine Überwachungskamera verweist sowie Aufkleber, die Fahnen zeigen. In gegebenen Kontext scheint Blau, den männlichen Eindruck des Fußballs und des „Fantreffs“ zu unterstreichen.

Die kompositorische Strukturierung

Auf den ersten Blick mutet der Stil des Erscheinungsbildes ordentlich an, insbesondere durch die Kacheln und dadurch, dass Rechtecke und klare Linienführungen vorherrschen. Analysiert man die perspektivische Projektion, dann wirkt das Erscheinungsbild erheblich unordentlicher. Betrachtet man den architektonischen Rahmen, wird sichtbar, dass dieser zwei Perspektiven erzeugt: einmal eine Zentralperspektive auf die Tür und einmal eine Fluchtpunktperspektive auf den linken Teil des Ladenlokals. Die rechte Seite wird so gewissermaßen „in den Schatten gestellt“. Zum anderen ist auf der linken Seite ein Fenster mehr angesiedelt, so dass sie länger ist als die rechte Seite. Dadurch entsteht ein asymmetrischer Eindruck. So wird eine ausgewogene Gestaltung durch den architektonischen Rahmen erschwert. Durch die Kacheln wird eine strikte Abtrennung zu danebenliegenden Fassaden hergestellt.

Betrachtet man nun die beweglichen Elemente mit Hilfe von Feldlinien, dann lässt sich weiterhin herauskristallisieren, dass die Sitzgruppe auf der linken Seite kaum dazugehörig wirkt. Das linke „Herthaner“-Schild schließt außerdem nicht mit dem Ende der Fenster ab. Die Leuchtkästen mit dem Namen des Lokals werfen außerdem einen Schatten auf Fenster und Tür, wodurch das Erscheinungsbild insgesamt dunkler wirkt. Im Vergleich zu den Namensschildern und der Tür wirken die ohnehin eher kleinen Fenster umso kleiner. Die Lücke, die sich am Ende des Schildes auf der linken Seite ergeben würde, wird von der Bierwerbung gefüllt. Diese wirkt jedoch eingezwängt zwischen dem Balkon von oben, dem Leuchtkasten von rechts und dem Fenster von unten.

Insgesamt zeigt also auch die kompositorische Strukturierung eine unausgewogene und disharmonische Gestaltung.

Sehendes und wiedererkennendes Sehen eines Stilkanons

Ordnet man den als unmodern und „grob“ gedeuteten Stil des „Herthaners“, den die InterpretInnen genauer auch als eindeutig, ausdrucksstark, detailreich, überladen, kitschig, schrill, preislich-günstig, materialillusionistisch, urig-altdeutsch, geschlossen und warm bezeichneten, im Sinne des wiedererkennenden Sehens in einen „Designstil“ ein, dann scheint dieser dem „Gelsenkirchener Barock“ zu entsprechen. Der

„Gelsenkirchener Barock“ ist eine begriffliche Persiflage für den Stil von Einrichtungsartefakten, mit denen sich *Arbeiter* in den 1930er und 1950er in Deutschland einrichteten. Insofern ist dieser in der kulturellen Wissensordnung als „Arbeiterschick“ verankert. Als Gelsenkirchner Barock werden insbesondere Holzmöbel (Vitrinenschränke) bezeichnet, die trotz industrieller Massenfertigung darauf abzielen, den Stil von handgefertigten Möbeln des Historismus nachzuahmen, der seinerzeit bereits eine Nachahmung beziehungsweise eklektischer Stil vorangegangener Epochen gewesen war. Zum Gelsenkirchener Barock zählen auch Butzenscheiben, verschnörkelte und verspielte Formen sowie die Kombination von vielen verschiedenen Artefakten „auf einmal“. Dies veranlasste die Vertreter des „Bauhauses“ beziehungsweise des „Funktionalismus“ den Gelsenkirchener Barock und dem gleichende Stile als kitschig und überladen sowie aufgrund der Nachahmung vorangegangener Epochen als rückwärtsgewandt und unmodern zu kritisieren. Die Vertreter des Bauhauses riefen in den 1930er Jahren zur „neuen Sachlichkeit“ auf und läuteten ein Industriedesign ein, welches heute als „Funktionalismus“ bezeichnet wird. Dem Gelsenkirchener Barock warf der als Avantgarde geltende Werkbund, aus dem das Bauhaus entstand, vor, „böse Dinge“ hervorzubringen. Den Begriff „Kitsch“ gebrauchten sie als Kategorie für Artefakte, die über ihre Funktion hinausgehend gestaltet wurden und damit ihrem eigenen Postulat des „form follows function“ widersprechen (vgl. Schönhammer 2010: 100). Im Programm des Werkbundes und Bauhauses wurden dementsprechend schlichte und funktionale Artefakte entworfen, die dem eigenen Anspruch an Industriedesign, aus der Verbindung von Funktionalität und Ästhetik, gerecht wurden (vgl. Dauerausstellung Werkbundarchiv 2014).

Den Stil des „Herthaners“ beschrieben die InterpretInnen also mit ähnlichen Werturteilen, mit denen das Bauhaus beziehungsweise der Funktionalismus den Gelsenkirchener Barock kritisierten. Insofern kann davon ausgegangen werden, dass der Gelsenkirchener Barock und dem gleichende Stile in statushöheren Milieus beziehungsweise in deren Ästhetikempfinden als Ausdruck eines „vulgären“ Geschmacks betrachtet wird.

Zudem lässt sich die Farbkombination weiß-blau mit Hilfe von externer Farblehre als typisch europäische Farbkombination beschreiben, was wiederum zu der Einschätzung passt, dass es sich bei dem Bildstil um einen typisch westlichen, deutschen Stil handelt (vgl. DeLong, Martinson: 2012).

Welche Aussagen lassen sich nun anhand des Erscheinungsbildes über die Lebensstile der Habitus treffen, die es gestaltet haben?

e) Sehendes und wiedererkennendes Sehen des Lebensstils

Das Erscheinungsbild des „Herthaners“ repräsentiert für potentielle KundInnen und alle PassantInnen im Stadtraum eine Fußballstammkneipe. Fußballstammkneipen stellen nach Angaben der InterpretInnen ein Subgenre von Kneipen dar, die ein einfaches bis „grobes“ materielles wie immaterielles Angebot offerieren – so auch das „Herthaner“. Danach repräsentiert und zeigt das Erscheinungsbild des „Herthaners“ auch einen unmodernen und „groben“ Stil. Der Lebensstil, in dem dieses Erscheinungsbild verortet wurde, zeichnet sich dementsprechend durch einen einfachen bis „vulgären“ Geschmack aus. Auch die kompositorische Strukturierung zeigt eine unausgewogene und disharmonische Gestaltung. Aufgrund dieser Merkmale wurde das Erscheinungsbild des „Herthaners“ beziehungsweise das „Herthaner“ selbst, in einem unterprivilegierten Lebensstil verortet. Diesem wurde (zumindest potentiell/tendenziell) ein gewisser Lokalpatriotismus, Traditionen, eine starke Vereinszugehörigkeit und Abschottung zugesprochen. Diese Deutung beruht auf der *gemeinsamen* Anordnung folgender Elemente:

- der Werbung für ein „Urberliner Bier“,
- der Verwendung „altdeutsch“ (und europäisch) und „traditionell“ konnotierter Materialien, Farben, Symbole und Schrift,
- der Massivität und Farbgebung des Namenschildes, der Name selbst und die immer wieder kehrenden Vereinsfarben und -Symbole,
- der strikten Abtrennung zu danebenliegenden Fassaden durch die Kacheln, die geradezu wie ein Panzer wirken,
- dem Gebrauch diskursiver Symbolisierungen im Berliner Dialekt: „Hier kiekste nich‘ alleene“ und „Lang lebe die Kiezkneipe“.
- der Ge- bzw. Verschlussenheit des Stils, die die Assoziation einer „Stammkundschaft“ erzeugt,
- der Nutzung von teilweise bedrohlichen Symbolen (Überwachungskamera und martialische Fahne).

Setzt man die Charakteristika, die den Stil und den Lebensstil auszeichnen in Bezug zu den Sinusmilieus, dann scheint es sich hierbei entweder um das Milieu der *Prekären* und/oder der *Hedonisten* zu handeln. Denn das prekäre Milieu zeichnet sich durch eine

reaktive Grundhaltung und den Rückzug ins eigene soziale Umfeld aus. Mit Hedonisten werden wiederum Angehörige der spaß- und erlebnisorientierten modernen Unterschicht/unteren Mittelschicht bezeichnet, die im Hier und Jetzt leben und Konventionen und Verhaltenserwartungen der Leistungsgesellschaft ablehnen (vgl. Geißler 2014: 116).

Das Prinzip, welches sich in den verschiedenen Segmenten des Erscheinungsbildes des „Herthaner“ offenbart, kann als „einfach“, das heißt „grob“, bezeichnet werden. Dieses Prinzip zeigt sich auch in den Metakategorien Genre, Genrekonstruktion, materielles Angebot, angebotene Praxisformen, Stil und Verweis auf das Tauschgeschäft.

4.1.2 Ergebnisse der Segmentanalyse des „Saharas“



a) Sehendes und wiedererkennendes Sehen des Genres von „Sahara“

Aufgrund der sichtbaren Symbole, Anzeichen und seinem Stil wurde das Erscheinungsbild des „Saharas“ als Repräsentation eines „Imbiss“ oder „Schnellrestaurants“ gedeutet.

Mit Imbissen assoziierten die InterpretInnen das Angebot von schnellen, einfachen und eher ungesunden Mahlzeiten, im Sinne von „Fast Food“ oder „Junk Food“, die auch ohne Teller und Besteck verzehrt werden können; ebenso nicht-alkoholische Kaltgetränke, Selbstbedienung und eine relativ kurze Verweildauer. Imbisse seien außerdem relativ preisgünstig. Sie würden sich weiterhin dadurch auszeichnen, dass sie tagsüber, abends und nachts geöffnet haben können. Tagsüber würden sie vornehmlich von einzelnen KonsumentInnen frequentiert.

Dafür, dass das Erscheinungsbild einen Imbiss repräsentiert, sprachen besonders die Preise auf der Angebotstafel und die Größe des Ladenlokals, die scheinbar kaum Platz für Esstische bietet, welche zum längeren Verweilen einladen sowie die diskursiven Symbolisierungen: erstens das Namensschild und zweitens die auf der Tafel und dem Angebotsschild aufgelisteten materiellen Angebote und Preise. Die Außenbestuhlung schien den InterpretInnen nicht unbedingt typisch für Imbisse. Dennoch handelt es sich

ihnen zufolge dabei um pragmatische Biertische, die nicht zu längerem Verweilen anregen.

Der Interpretationsgruppe zufolge scheinen Imbisse in Deutschland ursprünglich Symbole von unterprivilegierten sozialen Klassen respektive Milieus gewesen zu sein, da ihr materielles wie immaterielles Angebot für Habitus mit geringem ökonomischem und kulturellem Kapital sinnvoll erschien. Heute aber wären Imbisse und Fast Food in unterschiedlichen Lebensstilen sinnvoll, auch aufgrund der Veränderung des Arbeitsalltags. Imbisse können laut InterpretInnen heute deshalb weniger a priori statusniedrigeren sozialen Klassen beziehungsweise Milieus zugerechnet werden. Auch bei Imbissen scheinen somit die Subgenres und/oder die Formen des materiellen wie immateriellen Angebots eines bestimmten Imbiss` darüber zu entscheiden, in welchem Lebensstil dieser verortet wird.

b) Sehendes und wiedererkennendes Sehen des Subgenres des „Saharas“

Imbisse haben sich laut InterpretInnen in vielfältige, „landestypische“ Küchen ausdifferenziert, also in Subgenres wie „Burger-“, „Currywurst-“, „Döner-“, „chinesische“ oder „italienische“ Imbisse. Diese seien unterschiedlich konnotiert, so dass manche Subgenres weiterhin als Symbol von eher statusniedrigeren Klassen gelten würden und andere dem Konzept der Kulturwelten entsprechend klassen- und milieuspezifisch ausdifferenziert sind (vgl. Diaz-Bone 2010). So bestehen nach Angaben der InterpretInnen heute sowohl „feine“ als auch „grobe“ und „gewöhnliche“ Imbisse, mit „feinen“, „vulgären“ und „gewöhnlichen“ materiellen und immateriellen Angeboten. „Feine“ Imbisse seien häufig Mischformen von Imbissen und „Restaurants“. Unter Restaurants verstanden die InterpretInnen eher abendliche Öffnungszeiten sowie das Angebot von Hauptmahlzeiten und alkoholischen wie nicht-alkoholischen Getränken. Außerdem werde in Restaurants typischerweise *bedient* und länger verweilt. Daneben verbanden sie mit einem Restaurantbesuch vergleichsweise hohe Ausgaben, die jedoch sehr unterschiedlich ausfallen können.

In dem materiellen wie immateriellen Angebot, auf das das Erscheinungsbild verweist, erkannten die InterpretInnen jedoch einen „groben“ sudanesischen, das heißt nordafrikanischen Imbiss. Dafür sprachen besonders der Name des Gastronomiebetriebs, und die diskursiven Symbole, die auf „sudanesische Spezialitäten“ und „Falafel, Halloumi, Magali, Kufta“ verweisen.

Mit dem Subgenre eines sudanesischen Imbiss verbanden die InterpretInnen typischerweise ein „grobes“ oder „gewöhnliches“ materielles wie immaterielles Angebot. Afrikanische Imbisse betrachteten sie als Symbole eines unterprivilegierten Lebensstils. Die InterpretInnen schrieben afrikanischen Gastronomiebetrieben außerdem eine immer noch bestehende exotische Konnotation zu. Auch würden afrikanische Imbisse von statushöheren Gruppen frequentiert, insbesondere von Habitus des sozialökologischen Milieus und der Avantgarde.

Auf welche Waren und Praktiken verweist das Erscheinungsbild, die im Rahmen der Gesamtkomposition des Erscheinungsbildes „grob“ und exotisch gleichzeitig erschienen?

c) Sehendes und wiedererkennendes Sehen der angebotenen Waren und Praktiken

Die Angebote und Preise, die auf der Tafel aufgelistet sind, schienen einem „groben“ sudanesischem Imbiss` zu entsprechen (was nun nicht bedeuten soll, dass „Sahara“ ungenießbare Speisen anbietet) und wirkten zugleich exotisch. Der Sonnenschirm zeigt eine Bierwerbung der Biersorte „Paulaner“, welches als konventionelles, bayrisches Bier und insofern als „gewöhnlich“ interpretiert wurde.

„Auffällig“ erschienen den InterpretInnen, dass „vegane“ Speisen angeboten werden, auf die explizit verwiesen wird. Vegane Speisen entsprechen laut InterpretInnen eher statushöheren Milieus, mit nachhaltiger Einstellung und Lebensstil. Auch deuteten die InterpretInnen die Getränke „club mate und bionade“, auf die das Angebotsschild verweist, als relativ unkonventionelle Getränke. Beide Getränke wurden als nachhaltig interpretiert, da sie umweltschonend hergestellt würden (vgl. clubmate.de; bionade.de). Diese Getränke ebenso wie die vegane und gesunde Ernährung, auf die das Vollkornsandwich verweist, deuteten sie insgesamt als Ausdruck eines statushöheren Milieus. Insofern scheint das „Sahara“ sowohl einfache und konventionelle als auch als exotisch konnotierte und nachhaltige sowie gesunde materielle Angebote anzubieten. Die materiellen Angebote des „Saharas“ scheinen sich also an den Erwartungen statushöherer, internationaler Kunden zu orientieren. So ist die Karte auch in Englisch und Spanisch erhältlich, worauf ebenfalls explizit verwiesen wird.

Die Außenbestuhlung, die als Biertische wiedererkannt wurden, wurde so gedeutet, dass hier kürzer und tagsüber auch in Gruppen verweilt werden kann, was der ursprünglichen Vorstellung von Imbissen entspricht.

d) Sehendes und wiedererkennendes Sehen des Ausdrucksgeschehens

Das Erscheinungsbild des „Saharas“ wurde von den InterpretInnen als einerseits eindeutig und pragmatisch, andererseits aber auch als chaotisch charakterisiert. Zudem erschien es ihnen urban, stereotyp afrikanisch, spielerisch und teilweise widersprüchlich.

Aufgrund folgender Merkmale wurde das Ausdrucksgeschehen des Erscheinungsbildes als eindeutig charakterisiert:

- von den InterpretInnen konnte von Beginn an deutlich vorherbestimmt werden, welche Bedeutungstermini aufgedeckt werden würden;
- mehrere (beleuchtbare) Schilder verweisen klar und deutlich auf das Angebot in verschiedene Richtungen im Stadtraum:
- die Schilder zeigen deutliche diskursive Symbole und präsentative Symbole beziehungsweise Anzeichen (gut lesbare, fette braune Schrift auf weißem Hintergrund);
- für gastronomische Tauschgeschäfte scheinbar typische Symbole werden gebraucht (Namens- und Angebotsschilder, die Außenbestuhlung sowie der Sonnenschirm).;
- das Rot der Metalltüren und der Preise wurde als Signalfarbe interpretiert, was zu einer schnelleren Wahrnehmung des Imbiss‘ im Stadtraum führt.

Auffällig an den Schildern erschien den InterpretInnen, dass alle Angebote klein geschrieben sind. Dies wurde als „Laisser-faire“ Haltung interpretiert, die an die heutige SMS-Sprache erinnert, wobei Groß- und Kleinschreibung aus pragmatischen Gründen häufig missachtet werden. So wurden auch die Schilder als Ausdruck von Pragmatismus gedeutet. Die Schilder wurden weiterhin als „grob“ und kostengünstig interpretiert.

Widersprüchlich erschien an den Schildern, dass die mittigen Schilder eindeutig, das heißt ordentlich und gut lesbar sind, die Schilder an den Seiten aber vollbepackt wirken und in derart kleiner Schrift beschrieben sind, dass das Angebot kaum zu lesen ist. Auch werden sie durch den massiven Sonnenschirm verdeckt. Dieser Widerspruch wurde als Ausdruck eines „grogen“ und pragmatischen Geschmacks interpretiert. Dieser Gestaltungswiderspruch werde offenbar nicht wahrgenommen beziehungsweise spiele eine untergeordnete Rolle. Wichtiger scheint Pragmatismus zu sein: möglichst viele Angebote aufzulisten und der Nutzen des Sonnenschirmes.

Nicht nur die Schilder schienen den InterpretInnen „grob“ und pragmatisch, sondern die gesamte Komposition des Erscheinungsbildes. So wurden auch die wenigen zu sehenden Artefakte (Biertische und der Sonnenschirm) als preisgünstige und pragmatische Massenware interpretiert. Diese schienen pragmatisch angeordnet zu sein. So wird die gesamte zur Verfügung stehende Fläche mit möglichst vielen Tischen gefüllt. Das Erscheinungsbild scheint also unter niedrigem Aufwand gestaltet worden zu sein. Der Verkauf der Ware und schneller Konsum scheinen hier also im Vordergrund zu stehen. Dafür sprach auch, dass die günstigen Preise durch die rote Farbgebung hervorgehoben werden. Die Deutungen, was einen Imbiss ausmacht – der Verkauf der Ware und ihr schneller Konsum – kommen hier somit stilistisch zum Ausdruck.

Dennoch erschien das Erscheinungsbild den InterpretInnen auch spielerisch, da die Schrift auf den Angebotskarten abgerundet ist und die präsentativen Symbole auf den Namensschildern kindlich-frech wirkten.

Insgesamt wirkte das Erscheinungsbild des „Saharas“ auf die InterpretInnen chaotisch – insbesondere aufgrund der Graffitis und Aufkleber sowie der Gebrauchsspuren der Markise und dem Sonnenschirm. Im Rahmen der Gesamtkomposition wurde dies als Ausdruck einer „groben“ und pragmatischen „Laissez-faire“ Haltung interpretiert.

Insgesamt erkannten die InterpretInnen in dem Erscheinungsbild einen stereotypen afrikanischen Ausdruck wieder, da ihnen zufolge stereotype afrikanische Symbole verwendet werden: die Giraffe und ein an einem Stock kletternder, offenbar nackter Mann. Auch die Farbgebung der Schilder und der Markise (Braun) deuten die Interpreten als stereotypisch afrikanisch. Dass die Farbgebung stereotypisch gewählt wurde, deuten die InterpretInnen als „groben“ Geschmack. Die Farbe Braun erzeugte bei ihnen außerdem natürliche Assoziationen, da es sich dabei um einen Erdton handelt. Dies passte ihnen zufolge wiederum auch zu dem veganen, natürlichen Angebot.

Das Braun der Schilder passt farblich zu den braunen Kacheln, das Rot der Preise wiederum zu den roten Metalltüren. Insofern zeigt das Erscheinungsbild wenige, zueinander passende Farben. Insgesamt wirkt das Erscheinungsbild durch die roten und braunen Farben und den massiven Sonnenschirm dunkel. Rot und Braun wurden als warme Farben interpretiert. Die Metalltüren und Kacheln wirkten aufgrund ihrer Materialität jedoch eher kalt. Insofern besteht auch hier ein Widerspruch, wobei der architektonische Rahmen insgesamt kalt erschien.

Welche Assoziationen mit Kacheln verbunden werden, wurde bereits in der Segmentanalyse des „Herthaners“ dargestellt. Die robuste Eigenschaft, die Kacheln zugesprochen wird und die die Pflege der Fassade begünstigt, wird hier jedoch nicht beachtet beziehungsweise umgesetzt. Dies wiederum schien zu der pragmatischen „Laisser-faire“ Haltung zu passen. Vielmehr werden die Kacheln der Fassade verdeckt, so dass sie im Rahmen der Gesamtkomposition kaum auffallen.

Die Gesamtkomposition erschien den InterpretInnen aufgrund der Farbgebung (braun) und aufgrund der rechteckigen Formen eher männlich.

Die kompositorische Strukturierung

Das größte Element auf diesem Erscheinungsbild ist der massive Sonnenschirm. Die Angebotskarten wirkten bei Betrachtung der kompositorischen Bildfläche gleichzeitig massiv und gequetscht. Bei Betrachtung der kompositorischen Strukturierung fiel den InterpretInnen weiterhin auf, dass der architektonische Rahmen des Erscheinungsbildes des „Saharas“ asymmetrisch ist, was sie irritierte. Durch diesen entstünde eine disharmonische Wirkung, oder anders: eine harmonische Wirkung würde durch den architektonischen Rahmen erschwert. Zudem sind die Namensschilder unterschiedlich groß, was die disharmonische Wirkung verstärkt beziehungsweise (mit)erzeugt.

Insgesamt ist die Bildkomposition widersprüchlich und disharmonisch, was zu den vorherigen Annahmen bezüglich des Geschmacks und des Gestaltungsaufwandes zu passen schien.

Sehendes und wiedererkennendes Sehen eines Stilkanons

Zwar seien im Erscheinungsbild des „Saharas“ Ansätze eines subkulturellen und eines stereotypen afrikanischen Stils erkennbar, insgesamt jedoch wurde in dem Erscheinungsbild kein in der kulturellen Wissensordnung festverankerter Stilkanon erkannt. Dies spricht abermals dafür, dass Stilfragen hier eine untergeordnete Rolle spielen.

e) Sehendes und wiedererkennendes Sehen eines Lebensstils

In dem Erscheinungsbild des „Saharas“ wurde ein „grober“ Imbiss erkannt, dessen Angebot an den vermeintlichen Erwartungen statushöherer Gruppen ausgerichtet ist, die im Reuterquartier offenbar verkehren. Das Erscheinungsbild beziehungsweise der Gastronomiebetrieb selbst wurde deshalb in einem „groben“ Lebensstil mit einem „groben“ bis „gewöhnlichen“ Geschmack verortet. Anhand des Erscheinungsbildes lassen sich kaum weitere Aussagen über den Lebensstil treffen, da es hier hauptsächlich um den Verweis auf das Angebot eines gastronomischen Tauschgeschäfts geht.

Setzt man die Charakteristika des Erscheinungsbildes des „Saharas“ in Bezug zu den Sinusmilieus, dann gehören die Habitus, die das Erscheinungsbild gestaltet haben, dem Milieu der *Hedonisten* oder *adaptiv-pragmatischen* Milieu an. Denn das adaptiv-pragmatische Milieu ist die „zielstrebige junge Mitte der Gesellschaft mit ausgeprägtem Lebenspragmatismus und Nutzenkalkül, die erfolgsorientiert, hedonistisch und konventionell ist, aber auch flexibel und sicherheitsorientiert“. (Geißler 2014: 116)

Das Strukturprinzip, dass dieses Erscheinungsbild hervorbringt, lässt sich als „einfach/pragmatisch“ bezeichnen. Dieses Prinzip strukturierte auch die Erscheinungsbilder des „Backshops.Tabak&Presse“ sowie des „Small Alls“, wenn auch in unterschiedlicher Intensität. Ihr Typus wurde aufgrund ihres Strukturprinzips „einfach/pragmatisch“ genannt.

4.1.3 Ergebnisse der Segmentanalyse des „Freien Neukölln“



Leider war es nicht möglich, den gesamten architektonischen Rahmen auf *eine* Fotografie zu übertragen. Daher wurde den InterpretInnen nach der Segmentanalyse der Vorderansicht, Fotografien der Seitenansichten vorgelegt und diese noch einmal zusammen mit der Vorderansicht gedeutet. (siehe Anhang).

a) Sehendes und wiedererkennendes Sehen des Genres des „Freien Neukölln“

Das Erscheinungsbild des „Freien Neukölln“ wurde als Repräsentation eines Lokals gedeutet, das aufgrund der sichtbaren Anzeichen, Symbole und seinem Stil dem Genre „Kneipe“ zugeordnet wurde. Die InterpretInnen des „Freien Neukölln“ verbanden ähnliche Inhalte und Formen mit der Kategorie „Kneipe“ wie die InterpretInnen des „Herthaners“. Um welche es sich dabei handelt, wurde in der Segmentanalyse des „Herthaners“ dargestellt. Es sei jedoch noch einmal hervorgehoben, dass Kneipen offenbar als typisch deutsche und traditionelle gastronomische Tauschgeschäfte gelten.

Für die Sehweise, dass das Erscheinungsbild des „Freien Neukölln“ eine Kneipe repräsentiert, sprachen folgende zu sehende Anzeichen und Symbole: die dunkle Holztür und die Typographie des Namensschildes („Frakturschrift“), die an einen „mittelalterlichen“ oder „altdeutschen“ Stil denken lassen; die seitlich an der

Außenfassade angebrachten Bierschilder, die ebenfalls an einen traditionellen bis mittelalterlichen Stil erinnern sowie die Angebotstafel(n) rechts neben der Tür. Auch die Form, das Material und die Farbe der Außenbestuhlung sowie die Lichterkette beschrieben die InterpretInnen als für Kneipen mit Außenbereich typisch. Sie erkannten darin „gewöhnliche“ „Biergartenartefakte“ wieder. Ebenso erschien ihnen eine (braune) Markise (mit dem Schriftzug einer Biermarke – hier „Andechser Klosterbier“) als häufig gebrauchtes Symbol einer Kneipe, insbesondere im Sommer.

Wie dargestellt scheinen Kneipen eine offene Kategorie zu sein, die weder statushöheren, noch statusniedrigeren Gruppen oder bestimmten sozialen Milieus a priori zugerechnet werden kann. So gingen auch die InterpretInnen des „Freien Neukölln“ davon aus, dass erst das Subgenre und/oder das jeweilige materielle wie immaterielle Angebot einer Kneipe darüber entscheidet, welchem Geschmack respektive Lebensstil diese zugerechnet werden kann.

b) Sehendes und wiedererkennendes Sehen des Subgenres des „Freien Neukölln“

In dem Erscheinungsbild des „Freien Neukölln“ erkannten die InterpretInnen kein spezifisches Subgenre von Kneipen wieder, wie zum Beispiel eine Fußball- oder Musikkneipe. Sie erkannten darin aber die Außenpräsentation einer „alternativen“ „Kneipe“ wieder. Als „alternativ“ begriffen sie Ausdrucks- und Praxisformen, die von der hegemonialen Ordnung und Ästhetik abweichen beziehungsweise sich davon abgrenzen und die mit einer linkspolitischen Haltung und Werten verknüpft sind.

Zwar gingen die InterpretInnen davon aus, dass die Angebote von alternativen Kneipen den typischen, hegemonialen Angeboten von Kneipen entsprechen – der vornehmlich abendliche Konsum von Bier und anderen alkoholischen wie nicht-alkoholischen Kaltgetränken und kleinen, einfachen Speisen sowie die Möglichkeit zu rauchen. In ihrer Gesamtkomposition werden sie dennoch als alternative Ausdrücke wahrgenommen, weil einzelne oder mehrere Dimensionen des materiellen und/oder des immateriellen Angebots (mal mehr, mal weniger) von dem konventionellen Angebot abweichen. So werden den InterpretInnen zufolge in alternativen Kneipen also auch beziehungsweise statt den für Kneipen konventionellen Angeboten abweichende, „alternative“ Angebote offeriert, die sie als Ganze alternativ erscheinen lassen.

Wie kam diese Interpretation zustande, dass das Erscheinungsbild des „Freien Neukölln“ eine alternative Kneipe repräsentiert?

Auf welche Waren und Praktiken verweist das Erscheinungsbild, die im Sinngewebe des Erscheinungsbildes als alternativ interpretiert wurden?

c) Sehendes und wiedererkennendes Sehen der angebotenen Waren und Praktiken

Die einzigen Anzeichen und Symbole, die in direkter Weise auf das materielle Angebot des „Freien Neukölln“ verweisen, sind zwei auf der linken Seite des architektonischen Rahmens angebrachte Bierschilder. Im gedankenexperimentellen Vergleich und visuellexperimentellen (Stil)vergleich mit den materiellen Angeboten anderer Kneipen wurden die Biersorten, die die Schilder repräsentieren und die das „Freie Neukölln“ anbietet, als traditionelle, bodenständige und authentische Biersorten wieder erkannt. Mit „Authentizität“ meinten die InterpretInnen dabei Echtheit und nicht Originalität oder Einzigartigkeit (vgl. Trebeß 2006: 49). Denn das Schild des „Flensburger Pilsener“ erinnerte die InterpretInnen in seiner Form und Farbe (Gold) an die Wappen von mittelalterlichen Zünften. Auch das Schild des „Andechser Klosterbiers“ weckte bei ihnen traditionelle Assoziationen, da es ein in der Natur gelegenes Kloster zeigt und darüber „Genuß für Leib und Seele“ steht. Gleichsam erinnerten sie die Typographien beider Schilder an mittelalterliche „Frakturschrift“.

Bei „Andechser Klosterbier“ handelt es sich laut InterpretInnen um ein bayerisches Traditionsbier und bei „Flensburger Pilsener“ um ein norddeutsches Traditionsbier. Die Formen der Schilder unterstreichen also, dass es sich um Traditionsbiere handelt beziehungsweise erzeugen, dass sie als solche wahrgenommen werden. Beide Brauereien gehören den InterpretInnen zufolge nicht zu den führenden deutschen Bierherstellern, beispielsweise der „Radeberger Gruppe“. Insofern werden hier offenbar keine Biersorten der Marktführer angeboten.

Im Rahmen eines alternativen Sinngewebes deuteten die InterpretInnen die angebotenen Biersorten als alternativen Ausdruck. So würde mit der Traditionsverbundenheit, Bodenständigkeit und Authentizität der Biere eine nachhaltige Haltung und eine Kritik an hegemonialen Massenprodukten zum Ausdruck gebracht werden. Wie die Recherche ergab, werden beide Biere konzernunabhängig und in Deutschland hergestellt (vgl. www.flens.de; www.andechs.de). Insofern kann davon ausgegangen werden, dass mit den Bieren eine nachhaltige Haltung ausgedrückt wird – und zwar sowohl soziale als auch ökologische Nachhaltigkeit.

Nach Angaben der InterpretInnen ist „Andechser Klosterbier“ ein eher unbekanntes Bier, so dass mit diesem auch „Kennerschaft“ ausgedrückt wird. „Andechser Klosterbier“ und „Flensburger Pilsener“ sind zudem zwar billiger als beispielsweise Wein oder gewisse Spirituosen, so die InterpretInnen, aber dennoch eher teurere Biersorten, die „man sich leisten können muss und möchte“. Insofern repräsentieren die Bierschilder den für Kneipen typischen Bierkonsum, bieten jedoch besondere traditionelle, bodenständige und authentische Biere an, mit denen eine alternative Haltung, Kennerschaft und ein gewisses ökonomisches Kapital ausgedrückt werden. Die beiden Biersorten sprachen für die InterpretInnen außerdem gegen einen „urberliner“ Ausdruck, da die Habitus, die das Erscheinungsbild gestaltet haben, statt Berliner Biersorten, Biere aus anderen deutschen Regionen gewählt haben.

Die Form der Außenbestuhlung sprach symbolisch dafür, dass hier gegessen werden kann. Im Rahmen eines alternativen Sinngewebes gingen die InterpretInnen dabei von für Kneipen üblichen einfachen *und* alternativen Speisen aus, wie einfachen vegetarischen Gerichten und Hauptmahlzeiten. Auffällig schien in diesem Zusammenhang, dass keine weiteren Symbole sichtbar sind, die auf das Essensangebot verweisen, wie etwa eine Speisekarte. Erst mit den hinzugezogenen Seitenansichten wurde auf der rechten Seite des Lokals eine kleine Speisekarte sichtbar, die von der Straße aus jedoch kaum zu erkennen ist. Dies wurde so gedeutet, dass der „Verkauf“ von Essen und somit auch des materiellen Angebots insgesamt – abgesehen von Bier – hier nicht im Vordergrund steht. Dies spiegelt sich auch darin, dass die Angebotskarten rechts neben der Tür nicht genutzt werden, um auf das Angebot des Gastronomiebetriebs zu verweisen.

Die auf der Tür und den Karten aufgehängten Papiere und Plakate verweisen hauptsächlich auf Praktiken, die nicht im Ladenlokal selbst stattfinden, sondern auf andere, primär politische Aktivitäten. Die vielfältigen und vornehmlich diskursiven Symbole beziehen sich auf Demonstrationen und linkspolitische soziale Bewegungen, beispielsweise: eine „Friedenstaube“, „Kein Ort für Neonazis“, „Volksentscheid am 25.5.2“; „Mietrebell“; „You can never evict a Movement“; „Ohlauer-Solidarité avec les Sans-Papier“; etc. Der Verweis auf „Solidarité avec les Sans papiers“ ist im Kontext des Konflikts im Sommer 2014 zu verstehen, als ein Camp von Asylbewerbern, das auf dem Oranienplatz in Berlin aufgeschlagen worden war, um gegen die Situation von Flüchtlingen in Deutschland zu protestieren, aufgelöst wurde (vgl. www.taz.de/Ein-Jahr-Fl%C3%BChtlingscamp-Oranienplatz/!5057893/;

www.tagesspiegel.de/berlin/bezirke/kreuzberg/raeumung-am-oranienplatz-kein-frieden-huetten/9735914.html). Neben den Verweisen auf politische Aktivitäten ist auch ein Verweis auf (eine) „Kul-tour“ zu erkennen. Kultur scheint hier also auch einen gewissen Stellenwert zu haben, was die InterpretInnen als Ausdruck von relativ hohem kulturellem Kapital deuteten.

Bei den Papieren und Plakaten scheint das Thema räumlicher Verdrängung eine besondere Rolle zu spielen. Dies kommt schon im Namen des Lokals zum Ausdruck „Freies Neukölln“, aber auch in den Plakaten „Mietrebelln“ – ein Film über die Folgen der Mietpreiserhöhung – und dem Aufkleber „I love Kotti“, denn mit „Kotti“ ist der umkämpfte Stadtraum rund um das „Kottbusser Tor“ gemeint, in dem die ursprüngliche Bewohnerschaft verdrängt wird (vgl. Bouali, Gude 2014).

Diese „politischen“ Symbolisierungen beziehungsweise Bedeutungstypen wurden von den InterpretInnen so gedeutet, dass das Ladenlokal als Plattform für politische Praktiken dient und eine linkspolitische, „alternative“ Haltung ausdrückt, die insbesondere Herrschaftsbeziehungen im Raum thematisiert.

Die Tatsache, dass das „Freie Neukölln“ scheinbar mittags schon öffnet, was die InterpretInnen aus dem Licht und dem Putzeimer schlossen, wurde so interpretiert, dass die Praktiken, die eine Kneipe auszeichnen, hier auch mittags schon praktiziert werden können. Im Rahmen eines alternativen Sinngewebes wurde dies als Ausdruck davon gedeutet, dass das „Freie Neukölln“ sich an KundInnen mit weniger „geregelten“ Arbeitszeiten richtet, wie sie im tertiären Sektor vorherrschen (vgl. Geißler 2014: 185). So lässt sich beispielsweise kein Verweis auf einen „Mittagstisch“ finden, der sich an derartige Berufsgruppen richtet und sich an deren Arbeitsalltag mit Mittagspausen orientiert. Dennoch sprechen die Form der Stühle und Tische dafür, dass hier länger verweilt und gegessen werden kann – und das in Gruppen. Dies wurde wiederum als Ausdruck gegen die scheinbar typischen Praktiken einer Mittagspause gedeutet, nämlich *schnell* und eher *alleine* einen Snack zu sich zu nehmen. Insofern kann hier ausgedrückt werden, was Thorstein Veblen als „*demonstrativen Müßiggang*“ bezeichnete (vgl. Neckel et al. 2010: 423-447; Lenger, Priebe 2013). Der hier demonstrierte Müßiggang scheint allerdings weniger darauf abzielen, die Verfügung über ökonomisches Kapital auszudrücken, da keine „feinen“ materiellen wie immateriellen Angebote offeriert werden. Vielmehr bietet das „Freie Neukölln“ den KundInnen die Möglichkeit auszudrücken, dass sie über zeitliche Ressourcen verfügen,

die es ihnen erlauben, tagsüber Bier zu trinken oder gemeinsam zu essen – während andere arbeiten. Auch wenn dies nicht zu sehen ist, ist diese Möglichkeit appräsentiert. Deshalb sprachen die InterpretInnen dem Erscheinungsbild des „Freien Neukölln“ auch eine kritische Haltung gegenüber kapitalistischen Arbeitsverhältnissen zu. Dazu passten auch der Name des Gastronomiebetriebs und die Typographie des Namensschilds, die an eine Wild-West-Filmstilistik erinnert: sie verwiesen darauf, dass das „Freie Neukölln“ ein wilder, freier Raum ist, in dem unabhängig von hegemonialen Konstruktionen agiert werden kann. Dies schien einem subkulturellen Ausdruck zu entsprechen.

Die InterpretInnen hielten es auch für vorstellbar, dass im „Freien Neukölln“ Tischfußball gespielt werden kann. Der „Kickertisch“ wurde also durch das Erscheinungsbild appräsentiert. Diese Praxisform stuften die InterpretInnen im Vergleich zu anderen in Gastronomiebetrieben möglichen Praktiken erneut als „bodenständig“ und „alternativ“ ein.

Was wurde nun im Stil des Erscheinungsbildes gesehen und wieder erkannt, der einerseits den Stil des Ladenlokals repräsentiert und andererseits ein eigenes Ausdrucksgeschehen darstellt?

d) Sehendes und wiedererkennendes Sehen des Ausdrucksgeschehens

Der Ausdruck des Erscheinungsbildes lässt sich als relativ eindeutig und widerspruchsfrei charakterisieren. Eindeutig ist er insofern, dass einige eindeutige Anzeichen beziehungsweise präsentative Symbole (die seitlichen Bierschilder und die Außenbestuhlung), ein diskursives Namensschild sowie Angebotskarten auf das Angebot des Gastronomiebetriebs verweisen. Die Namens- und Angebotsschilder sowie die Außenbestuhlung und die Markise deuteten die InterpretInnen als typische Symbole von gastronomischen Tauschgeschäften. Widerspruchsfrei schien der Stil den InterpretInnen deshalb, da er kontrastarm (in Hinblick auf verwendete Formen, Farben und Materialien) und schlicht wirkt. Schlicht wirkt er wiederum insofern, dass er klare Formen zeigt und im visuellexperimentellen Vergleich mit anderen Erscheinungsbildern scheinbar mit niedrigem Aufwand gestaltet worden ist. Auffällig war beispielsweise schon in der Vorbereitung der Segmentanalyse, dass der Blick schnell auf eine freie kahle Fläche fiel (links neben der Tür), bevor einzelne Artefakte als Symbole und Anzeichen ins Visier genommen wurden.

Der Ausdruck des Erscheinungsbildes des „Freien Neukölln“ erschien den InterpretInnen einerseits widerspruchsfrei und kontrastarm, andererseits aber auch widersprüchlich, weil er einen auffällig traditionellen Kneipenstil aufweist, der mit alternativen Stilelementen gepaart ist. Mit einem traditionellen Stil verbanden die InterpretInnen vornehmlich eine rückwärtsgewandte Orientierung an alten deutschen Werten, die in einem Kontrast zu alternativen Werten zu stehen schienen. Diese Widersprüchlichkeit zeigt sich schon in den für gastronomische Tauschgeschäfte offenbar typischen Schildern: diese fungieren hier hauptsächlich zur Repräsentation einer politischen Haltung, wodurch sie zu politischen Bedeutungstypen transformiert werden. Insofern zeigt das Erscheinungsbild des „Freien Neukölln“ neben respektive statt den für den gastronomischen Bereich als typisch gedeuteten Schildern, vielfältige Bedeutungstypen aus dem politischen Bereich. Die Widersprüchlichkeit spiegelte sich auch in der Segmentanalyse, da es den InterpretInnen nicht leicht fiel, vorher zu bestimmen, was als nächstes aufgedeckt werden würde.

Der Stil des Erscheinungsbildes ergibt sich zum einen durch folgende laut InterpretInnen als schlichte, traditionelle, bodenständige, unmoderne und gewöhnlich konnotierte Stilelemente:

1. Die Verwendung von hegemonialen Anzeichen und Symbolen (präsentative und diskursive), die nicht verschnörkelt sind und bei denen es sich teilweise um Werbungen handelt. Die Schilder sind teilweise selbst beschriftet und zwar in „gewöhnlicher“ Handschrift.
2. Die Schilder und Aufkleber sind hauptsächlich vorgefertigt und am Computer gestaltet, also nicht von den Erzeugern des Erscheinungsbildes selbst „gebastelt“ worden. Sie zeigen einen „gewöhnlichen“ Stil.
3. Eine schlichte, kühle graue Fassade in „Grobputz“, die das Erscheinungsbild insgesamt kühl erscheinen lässt (vgl. Ching 2006).
4. Eine schlichte, braune Markise an der rechten Seite, die eine Werbung von „Andechser Klosterbier“ zeigt.
5. Die Verwendung von gewöhnlichen Materialien und Artefakten:
 - a. Die Angebotskarten sind aus preisgünstigem Kunststoff und haben eine „leuchtend“ blaue Umrandung im Sinne einer massiven „Signalfarbe“. Sie sind handschriftlich beschriftet.

- b. Bei dem Mobiliar der Außenbestuhlung, handelt es sich um preislich eher günstige, gewöhnliche Massenware. Diese zeichnen sich dadurch aus, dass sie die gleiche Farbe und Form haben und aus dem gleichen Material gefertigt wurden. Außerdem kann aufrecht an ihnen gesessen werden. Danach wurden sie als den hegemonialen Ordnungsvorstellungen entsprechend gedeutet, ebenso der hegemonialen Vorstellung davon entsprechend, wie gegessen wird.
6. Der Stil einzelner Artefakte, die die InterpretInnen an einen urigen, traditionellen, altdeutschen Stil denken ließen, wie die Frakturschrift des Namensschildes und die dunkle Eichentür, aber auch die seitlichen Bierschilder, die Angebotskarten sowie die typischen Biergartenmöbel.

Zum anderen ergibt sich der Stil des Erscheinungsbildes durch folgende als alternativ gedeuteten Stilelemente:

1. Vielfältige Symbole, die einen scheinbar alternativen Stil zeigen, wie die Plakate an und neben der Tür – dieser erschien ihnen auch „martialisch“.
2. Die Ansätze von Graffiti (auf der Angebotskarte rechts neben der Tür) als Ausdrucksformen von Subkultur.
3. Grüne und braune, warme Erdtöne, die als „Naturfarben“ auf die Werte Natürlichkeit und Nachhaltigkeit verweisen, welche wiederum als „alternative“ Werte interpretiert wurden; diese warmen Farben wirkten auf die InterpretInnen außerdem dunkel und schwer.
4. Die unordentliche Übereinanderschichtung der Plakate und Papiere, die hegemonialen Ordnungsvorstellungen widersprechen. Diese erschienen den InterpretInnen aufgrund ihrer Typographien und Symbole martialisch. Die Plakate und Papiere sind von mehreren anonymen Autoren erzeugt worden, die gewissermaßen in die Gestaltung des Erscheinungsbildes einbezogen sind.
5. Die an der Lichterkette herunterhängenden, unordentlichen Banner.
6. Lichterketten, die aus mehrfarbigen „Biergarten“-Glühbirnen bestehen, wobei einige Glühbirnen fehlen.
7. Fensterrahmen, die unrenoviert sind und Gebrauchsspuren aufweisen, was der hegemonialen Ordnungsvorstellung widerspricht.

Darüber hinaus erschien der Stil des Erscheinungsbildes des „Freien Neukölln“ den InterpretInnen aufgrund der „martialischen“ Abbildungen, den Farben, den Typographien und den vornehmlich klaren und geraden Formen insgesamt eher männlich.

Auffällig schien den InterpretInnen an dem Erscheinungsbild zudem, dass es lediglich Ansätze von Graffiti zeigt, die zudem sogar überklebt wurden. Denn Graffiti sind nach ihren Angaben *die* Ausdruckform von alternativer Subkultur, in diesem Fall von Gegenkultur, im Stadtraum. „Graffiti-Writing bezeichnet das [selbstautorisierte] Anbringen von Bildern, Symbolen und Schriftzügen auf Wänden, (...) und sonstigen leinwandtauglichen Stellen des städtischen Raumes.“ (Steinat 2007: 12-13 zit. nach Hammer 2012: 17) Als Ausdruck einer Subkultur unterschieden sich Graffiti erheblich von anderen bildlichen Darstellungen im Stadtraum und weichen von der hegemonialen Ästhetik ab. Dabei werden sie laut InterpretInnen in der hegemonialen „Ästhetik“ häufig immer noch als „dreckig“ und „hässlich“ empfunden. In der Interpretation wie auch im Konzept der Kulturwelten wurde respektive wird davon ausgegangen, dass Graffiti als subkulturelle Ausdrucksformen auch ein kulturelles Kapital (Kennerschaft) darstellen, da sie entlang spezifischer (visueller) Codes entwickelt werden, die in Dekonstruktion der herrschenden, hegemonialen Wissensordnung und Ästhetik primär von den Mitgliedern desselben distinktierten Erfahrungsraums verstanden werden können (vgl. Hammer 2012: 22; vgl. Diaz-Bone 2010: 150-151). Insofern schien es also merkwürdig, dass das Erscheinungsbild des „Freien Neukölln“ keine Graffiti zeigt, zumal bei Betrachtung der Seitenansichten auf der linken angrenzenden Fassade ein Graffiti zu sehen ist. Im Reuterquartier werden also schon Graffiti angebracht – allerdings nicht im ansonsten „alternativ“ beziehungsweise subkulturell erscheinenden Erscheinungsbild des „Freien Neukölln“.

Unter Hinzuziehung der Seitenansichten wurde außerdem sichtbar, dass das Erscheinungsbild farblich klar zu den daneben liegenden Fassaden abgegrenzt ist.

Insgesamt charakterisierten die InterpretInnen den Stil des Erscheinungsbildes insgesamt also als eindeutig, kontrastarm, schlicht, traditionell, bodenständig und unmodern, gleichzeitig als gewöhnlich sowie „alternativ“. Den schlichten, traditionellen, unmodernen und gewöhnlichen Kneipenstil, der in den Stil des Erscheinungsbildes eingelagert ist, deuteten die InterpretInnen als Ausdruck der Präferenz von Bodenständigkeit und Authentizität und einer impliziten

Kapitalismuskritik. Diese Kombination und damit verbundenen Werte in einem Erscheinungsbild beziehungsweise Gastronomiebetrieb erschien ihnen dabei als ein besonderer alternativer Ausdruck.

Die kompositorische Strukturierung

Betrachtet man die kompositorische Strukturierung (soweit möglich) des mehr oder weniger vorgegebenen und festgelegten architektonischen Rahmens, dann wird sichtbar, dass die linke und rechte Seite unterschiedlich lang sind. Auf der linken Seite sind – im Gegensatz zur rechten Seite – viele kleine Fenster zu sehen, so dass sich die beiden Seiten auch durch die Fensteranzahl und -formen unterscheiden. Dadurch entsteht ein asymmetrischer Eindruck. So wird eine „ausgewogene“ Gestaltung durch den architektonischen Rahmen erschwert. Oberhalb des architektonischen Rahmens verläuft eine starke weiße Linie, die den Bilderrahmen klar vom Rest des Hauses abgrenzt.

Der architektonische Rahmen, aber auch die seitlich angebrachten Bierschilder erzeugen zwei Perspektiven: einmal eine Zentralperspektive auf die Tür und einmal eine Fluchtpunktperspektive auf den linken Teil des Ladenlokals. Die rechte Seite wird so gewissermaßen „in den Schatten gestellt“, was durch die Markise verstärkt wird, die einen Schatten auf die rechte Seite wirft. Diese wirkt außerdem recht tief. Das Erscheinungsbild ist relativ geschlossen, da ein Großteil des Bildes eine leere Fläche, die Mauer der Fassade zeigt, die Fenster auf der linken Seite recht klein sind und das große Fenster rechts im Schatten liegt. Die Lichterkette schafft eine Verbindung von dem ersten seitlichen Bierschild zum hinteren Bierschild auf der langen linken Seite. Auch die Außenbestuhlung wurde entlang des gesamten Bildrahmens positioniert, so dass die Bildfläche kohärent erscheint und die Größe des Lokals unterstrichen wird. Allerdings deuteten die InterpretInnen große Lokale als eher ungemütlich. Die Angebotskarte ist etwas im Vordergrund platziert, jedoch nahe am Haus.

Die kompositorische Strukturierung erscheint insgesamt weder besonders ausgewogen, noch besonders disharmonisch, das heißt, dass die Blicke der Habitus, die das Erscheinungsbild gestaltet haben, diese Strukturierung kaum wahrgenommen hat. Dies scheint wiederum zu dem generell eher niedrigen Gestaltungsaufwand passend beziehungsweise trägt dazu bei, dass die Betrachter es auf diese Weise wahrnehmen.

Sehendes und Wiedererkennendes Sehen eines Stilkanons

Ordnet man den Stil des Erscheinungsbildes des „Freien Neukölln“ nun stilkanonisch ein, ähnelt er einem traditionellen, „zünftigen“ altdeutschen Stil à la „Eiche rustikal“.

(siehe Segmentanalyse des „Herthaners“). Etymologisch betrachtet bedeutet zünftig zwar schmucklos und ungekünstelt, was an die Stilcharakteristika des Bauhaus‘ erinnert, der Stil des Erscheinungsbildes des „Freien Neukölln“ ist aber zu traditionell, bodenständig, unmodern und „gewöhnlich“, um als funktionalistisch und avantgardistisch eingestuft werden zu können (vgl. www.duden.de/suchen/dudenonline/z%C3%BCnftig). Trotzdem wirkt er auch nicht überladen oder kitschig wie der „Gelsenkirchener Barock“, sondern eben traditionell-schlicht.

Der traditionelle und „gewöhnliche“ „altdeutsche Stil“ ist hier gepaart mit „typischen“ Stilelementen eines „alternativen“ Stils. Ein „alternativer“ Stil stellt jedoch keine eigene Kategorie im Sinne eines feststehenden Designstils oder -schule dar. Dies wird so gedeutet, dass hier weder bewusst noch unbewusst angestrebt wurde, ein bestimmtes Design zu entwerfen oder zu befolgen.

e) Sehendes und wiedererkennendes Sehen eines alternativen Lebensstils

Das Erscheinungsbild des „Freien Neukölln“ repräsentiert eine schlichte, traditionelle, bodenständige, unmoderne und „gewöhnliche“ alternative Kneipe für potentielle KundInnen und alle PassantInnen im Stadtraum.

Der Lebensstil in dem die InterpretInnen dieses Erscheinungsbild verorteten, wurde als alternativ eingestuft, das heißt von der hegemonialen Ordnung abweichend und mit linkspolitischer Haltung. Dieser Lebensstil zeichnet sich weiterhin durch einen unmodernen und gewöhnlichen Geschmack aus und präferiert Bodenständigkeit und Authentizität. All diese Merkmale kommen in der Wahl des Genres, des Angebots, einzelner Artefakten und des Stil als Ganzem zum Ausdruck. Ebenso scheint in diesem Lebensstil die Tendenz zur Ablehnung kapitalistischer Arbeitsverhältnisse, Lebensweisen und Produktionsbedingungen zu bestehen.

Die politischen Aktivitäten und die linkspolitische Haltung spielt in diesem Lebensstil offensichtlich eine derartig wichtige Rolle, dass sogar ein gastronomisches Tauschgeschäft als Plattform politischer Praktiken genutzt und dessen Erscheinungsbild als öffentliche Leinwand zur Darstellung der politischen Haltung verwendet wird – und zwar für alle PassantInnen im Stadtraum und nicht nur für potentielle KundInnen. Dabei spielt die Symbolisierung der linkspolitischen Haltung eine so große Rolle, dass der Verweis auf das gastronomische Tauschgeschäft dieser untergeordnet wird.

Bei dem Lebensstil scheint es sich um ein eher statushöheres Milieu zu handeln. Denn zwar wurde der Geschmack als „gewöhnlich“ gedeutet, die politischen Symbole und die Verweisung auf eine „Kul-tour“ jedoch als Ausdruck von relativ hohem kulturellem Kapital interpretiert; gleichsam die Verwendung von Französisch auf der Angebotskarte. Auch die angebotenen Biersorten wurden als Ausdruck von Kennerschaft, aber auch von relativ hohem ökonomischem Kapital gedeutet, da sie preislich nicht ganz günstig sind. Auch die appräsentierten vegetarischen Speisen sind Ausdruck von hohem (sub)kulturellen Kapital

Setzt man die Charakteristika, die das Erscheinungsbild des „Freien Neukölln“ und den Lebensstil selbst auszeichnen, in Bezug zu den Sinusmilieus, dann scheint es sich hierbei um das *sozialökologische Milieu* zu handeln. Denn dies ist das idealistische, konsumkritische/bewusste Milieu mit normativen Vorstellungen vom „richtigen“ Leben und sozialem Gewissen. Auch sind Habitus dieses Milieus Globalisierungs-Skeptiker sowie Bannerträger von Political Correctness und Diversity (vgl. Geißler 2014: 116).

Das Prinzip, welches sich in den verschiedenen Segmenten des Erscheinungsbildes des „Freien Neukölln“ offenbarte, kann als „politisch motivierte Authentizität“ bezeichnet werden. Dieses Prinzip zeigt sich auch in den Metakategorien Genre, Genrekonstruktion, materielles Angebot, angebotene Praxisformen, Stil und Verweis auf das Tauschgeschäft.

4.1.4 Ergebnisse der Segmentanalyse von „Bullys Bakery“



a) Sehendes und wiedererkennendes Sehen des Genres

Das Erscheinungsbild von „Bullys Bakery“ wurde als Repräsentation eines Lokals gedeutet, das aufgrund der sichtbaren Anzeichen und Symbole dem Genre „Café“ zugeordnet wurde. Unter Cafés verstanden die InterpretInnen gastronomische Tauschgeschäfte, die insbesondere tagsüber Heißgetränke und nicht-alkoholische Kaltgetränke sowie süße Speisen, Frühstück und kleinere Mahlzeiten anbieten. Cafés scheinen sich außerdem dadurch auszuzeichnen, dass dort länger verweilt werden kann, während das Angebot konsumiert wird und die Gäste bedient werden.

Diese Interpretation kam durch folgende zu sehende Artefakte zustande:

- Die auf dem Bürgersteig platzierte Angebotskarte, die auf das materielle Angebot verweist (nicht-alkoholische Kaltgetränke).
- Das diskursive Namensschild „Bullys Bakery“, welches die Vorstellung von Gebäck erweckt und die auf der Angebotskarte aufgelisteten Getränke.

- Die Außenbestuhlung, die als denotative beziehungsweise konnotative Symbole des materiellen wie immateriellen Angebots gedeutet wurden – und zwar als Verweis auf kleine Speisen und Getränke, nicht auf Hauptmahlzeiten. Denn die Stühle und Tische entsprechen nicht der vorherrschenden Form von Esstischen und -stühlen, bei der die Tische höher sind als die Stühle und dadurch eine aufrechte Sitzposition erzwungen wird.
- Die Markise und die rosafarbene Außenfassade, die wortwörtlich „süße“ Assoziationen bei den InterpretInnen weckten, etwa von *Zuckerwatte*. Außerdem erkannten die InterpretInnen in der Form der Markise eine für US-amerikanische „Ice Cream Shops“ in den 1950er Jahren typische Markise wieder, die heute häufig für die Erscheinungsbilder von Läden verwendet werden, die süße Speisen anbieten.

Neben diesen Artefakten sprach die Tatsache, dass dieses Lokal offensichtlich tagsüber geöffnet hat, für ein Café.

Ursprünglich stellten Cafés Symbole von distinktierten Lebensstilen dar. Das Café des 18. Jahrhunderts bildete neben dem privaten und dem öffentlichen Raum einen „dritten Raum“ der *bürgerlichen* Gesellschaft (vgl. Scambler, Tjora: 1-2). Cafés bieten die Möglichkeit zu „*demonstrativen Müßiggang*“, wie es Thorstein Veblen formulierte (vgl. Neckel et al. 2010: 423-447; Lenger, Priebe 2013). Danach können KundInnen mit einem Cafébesuch ausdrücken, dass sie genügend ökonomisches Kapital und zeitliche Ressourcen besitzen, um sich Müßiggang zu leisten.

Der Interpretationsgruppe zufolge sind Cafés heute jedoch eine Kategorie von gastronomischen Tauschgeschäften, die nicht a priori statushöheren oder statusniedrigeren Gruppen oder bestimmten sozialen Milieus zugerechnet werden kann. So kann davon ausgegangen werden, dass in der deutschen Gesellschaft, die als „Wohlstandsgesellschaft“ proklamiert wird, der Großteil der Bevölkerung über so viel Einkommen und Zeit verfügt, dass der Besuch von Cafés zumindest hin und wieder möglich ist, beispielsweise am Wochenende. Für das Genre von Café gilt in pluralisierten Dienstleistungsgesellschaften offenbar, dass erst das Subgenre und/oder die Formen des materiellen wie immateriellen Angebots eines bestimmten Cafés im Vergleich mit anderen darüber entscheiden, ob dieses statushöheren oder -niedrigeren Lebensstilen zuzurechnen ist. Dabei scheint der distinktive Wert davon abhängig, wann der Cafébesuch stattfindet, also von der Uhrzeit und dem Wochentag.

Der Deutung der InterpretInnen zufolge repräsentiert das Erscheinungsbild von „Bullys Bakery“ ein eigenes Subgenre von Cafés: es repräsentiert *Cafés mit Selbstbedienung*.

b) Sehendes und wiedererkennendes Sehen des Subgenres von „Bullys Bakery“

Cafés mit Selbstbedienung sind nach Angabe der InterpretInnen überwiegend in Stadtkernen von Großstädten und in Einkaufszentren zu finden. Insofern können sie mit dem „Urbanitäts“-Begriff von Louis Wirth, Mitglied der Chicagoer Schule der soziologischen Stadtforschung, als großstädtischer Ausdruck begriffen werden. Diese verstand Wirth als eigene Ausdrücke oder Lebensweisen („urbanism as a way of life“), die den „Kleinlichkeiten und Präjudizierungen“ kleinstädtischer Lebensweisen gegenüber stehen (vgl. Lindner 2004). Großstädte und ihre Ausdrücke sind für ihn immer auch „modern“, da Traditionen hier häufig aufgebrochen werden. Danach gehen Urbanität und Moderne für ihn Hand in Hand. Als Symbole von Großstädten und urbanen Lebensweisen sind Cafés mit Selbstbedienung dementsprechend als modernes Subgenre von Cafés zu begreifen. „Bullys Bakery“ verweist danach auf ein Subgenre von Cafés, welches die InterpretInnen als *modernes Cafés mit Selbstbedienung* bezeichneten.

Auf ein modernes mit Café Selbstbedienung verweisen die durch die Tür zu erkennende Theke, an der bestellt wird, eine Angebotstafel und ein Getränkekühlschrank (da sie von der Straße durch die Tür zu sehen sind, sind sie ebenfalls Teil des Erscheinungsbildes) sowie die im Fenster angebrachten Abstellflächen, die als Tische dienen. Diese Artefakte wurden von den InterpretInnen als typische Symbole von „modernen Cafés mit Selbstbedienung“ begriffen. Wie bereits beschrieben, weckte insbesondere die Markise in Kombination mit der rosafarbenen Außenfassade die Assoziation von süßen Speisen. Den InterpretInnen zufolge scheinen derartige Markisen heute oftmals in die Erscheinungsbilder von Cafés eingearbeitet zu werden, die süßes Gebäck anbieten, wie z.B. Cup Cakes, New York Cheesecakes, Brownies oder Cookies. Dieses materielle Angebot wird hier zwar nicht symbolisiert, aber durch die sichtbaren Formen hervorgerufen und somit appräsentiert. Auch diese Arten von Gebäck bezeichneten die InterpretInnen als „modern“. Auch die auf der Angebotskarte aufgelisteten Getränke „Summer drinks – Ice Latte, Ice Americano, Granitas: mango, pine apple or apple“ – betrachteten sie als „modern“. Neben dem Angebot von süßem Gebäck assoziierten die InterpretInnen mit Cafés mit Selbstbedienung auch kleine, leichte und globale Snacks,

wie Salate, Bagels, Pastasalate, Paninis, Joghurts, Müsli und Obstsalate. Auch diese Speisen sind im Erscheinungsbild zwar nicht zu sehen, werden aber durch die zu sehenden Artefakte appräsentiert.

In Hinblick auf das immaterielle Angebot (Praktiken) solcher moderner Cafés mit Selbstbedienung assoziierten die InterpretInnen längere oder kürzere Aufenthalte der Gäste und eben Selbstbedienung. Selbstbedienung in Cafés und kürzere Verweildauern erschienen gegenüber ursprünglichen Cafés mit Bedienung und längerer Verweildauer ebenfalls „modern“. Die im Fenster platzierten Barhocker und Abstellflächen ließen die InterpretInnen auch an AkteurInnen denken, die in den Fenstern sitzen und an Laptops arbeiten.

In dem (appräsentierten) materiellen und immateriellen Angebot von „Bullys Bakery“ erkannten die InterpretInnen Symbole einer *urbanen*, westlichen Lebensweise pluralisierter Dienstleistungsgesellschaften wieder. Solche Angebote würden zum einen von Habitus genutzt, die im Stadtzentrum arbeiten und kurze (Mittags)Pausen in ihrem Arbeitsalltag einlegen und zum anderen von freiberuflich oder flexibel Tätigen, die sie als Arbeitsplatz nutzten und dort an Laptops arbeiten. Cafés mit Selbstbedienung drücken somit eine urbane und moderne Lebensweise aus, die mit einem Beschäftigungsverhältnis im Dienstleistungssektor einhergeht. Danach symbolisieren sie den Lebensstil von Habitus mit eher höherem ökonomischem und kulturellem Kapital, also von Milieus der oberen Klasse *und* der Mittelklasse (vgl. Bourdieu 1991b: 9). So stuften die InterpretInnen moderne Cafés mit Selbstbedienung auch als eher hochpreisig ein. Die appräsentierten kleinen, leichten und globalen Snacks sowie die modernen Süßspeisen deuteten sie zudem als Ausdruck von Geschmackspräferenzen statushöherer Gruppen.

Die Formen der Artefakte und ihre symbolische Bedeutung, die das Erscheinungsbild von „Bullys Bakery“ zeigt und aufgrund derer es als Repräsentation eines Cafés mit Selbstbedienung gedeutet wurde, weckten eine weitere Assoziation: sie ließen die InterpretInnen an die U.S.-amerikanische „Coffeehouse“-Kette „Starbucks“ denken, deren Filialen ähnliche (im)materielle Angebote offerieren und in denen die typischen Praxisformen eines urbanen, westlichen und kapitalistischen Lebensstil häufig ausgeführt werden. Laut InterpretInnen ist Starbucks der Inbegriff von Cafés mit Selbstbedienung. Tatsächlich ist es „mit mehr als 15.000 Coffee Houses in 50 Ländern der größte Kaffeeröster und -anbieter in der Welt“ (www.starbucks.de). Starbucks dient

Cafés mit Selbstbedienung scheinbar als *Vorbild*, welches sie mimetisch nachbilden. Als globale „Coffeehouse“-Kette wurde Starbucks als Symbol der Populärkultur einer westlichen und kapitalistischen Welt interpretiert. „Bullys Bakery“ und Cafés mit Selbstbedienung sind zwar nicht immer „Coffeehouse“-Ketten, sie verweisen aber implizit auf Starbucks und damit auf die Funktionsweise des globalen Nordens. Indem Cafés mit Selbstbedienung und insofern auch „Bullys Bakery“ dies repräsentieren und reproduzieren, wurde es als Symbol einer dem Kapitalismus gegenüber eher unkritischen politischen Haltung von statushöheren Gruppen interpretiert.

Wie dargestellt können mit dem Subgenre von modernen Cafés mit Selbstbedienung *klassenspezifische Unterschiede* ausgedrückt werden – allerdings nur zur Unterschicht, da die InterpretInnen Cafés mit Selbstbedienung sowohl als „feine“ als auch als „gewöhnliche“ Ausdrücke von Lebensstilen der oberen Klasse und der Mittelklasse betrachteten. Das Erscheinungsbild von „Bullys Bakery“ wurde nun aber als *avantgardistischer Ausdruck* gedeutet. Der Begriff „Avantgarde“ bezeichnet die „Vorreiter im Bereich der bildenden Kunst, der Literatur oder Musik, deren Arbeiten hauptsächlich durch unorthodoxe und experimentelle Methoden charakterisiert sind.“ (Ching 1996: 105) Insofern kann angenommen werden, dass auch innerhalb des Subgenres von modernen Cafés mit Selbstbedienung noch feine Unterschiede bestehen – und zwar Unterschiede zwischen „feinen“ und „gewöhnlichen“ modernen Cafés mit Selbstbedienung sowie Unterschiede zwischen verschiedenen „feinen“ modernen Cafés mit Selbstbedienung.

Wie kam die Interpretation zustande, dass es sich bei dem Erscheinungsbild von „Bullys Bakery“ im Ganzen um einen avantgardistischen Ausdruck handelt?

Auf welche materiellen und immateriellen Angebote verweist das Erscheinungsbild, die im Rahmen dieses Sinngewebes als „avantgardistisch“ interpretiert wurden?

c) Sehendes und wiedererkennendes Sehen der angebotenen Waren und Praktiken

Das Angebot von „Granitas“ und „Lemonaid“ wurde als Ausdruck eines avantgardistischen Stils gedeutet, da sie auf Kennerschaft, Kosmopolitismus und Nachhaltigkeit verweisen, die „man sich leisten können muss“. „Granitas“ sind sorbetähnliche, italienische Eisgetränke, die den InterpretInnen unkonventionell und hochpreisig erschienen. „Lemonaid“ ist eine ebenfalls hochpreisige, wenig bekannte Biolimonade, die neben Kennerschaft auch Nachhaltigkeit symbolisiert (vgl.

www.lemon-aid.de). Außerdem erkannten die InterpretInnen das Design von „Lemonaid“ aufgrund der Typographie (und dem Design der Flaschen) als „minimalistischen“ Avantgardestil wieder. Im Englisch der Angebotskarte und des Lokalnamens wurde ebenfalls ein Verweis auf eine internationale Kundschaft und Kosmopolitismus gesehen.

Der Name „Bullys Bakery“ verweist auf eine Bäckerei. Mit einer Bäckerei assoziierten die InterpretInnen ein ökonomisches Tauschgeschäft, in dem vor allem Brot *gekauft* werden kann. Brot hat ihnen zufolge wiederum eine natürliche Konnotation, weil es auf das menschliche Grundbedürfnis nach Nahrung verweist. Insofern assoziierten die InterpretInnen mit dem Namen des Lokals einen natürlichen Ausdruck, welcher zur Biolimonade „Lemonaid“ passt.

All diese Werte – Kennerschaft, Kosmopolitismus, Natürlichkeit und Nachhaltigkeit – deuteten die InterpretInnen als Ausdruck und Symbole eines avantgardistischen Stils.

Wie bereits angerissen, bestimmen Wochentag und Tageszeit in Zusammenhang mit dem Stil des modernen Cafés mit Selbstbedienung darüber, ob mit dem Besuch des Cafés Unterschiede ausgedrückt werden können – und zwar auch milieuspezifische. Als avantgardistisches Café scheinen die im Fenster platzierten Tische insbesondere der kreativen Avantgarde eine Ausdrucksmöglichkeit ihrer Arbeit zu bieten, indem sie dort egal zu welcher Tageszeit und an welchem Wochentag arbeiten. Dies kann in Anlehnung an Veblens „demonstrativen Müßiggang“ als „demonstrative Arbeit“ bezeichnet werden.

Auf welcher Basis wurde nun das Ausdrucksgeschehen selbst als avantgardistisches wieder erkannt?

d) Sehendes und wiedererkennendes Sehen des Ausdrucksgeschehens

Der Stil des Erscheinungsbildes von „Bullys Bakery“ erschien den InterpretInnen im visuellexperimentellen Vergleich mit anderen Erscheinungsbildern zunächst relativ eindeutig. Denn es ist ein Namensschild, eine Angebotskarte, eine Außenbestuhlung sowie eine Markise zu sehen, die auf das Angebot eines Cafés verweisen. Diese wurden von den InterpretInnen als typische Anzeichen beziehungsweise Symbole von Gastronomiebetrieben gedeutet. Das Erscheinungsbild wirkte auf die InterpretInnen allerdings nur *relativ* eindeutig, da es nur wenige für Gastronomiebetriebe typische Anzeichen und Symbole zeigt und diese recht unauffällig wirken. So wurde der Namensschriftzug direkt auf der Wand angebracht und ist nicht in ein Schild eingefasst.

Auch wird im Namensschild eine reduzierte Typographie verwendet, das heißt klare und schlanke, leicht abgerundete Großbuchstaben. Insgesamt wirkt es aufgrund der Punkte leicht verspielt. Die Angebotskarte wiederum ist selbst beschriftet und zwar ebenfalls in einer klaren und schlanken, leicht krakeligen Schrift, die die InterpretInnen modern fanden.

Die Komposition des Erscheinungsbildes erschien den InterpretInnen trotz der relativen Eindeutigkeit der Schilder dennoch widersprüchlich. Dies spiegelte sich auch in der Segmentanalyse. So war es für die InterpretInnen nicht leicht vorher zu bestimmen, welche Artefakte als nächstes aufgedeckt werden würden.

Worin besteht die stilistische Widersprüchlichkeit?

Auf den ersten Blick erscheint das Erscheinungsbild von „Bullys Bakery“ sehr süß bis kitschig, da zuerst die weiße Markise ins Auge springt, dann die weiße Außenbestuhlung und danach die ornamentale Angebotskarte auf dem Bürgersteig. Die weißen Möbel, die kleinen Blumen und die rosafarbene Fassade unterstützen diesen süßen bis kitschigen Ersteindruck – auch wenn die als minimalistisch wieder erkannten Möbel (und die Fenster sowie die Industrielampe in den Innenräumen) erheblich schlichter wirken als die Markise und die Angebotskarte und somit in einem Widerspruch zu den ornamentalen Formen stehen. Rein farblich betrachtet scheinen die verwendeten Farbtöne miteinander zu harmonieren. So werden wenige, nach der Farblehre miteinander harmonisierende Farben verwendet, die einander hervorheben und gleichzeitig entkräften: vornehmlich weiß, dunkelgrau, rosa, violett und gelb-orange (vgl. Itten 1979). Durch die helle Fassade und das helle Metall als vorherrschendes Material entsteht laut InterpretInnen auch ein heller, kühler und offener Eindruck. Die Kombination dieser Elemente deuten die InterpretInnen schließlich als süßen, freundlichen und harmonischen Stil. Dieser süße bis kitschige, freundliche und harmonische Stil steht nun in einem erheblichem Widerspruch zu den als dreckig und unordentlich konnotierten Stilelementen des Erscheinungsbildes, obschon er in sich einen Bruch aufweist, der aus der Kombination von minimalistischen und verspielten Formen besteht.

Besonders die Graffitis deuteten die InterpretInnen als dreckig und hässlich konnotierte Stilelemente. So interpretierten sie diese als antihegemoniale, subkulturelle Ausdrucksformen urbaner Gegenkultur. Zu dem subkulturellen Ausdruck der Graffitis schienen den InterpretInnen wiederum die Tische und Stühle passend, da sie

unterschiedliche Formen und Materialien aufweisen und dadurch zusammengewürfelt, das heißt unordentlich und chaotisch wirken. Gleiches empfanden sie bei Betrachtung des unruhig wirkenden „Kammputz“ der Fassade (vgl. Ching 2006).

Der süße bis kitschige, freundliche und harmonische Stil schien den InterpretInnen nun nicht zu dem hässlichen, dreckigen und chaotischen Stil zu passen, da der eine darum bemüht scheint als schön und einladend empfunden zu werden, der andere jedoch nicht. Rein farblich betrachtet harmonisieren die Graffiti mit den Farben des Erscheinungsbildes, besonders mit den Blumen und den Punkten des Namensschilds. Auch wird der „süße“ Schein des Erscheinungsbildes durch die urbanen und dreckigen, subkulturellen „Graffiti“ einerseits entkräftet, andererseits aber auch hervorgehoben und umgekehrt.

Sowohl der süße, freundliche und harmonische Stil als auch der hässliche, dreckige, chaotische, subkulturelle und *urbane* Stil stehen darüber hinaus in einem Kontrast zu dem Stil der Holzmöbel, die in den Innenräumen zu sehen sind und in denen die InterpretInnen einen „Landhausstil“ wieder erkannten. In diesem Kontrast erkannten die InterpretInnen den von Wirth formulierten Gegensatz zwischen großstädtischen und ländlichen Lebensweisen. Im Unterschied zu den hellen und kühlen Farbtönen und dem Metall wirken die Holzmöbel warm und lebendig. Laut InterpretInnen strahlen sie eine gewisse ländliche Ruhe aus, jenseits von großstädtischer Hektik. Sie vermittelten den InterpretInnen den Eindruck, dass hier eine Atmosphäre hergestellt werden soll, die sie „urban village“ nannten. Dies wurde von den InterpretInnen als Ausdruck einer Sehnsucht nach dem einem natürlichen Leben gedeutet.

Darüber hinaus erkannten die InterpretInnen in dem Erscheinungsbild einen weiteren Widerspruch wieder, nämlich die gemeinsame Anordnung von modernen und altmodischen Stilelementen: Die Markise weckte bei den InterpretInnen weiterhin die Assoziation mit US-amerikanischen „Ice Cream Shops“ der 1950er Jahre, also von vergangenen Zeiten; gleichsam die Formen der Holzmöbel – nämlich mit der Einrichtung von Landhäusern vergangener Zeiten. Ebenso ließen die Kacheln der Theke die InterpretInnen an frühere Metzgereien, Süßwarenläden oder Butterhandlungen denken. Zudem schien auch die Industrielampe einem anderen Jahrzehnt zu entstammen. All diese Elemente wirkten somit zunächst altmodisch – wenn auch die Formen der Industrielampe und der Kacheln funktionalistisch. Andere Artefakte, erschienen den InterpretInnen demgegenüber modern, wie die Abstellflächen in den

Fenstern, die Außenbestuhlung und der Getränkekühlschrank – sowie die urbanen Graffitis, die in Zusammenhang mit einem avantgardistischen Stil und mit Hilfe des Wirthschen Urbanitätsbegriff als „moderne“ Stilelemente aufgefasst wurden.

Außerdem wirkt das Erscheinungsbild durch die Farbkombination von Weiß und Rosa sowie durch die runden und ornamentalen Formen und die Blumen einerseits weiblich, andererseits aber auch männlich, da Graffitis laut InterpretInnen eher männlich konnotiert sind. Die Formen und Farben, die durch die Eingangstür in den Innenräumen zu sehen sind, wirkten auf sie trotz der verzierten Holzmöbel ebenfalls männlich, da ein „sattes“ Blau und Schwarz zu sehen ist. Auch die kühlen Materialien und klaren Formen empfanden sie als männlich.

Unabhängig von den stilistischen Widersprüchen können kühle und helle Farbtöne als für Länder des globalen Nordens typisch betrachtet werden (vgl. DeLong, Martinson: 2012).

Mit der Integration des Graffitis in die Gestaltung des Erscheinungsbildes stellte sich den InterpretInnen daneben die Frage, wer der „Autor“ des Erscheinungsbildes ist. Autoren/Künstler sind dem Metzlerschen Ästhetik Lexikon zufolge „Produzenten ästhetischer Artefakte unterschiedlicher Medialität und Materialität sowie AkteurInnen der performativen Künste.“ (Trebeß 2006: 53) Hier scheint eine widersprüchliche und komplexe Auffassung von Autorschaft zu bestehen. Es wird offenbar kein „exklusiver“ Anspruch auf Autorschaft erhoben, es herrscht vielmehr ein Verständnis von „geteilter Autorschaft“ vor (vgl. ebd.; Diaz-Bone 2010: 133ff.). Bestimmte Habitus gestalten zwar das Erscheinungsbild, determinieren seine Gestaltung und Bedeutung aber nicht alleine. Vielmehr ist eine „anonyme“, unbestimmte Autorschaft *aktiv* an der Erzeugung des Erscheinungsbildes beteiligt, beispielsweise PassantInnen und/oder Gäste, die den Bildstil und damit die Bildbedeutung maßgeblich konstituieren können. Stil und Bedeutung des Bildes ist somit „im Fluss“ und kann stetig erneuert werden. Dies passt zu dem Konzept der „Dekonstruktion“ der postmodernen Theorie und dem postmodernen Kunstverständnis (vgl. Ching 1996: 105). Die postmoderne Theorie und das postmoderne Kunstverständnis begriffen die InterpretInnen als avantgardistische Paradigma. Danach interpretierten sie die als subkulturellen *und* avantgardistischen Ausdruck.

Das Erscheinungsbild von „Bullys Bakery“ zeigt den InterpretInnen zufolge somit eine unorthodoxe Stilkomination von zunächst widersprüchlich erscheinenden Stilen, worin sie ein avantgardistisches Ausdrucksgeschehen wieder erkannten.

Die kompositorische Strukturierung

Betrachtet man die perspektivische Projektion und verfolgt die Linienführung (soweit möglich), dann liegt der Fokus auf dem Eingang. Die hinteren Teile des Ladenlokals – sowohl der linken wie auch der rechten Seite – wirken eher unbeachtet, da dort keine Stühle stehen. Die Stühle sind vielmehr um den Eingang herum platziert und führen auf diesen zu. Das heißt, dass der Blick von den Stühlen auf den Eingang gelenkt wird, der das Bildzentrum bildet. Somit ergibt sich eine Zentralperspektive. Das schwarze Regenrohr auf einer Seite der Tür wirkt wie ein Ausrufezeichen und verstärkt somit den Eindruck der Tür als Zentrum des Erscheinungsbildes. Dadurch wird der Betrachter implizit aufgefordert, das Ladenlokal zu betreten und das Angebot zu konsumieren. Der farbliche Kontrast zum Rest des Hauses wird durch eine starke weiße Linie oder Markierung verstärkt, wodurch der architektonische Rahmen des Erscheinungsbildes vom restlichen Haus klar abgegrenzt wird. Dies lässt den Schluss zu, dass diese Abgrenzung von den Gestaltern (un)bewusst intendiert wurde. Die Fenster nehmen auf der Bildfläche relativ viel Platz ein und lassen sich somit als groß charakterisieren. Sie lassen viel Helligkeit in die Räume. Neben der hellen Farbgebung wirkt das Erscheinungsbild auch deshalb offen und freundlich. Obwohl der architektonische Rahmen asymmetrisch ist, da die linke Seite länger ist als die rechte Seite und damit eine gewisse Schwierigkeit für die Gestaltung einhergeht, wirkt sie dennoch als kohärenter Gestaltungszusammenhang. Danach scheint es sich bei dem Erscheinungsbild um eine „durchdachte“ und stilisierte Komposition zu handeln.

Sehendes und Wiedererkennendes Sehen eines Stilkanons

Ordnet man den Stil von „Bullys Bakery“ in einen Stilkanon ein, dann handelt es sich dabei um einen „eklektischen“ „Vintage-“ beziehungsweise „Retrostil“. Der Begriff „Eklektisch“ „bezeichnet Bauten und dekorative Kunstwerke, die Elemente vieler historischer Epochen und Stile in sich vereinen.“ (Ching 1996: 104) Als Vintage-beziehungsweise Retrostile werden Stile bezeichnet, die Artefakte *vergangener Jahrzehnte* – vornehmlich also aus der Moderne – verwenden und sie miteinander, aber auch mit *neuen Gegenständen und aktuellen Stilelementen* kombinieren (vgl. Guffey 2006). Der Vintagestil weist einige Gemeinsamkeiten mit postmodernen Ideen auf:

„Just as historians and philosophers began to question the representation of history and cultural identities, art and design began to reflect these changes. The attributes of retro, its selfreflexiveness, its ironic reinterpretation of the past, its disregard for the sort of traditional boundaries that had separated ‘high’ and ‘low’ art, all echo the themes found in Postmodern theory.“ (ebd.: 21) Vintage- und Retrostile lösen häufig nostalgische und romantische Wirkungen aus. Obwohl im Vintagestil Artefakte und Stilmittel vergangener Zeiten inkludiert sind, geht mit dem Vintagestil eine *ironische* Distanz zu diesen Zeiten einher (vgl. ebd.: 20). Insofern ist er nicht als traditionelle, rückwärtsgewandte und konservative Sehnsucht an „bessere Zeiten“ zu begreifen (vgl. ebd.: 21). Mit diesem Stil wird vielmehr auch eine ironische und skeptische, mitunter auch subversive Haltung gegenüber dem Fortschritt und den neuesten sozialen wie kulturellen Errungenschaften zum Ausdruck gebracht.

Bei der Markise scheint es sich um ein Vintage- oder Retroartefakt zu handeln, welches aus den USA und aus den 1950er Jahren stammt oder symbolisch darauf verweist. Der US-amerikanische Stil der 1950er Jahre stellt nun einen besonderen und viel diskutierten Retrostil dar (vgl. ebd.). Dieser wurde und wird häufig als Ausdruck einer Sehnsucht an eine *unschuldige* und *unpolitische* Zeit verurteilt. Wie Guffey in „Fabricated Fifties“ darstellt, wurden die 1950er Jahre jedoch erst von der Massen- respektive Populärkultur der 1960er Jahre als „unschuldiges“ Jahrzehnt produziert (vgl. Guffey 2006: 98-132). Die Sorgen, Ängste und der kritische Umgang mit der Vergangenheit und Zukunft sowie der Protest, die in den 1950er Jahren auch herrschten beziehungsweise stattfanden, wurde von der Populärkultur der 1960er Jahre jedoch nicht mit transportiert. Der Stil, der heute mit den 1950er Jahren verbunden wird und unschuldig erscheint, wurzelt demnach also eigentlich in einem durchaus kritischen Jahrzehnt und insbesondere in der damaligen Sub- respektive Gegenkultur des Rock-`n`-Rolls und der „Teddy Boys“ (vgl. ebd.: 101- 102). Der Stil der Teddy Boys wurde Anfang der 1970er Jahre von der (Mode)Designerin Vivienne Westwood aufgegriffen, für deren KundInnen dieser bereits zum Ausdruck eines distinguierten, urbanen Lebensstils und Kritik am Status quo wurde (vgl. ebd.).

Aus den vorangegangenen Ausführungen lässt sich schließen, dass die „süßen“ Elemente des Erscheinungsbildes nicht als nostalgischer Kitsch oder Sehnsucht an bessere Zeiten zu begreifen sind, sondern als Ausdruck eines ironischen Umgangs mit der Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft.

Ordnet man neben der Markise auch die anderen Artefakte und Stilelemente in einen Stilkanon ein, dann lassen sich auch diese als Vintage- beziehungsweise Retroartefakte und Stilelemente wiedererkennen, die allesamt in den „modernen“ und seinerseits eklektischen Designstil der 1950er Jahre passen. Denn dieser zeichnet sich farblich durch helle, bunte Pastellfarben und förmlich erstens durch funktionalistische Formen des „Bauhaus“, zweitens durch ornamentale Formen des „Art nouveau“ und drittens abstrakte, futuristisch anmutende Formen, aus (vgl. ebd.: 125). In diesen Stil passen sowohl die pastellfarbene Fassade in den Stil der 1950er Jahre, als auch die Außenbestuhlung, die Industrielampe, die geflieste Theke und die Karte, die auf dem Bürgersteig platziert ist. Die Stühle sind dem „funktionalistischen“ „Spaghetti-Stuhl“, einem Designklassiker von Huldreich Altorfer aus dem Jahre 1948, nachempfunden (vgl.: www.architonic.com/de/pmp/huldreich-altorfer/8100008/2/2/1). Die Stuhlbeine, die beim Original des Spaghetti-Stuhls gerade sind, lassen aufgrund ihrer leichten Schrägstellung jedoch umso mehr an das Design der 1950er Jahre denken. Der Tisch auf der rechten Seite wirkt aufgrund seiner Form futuristisch und ähnelt dem Designklassiker des „Tulip Chair“ von Eero Saarinen, ebenfalls aus dem Jahre 1948. Auch Saarinen orientierte sich an dem funktionalistischen Design des Bauhaus` (vgl. Fiell, Fiell 2013). Die Lampe, die in den Räumlichkeiten zu sehen ist, lässt sich aufgrund ihrer Form außerdem als „Industrielampe“ des Bauhaus` wieder erkennen (vgl. Morteo 2009). Die ornamentale Karte aus schwarzem Metall, die auf dem Bürgersteig platziert ist und die Kacheln, mit denen die Theke gefliest ist, erinnern wiederum an den Stil des „Art nouveau“ beziehungsweise „Art deco“ der 1920er Jahre (vgl. ebd.).

Demnach wird in dem Erscheinungsbild von „Bullys Bakery“ ein nahezu perfekter US-amerikanischer Designstil der 1950er Jahre produziert, der auf die InterpretInnen sehr ausgewählt und „geplant“, das heißt komponiert wirkt.

Insgesamt deuteten die InterpretInnen das Erscheinungsbild von „Bullys Bakery“ aufgrund seiner (Stil)Merkmale widersprüchlich. Die Analyse der kompositorischen Strukturierung und die Einordnung in einen Stilkanon zeigten jedoch, dass es sich um eine kohärente und hochgradig stilisierte Gestaltung handelt. Das Erscheinungsbild von „Bullys Bakery“ kann schließlich als hochgradig stilisierter avantgardistischer Ausdruck gedeutet werden, der von hohem (sub)kulturellem Kapital zeugt. Die InterpretInnen hatten dabei den Eindruck, dass die Produktion von „Stil“ einen hohen Stellenwert einnimmt. Dies zeigt sich in dem hohem Gestaltungsaufwand und in der

kompositorischen Strukturierung; besonders daran, dass das Erscheinungsbild durch den farblichen Kontrast und die Linienführung zum restlichen Haus abgetrennt wird, welches einen „gewöhnlichen“ bis „grobe“ Stil aufweist.

Die Gemeinsamkeit der unterschiedlichen Stile, die der Vintagestil des Erscheinungsbildes integriert, liegt in der „Authentizität“ und Nachhaltigkeit, ebenso wie einer gewissen kritischen Haltung gegenüber herrschenden (Ästhetik- und Ordnungs-)Vorstellungen des Status quo. Mit Authentizität meinten die InterpretInnen hier sowohl „Echtheit“, als auch „Originalität“ und „Einzigartigkeit“ (vgl. Trebeß 2006: 49). Den Verweis auf Nachhaltigkeit sahen die InterpretInnen darin, dass statt Neuware alte Gegenstände wieder verwendet werden. Beides deuten die InterpretInnen als avantgardistische Werte.

Darüber hinaus ist der Stil Ausdruck von relativ hohem ökonomischem Kapital, da angenommen werden kann, dass die verwendeten Designklassiker beziehungsweise Designmöbel eher teurer sind.

All dies stand für die InterpretInnen in einem gewissen Widerspruch zu dem Subgenre moderner Cafés mit Selbstbedienung, das hier reproduziert wird und das sie als Ausdruck einer eher hegemonialen Haltung beziehungsweise eines hegemonialen Lebensstils interpretierten.

Welcher Lebensstil wurde nun in den Formen des Erscheinungsbild gesehen und wiedererkannt und welche Charakteristika werden dabei sichtbar?

e) Sehendes und wiedererkennendes Sehen eines Lebensstils

Das Erscheinungsbild von „Bullys Bakery“ repräsentiert ein modernes Café mit Selbstbedienung und ein materielles wie immaterielles Angebot, das einem westlichen, urbanen Lebensstils statushöherer Gruppen entspricht und diesen reziprok symbolisiert. Indem es die InterpretInnen an Starbucks erinnerte, wurde es als Ausdruck und Symbol einer dem Status quo gegenüber eher unkritischen politischen Haltung gedeutet.

Mit modernen Cafés mit Selbstbedienung können zwar klassenspezifische Unterschiede hergestellt werden, was sich in ihren (im)materiellen Angeboten niederschlägt, da sie den Konsumpräferenzen von statushöheren Milieus entsprechen, jedoch noch keine milieuspezifischen Unterschiede. Die Wahl des Subgenres „modernes Café mit Selbstbedienung“ alleine reicht danach für statushöhere Milieus nicht aus, um sich von anderen statushöheren sozialen Milieus zu distinguieren. Das Erscheinungsbild von

„Bullys Bakery“ wurde aber als avantgardistischer Ausdruck gedeutet, so dass sich „Bullys Bakery“ selbst als avantgardistisches, modernes Café mit Selbstbedienung bestimmen lässt. Damit lässt es sich in einem statushöheren, avantgardistischen Lebensstil verorten. Denn in den Artefakten des Erscheinungsbildes wurden Symbole erkannt, die der Deutung der InterpretInnen zufolge avantgardistisch konnotiert sind, nämlich Kennerschaft, Kosmopolitismus, Natürlichkeit und Nachhaltigkeit. Außerdem wurde der Stil als unorthodox interpretiert und als Ausdruck von hohem, (sub)kulturellem Kapital. Darin wurde ein ironischer Umgang mit der Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft sowie Tendenzen postmoderner Theorie und eines postmodernen Kunstverständnisses wiedererkannt. In der Natürlichkeit und Nachhaltigkeit der Produkte und der Verwendung nachhaltiger und authentischer Vintageartefakte wurden wiederum Symbole einer Kritik am Status quo, genauer der Hektik urbaner Großstädte und Konsum wieder erkannt.

Der „feine“ Geschmack dieses Lebensstils ist unorthodox und komplex: er ist gleichzeitig süß bis kitschig und minimalistisch respektive funktionalistisch und widerspricht hegemonialen Ästhetikempfindungen. Ästhetik beziehungsweise Design scheint hier einen hohen Stellenwert zu haben.

Der Widerspruch zwischen dem Subgenre moderner Cafés mit Selbstbedienung, mit dem keine Kritik an bestehenden gesellschaftlichen Verhältnissen verbunden ist und dem subkulturellem, avantgardistischem Ausdruck blieb bis zum Ende der Segmentanalyse bestehen. Genau jener Widerspruch zeichnete den Ausdruck dieses Erscheinungsbildes für die InterpretInnen aus.

Setzt man die in dem Erscheinungsbild sichtbaren Symbole in Bezug zu den Sinusmilieus beziehungsweise dem klassentheoretischen Milieuansatz, dann scheint es sich hier um das Milieu der leistungs- und effizienzorientierten *Performer* zu handeln, deren Lebensstil sich durch globalökonomisches Denken und stilistischem Avantgarde-Anspruch auszeichnet (vgl. Geißler 2014: 116).

Das Strukturprinzip, welches das Erscheinungsbild von „Bullys Bakery“ erzeugt und somit immer wieder sichtbar wird – sowohl in den einzelnen Segmenten als auch in den Metakategorien, lässt sich als „besonders modern und stilisiert“ bezeichnen. Die dem Stil inhärente Kritik am Status quo sowie die Natürlichkeit und Nachhaltigkeit der angebotenen Produkte scheinen in erster Linie stilistisch motiviert zu sein, statt aufgrund einer dementsprechenden Haltung gewählt worden zu sein. Dem Typus

„besonders modern und stilisiert“ scheinen auch das Erscheinungsbild von „Men Men“ und „Barettino“ anzugehören.

4.1.5 Ergebnisse der Segmentanalyse von „Fuchs und Elster“



a) Sehendes und wiedererkennendes Sehen des Genres

Das Erscheinungsbild des „Fuchs und Elster“ hat kein Namensschild. Wie die Recherche ergab, heißt der Gastronomiebetrieb „Fuchs und Elster“ (vgl. www.fuchsendelster.com).

In der Segmentanalyse erkannten die InterpretInnen drei verschiedene Genres von gastronomischen Tauschgeschäften in dem Erscheinungsbild des „Fuchs und Elster“ wieder: eine „Bar“, ein „Café“ sowie ein „Restaurant“.

Dem Genre „Bar“ ordneten die InterpretInnen gastronomische Tauschgeschäfte zu, welche hauptsächlich abends bis nachts geöffnet haben, welche sich an ein eher junges Publikum richten und welche vornehmlich alkoholische Getränke (Cocktails, Bier, Wein, Spirituosen) anbieten. Mitunter kann in Bars auch geraucht werden. Für die Sehweise einer Bar sprachen insbesondere die hohe und schmale Form der Stühle in den Fenstern, die an „Barhocker“ erinnern, das dunkelbraune Holz der Fensterrahmen, die ebenfalls dunkelbraune Vase im rechten Fenster, die kühle „Metalllampe“ sowie das schummrige Licht in den Innenräumen des Ladenlokals. Denn mit einer Bar wurden eher dunkle Materialien und Farben ebenso wie „schummrige“ Licht assoziiert. Besonders der Hinweis im linken Fenster „Love the children – don’t be so noisy at night“, schien eindeutig auf eine Bar hinzuweisen.

Gegen eine Bar sprach jedoch vor allem die Tatsache, dass das „Fuchs und Elster“ offenbar tagsüber geöffnet hat. Auch schien die Außenbestuhlung, das heißt Tische und Stühle sowie die Abstellflächen und Barhocker in den Fenstern und auch die Blumen

eher auf ein Café zu verweisen. Mit der Kategorie Café verbanden die InterpretInnen ein ähnliches Angebot wie die InterpretInnen von „Bullys Bakery“.

In dem Papier im großen Fenster erkannten die InterpretInnen außerdem einen Verweis auf ein „Restaurant“ wieder, da darauf zu lesen ist: „Reservierung. Erreichbar...“ sowie „Liebe Gäste...“. Reservierungen schienen ihnen für eine Bar und ein Café eher untypisch. Mit Restaurants verbanden sie wiederum eher abendliche Öffnungszeiten sowie das Angebot von Hauptmahlzeiten und alkoholischen wie nicht-alkoholischen Getränken. Außerdem wird in Restaurants laut InterpretInnen typischerweise *bedient* und länger verweilt. Daneben verbanden sie mit einem Restaurantbesuch vergleichsweise hohe Ausgaben, die jedoch sehr unterschiedlich ausfallen können.

Aufgrund der zu sehenden Symbole mussten alle drei Sehweisen bis zum Schluss der Segmentanalyse aufrechterhalten bleiben. Das lag daran, dass das Erscheinungsbild kaum ein für den gastronomischen Bereich typisches *eindeutiges* präsentatives oder diskursives Schild zeigt, welches das materielle und immaterielle Angebot des gastronomischen Tauschgeschäfts des „Fuchs und Elster“ verrät. Auf der Homepage des „Fuchs und Elsters“ wird es als „Bar“, „Cafébar“ und „Restaurant“ ausgewiesen (vgl. www.fuchsendelster.com).

Wie in der Segmentanalyse von „Bullys Bakery“ dargestellt, waren Cafés ursprünglich Ausdruck und Symbol des Lebensstils der Bourgeoisie. Diese Ansicht teilten auch die InterpretInnen des Erscheinungsbildes des „Fuchs und Elsters“. Ähnliches schrieben sie auch dem Genre Restaurant zu. Sie begriffen Cafés und Restaurants also als ursprüngliche Symbole von Lebensstilen höherer Klassen, vor allem wegen des damit verbundenen ökonomischen Aufwands. Schließlich gingen sie aber ebenfalls davon aus, dass in der deutschen Gesellschaft, die als „Wohlstandsgesellschaft“ proklamiert wird, der Großteil der Bevölkerung über so viel Einkommen und Zeit verfügt, dass der Besuch von Restaurants zumindest hin und wieder möglich ist. Die InterpretInnen nahmen also an, dass weder Cafés noch Restaurants a priori statushöheren oder statusniedrigeren Gruppen zugerechnet werden können. Auch Bars scheinen ihnen zufolge eine offene Kategorie von gastronomischen Tauschgeschäften zu sein. Statt der Genres schienen ihnen vielmehr die Subgenres und/oder die Formen des materiellen wie immateriellen Angebots eines bestimmten gastronomischen Tauschgeschäfts darüber zu entscheiden, welcher sozialen Klasse respektive Milieu es zugerechnet werden kann.

Nach Einschätzungen der InterpretInnen ist die Genrekombination des „Fuchs und Elsters“ unorthodox und experimentell, da die drei Genres typischerweise voneinander getrennt werden beziehungsweise in der kulturellen Wissensordnung als einzelne verankert sind. Danach deuteten die InterpretInnen die Genrekonstruktion des „Fuchs und Elsters“ als avantgardistischen Ausdruck (vgl. Ching 1996: 105).

Es wurde weiterhin untersucht, ob das „Fuchs und Elster“ auch spezifisch konnotierte Subgenres repräsentiert. Dabei schien es den InterpretInnen möglich, dass die Subgenres von Cafés, Restaurants und Bars entweder a priori in einem bestimmten Lebensstil oder Milieu verortet werden können oder dass die Zuordnung zu einem Geschmack abhängig ist von den Formen des materiellen wie immateriellen Angebot eines bestimmten Gastronomiebetriebs.

b) Sehendes und wiedererkennendes Sehen der Subgenres von „Fuchs und Elster“

In den Abstellflächen und Barhockern sahen die InterpretInnen ein Verweis auf ein „modernes Café mit Selbstbedienung“. In diesem Subgenre erkannte die Interpretationsgruppe ein Symbol von urbanen, modernen und westlichen Lebensstilen pluralisierter Dienstleistungsgesellschaften wieder (siehe auch Segmentanalyse von „Bullys Bakery“).

Mit den Formen der weißen Barhocker, die im rechten Fenster zu sehen sind, assoziierten die InterpretInnen zunächst dennoch Starbucks als Symbol globaler, westlicher Massenkultur. In den Barhockern erkannten sie preisgünstige Massenware wieder. Wie schon die InterpretInnen des Erscheinungsbildes von „Bullys Bakery“ annahmen, ging auch diese Interpretationsgruppe davon aus, dass moderne Cafés mit Selbstbedienung den Lebensstil von Habitus mit eher höherem ökonomischem und kulturellem Kapital symbolisieren, also von Milieus der oberen Klasse *und* der Mittelklasse. Denn derartige Cafés schienen auch dieser Interpretationsgruppe in einem statushöherem Lebensstil und (Arbeits)alltag sinnvoll. Insofern lässt sich das Subgenre von modernen Cafés mit Selbstbedienung nach Ansicht der InterpretInnen a priori statushöheren Gruppen zuordnen. Allerdings nahm auch diese Interpretationsgruppe an, dass mit dem Subgenre von modernen Cafés mit Selbstbedienung zwar *klassenspezifische* Unterschiede ausgedrückt, jedoch noch keine *milieuspezifischen* feinen Unterschiede erzeugt werden können.

Von Beginn an empfanden die InterpretInnen die Barhocker jedoch als nicht zum Rest des Erscheinungsbildes passend. Außerdem stehen die Bahrocker und Abstellflächen in den Fenstern auf dem Erscheinungsbild wortwörtlich im Hintergrund, denn vor ihnen ist eine massiv wirkende Außenbestuhlung positioniert. Auf der Homepage des „Fuchs und Elster“ wird außerdem der Begriff „Cafébar“ verwendet. Dies wurde als Abgrenzung zu konventionellen modernen Cafés mit Selbstbedienung und den damit verbundenen Konnotationen verstanden. Es soll offenbar kenntlich gemacht werden, dass hier ein Unterschied zu modernen Cafés mit Selbstbedienung besteht, die Starbucks nachbilden. Alles zusammen deuteten die InterpretInnen schließlich so, dass die Angebote eines modernen Café mit Selbstbedienung zwar potentiell offeriert werden, dass dieses Subgenre hier jedoch nicht im Vordergrund steht, sondern eher die mit einem Café verbundenen grundlegenden Konstruktionen. Dies wiederum deuteten sie als Abgrenzung zu modernen Cafés mit Selbstbedienung und der damit zusammenhängende Konnotation westlicher Massenkultur.

Mit den Formen des Erscheinungsbildes des „Fuchs und Elsters“ assoziierten die InterpretInnen eine eher mediterrane Küche, so dass sie von einem mediterranen Restaurant als Subgenre von Restaurants ausgingen. Mediterrane Restaurants als Subgenre von Restaurants schienen ihnen jedoch eine relativ offene Kategorie zu sein, so dass erst die Formen eines bestimmten Restaurants darüber entscheiden, welchem Geschmack dieses zugerechnet werden kann.

In den Formen des Erscheinungsbildes erkannten die InterpretInnen keinen Verweis auf ein spezifisches Subgenre von Bars, etwa eine „Karaoke-Bar“, eine „Film-Bar“ oder „Musik-Bar“.

Das Erscheinungsbild des „Fuchs und Elster“ wurde als *avantgardistischer Ausdruck* gedeutet. Denn nicht nur die Genrekonstruktion schien den InterpretInnen avantgardistisch, sondern auch ihr materielles und immaterielles Angebot, welches die Artefakte repräsentieren. Gleichsam wurde das Ausdrucksgeschehen des Erscheinungsbildes selbst, das zwar auch auf das Angebot des Gastronomiebetriebs verweist, aber nicht vollkommen darin aufgeht, als avantgardistisch eingestuft.

Auf welche Waren und Praktiken verweist das Erscheinungsbild zunächst, die im Rahmen dieses Sinngewebes als „avantgardistisch“ interpretiert wurden?

c) Sehendes und wiedererkennendes Sehen der angebotenen Waren und Praktiken

Den einzigen Verweis auf das materielle Angebot stellt der Schriftzug „AID“ im rechten Fenster dar. Aufgrund des Designs und der Typographie wurde darin eine Werbung von „Lemonaid“ wiedererkannt. Wie in der Segmentanalyse von „Bullys Bakery“ dargestellt, ist „Lemonaid“ eine relativ hochpreisige, eher unbekannte „Biolimonade“ (vgl. www.lemon-aid.de). Insofern wird hier auf ein relativ teures Biogetränk verwiesen, was als distinktiertes Angebot interpretiert wurde, das man sich leisten können muss und möchte. Außerdem verweist eine unbekannte Biolimonade symbolisch auf ein gewisses ökologisches Bewusstsein und Kennerschaft. In beidem erkannten die InterpretInnen Symbole eines avantgardistischen Ausdrucks wieder.

Den InterpretInnen fiel es aufgrund der unorthodoxen Genrekonstruktion und fehlender Angebotsschilder schwer, auf weitere materielle Angebote des „Fuchs und Elsters“ zu schließen. Sie nahmen aber an, dass „feine“, vornehmlich mediterrane und globale, moderne und avantgardistische Speisen und Getränke angeboten werden, also eher unkonventionelle Waren.

Das „Fuchs und Elster“ wurde an einem Wochentag und zur Mittagszeit fotografiert. Die Öffnungszeiten deuten darauf hin, dass es sich an KundInnen richtet, deren Arbeitsverhältnisse es zulassen, mittags ein Café zu besuchen. Indem das Subgenre eines modernen Café mit Selbstbedienung in der Gesamtkomposition untergeht, scheint es sich primär nicht an KundInnen zu richten, die eine Mittagspause in ihrem Arbeitsablauf einlegen. Dennoch konnten sich die InterpretInnen vorstellen, dass hier an Laptops gearbeitet wird.

Das Arbeiten in Gastronomiebetrieben wie dem „Fuchs und Elster“, symbolisiert laut InterpretInnen freiberufliche oder flexible Beschäftigungsverhältnisse des tertiären Sektors, die das Arbeiten im Café erlauben. Im Rahmen eines avantgardistischen Sinngewebes dachten die InterpretInnen dabei vor allem an kreative Berufe. Wenn Habitus in Cafés arbeiten, können sie ausdrücken, dass sie dem kreativen Milieu angehören. Dies kann in Anlehnung an Veblen als „demonstrative (Kreativ)Arbeit“ begriffen werden (vgl. Neckel et al. 2010; Lenger, Priebe 2013).

Vor den Fenstern steht eine massiv wirkende Außenbestuhlung. In der Position und Massivität der Außenbestuhlung sahen die InterpretInnen darin einen Verweis darauf, dass hier die Einladung zu „demonstrativen Müßiggang“ wortwörtlich im Vordergrund

steht. Damit können die Habitus ausdrücken, dass ihre Arbeitsverhältnisse es zulassen, nachmittags und wochentags Müßiggang zu betreiben, was wiederum gegen Arbeitsverhältnisse spricht, wie sie typischerweise im tertiären Sektor organisiert sind (vgl. ebd.). Dies trifft aber erneut auf freiberufliche und flexible Tätigkeiten zu, wobei die InterpretInnen erneut an kreative Berufe dachten.

Das „Fuchs und Elster“ bietet also den Habitus, die freiberuflichen oder flexiblen, insbesondere kreativen Tätigkeiten nachgehen, die Möglichkeit ihre Berufe zu symbolisieren, wenn sie hier tagsüber und wochentags arbeiten oder Müßiggang betreiben.

Worin zeichnet sich nun der als avantgardistisch gedeutete Stil des Erscheinungsbildes des „Fuchs und Elsters“ aus?

d) Sehendes und wiedererkennendes Sehen des Ausdrucksgeschehens

Rein formal betrachtet zeigt die Gesamtkomposition vielfältige und gegensätzliche Farben, Formen und Materialien. So bestehen farbliche (Komplementär)Kontraste zwischen Braun und Hellblau, Gold und Hellblau und Braun, Gold und Schwarz oder Gold und Silber. Die Materialkontraste bestehen hauptsächlich in der Verwendung von Holz und Metall; die Formkontraste in runden und eckigen Formen. Die Kontraste heben sich gegenseitig hervor und entkräften sich gleichzeitig. Dadurch entsteht eine Spannung, die das Erscheinungsbild zusammengewürfelt und disharmonisch, aber auch interessant und besonders erscheinen lässt (vgl. Düchting 2003). Zwar wirkt das Erscheinungsbild auf den ersten Blick unordentlich und zusammengewürfelt, bei genauerer Betrachtung zeigt sich jedoch, dass nahezu jede Farbe, jedes Material und jeder Stil in einem anderen Element wiederholt wird. Das linke Fenster fällt durch seine Größe und Farbe ein wenig „aus dem Rahmen“, korreliert jedoch mit verschiedenen weißen Elementen, gerade auf der rechten Seite, so dass das Fenster dennoch in das Bild integriert scheint. Die anfangs als unpassend wahrgenommenen weißen Barhocker machen nun auf dem Bildganzen Sinn, da sie das rechte weiße Fenster in das Bild integrieren und farbliche Harmonie schaffen. So entsteht eine (farbliche) Verbindung von der linken mit der rechten Seite. Insgesamt zeigt sich das Erscheinungsbild als kohärente und harmonische Gesamtkomposition, in der kein einziges Element überflüssig oder unpassend wirkt.

Das „Fuchs und Elster“ zeigt keine für den gastronomischen Bereich typische eindeutige Schilder, wie Namens- oder Angebotsschilder (bis auf die umkodierte

„Lemonaid“-Werbung). So wird hier auf grundlegende, eindeutige hegemoniale Bedeutungstypen verzichtet. Die Außenbestuhlung, die Markise und der gestaltete architektonische Bilderrahmen sind die einzigen Symbole dafür, dass hier ein gastronomisches Tauschgeschäft angeboten wird. Dies erschien den InterpretInnen unorthodox und experimentell, das heißt avantgardistisch. Artefakte und ein gestalteter architektonischer Bilderrahmen als präsentative beziehungsweise denotative und konnotative Symbole sind laut InterpretInnen weitaus undeutlicher und schwieriger zu dekodieren als Schilder. Indem das Erscheinungsbild also keine Schilder zeigt, stellt seine Interpretation beziehungsweise seine Dekodierung eine gewisse Herausforderung dar. Die Schwierigkeit, das Erscheinungsbild zu entschlüsseln, spiegelte sich auch in der Segmentanalyse wieder. So war es für die InterpretInnen nicht leicht, vorher zu bestimmen, welche Segmente als nächstes aufgedeckt werden würden. Die Schwierigkeit, das Erscheinungsbild zu entziffern, gilt auch für PassantInnen und potentielle KundInnen.

Zwar werden nur präsentative und uneindeutige Bedeutungstypen des gastronomischen Bereichs gebraucht, dafür aber eindeutige und diskursive politische Bedeutungstypen. So ist von der „Lemonaid“-Werbung nur „AID“ zu sehen, was auf Englisch „Hilfe“ bedeutet. Zusammen mit „Refugees are welcome“, was im mittleren Fenster zu lesen ist, wurde „AID“ von den InterpretInnen als politisches Symbol gedeutet. Der Verweis auf „Refugees are welcome“ ist – wie beim Erscheinungsbild des „Freien Neukölln“ – im Kontext des Konflikts auf dem Oranienplatz im Sommer 2014 zu verstehen (vgl. www.taz.de/Ein-Jahr-FI%C3%BCchtlingscamp-Oranienplatz/!5057893/; www.tagesspiegel.de/berlin/bezirke/kreuzberg/raeumung-am-oranienplatz-kein-friede-den-huetten/9735914.html). Durch die Umkodierung der „Lemonaid“-Werbung zu einem politischen Symbol wird sie zu einem politischen Bedeutungstyp transformiert. Die beiden politischen Bedeutungstypen wurden von den InterpretInnen als Ausdruck einer linkspolitischen Haltung gedeutet. Beides, das heißt die kreative Umkodierung von Bedeutungstypen und eine linkspolitische Haltung, schien den InterpretInnen als erneut als avantgardistischer Ausdruck.

Die Form des selbstentworfenen und -hergestellten Schilds im linken Fenster, welches die Bitte enthält: „Love the children – don't be so noisy at night“ erinnerte die InterpretInnen an eine Comicsprechblase. Sie fanden es kindisch-frech und zugleich modern. Es zeige einen avantgardistischen Stil und zeuge von hoher Kreativität beziehungsweise inkorporiertem kulturellen Kapital, so die InterpretInnen.

In der Verwendung von Englisch in der Sprechblase und der Umkodierung zum englischen „Aid“ wurde wiederum ein Verweis auf eine internationale Kundschaft und ein Symbol von Kosmopolitismus gesehen.

Insgesamt wirkte das Erscheinungsbild auf die InterpretInnen sehr besonders. Denn eine goldene Fassade scheint ihnen zufolge selten vorzukommen. Das Gold erschien ihnen dabei kitschig-schill. Auch der architektonische Rahmen – die Rundbögen, das von Gebrauch gezeichnete und ornamental verzierte Echtholz sowie die kleinen „Sprossenfenster“ des rechten Fensters – erschienen ihnen außergewöhnlich (vgl. Ching 1996: 181).

Gerade das vom Gebrauch gekennzeichnete Echtholz, aber auch die hellblauen Rundbögen und die Sprossenfenster lösten bei den InterpretInnen romantische und nostalgische Assoziationen aus. Auch die Formen der Außenbestuhlung und der Lampen und Vasen erinnerten die InterpretInnen an vergangene Zeiten. Gebrauchsspuren und Spuren von realen Alterungsvorgängen an Werkstoffen und Oberflächen werden auch als „Patina“ bezeichnet (vgl. Schrade, Voigt 2003: 218). Durch die Patina und das Gold wurden die InterpretInnen an ein altes Schloss erinnert. Insofern weckte das Erscheinungsbild romantische, kitschig-schill und edle Assoziationen. Die romantischen und edlen Assoziationen werden durch die verschiedenen Blumen unterstützt.

Der vom Gebrauch gezeichnete, natürlich und edel erscheinende architektonische Rahmen sowie die durch Patina gekennzeichneten Artefakte bilden laut InterpretInnen einen Gegensatz zu den subkulturellen Graffitis und kleinen Aufklebern, die hässlich und dreckig konnotiert seien. Diese widersprechen hegemonialen Ordnungs- und Ästhetikvorstellungen, so die InterpretInnen. Mit Wirth können diese auch als urban und modernen begriffen werden. Auch die Markise und die halb heruntergelassenen Jalousien wirkten auf die InterpretInnen eher dreckig und unordentlich. Ebenso schienen die vielen kleinen, unterschiedlichen Stühle und Tische zusammengewürfelt und chaotisch. All diese Elemente deuteten die InterpretInnen als Ausdruck einer gewissen subkulturellen „laissez-faire“ Haltung und Offenheit.

Die Graffitis selbst wiederum weisen unterschiedliche Stile auf. Bei dem auf der Jalousie angebrachten Graffiti handelt es sich etwa um ein so genanntes „piece“, ein meistens größerer, gesprayter Schriftzug, der den Namen des „Writers“ darstellt. Bei den kleineren auf der Fassade angebrachten Graffitis handelt es sich um „tags“ (vgl.

Reinecke 2007: 22 in Hammer 2012: 19). Das hellblaue Graffiti rechts neben dem rechten Fenster passt zwar farblich zu den Fensterbögen, ansonsten scheinen die Graffiti allerdings nicht zusammen zu passen. Vielmehr scheinen sie von verschiedenen Autoren erzeugt worden zu sein. Die Graffiti stellten die InterpretInnen vor die Frage, wer der Autor des Erscheinungsbildes ist (vgl. Trebeß 2006: 53). Es scheint hier kein Anspruch auf Autorschaft erhoben zu werden, sondern ein Verständnis „geteilter Autorschaft“ zu bestehen, wobei viele verschiedene, anonyme und unbestimmte Autoren an der Erzeugung des Erscheinungsbildes und seiner Bedeutung beteiligt sind (vgl. ebd: 53; Diaz-Bone 2010: 133ff.). Die aktive Einbindung der Rezipienten und die Dekonstruktion einer festgeschriebenen Autorschaft, ebenso wie die dekonstruktive Unordnung des Stils, erinnerten die InterpretInnen an die Ideen postmoderner Theorie und des postmodernen Kunstverständnis` (vgl. Poynor 2003: 38).

Sowohl der romantisch-nostalgische, kitschig-schrilte und edle Stil als auch der subkulturelle, urbane und moderne Stil stehen laut InterpretInnen weiterhin in Kontrast zu den rustikalen Holzmöbeln und Sonnenblumen, die bei den InterpretInnen ländliche Assoziationen weckten. Denn mit ländlichen Lebensweisen verbanden sie hegemoniale Ordnungsvorstellungen und Traditionsverbundenheit (siehe auch Wirths Urbanitätsbegriff) (vgl. Linder 2004). Im Rahmen einer avantgardistischen Gesamtkomposition erscheint er aber als avantgardistisch beziehungsweise trägt maßgeblich dazu bei, diese als avantgardistisch wahrzunehmen, da seine Verwendung und Kombination mit den anderen Stilen unorthodox erscheint. Mit den rustikalen Holzmöbeln und den Blumen und der Markise, die ländliche Assoziationen wecken, strahlte das Erscheinungsbild für die InterpretInnen eine ländliche Ruhe, jenseits von großstädtischer Hektik, aus. Dies schien ihnen wiederum zu der „laissez-faire“ Haltung passend. Zusammen erzeugen sie eine Atmosphäre, die die InterpretInnen als „urban village“ bezeichneten. Dies wurde von der Interpretationsgruppe als Ausdruck einer Sehnsucht nach dem einem natürlichen Leben gedeutet.

So wirkte das Erscheinungsbild trotz der goldenen, metallenen Fassade auf die InterpretInnen insgesamt sowohl aufgrund des Echtholzes des architektonischen Rahmens und seiner Patina als auch aufgrund der Holzmöbel auf die InterpretInnen sehr „natürlich“ und authentisch (vgl. Baudrillard 1968 in Hauser et al.: 295). Authentisch gebrauchten die InterpretInnen hier im Sinne von echt und einzigartig. Die natürliche Wirkung wird auch durch die verschiedenen Blumen und Pflanzen unterstützt. „Authentisch“ wirkte das Erscheinungsbild auf die InterpretInnen aber auch, da kaum

massenindustriell gefertigte Neuware verwendet wird. Diese Natürlichkeit und Authentizität schien für die InterpretInnen wiederum zu dem ökologischen Bewusstsein passend, welches sie mit dem Verweis auf das Angebot von „Lemonaid“ assoziiert hatten.

In dem Erscheinungsbild des „Fuchs und Esters“ werden also romantische und nostalgische Artefakte mit urbanen, dreckigen und subkulturellen Graffitis kombiniert und ein rustikaler, natürlicher und authentischer Holzstil integriert. Daneben erkannten die InterpretInnen auch einige funktionalistische Gegenstände im Erscheinungsbild wieder, wie die Lampen, die in ihrer Form an „Industrielampen“ des Bauhaus‘ oder die „Edison Glühbirne“ erinnern (vgl. Morteo 2009).

Aufgrund des metallenen Gold und den Keramikfliesen wirkte das Erscheinungsbild auf die InterpretInnen einerseits kühl; wegen des Holzes aber auch warm (vgl. Itten 1979 in Eucker, Walch 1988: 42-43).

Auch wirkte es auf die InterpretInnen einerseits aufgrund der rechteckigen Formen und dunklen Farben männlich. Andererseits erscheint es aufgrund der runden Formen, hellen Farben und den lieblich anmutenden Artefakten weiblich.

Die Komposition des Erscheinungsbildes des „Fuchs und Elsters“ deuteten die InterpretInnen insgesamt als besonders, widersprüchlich, experimentell und hochgradig stilisiert.

Die kompositorische Strukturierung

Das Bild zeigt sich aus einer Zentralperspektive. Vor den Fenstern wurden jeweils drei „Sitzgruppen“ gebildet, die die drei Fenster hervorheben. Diese bilden mit dem Sockel eine Einheit. Durch den Sockel und die Sitzgruppe ergibt sich ein natürlicher „goldener (Bild)schnitt“, der als ideale Bildaufteilung gilt (vgl. Düchting 2003: 35). Dies wurde als Ausdruck von hohem inkorporiertem Kapital gedeutet.

Die Blumentöpfe markieren an beiden Seiten den Bilderrahmen, allerdings reichen sie nur bis zum Ende des Sockels, so dass sich besonders auf der linken Seite eine relative Offenheit des Rahmens ergibt. So wird das Gold über den Rahmen hinaus fortgeführt, wo sich eine Wiederholung derselben Elemente andeutet (eine Massivholztür, eingefasst in einen hellblauen Bogen und Graffitis). Auch weist der weiße Streifen aus dem Bild heraus. Bei genauer Betrachtung jedoch lässt sich auch die Andeutung einer Säule erkennen, die kaum merklich den Bilderrahmen absteckt. Auf der rechten Seite scheint

die Regenrinne jedoch einen klaren Rahmen zur daneben liegenden Fassade zu markieren. Insofern unterstreicht beziehungsweise trägt die kompositorische Strukturierung dazu bei, dass das Erscheinungsbild als eher offen wahrgenommen wird. Dies passt zu der Einstellung geteilter Autorschaft und der offenen „laissez-faire“ Haltung.

Durch den weißen Streifen ist der architektonische Bilderrahmen nach oben hin klar zum restlichen Haus abgegrenzt, wodurch das Erscheinungsbild hervorgehoben wird.

Sehendes und Wiedererkennendes Sehen eines Stilkanons

Ordnet man den Stil des Erscheinungsbildes des „Fuchs und Elster“ stilkanonisch ein, dann lässt sich darin ein eklektischer Vintage- beziehungsweise Retrostil erkennen. Was unter Vintage- beziehungsweise Retrostilen zu begreifen ist, wurde bereits in der Segmentanalyse von „Bullys Bakery“ dargestellt.

In dem Vintagestil des „Fuchs und Elsters“ werden viele verschiedene Stile vergangener Jahrzehnte integriert. Bei der Außenbestuhlung scheint es sich aufgrund ihrer Formen, Materialien und Farben um Vintagestühle verschiedener Jahrzehnte zu handeln. Bei der Vase im rechten Fenster könnte es sich um einen Gegenstand aus den 1950er-1970er Jahren handeln. Außerdem lassen auch Lampen, die in ihrer Form an die funktionalistischen „Industrielampen“ des Bauhaus‘ oder die „Edison Glühbirne“ erinnern, an vergangene Zeiten denken. Der architektonische Rahmen wiederum – die ornamentalen Verzierungen und die Verwendung von Gold und Schwarz - kann dem Jugendstil zugerechnet werden (vgl. Morteo 2009). „Jugendstil ist der Stilbegriff für den in den deutschsprachigen Ländern praktizierten Art nouveau“ des späten 19. und frühen 20. Jahrhunderts. (Ching 1996: 104)

Zu dem Vintagestil scheint auch der Name des Lokals zu passen, denn „Fuchs und Elster“ verweist zum einen auf die Fernsehserie „Unser Sandmännchen“ des „Deutschen Fernsehfunks“ der DDR, in denen Herr Fuchs und Frau Elster, die zwei Hauptcharaktere sind (vgl. www.sandmaennchen.de/freunde/beitraege/fuchs_und_elster.html). Zum anderen erinnerte er die InterpretInnen an die Redewendung: „wo sich Fuchs und Hase Gute Nacht sagen.“

Neben den nostalgischen Artefakten, die vergangenen Jahrzehnten entstammen, sind mit den vielen Graffiti auch urbane und subkulturelle Stilelemente in das Erscheinungsbild eingelassen, die mit Wirth als modern begriffen werden können.

Der Vintagestil ist weniger als nostalgische Sehnsucht an vergangene Zeiten zu begreifen, sondern als ironischer Umgang mit der Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft sowie als Kritik am herrschenden Status quo. Dabei weist er Gemeinsamkeiten mit der postmodernen Theorie und einem postmodernen Kunstverständnis auf (vgl. Guffey 2006: 21).

Was den „Vintagestil“ dieses Erscheinungsbildes auszeichnet, ist seine Authentizität: nahezu jedes Bedeutungselement wirkt authentisch und einzigartig. In der Verwendung von alten Gegenständen mit Gebrauchsspuren sahen die InterpretInnen einen Verweis auf ein ökologisches Bewusstsein.

Das Ausdrucksgeschehen des Erscheinungsbildes des „Fuchs und Elsters“ besteht somit insgesamt aus mannigfaltigen formalen Kontrasten und Stilwechseln. Der Stil des Erscheinungsbildes lässt sich somit als besonderer *eklektischer, kontrastreicher Wechsel* charakterisieren. Insgesamt wirkt das Erscheinungsbild dabei hochgradig stilisiert.

e) Sehendes und Wiedererkennendes Sehen eines Lebensstils

Das Erscheinungsbild des „Fuchs und Elsters“ repräsentiert einen Gastronomiebetrieb, der hegemoniale (Sub)Genrekonstruktionen aufbricht. Ebenso werden in dem Erscheinungsbild selbst hegemoniale Vorstellungen davon aufgebrochen, wie auf Gastronomiebetriebe typischerweise im Stadtraum verwiesen wird. Zudem weicht sein widersprüchlicher und komplexer Stil von hegemonialen Ordnungs- und Ästhetikvorstellungen ab; ebenso von hegemonialen Vorstellungen von Autorschaft.

Insofern erkannten die InterpretInnen in dem Erscheinungsbild einen avantgardistischen Lebensstil wieder, der sich durch einen unorthodoxen und experimentellen Ausdruck und Geschmack auszeichnet. Dieser ist wiederum widersprüchlich und besonders: einerseits romantisch, kitschig-schill und edel, andererseits unordentlich, subkulturell, urban und modern sowie natürlich. Indem die unterschiedlichsten Stile aufgegriffen und formale Gegensätze miteinander kombiniert werden, scheint eine Zuordnung zu hegemonialen Geschmäckern abgelehnt zu werden. Dies zeugt jedoch von hohem kulturellem Kapital. Ästhetik und Formen scheinen in diesem Lebensstil einen großen Stellenwert zu haben.

Dem hier wieder erkannten Lebensstil wurden weiterhin folgende Eigenschaften zugesprochen:

- hohe Kreativität,

- die Präferenz für natürliche und authentische sowie nachhaltige Produkte und Gegenstände,
- (Subkulturelle) Kennerschaft,
- Kosmopolitismus,
- eine linkspolitische Einstellung und eine kritisch-ironische Haltung gegenüber dem Status quo,
- eine offene „laissez-faire“ Haltung,
- einen ironischen Umgang mit der Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft,
- ein Verständnis von postmoderner Theorie und Kunst.

In dem Erscheinungsbild des „Fuchs und Elsters“ wurde schließlich ein avantgardistischer Lebensstil wieder erkannt, der über hohes (sub)kulturelles Kapital und eher geringes ökonomisches Kapital verfügt.

Dieser Lebensstil beinhaltet in sich einen Widerspruch: einerseits wird eine linkspolitische, offene „laissez-faire“ Einstellung ausgedrückt, andererseits aber zeichnet er sich durch einen schwierig zu entziffernden, antihegemonialen Stil aus, der nur von jenen verstanden werden kann, die ebenfalls über hohes (sub)kulturelles Kapital verfügen und sich nicht an hegemonialen Konstruktionen orientieren.

Setzt man diese Charakteristika in Bezug zu den Sinusmilieus, dann scheint es sich hier um das Milieu der *Expeditiven* zu handeln, das heißt um die unkonventionelle kreative Avantgarde, die hyperindividualistisch, mental und geografisch mobil sowie und immer auf der Suche nach neuen Grenzen und nach Veränderung ist (vgl. Geißler 2014: 116).

Das Strukturprinzip, welches das Erscheinungsbild des „Fuchs und Elster“ hervorbringt, lässt sich als „besondere und unorthodoxe Authentizität“ bezeichnen. Dem Typus „besondere und unorthodoxe Authentizität“ wurden auch die Erscheinungsbilder des „Vin Acqua Vin“, „Ein Laden“ und „Pizza a Pezzi“ zugerechnet, da auch diese Bilder von demselben Prinzip strukturiert zu sein scheinen. Das Strukturprinzip „besondere Authentizität“ ist im Erscheinungsbild des „Fuchs und Elster“ jedoch am stärksten ausgeprägt.

4.1.6 Ergebnisse der Segmentanalyse von „Falafel Jakoub“



a) Sehendes und wiedererkennendes Sehen des Genre

Aufgrund der sichtbaren Symbole, Anzeichen und seinem Stil wurde das Erscheinungsbild von „Falafel Jakoub“ als Repräsentation eines „Imbiss“, das heißt eines „Schnellrestaurants“ gedeutet. Was die InterpretInnen mit Imbissen assoziierten, wurde bereits in der Segmentanalyse des Erscheinungsbildes des „Saharas“ dargestellt.

Für die Sehweise, dass das Erscheinungsbild einen Imbiss repräsentiert, sprachen besonders die diskursiven Symbolisierungen: erstens das Namensschild und zweitens die auf der Tafel und dem Angebotsschild aufgelisteten materiellen Angebote und Preise. Auch zeigt ein seitlich angebrachtes präsentatives Schild links oben neben der Markise einen „Schawarmaspieß“ (dieses wurde in der Segmentanalyse hinzugezogen). Nach Deutung der InterpretInnen repräsentieren die Schilder einen Imbiss, da sie auf Mahlzeiten verweisen, die schnell verzehrt werden können und preisgünstig sind. Außerdem wurden die durch das Fenster zu erahnenden Artefakte – Theke und Tafel – als typische Symbole von Imbissen interpretiert. Eine Außenbestuhlung als Symbol respektive Anzeichen schien den InterpretInnen nicht unbedingt typisch für Imbisse.

b) Sehendes und wiedererkennendes Sehen des Subgenres von „Falafel Jakoub“

In dem materiellen wie immateriellen Angebot auf das das Erscheinungsbild verweist, erkannten die InterpretInnen einen arabischen Imbiss. Dafür sprachen besonders der Namen des Gastronomiebetriebs, die diskursiven Symbole, die auf „Falafel, Halloumi, Schawarma und Makali“ verweisen und das seitlich angebrachte Schild, das einen Schawarmaspieß zeigt. Aber auch in den durch das Fenster zu erahnenden arabischen Schriftzeichen, der Farbwahl und den ornamentalen Lampen erkannten die InterpretInnen Symbole eines arabischen Imbiss.

Mit dem Subgenre eines *arabischen* Imbiss verbanden die InterpretInnen typischerweise ein „grobes“ oder „gewöhnliches“ materielles wie immaterielles Angebot, dem sie eine exotische Konnotation zuschrieben. Arabische Imbisse betrachteten sie somit als Symbole eines unterprivilegierten oder „gewöhnlichen“ Lebensstils. Arabische Imbisse scheinen den InterpretInnen zufolge aber auch von statushöheren Gruppen frequentiert zu werden, insbesondere von Habitus der Avantgarde und dem sozialökologischen Milieu.

Die angebotenen Waren und Praktiken von „Falafel Jakoub“ scheinen ihnen zufolge dem typischen „groben“ oder „gewöhnlichen“ und exotischen Angebot von arabischen Imbissen zu entsprechen. Der Stil des Erscheinungsbildes allerdings schien auf den ersten Blick allerdings nicht einem „groben“ oder „gewöhnlichen“ Ausdruck zu entsprechen, sondern einem avantgardistischen Ausdruck. Im Laufe der Segmentanalyse entpuppte er sich aber nach und nach als „gewöhnlicher“ Stil, der den Stil „feiner“, avantgardistischer Erscheinungsbilder nachahmt. „Falafel Jakoub“ deuten die InterpretInnen schließlich als Repräsentation eines „gewöhnlichen“, „präventiösen“ Imbiss und als „präventiöses“ Ausdrucksgeschehen.

Auf welche Waren und Praktiken wird zunächst verwiesen, die im Rahmen der Gesamtkomposition des Erscheinungsbildes „grob“ oder „gewöhnlich“ und exotisch erscheinen?

c) Sehendes und wiedererkennendes Sehen der angebotenen Waren und Praktiken

Die Angebote und Preise, die auf der Tafel aufgelistet sind, scheinen einem „groben“ arabischen Imbiss` zu entsprechen – was nun nicht bedeuten soll, dass „Falafel Jakoub“ ungenießbare Speisen anbietet. Auch die auf dem Tisch zu sehende „Lipton Ice tea“ Dose schien den InterpretInnen als Ausdruck eines konventionellen, das heißt „groben“ oder „gewöhnlichen“ Geschmacks. Denn laut InterpretInnen gehört „Lipton Ice tea“ zum „Unilever“ Konzern, einem der größten europäischen Hersteller von Nahrungsmitteln (vgl. www.unilever.de/). Somit handelt es sich dabei um konventionelle Massenware.

„Frischer Orangensaft“ – auf den explizit hingewiesen wird – hingegen ist ein materielles Angebot, welches im Gegensatz zum typischen Angebot von Imbissen gesund ist. Gesundheit als Wert wurde wiederum als Ausdruck von höherem kulturellem Kapital und von distinktiven Verhalten eher „gehobener“ Lebensstile gedeutet.

Die Außenbestuhlung, die den InterpretInnen aufgrund ihrer Form gemütlich erschien, wurde so gedeutet, dass hier auch länger und tagsüber in Gruppen verweilt werden kann, was der ursprünglichen Vorstellung von Imbissen gegenüber steht. Die Außenbestuhlung entspricht also mehr einer Mischform von Imbiss und Restaurant, wie sie nach Angabe der InterpretInnen häufig in „gehobenen“ Imbissen verwendet werden. Dennoch scheinen Imbisse sowie die Mischformen von Imbissen und Restaurants und somit auch „Falafel Jakoub“ weiterhin nicht zu ausgedehntem Verweilen einzuladen, da sie eben schnelle, einfache Speisen anbieten, die oftmals auch ohne Teller und Besteck verzehrt werden können. Demnach scheinen sie auch nicht zu demonstrativen Müßiggang einzuladen.

d) Sehendes und wiedererkennendes Sehen des Ausdrucksgeschehens

Besonders der Stil des Erscheinungsbildes, der den Stil des Lokals repräsentiert aber auch als eigener Ausdruck zu verstehen ist, führte dazu, es als „präventiösen“ Ausdruck zu deuten.

Der Stil des Erscheinungsbildes wurde von den InterpretInnen als eindeutig und gleichzeitig widersprüchlich charakterisiert, da er verschiedene Stile integriert. Wie die Segmentanalyse ergab, ist diese Widersprüchlichkeit auf die Nachahmung eines

„feinen“, avantgardistischen Geschmacks zurückzuführen. Diese Interpretation kam durch unbestimmte gedanken- und visuellexperimentelle Vergleiche zustande.

Zunächst einmal werden für die Erscheinungsbilder von Tauschgeschäften typische und eindeutige Artefakte beziehungsweise Bedeutungstypen verwendet, die als Symbole des (im)materiellen Angebots fungieren. So zeigt das Erscheinungsbild sowohl ein diskursives Namensschild als auch zwei diskursive Angebotsschilder, ein seitlich angebrachtes präsentatives Angebotsschild, einen gestalteten architektonischen Rahmen, eine Außenbestuhlung und eine Markise. Das Namensschild ist eingefasst und relativ massiv. Der Verkauf der Ware und ihr schneller Konsum scheinen hier somit im Vordergrund zu stehen, da auf vielfältige Weise darauf hingewiesen wird. Außerdem werden lediglich Bedeutungstypen aus dem gastronomischen Bereich verwendet.

Auf den ersten Blick wirkte das Erscheinungsbild auf die InterpretInnen aufgrund folgender Merkmale avantgardistisch und subkulturell, da sie einem solchen Stil offenbar entsprechen. Ausschlaggebend für diese Deutung waren folgende Merkmale:

- Die linke schwarze Tafel und ihre Typographie (krakelige und dünne Großbuchstaben).
- Die gesamte Holzoptik. So besteht fast jedes einzelne Artefakt aus Holz: die Außenbestuhlung, das Namensschild, die Angebotstafel auf der rechten Seite und die Blumenkübel.
- Der Kaugummiautomat, da es sich bei diesem um ein kindlich-süß wirkendes Vintageartefakt zu handeln scheint (was darunter zu verstehen ist, wurde in den Segmentanalysen von „Bullys Bakery“ und „Fuchs und Elster“ dargestellt). Außerdem ist dieser von dreckigen, urbanen, subkulturellen „Graffititags“ überzogen. Farblich bildet er einen kecken Kontrast zu den warmen Holzmöbeln.
- Die kubusartigen Blumenkübel an den Seiten, die minimalistisch anmuten.
- Die Kräuter auf dem Tisch.
- Die Markise, die die Assoziation einer mediterranen „laissez-faire“ Haltung und eines „urban village“ weckte (siehe Segmentanalyse „Bullys Bakery“ und „Fuchs und Elster“). Die Assoziation mit der Atmosphäre eines urban village

wird auch durch die Kräuter auf dem Tisch und an den Pflanzen in den Kübeln erzeugt.

- Die Form der Außenbestuhlung, die auf eine Mischform von Imbiss und Restaurant verweist.
- Die Typographie auf dem vertikalen Angebotsschild und dem Namensschild, die auf den ersten Blick einer minimalistischen Typographie zu entsprechen scheinen. Die Buchstaben des Namensschildes wirken durch ihre Anordnung außerdem „unordentlich“ und damit anti-hegemonial.
- Der Name des Lokals erinnert an den altdeutschen Namen „Jakob“, was wiederum in einem „Retrostil“ passend erschien.

Schließlich widersprachen nach Ansicht der InterpretInnen aber die folgenden Stilcharakteristika des Erscheinungsbildes von „Falafel Jakoub“ einem „feinen“, avantgardistischen Stil:

- „Falafel Jakoub“ verweist mit zu vielen deutlichen, massiven und diskursiven Symbolen auf das Angebot eines gastronomischen Tauschgeschäfts.
- Die Ausdrücke „O-Saft“ und „Guten Appetit“, die auf der Tafel zu lesen sind, schienen den InterpretInnen nicht zu einem unkonventionellen, subkulturellen oder avantgardistischen Stil zu passen, da die zu höflich und „gewollt“ unkonventionell klingen.
- Avantgardistische Stile zeichnen sich den InterpretInnen zufolge insbesondere durch ihre Authentizität aus. Sie gebrauchten Authentizität im Sinne von Echtheit und Einzigartigkeit. Hier wird Authentizität aber nur simuliert: Erstens stammen das Holz der Schilder und die Möbel nach Angabe der InterpretInnen aus dem Baumarkt. Es handelt sich dabei also nicht um ausgesuchte Vintageartefakte oder Echtholz, sondern um massenindustrielle und preisgünstige Ware, die als „gewöhnlich“ begriffen werden kann. So sind auch Fenster- und Türrahmen aus Kunststoff gefertigt.
- Weitere Merkmale von avantgardistischen Stilen sind laut InterpretInnen „echte“ Unordnung, Widersprüche und Disharmonie. Hier wird Unordnung insbesondere durch die schief angebrachten Buchstaben auf dem Namensschild jedoch lediglich inszeniert. Tatsächlich aber ist das

Erscheinungsbild hochgradig ordentlich, harmonisch und sauber. So zeigt es eine neu verputzte Fassade aus „Feinputz“ und einen neu und sauber wirkenden Fenster- und Türrahmen (vgl. Ching 1996). Außerdem wird eben in nahezu jedem Artefakt das Material Holz wiederholt. Ebenso wurden die Farben aus einem sehr begrenzten Farbspektrum gewählt, so dass kaum Farbkontraste bestehen. In dieser Ordnung gehen auch die subkulturellen Graffitis und der Kaugummiautomat unter.

- Auch sprechen die warmen, gelben Farbtöne gegen einen subkulturellen Stil, da sich dieser nach den InterpretInnen eher kalter Farben bedient.
- Die warmen Gelb-, Orange-, Rot-, und Brauntöne sind laut InterpretInnen typische Farben des arabischen Raumes. So wird hier eine hegemoniale Farbgebung reproduziert, statt aufgebrochen. Dies wirkte auf die InterpretInnen wiederum nicht experimentell, sondern der bestehenden Ordnung folgend – somit aber auch *nicht* einem subkulturellen, avantgardistischen Stil entsprechend.
- Im Rahmen eines präventösen Sinngewebes wurden auch die ornamentalen Lampen als „grober“ oder „gewöhnlicher“ Ausdruck gedeutet.
- Der Form des seitlich angebrachten Angebotsschilds, das eine Fotografie eines „Schawarmaspiß“ zeigt. Diese wurde als „grober“ Stil gedeutet, der zu einem „gewöhnlichen“ oder „grogen“ Imbiss zu passen scheint.

Insgesamt wirkt das Erscheinungsbild weder besonders männlich, noch besonders weiblich, aufgrund der warmen Farben eher weiblich, aufgrund der eckigen Formen jedoch auch männlich.

Die kompositorische Strukturierung

Das Erscheinungsbild von „Falafel Jakoub“ zeigt sich aus der Zentralperspektive, was eine harmonische und symmetrische Gestaltung erleichtert. Nahezu jedes Element wird auf der anderen Seite wiederholt. Auch greift das rechte längliche Schild die Form der Tür auf und die fast quadratische Tafel das fast quadratische Fenster. Die Pflanzen markieren das Ende der Markise. Zusammen stecken sie den Rahmen des Erscheinungsbildes klar ab. So ist die Bildfläche sehr ausgewogen strukturiert, aber auch kompakt und geschlossen. Außerdem wirkt es durch die auf beiden Seiten oberhalb zu sehenden Balkone leicht eingekesselt. Somit wird der ordentliche und

„gewöhnliche“ Eindruck, den die InterpretInnen bei Betrachtung des Erscheinungsbildes hatten, durch die kompositorische Strukturierung unterstrichen beziehungsweise mit erzeugt.

Sehendes und wiedererkennendes Sehen eines Stilkanons

Zwar sind im Erscheinungsbild von „Falafel Jakoub“ Ansätze eines frechen Vintagestils zu erkennen, diese gehen in dem gesamten Stil jedoch unter, so dass dieser nicht als Vintagestil bezeichnet werden kann. Als funktionalistischer Stil im Sinne des Bauhaus` oder als „Gelsenkirchner Barock“ kann der Ausdruck des Erscheinungsbildes ebenfalls nicht gedeutet werden. In der Farbgebung und in den ornamentalen Lampen lassen sich Ansätze eines arabischen Stils wieder erkennen. Insgesamt lässt sich jedoch kein in der kulturellen Wissensordnung festverankerter Stilkanon wieder erkennen.

e) sehendes und Wiedererkennendes Sehen eines Lebensstils

In dem Erscheinungsbild von „Falafel Jakoub“ wurde ein „präventiöser“ Imbiss wieder erkannt, der den Stil eines avantgardistischen Imbissrestaurants nachahmt. Indem Bilder immer für Jemanden hergestellt werden, lässt sich annehmen, dass die Habitus, die das Erscheinungsbild gestaltet haben, dessen „präventiösen“ avantgardistischen Stil für potentielle KundInnen nachgeahmt haben. Beim Entwurf des Stils orientierten sich die Habitus offenbar hauptsächlich an den vermeintlichen Stilerwartungen statushöherer, avantgardistischer KundInnen. Dabei kommt jedoch der eigentlich „gewöhnliche“ Stil immer wieder zum Ausdruck. Das Erscheinungsbild beziehungsweise der Gastronomiebetrieb selbst wurde deshalb in einem „gewöhnlichen“ Lebensstil mit einem „gewöhnlichen“, hegemonialen Geschmack verortet. Anhand des Erscheinungsbildes lassen sich kaum weitere Aussagen über den Lebensstil treffen, da es hier hauptsächlich um den Verweis auf das Angebot eines gastronomischen Tauschgeschäfts geht.

Setzt man diese Charakteristika in Bezug zu den Sinusmilieus, dann gehören die Habitus, die das Erscheinungsbild gestaltet haben, dem *adaptiv-pragmatischen* Milieu an (vgl. Geißler 2014: 116).

Das Strukturprinzip, welches das Erscheinungsbild von „Falafel Jakoub“ erzeugt, lässt sich als „gewöhnlich und nachahmend“ bezeichnen. Diesem Typus sind auch die Erscheinungsbilder des „Dolly“, „Burger Bunker“, „a’lu“, und „Picalilly“ zuzuordnen – wenn auch in unterschiedlicher Intensität und Ausprägung.

4.2 Ergebnisse des kontrastiven Vergleichs und Einbettung in die Hintergrundtheorie

Mit Hilfe des kontrastierenden Vergleichs der Fallstrukturen und mit Hilfe der aus den Bildern gewonnenen Metakategorien, in denen sich die Strukturprinzipien der Erscheinungsbilder in gemeinsamen und unterschiedlichen Ausprägungen niederschlagen, wurden sechs Typen von Erscheinungsbildern herausgearbeitet:

→ **Distinktion**

Strukturprinzip	„einfach“	„einfach/ pragmatisch“	„gewöhnlich/ nachahmend“	„gewöhnlich/ politische Authentizität“	„besonders/ stilisiert“	„besondere Authentizität“
Genrekonstruktion	hegemonial	hegemonial	hegemonial	hegemonial	Modern	modern/ unorthodox
Subgenre	grob	grob	offen oder grob	offen	modern/fein	modern/fein
Materielles Angebot	einfach/grob	unkonventionell, natürlich	gewöhnlich	unkonventionell, natürlich	unkonventionell, modern	unkonventionell, natürlich
Angebotene Praxisformen	einfach/grob	einfach	gewöhnlich	demonstrativer Müßiggang	demonstrative Arbeit, demonstrativer Müßiggang	demonstrativer Müßiggang
Verweis auf Tauschgeschäft	deutlich, hegemonial	deutlich, hegemonial	deutlich, hegemonial	deutlich, hegemonial	relativ undeutlich, weniger hegemonial	undeutlich, kaum hegemonial
Stil	grob	einfach/ pragmatisch	gewöhnlich/ nachahmend	gewöhnlich/sub- kulturell	besonders stilisiert	Besonders/ unorthodox, stilisiert

Die Strukturprinzipien der Erscheinungsbilder und ihre Ausprägungen in den Metakategorien wurden im Zuge des kontrastiven Vergleichs als Distinktionsmuster und Ausprägungen der Distinktion interpretiert. Um herauszuarbeiten, ob und inwiefern die Distinktionsmuster, die in den Erscheinungsbildern von Gastronomiebetrieben im Reuterquartier zum Ausdruck kommen, den bourdieuschen Distinktionsmechanismen entsprechen, wurden dabei sowohl die Strukturprinzipien als auch die Gemeinsamkeiten und Unterschiede in den Ausprägungen in Bezug zur bourdieuschen Distinktionstheorie gesetzt. Dies wird im Folgenden dargestellt. Welche typischen formalen und inhaltlichen Gemeinsamkeiten und Unterschiede die verschiedenen Habitustypen auf der manifesten und latenten Bildebene repräsentieren und zeigen, das heißt, worin die idealtypischen feinen Unterschiede von Erscheinungsbildern von Gastronomiebetrieben im Reuterquartier bestehen und wie sie hergestellt werden, wird im Fazit beleuchtet.

Distinktionsmuster des Typus „einfach“ beziehungsweise des Milieus der „Prekären“ und/oder „Hedonisten“

Das Prinzip, das sich in den Segmenten des Erscheinungsbildes des „Herthaner“ offenbarte, wurde als „einfach“ beziehungsweise „grob“ bezeichnet. Dieses Prinzip zeigt sich auch in den Metakategorien Genre, Genrekonstruktion, materielles Angebot, angebotene Praxisformen, Stil und Verweis auf das Tauschgeschäft. Das Erscheinungsbild des „Herthaners“ war der einzige Repräsentant dieses Typus, auch wenn es einige Gemeinsamkeiten mit dem Typus „einfach/pragmatisch“ aufweist, was auf das geringe kulturelle Kapital beider Typen zurückzuführen ist. Im Unterschied zu den Erscheinungsbildern, mit denen es Gemeinsamkeiten zeigt, zeichnet es sich dadurch aus, dass die Bildstruktur eindeutig ist und keinerlei Brüche oder Orientierungen an statushöheren Gruppen erkennbar werden. In seiner Struktur ist das Erscheinungsbild des Herthaners insofern „authentisch“.

Das Erscheinungsbild des „Herthaners“ respektive der Typus „einfach“ steht insbesondere im Gegensatz zu den Erscheinungsbildern der Typen „besondere Authentizität“ und besonders/stilisiert“. Dies entspricht dem von Bourdieu formulierten Distinktionsmechanismus, dass der einfache und grobe Stil der unterprivilegierten Klassen statushöheren Klassen als negative Kontrastfolie dient. Andersherum ist der Stil des Typus „einfach“ auch als Reaktion des Habitus auf die Ausdrücke statushöherer statusäquivalenter Gruppen zu verstehen, die auch von ihnen als negative Kontrastfolie „herangezogen“ werden, so dass sie sich zu den Ausdrucksformen statushöherer

Gruppen und anderen statusniedrigen sozialen Milieus der gleichen Klasse abgrenzen. Sie ordnen sich ihrem Habitus und Lebensstil entsprechend in die Kulturwelt gastronomischer Tauschgeschäfte im Reuterquartier ein. Ebenso können die Eigenschaften, die dem Lebensstil potentiell zugesprochen wurden, als distinktiver Ausdruck gedeutet werden. Dennoch stellt ihre Einordnung auch eine gewisse Bejahung der bestehenden sozialen Ungleichheit dar: „in der Gleichgültigkeit ist die stillschweigende Anerkennung des Monopols beschlossen.“ (Bourdieu 1987a: 115)

Distinktionsmuster des Typus „gewöhnlich/nachahmend“ beziehungsweise des Milieus der „Adaptiv-pragmatischen“

Dem Typus „gewöhnlich/nachahmend“ wurden die Erscheinungsbilder des „Falafel Jakoub“, „Dolly“, „a’lu“, „Picalilly“ und „Burger Bunker“ zugeordnet – wenn auch in unterschiedlicher Intensität.

Der Typus „gewöhnlich/nachahmend“ orientiert sich positiv an statushöheren Gruppen, dies insbesondere stilistisch. In der stilistischen Nachahmung soll über den eigenen (einfachen bis gewöhnlichen) Ausdruck gewissermaßen hinweggetäuscht werden - er wird aber dennoch offensichtlich. Insofern wirken die Erscheinungsbilder, die diesem Typus zugerechnet wurden, weniger authentisch als die Typen „einfach“ und „einfach/pragmatisch“. Positive Vorbilder dieser Erscheinungsbilder scheinen dabei jene des Typus „besondere Authentizität“ und „besonders/stilisiert“ zu sein.

Dass sich der Typus „gewöhnlich/nachahmend“ an den Stilen der Typen „besondere Authentizität“ und „besonders/stilisiert“ orientiert, entspricht dem bourdieuschen vertikalen Distinktionsmechanismus der „Prätention“. Avantgardeästhetik – avantgardistisches Stilbewusstsein, distinguierte Praktiken und distinguierte materielle Angebote – scheinen von den Habitus, die dieses Erscheinungsbild für KundInnen erzeugt haben, nicht wahrgenommen werden zu können.

Distinktionsmuster des Typus „einfach/pragmatisch“ respektive des Milieus der „Prekären“ und/oder „Hedonisten“ an der Schnittstelle zum Milieu der „adaptiv-pragmatischen“

Dem Typus „einfach/pragmatisch“ wurden die Erscheinungsbilder des „Saharas“ des „Backshop.Tabak&Presse“ sowie „Small All“ zugerechnet, wenn auch in unterschiedlicher Intensität. Zwar weist der Typus „einfach/pragmatisch“ Gemeinsamkeiten mit dem Typus „einfach“ auf, das Strukturprinzip des Typus „einfach/pragmatisch“ ist jedoch im Unterschied zum Typus „einfach“ durch die

Orientierung an statushöheren Gruppen gekennzeichnet. Dabei scheint es sich um die Besucher der Gastronomiebetriebe der Typen „gewöhnlich/politische Authentizität“ und „besondere Authentizität“ zu handeln, da diese ähnliche (natürliche und nachhaltige) materielle Angebote offerieren. Trotz der positiven Orientierung an statushöheren Gruppen, insbesondere im materiellen Angebot, behält der Typus „einfach/pragmatisch“ den eigenen Ausdruck bei. Diese Authentizität stellt auch den entscheidenden Unterschied zum Typus „gewöhnlich/nachahmend“ dar. Die Distinktionsmuster dieses Typus sind gleichsam als horizontale und vertikale Distinktion gegenüber unterprivilegierten und gleichwertigen Milieus zu begreifen.

Distinktionsmuster des Typus „gewöhnlich/politische Authentizität“ respektive des Milieus der „Sozialökologischen“

Das Strukturprinzip, welches sich in den verschiedenen Segmenten des Erscheinungsbildes des Typus „gewöhnlich/politische Authentizität“ offenbarte, wurde als „politisch motivierte Authentizität“ bezeichnet. Das Erscheinungsbild des „Freien Neukölln“ war der einzige Repräsentant dieses Typus, auch wenn es einige Gemeinsamkeiten mit weiteren Erscheinungsbildern des Reuterquartiers zeigt. So weist es einerseits Gemeinsamkeiten mit den Erscheinungsbildern des Typus „einfach“ auf, andererseits mit dem Typus „besondere Authentizität“ und „besonders/stilisiert“. Zu diesen drei anderen Typen wird aber auch eine deutliche Abgrenzung sichtbar: zum einen durch die politische subversive Haltung und zum anderen durch die Einfachheit/Gewöhnlichkeit des Stils des Erscheinungsbildes. Die Abgrenzung des „Freien Neukölln“ vom Typus „einfach“ stellt ein vertikales Distinktionsmuster dar. So kann davon ausgegangen werden, dass es ihm bei allen Gemeinsamkeiten auch als negative Kontrastfolie dient. Die Abgrenzung zu den Typen „besondere Authentizität“ und „besonders/stilisiert“ ist als horizontale Distinktion zu deuten. Der auch als „gewöhnlich“ gedeutete Stil des Erscheinungsbildes des „Freien Neukölln“ scheint insofern nicht von einem „präventösen“ Bestreben geprägt zu sein – im Gegenteil. Mit dem Typus „besondere Authentizität“ teilt es jedoch die „Authentizität“, so dass der Typus „gewöhnlich/politische Authentizität“ sich horizontal eher vom Typus „besonders/stilisiert“ abgrenzt. Indem Authentizität der positive Horizont des Typus „gewöhnlich/politische Authentizität“ ist, grenzt er sich sowohl vertikal als auch horizontal von Habitus ab, wo Authentizität eine untergeordnete Rolle spielt – so auch vom Typus „gewöhnlich/nachahmend“.

Distinktionsmuster des Typus „besonders/stilisiert“ beziehungsweise des Milieus der „Performer“

Dem Typus „besonders/stilisiert“ wurden sowohl das Erscheinungsbild von „Bullys Bakery“ als auch von „Men Men“ und „Barettino“ zugerechnet. Die „besondere Stilisierung“ dieses Typus ist als vertikales Distinktionsmuster zu begreifen.

Das Strukturprinzip/Distinktionsprinzip dieses Typus wurde zwar ähnlich wie das Strukturprinzip des Typus „besondere Authentizität“ auch als besonders und natürlich charakterisiert, die dem Erscheinungsbild inhärente Kritik am Status quo sowie die Natürlichkeit und Nachhaltigkeit der angebotenen Produkte scheinen aber in erster Linie stilistisch motiviert. Damit ist es letztlich grundlegend anders strukturiert als der Typus „besondere Authentizität“. Die Erscheinungsbilder des Typus „besondere Authentizität“ scheinen positives Vorbild des Typus „besonders stilisiert“ zu sein. Die Tatsache, dass sich die Erscheinungsbilder der Typen „besondere Authentizität“ und „besonders/stilisiert“ unterscheiden und gleichzeitig ähneln, lässt sich erneut auf einen bourdieuschen Distinktionsmechanismus zurückführen. Danach grenzt sich die kreative Avantgarde von anderen statushöheren Milieus ab, die sich wiederum an diesem Mechanismus orientieren, ohne jedoch experimentell zu sein und bestehende hegemoniale Konstruktionen in Frage zu stellen. Obwohl sich der Typus „besonders/stilisiert“ am Typus „besondere Authentizität“ orientiert, grenzt er sich gleichzeitig auch horizontal von diesem ab.

Distinktionsmuster des Typus „besondere Authentizität“ respektive des Milieus der „Expeditiven“

Das Strukturprinzip, das die Erscheinungsbilder des Typus „besondere Authentizität“ hervorbringt, wurde als „besondere und unorthodoxe Authentizität“ rekonstruiert. Dem Typus „besondere Authentizität“ wurden auch die Erscheinungsbilder des „Vin Acqua Vin“, „Ein Laden“ und „Pizza a Pezzi“ zugerechnet. Das Strukturprinzip „besondere Authentizität“ ist im Erscheinungsbild des „Fuchs und Elster“ jedoch am stärksten ausgeprägt. Negative Kontrastfolie dieses Typus scheint insbesondere der Typus „einfach“ zu sein, aber auch jene Typen, die wenig authentisch oder gewöhnlich sind. Denn der positive Horizont des Typus „besondere Authentizität“ ist eben Besonderheit und Authentizität. Insofern grenzt sich dieser Typus sowohl vertikal als auch horizontal von allen anderen Typen ab. Dabei erheben die Habitus dieses Typus „ihre Lebensform

zu einer Kunstform.“ (Bourdieu 1987a: 107) Die kitschigen Formen der Erscheinungsbilder dieses Typus lassen sich mit Bourdieu wie folgt erklären:

„Auf jeden Fall können sie (die avantgardistischen Produzenten) allein es sich erlauben, in einer Art Gewaltstreich in Ablehnung aller Ablehnungen auch die vom Ästhetizismus niederer Stufe geschmähten Objekte parodistisch oder durch Resublimierung neuerlich zu verwerten. Die „Rehabilitierung“ „vulgärer“ Objekte ist umso riskanter, aber auch umso „lohnender“, je geringer der soziale raum-zeitliche Abstand ist und je leichter die „Scheußlichkeiten“ des volkstümlichen Kitsches zu „vereinnahmen“ sind als der kleinbürgerliche Talmi – ganz wie man auch die „Gräßlichkeiten“ (sic) des bürgerlichen Geschmacks dann als „amüsant“ würdigen darf, wenn sie weit genug zurückliegen, um noch als kompromittierend zu gelten.“ (ebd.: 114)

In den Erscheinungsbildern der Gastronomiebetriebe lassen sich somit einige der von Bourdieu formulierten Distinktionsmechanismen erkennen, die ergänzt werden durch horizontale Distinktionsmuster.

5 Fazit

Mit Bourdieus Theorie der symbolischen Gewalt sind menschliche Werke Ausdruck des *modus operandi* des Habitus, der seinerseits *opus operatum* der gesellschaftlichen Strukturen ist. Dabei symbolisieren feine Unterschiede in den Werken der Habitus die faktischen Unterschiede zwischen den Klassen. Sie symbolisieren die bestehenden Klassenunterschiede allerdings nicht nur, sondern sind maßgeblich an der Erzeugung und Reproduktion des Klassengefüges beteiligt. Mit dem klassentheoretischen Milieuansatz nach Vester et al. gilt dies auch heute noch für Deutschland. In der pluralisierten Dienstleistungsgesellschaft Deutschlands (re)produzieren die Habitus nicht nur feine Unterschiede zwischen den Klassen, also vertikale Unterschiede, sondern auch horizontale Unterschiede zu anderen Milieus.

Die feinen Unterschiede in menschlichen Werken werden in Komplizenschaft von Habitus und Kulturwelt erzeugt – in vorliegendem Fall handelt es sich dabei um die Kulturwelt gastronomischer Tauschgeschäfte. Als menschliche Werke sind also auch Gastronomiebetriebe und ihre Erscheinungsbilder von der symbolischen Gewalt geprägt. In vorliegender Masterarbeit wurde die strukturierende Wirkung des sozial angeeigneten, physischen Raumes – der mit der Raumtheorie von Martina Löw kurz als

Raum bezeichnet wird – besonders berücksichtigt und die Erscheinungsbilder als für das Reuterquartier spezifische interpretiert. Denn das Reuterquartier stellt eine eigene, räumlich bestimmte Kulturwelt gastronomischer Tauschgeschäfte dar, die jedoch nicht unabhängig von der Kulturwelt gastronomischer Tauschgeschäfte und gesamtgesellschaftlicher Strukturen besteht.

Die feinen Unterschiede in den Erscheinungsbildern beziehungsweise in den Gastronomiebetrieben selbst, wurden einerseits als Ausdruck des Kampfes um die gastronomische Infrastruktur des Reuterquartiers begriffen. Mit der Raumtheorie von Martina Löw wurde andererseits davon ausgegangen, dass die Erscheinungsbilder auch als Ausdruck des Kampfes um den gesamten (Stadt)Raum des Reuterquartiers begriffen werden können. Denn das Reuterquartier unterliegt seit einigen Jahren einem Bevölkerungs- und Strukturwandel und die Erscheinungsbilder sind Teil des Stadtraumes und symbolisieren die Präsenz der Habitus im Stadtraum. Sie streben an, den Stadtraum ihren Lebensstilen entsprechend zu gestalten. Somit fungieren die Erscheinungsbilder auch als visuelle Herrschaftsinstrumente, insbesondere von statushöheren Klassen beziehungsweise Milieus, die den Stadtraum mit ihren Symbolen visuell besetzen. Die in den Erscheinungsbildern zum Ausdruck kommenden Unterschiede wurden somit als distinktive Spielzüge im Kampf um die gastronomische Infrastruktur des Reuterquartiers und im Kampf um den (Stadt)Raum gedeutet.

Die zu untersuchende Frage vorliegender Masterarbeit war, worin die feinen Unterschiede in den Erscheinungsbildern liegen, wie sie hergestellt werden und welche Bedeutung dies für den symbolischen Kampf im und um das Reuterquartier hat.

Gastronomische Tauschgeschäfte sind in der kulturellen Wissensordnung in Genres, das heißt in Kategorien von kohärenten materiellen Objekten (Waren und Mobiliar) und immateriellen Praktiken klassifiziert. Die Genrekonstruktionen übertragen die Habitus evaluativ auf ihren Lebensstil und wählen dann unbewusst, welches aller möglichen Genres zu ihren Kapitalien und Werten passt. Wie die Segmentanalysen ergaben, sind die Genres gastronomischer Tauschgeschäfte in der pluralisierten Gesellschaft Deutschlands jedoch relativ offene Kategorien, die nicht a priori bestimmten Klassen oder sozialen Milieus zugeordnet werden können. Allerdings scheinen Unterkategorien von gastronomischen Tauschgeschäften bestehen, die a priori einer Klasse zugerechnet werden können, wie Fußballstammkneipen, arabische Imbisse oder moderne Cafés mit Selbstbedienung.

Wie die Segmentanalysen weiterhin ergaben, gibt es hegemoniale, visuelle Vorstellungen davon, wie gastronomische Tauschgeschäfte typischerweise im Stadtraum von ihren Erscheinungsbildern repräsentiert werden beziehungsweise was Erscheinungsbilder „normalerweise“ zeigen. Diese können als typische Bedeutungstypen für Erscheinungsbilder von gastronomischen Tauschgeschäften begriffen werden. Bei diesen (rudimentären) Formvorgaben handelt es sich in erster Linie um diskursive Symbolisierungen, das heißt Namens- und (seitliche) Angebotsschilder und -tafeln, die auf das Tauschgeschäft verweisen. Dies können aber auch bildliche Anzeichen respektive präsentative Symbole sein, die die Angebote direkt anzeigen oder darauf verweisen. Ebenso sind eine gestaltete Außenfassade und Artefakte präsentative, denotative und konnotative Symbole von Gastronomiebetrieben. So können etwa eine Außenbestuhlung und Markisen oder Sonnenschirme besonders im Sommer typische Bedeutungstypen von Gastronomiebetrieben sein. Je mehr die hegemonialen Formvorgaben befolgt werden, desto weniger werden Unterschiede geschaffen und umgekehrt.

Die feinen Unterschieden zwischen den Klassen und Milieus kommen jedoch nicht allein durch die Wahl eines spezifisch konnotierten Subgenres oder durch einen Bruch mit hegemonialen visuellen Vorstellungen zum Ausdruck, sondern schlagen sich vor allem in feinen Differenzen im (im)materiellen Angebot von Gastronomiebetrieben nieder. Als Repräsentationen von spezifisch konnotierten Subgenres und unterschiedlichen (im)materiellen Angeboten *verweisen* die Erscheinungsbilder somit auf Unterschiede. Die Ausdrucksgeschehen der Erscheinungsbilder stellen gleichzeitig einen eigenen bildlichen Ausdruck dar – eine opake Fläche, die sich potentiellen KundInnen und PassantInnen im Stadtraum zeigt. Dieses Ausdrucksgeschehen besteht zwar nicht unabhängig von der Repräsentationsbeziehung, geht aber auch nicht vollkommen in dieser auf, da sich die Habitus bei der Gestaltung der Erscheinungsbilder vornehmlich an anderen Erscheinungsbildern orientieren. Danach *repräsentieren* die Erscheinungsbilder Unterschiede nicht nur, sondern zeigen auch stilistische Unterschiede. Diese resultieren insbesondere aus Unterschieden im Sehen, das heißt der habituellen Hexis. Insofern bestehen verschiedene Dimensionen der Unterscheidung, die im Erscheinungsbild sichtbar werden. Ein Aufbruch hegemonialer visueller Formvorgaben ist dabei als Distinktionsmuster zu begreifen. Werden Formvorgaben nicht befolgt, muss die Repräsentation des (im)materiellen Sachverhalts allein anhand der Artefakte und der Gestaltung der Außenfassade erschlossen werden.

Davon ausgehend, dass diese Symbole wesentlich weniger deutlich sind als etwa diskursive Anzeichen, sind Erscheinungsbilder, die lediglich konnotative Symbole aufweisen insgesamt erheblich schwerer zu entschlüsseln. Ihre Dekodierung erfordert hohes kulturelles Kapital, insbesondere Kennerschaft.

Wie die Analyse ergab, bestehen im Reuterquartier sechs verschiedene Typen von Erscheinungsbildern von Gastronomiebetrieben. Im folgenden Abschnitt wird dargestellt, worin die idealtypischen feinen Unterschiede in den Erscheinungsbildern bestehen und wie sie erzeugt werden. Welche Distinktionsmuster aus den Unterschieden herausgearbeitet wurden und welche Rückschlüsse davon ausgehend auf den symbolischen Kampf im und um Raum getroffen werden können, werden im anschließenden Abschnitt erläutert.

5.1 Formale und inhaltliche Unterschiede

Formale und inhaltliche Charakteristika von „**einfachen**“ respektive von „prekären“ oder „hedonistischen“ Erscheinungsbildern im Reuterquartier sind:

- hegemoniale Genrekonstruktionen, das heißt die Wahl von lediglich *einem* Genre,
- Verweis auf ein als „grob“ konnotierten Subgenres,
- Angebot von konventionellen oder „grogen“ Produkten,
- Angebot von einfachen Praxisformen, kein Angebot zu demonstrativen Müßiggang,
- Verwendung von *mehreren* für gastronomische Tauschgeschäfte typischen denotativen Bedeutungstypen (diskursive und präsentative Namens- und Angebotsschildern, die beleuchtbar sind, in Signalfarben gestaltet sind und eine massive Computerschrift zeigen), womit ein deutlicher Verweis auf das Tauschgeschäft einhergeht,
- kein im Stilkanon spezifisch verankerter Stil oder ein als grob konnotierter Stil, z.B. „Gelsenkirchener Barock“,
- keine Stilbrüche,
- (präsentative oder diskursive) Produktwerbungen von Produktherstellern,
- Keine Blumen (wenn dann Topfpflanzen),

- Sonnenschirme,
- preisgünstige massenindustriell gefertigte Artefakte,
- Materialillusionismus,
- Signalfarben,
- nahe Platzierung der Angebotsschilder am Gebäude,
- Wahl von männlichen Formen,
- Verwendung von Hochdeutsch und Dialekt,
- disharmonische planimetrische Komposition.

Formale und inhaltliche Charakteristika des Typus „**besondere Authentizität**“ beziehungsweise des „expeditiven“ Milieus sind:

- Aufbruch hegemonialer Genrekonstruktionen,
- Verweis auf ein nicht spezifisch konnotiertes Subgenre oder auf ein als „fein“ konnotierten Subgenre,
- authentische, das heißt natürliche und nachhaltige materielle Angebote, jenseits von Massenprodukten (hausgemachte, regionale und saisonale Angebote),
- Angebot zu demonstrativen Müßiggang ,
- wenige undeutliche denotative oder lediglich konnotative Bedeutungstypen gastronomischer Tauschgeschäfte (unauffällige, handbeschriebene Namens- und Angebotsschilder oder keine Schilder),
- ein Vintagestil, der durch Stilbrüche gekennzeichnet ist, neue und alte Artefakte integriert, urbane und ländliche Elemente (Pflanzen/Blumen, rustikale Holzmöbel) verbindet und entweder süß, kindlich oder romantisch wirkt,
- Gebrauchsspuren (durch Vintagemöbel und/oder Patina der Fassade, z.B. in Form von Graffiti),
- Pastellfarben,

- Markisen,
- eine gewisse Unordnung,
- Graffiti als Ausdruck einer unbestimmten Autorschaft,
- Kritik am Status Quo,
- kein oder wenig Gebrauch von günstiger Massenware,
- Platzierung der Angebotsschilder weit im Straßenraum,
- keine Werbung von Produktherstellern,
- Verwendung Hochdeutsch und Englisch,
- weiblich konnotierten Farben und Formen,
- große (Schau)Fenster,
- ein hoher Gestaltungsaufwand,
- „sorgfältig“ arrangierte und offene planimetrische Komposition.

Die Erscheinungsbilder des Typus „**besonders/stilisiert**“ beziehungsweise des Milieus der „Performer“ weist viele Gemeinsamkeiten mit dem Typus „besondere Authentizität“ auf. Bei allen Gemeinsamkeiten haben die Erscheinungsbilder des Typus „besonders/stilisiert“ im Unterschied zum Typus „besondere Authentizität“ allerdings folgende Merkmale:

- Reproduktion „feiner“, moderner Subgenres,
- Angebot von kleinen, globalisierten Süßspeisen und Snacks zu relativ hohen Preisen,
- Verweis auf demonstrative Arbeit,
- durchweg helle , freundliche Farben,
- minimalistische Formen,
- Verwendung teurerer Artefakte,
- keine Kritik am Status quo, das heißt auch keine politischen Bedeutungstypen,
- wenig(er) Gebrauchsspuren, dadurch insgesamt ordentlicher(er) Ausdruck,

- insgesamt wenig(er) authentische Wirkung,
- Nutzung der planimetrischen Komposition zur Kundengenerierung.

Erscheinungsbilder des Typus „**gewöhnlich/nachahmend**“ beziehungsweise des „adaptiv-pragmatischen“ Milieus weisen einerseits Merkmale von „einfachen“ Erscheinungsbildern auf, andererseits haben sie aber auch Merkmale von Erscheinungsbildern der Milieus der „Expeditiven“ und/oder der „Performer“, die sich insbesondere darin niederschlägt, dass sie auf den ersten Blick weniger deutlich wirken als „einfache“ Erscheinungsbilder. Insgesamt erscheinen sie weder „grob“, noch „besonders“, sondern schlichtweg „gewöhnlich“. Demnach weisen „gewöhnliche/nachahmende“ Erscheinungsbilder folgende Charakteristika auf:

- hegemoniale Genrekonstruktionen, das heißt die Wahl von lediglich *einem* Genre,
- Verweis auf „grobe“ oder unspezifisch konnotierte Subgenres,
- kein Angebot von natürlichen und nachhaltigen Produkten, sondern von konventionellen Massenprodukten,
- Angebot zum längeren Verweilen,
- Verwendung von *mehreren* für gastronomische Tauschgeschäfte typischen denotativen Bedeutungstypen mit besonderer Typographie, die jedoch weniger deutlich als beim Typus „einfach“ sind und deutlicher als beim Typus „besondere Authentizität“ oder „besonders/stilisiert“,
- die Verwendung von preisgünstigen, massenindustriell gefertigten Artefakten,
- Verwendung von Blumen und Markisen,
- insgesamt eine ordentliche, harmonische Gestaltung ohne Stilbrüche, das heißt zueinander passende Farben, Materialien und Artefakte,
- wenige Graffitis, die jedoch in der Gesamtkomposition untergehen,
- Verwendung von Hochdeutsch und Englisch,
- nahe Platzierung der Angebotsschilder am Gebäude,

- eine gewöhnliche kompositorische Strukturierung, das heißt weder besonders offen noch disharmonisch.

Erscheinungsbilder des Typus „**einfach/pragmatisch**“ sind an der Schnittstelle des Typus „einfach“ und des Typus „gewöhnlich/nachahmend“ anzusiedeln. Ihre Erscheinungsbilder sind ähnlich strukturiert wie die des „einfachen“ Typus. Sie repräsentieren oder zeigen jedoch eine mehr oder weniger starke Orientierung an statushöheren Erscheinungsbildern in Form des materiellen Angebots oder in Form von Außenbestuhlung.

„**Gewöhnliche, politisch authentische**“ Erscheinungsbilder beziehungsweise des „sozialökologischen“ Milieus weisen im Reuterquartier sowohl Charakteristika von „einfachen“ Erscheinungsbildern auf, da sie von einem gewöhnlichen Geschmack erzeugt werden, als auch Charakteristika von „besonders authentischen“ Erscheinungsbildern. So verweisen „gewöhnliche/politisch authentische“ Erscheinungsbilder auf

- hegemoniale Genrekonstruktionen, das heißt die Wahl von lediglich *einem* Genre,
- Verweis auf kein spezifisch konnotiertes Subgenre,
- Angebot von authentischen, das heißt von natürlichen und nachhaltigen materiellen Produkten, jenseits von Massenprodukten,
- Verweis auf politische und kulturelle Aktivitäten außerhalb des Gastronomiebetriebs,
- Angebot von politisch motivierten, demonstrativen Müßiggang.
- Verwendung von typischen denotativen Symbolen von gastronomischen Tauschgeschäften mit besonderer Typographie, die jedoch weniger deutlich als beim Typus „einfach“ sind und deutlicher als beim Typus „besondere Authentizität“ oder „besonders/stilisiert“,
- keine Stilbrüche,
- niedriger Gestaltungsaufwand,
- Verwendung von Hochdeutsch und weiteren Sprachen,

- politische Symbole,
- nahe Platzierung der Angebotsschilder am Gebäude,
- gewöhnliche (massenindustriell gefertigte und preisgünstige) Artefakte, die zusammen passen,
- männlich konnotierte Farben und Formen,
- Naturfarben,
- eine weder besonders harmonische oder sorgfältige, noch disharmonische kompositorische Strukturierung.

Indem Erscheinungsbilder autopoietische Systeme darstellen und Realtypen immer auch von Idealtypen abweichen, unterschieden sich reale Erscheinungsbilder immer von den typischen Charakteristika.

5.2 Bedeutung der feinen Unterschiede im symbolischen Kampf im und *um* Raum

Zunächst einmal zeigen die Häufigkeiten der Erscheinungsbilder, dass das Reuterquartier zum Zeitpunkt der Untersuchung ein heterogenes Stadtviertel ist, da sie auf unterschiedliche statushöhere und statusniedrigere Milieus verweisen.

Die feinen Unterschiede, die die Erscheinungsbilder repräsentieren und zeigen, resultieren aus Distinktionsmustern, die zum großen Teil den bourdieuschen Distinktionsmechanismen entsprechen. So zeigte sich, dass das „grobe“ Erscheinungsbilder der unterprivilegierten Klasse statushöheren Klassen beziehungsweise Milieus weiterhin als negative Kontrastfolie dient. Außerdem konnte herausgearbeitet werden, dass die Erscheinungsbilder der kreativen Avantgarde sich nicht nur von den „groben“ Erscheinungsbildern unterscheiden, sondern von allen anderen Erscheinungsbildern – auch von ebenfalls statushohen Erscheinungsbildern. Weiterhin wurde konstatiert, dass die Erscheinungsbilder des Milieus der „Expeditiven“ sowohl den ebenfalls statushohen „Performern“ als positive Orientierungs(vor)bilder dienen, als auch den „adaptiv-Pragmatischen“. Lediglich die Habitus des „sozialökologischen“ Milieus orientieren sich nicht an den Ausdrücken der „Expeditiven“.

Betrachtet man nun die Häufigkeiten der Gastronomiebetriebe, auf die die Erscheinungsbilder verweisen, dann zeigt sich folgendes:

Im Reuterquartier gibt es nur einen Gastronomiebetrieb, der die Präferenzen des „prekären“ Milieus bedient. Auch das Milieu der „Sozialökologischen“ ist nur einmal vertreten. Von den insgesamt 17 untersuchten Erscheinungsbildern bedienen 4 die Präferenzen der „Expeditiven“ und drei die Präferenzen der Performer. Die übrigen 8 Erscheinungsbilder wurden dem „adaptiv-pragmatischen“ Milieu zugerechnet. Ihre Gastronomiebetriebe orientieren sich ebenfalls, wenn auch unterschiedlich stark, an den Präferenzen statushöherer Milieus, die sie zu bedienen versuchen.

Es lässt sich also feststellen, dass die gastronomische Infrastruktur des Reuterquartiers deutlich dem Lebensstil statushöherer Gruppen entspricht beziehungsweise darauf ausgerichtet ist, obwohl Neukölln insgesamt ein prekäres Stadtgebiet ist. (vgl. [www.statistik-berlin-](http://www.statistik-berlin-brandenburg.de/instantatlas/interaktivekarten/sozialbericht2013/atlas.html)

[brandenburg.de/instantatlas/interaktivekarten/sozialbericht2013/atlas.html](http://www.statistik-berlin-brandenburg.de/instantatlas/interaktivekarten/sozialbericht2013/atlas.html)) Somit zeigt sich der Bevölkerungs- und Strukturwandel des Reuterquartiers auch in den Erscheinungsbildern von Gastronomiebetrieben, da statushöhere Ausdrücke beziehungsweise daran orientierte Erscheinungsbilder deutlich überrepräsentiert sind.

Die bourdieuschen Distinktionsmechanismen führen also offenbar auch im Reuterquartier dazu, dass der Kampf um die gastronomische Infrastruktur zu Gunsten statushöherer Milieus geführt wird. Die Erscheinungsbilder der „Expeditiven“ und der „Performer“ sind so konzipiert, dass sie lediglich von Habitus mit hohem kulturellem Kapital und subkultureller Kennerschaft dekodiert werden können, so dass Habitus mit geringem kulturellem Kapital ausgegrenzt werden. Auch sind ihre komplexen Stile für Habitus mit geringerem kulturellem Kapital schwierig nachzuahmen, was als Schutz und Entlarvung von „Prätention“ gedeutet werden kann. Die Gastronomiebetriebe dieser Milieus sollen scheinbar exklusiv von ihnen genutzt werden. Beim Typus „besondere Authentizität“ besteht danach ein gewisser Widerspruch: die Erscheinungsbilder symbolisieren eine authentische und linkspolitische, offene Haltung, richten sich jedoch an statushöhere Gruppen. Mehr noch: im Kampf *im* Raum sind die Gastronomiebetriebe der „Expeditiven“ die Triebfeder. Denn die „adaptiv-Pragmatischen“ orientieren sich an ihren (im)materiellen Angeboten. Diese Orientierung des „adaptiv-pragmatischen“ Milieus an den vermeintlichen Erwartungen statushöherer Gruppen ist als Reaktion auf den Wandel der Bevölkerungsstruktur des Reuterquartiers zu begreifen. Indem sich die

„präventösen“ Erscheinungsbilder des Typus „gewöhnlich/nachahmend“ an dem Stil der Erscheinungsbilder des Typus „besondere Authentizität“ orientiert, ordnen sich die Habitus, die dieses gestaltet haben, in die symbolische Ordnung der Kulturwelt und Hierarchisierung des Raumes bejahend ein. Trotz der Orientierung an den „Expeditiven“ bedienen sie letztlich die Milieus der „respektablen Volks- und Arbeitnehmersmilieus“ mit gewöhnlichem Geschmack. Indem die „adaptiv-Pragmatischen“ sich nicht an den „Sozialökologischen“ orientieren und die Milieus der „Performer“ und „Expeditiven“ sich von ihnen abgrenzen, werden die Präferenzen der „Sozialökologischen“ ebenfalls weniger „bedient“. Unterprivilegierte Milieus haben in diesem Kampf offenbar keine Chance, sondern bedienen ausschließlich unterprivilegierte Habitus.

Was bedeutet diese symbolische Gewalt nun für den Kampf um den (Stadt)raum selbst?

Die antihegemonialen Stile der Erscheinungsbilder der „Expeditiven“ und der „Performer“ können im Straßenraum unverkennbar als avantgardistisch wiedererkannt werden, auch wenn oder gerade weil sie nicht im Einzelnen dekodiert werden können. Mit ihren Erscheinungsbildern symbolisieren sie (unbewusst) ihre Präsenz im und Beanspruchung des Raumes, auch wenn die „Expeditiven“ gleichzeitig eine linkspolitische Haltung symbolisieren. Im Unterschied zu den anderen Erscheinungsbildern sind die Angebotskarten der Typen „besondere Authentizität“ und „besonders/stilisiert“ weit auf dem Bürgersteig platziert, was als Symbol dafür gedeutet werden kann, dass hier unbewusst viel (Stadt)Raum eingenommen wird. Der Typus „besondere Authentizität“ treibt auch die symbolische Besetzung des Reuterquartiers zugunsten statushöherer Gruppen voran, da sich die Typen „besonders/stilisiert“, „einfach/pragmatisch“ und „gewöhnlich/nachahmend“ an ihnen orientieren. Indem sich drei Typen an den Erscheinungsbildern des „expeditiven“ Milieus orientieren, wird die symbolische Präsenz statushöherer Gruppen – der „respektablen Volks- und Arbeitnehmersmilieus“ und der oberen bürgerlichen Milieus“ – im Raum vermehrt und verstärkt. Im Kontext des Kampfes *um* den (Stadt)Raum, trägt der Stil des Typus „gewöhnlich/nachahmend“ ebenfalls maßgeblich zur symbolischen Hierarchisierung bei, da er auf den ersten Blick dem Stil statushöherer Milieus ähnelt. Dadurch verstärken sie (unbewusst) die symbolische Macht statushöherer Gruppen im Raum. Gleiches gilt auch für die Erscheinungsbilder des Typus „einfach/pragmatisch“ – wenn auch in geringerem Ausmaß, da die Orientierung an statushöheren Gruppen zwar

erkennbar wird, ihre eigener „einfacher“ oder „grober“ Ausdruck in den Gesamtkompositionen aber weiterhin überwiegt.

Im Kampf um Raum kann der Ausdruck von „einfachen“ beziehungsweise „grobe“ Erscheinungsbildern als *Gegenhaltung* zu dem Strukturwandel im Reuterquartier gedeutet werden. Diese stiftet Identität und gibt ihnen Raum. Sie schlägt sich in einem deutlichen, massiven und aggressiven Ausdruck, lokalpatriotischen Tendenzen und einem geschlossen Eindruck nieder, welcher die Assoziation weckt, dass in dem Gastronomiebetrieb hauptsächlich Stammkundschaft verkehrt. Indem die Symbole der unterprivilegierten Klasse den anderen Erscheinungsbildern als negative Kontrastfolien dienen, haben diese jedoch geringere symbolische (Verbreitungs)Macht im Kampf um Raum. Der massive und aggressive Ausdruck von „einfachen“ Erscheinungsbildern ist insofern auch als Ausdruck von symbolischer *Ohnmacht* zu verstehen.

Der Typus „gewöhnlich/politische Authentizität“ orientiert sich einzig nicht an dem Erscheinungsbild der „Expeditiven“, sondern grenzt sich klar von diesen ab (etwa durch fehlende Graffiti). Mit Bourdieu wird davon ausgegangen, dass die symbolische Macht des Erscheinungsbildes des sozialökologischen Milieus im Raum geringer ist als die Erscheinungsbilder der „Expeditiven“ und der „Performer“, da es nicht der kreativen Avantgarde oder den „Professionellen der Lebensstilisierung“ zuzurechnen ist. Deswegen scheint das Erscheinungsbild des „Freien Neukölln“ zur Symbolisierung einer linkspolitischen Gegenhaltung zu dienen, wortwörtlich als öffentliche Leinwand, auf der insbesondere Herrschaftsbeziehungen im Raum thematisiert werden. (Bourdieu 1987a: 107). Die starke Symbolisierung linkspolitischer Werte zeugt vielmehr genau davon, dass die symbolische Macht geringer ist und die linkspolitischen Werte insofern umso stärker dargestellt werden müssen. Auch wenn die Hierarchisierung nicht voran getrieben werden soll und sogar darauf aufmerksam gemacht wird, so tragen auch „sozialökologische“ Erscheinungsbilder statushöhere Symbole in den Raum. Denn auch diese Erscheinungsbilder sind unverkennbare Symbole eines statushöheren Milieus.

Demnach sind die Erscheinungsbilder von Gastronomiebetrieben nicht nur Ausdruck des Kampfes im und um das Reuterquartier, sondern fungieren darin gleichzeitig als Herrschaftsinstrumente.

Wenn man davon ausgeht, dass die bourdieuschen Distinktionsmechanismen auch heute noch gültig sind, dann lässt sich vermuten, dass das Reuterquartier zunehmend für das Milieu der Performer und/oder Milieus mit gewöhnlichem Geschmack interessant

wird. Man kann in Folge dessen annehmen, dass das Reuterquartier dann für das Milieu der „Expeditiven“ uninteressanter wird, da sie anstreben sich auch räumlich abzugrenzen – insbesondere von unauthentischen und/oder präventösen Milieus. Ähnliches kann für das „sozialökologische“ Milieu vermutet werden.

Eine Strategie gegen die symbolische Hierarchisierung könnte darin bestehen, den Stil der kreativen Avantgarde und der Performer nicht aufzugreifen. Indem die Habitus jedoch unbewusst den bourdieuschen Distinktionsmustern folgen, sich in die symbolische Ordnung einfügen und sich an den vermeintlichen inhaltlichen und ästhetischen Erwartungen der potentiellen KundInnen orientieren, ist dies kaum möglich.

5.3 Ausblick

Die in den Erscheinungsbildern zum Vorschein kommenden feinen Unterschiede und Distinktionsmuster können auch auf andere Erscheinungsbilder in anderen *gleichartigen* räumlichen Kulturwelten gastronomischer Tauschgeschäfte übertragen werden. Ob zwei Stadträume gleichartig sind, kann jedoch nur eine relationale Analyse zeigen (vgl. ebd.) (vgl. Rosenthal 2005: 75). Ein solcher Vergleich könnte auch zeigen, welche idealtypischen feinen Unterschiede in den Erscheinungsbildern der Gastronomiebetriebe nur für das Reuterquartier respektive für den anderen Raum spezifisch sind. Die Erscheinungsbilder der anderen Kulturwelt müssten ebenfalls segmentanalytisch untersucht werden. Eine relationale Analyse könnte die feinen Unterschiede weiterhin abstrahieren und herausstellen, worin raumspezifische Unterschiede in den Erscheinungsbildern von Gastronomiebetrieben bestehen, worauf sie zurück zu führen sind und welche Auswirkungen sie haben können – insbesondere im Kontext von Gentrifizierung.

Mit dem hier gewählten Forschungsdesign ließ sich Gentrifizierung nicht untersuchen. Denn die Erscheinungsbilder wurden zu *einem* Zeitpunkt betrachtet. Mit dem Forschungsdesign ist aber ein Analyseinstrument entwickelt worden, mit dem Längsschnittstudien durchgeführt werden können. Diese könnten untersuchen, wie die Habitus auf den Bevölkerungs- und Strukturwandel reagieren und zwar in Hinblick auf das (im)materielle Angebot ihrer Gastronomiebetriebe und in/mit den Erscheinungsbildern als eigene Ausdrucksgeschehen.

Im Kontext von Gentrifizierung könnten weiterhin Überlegungen angestellt werden, wie eine Hierarchisierung von Stadträumen mit der Hilfe von Erscheinungsbildern gastronomischer Tauschgeschäfte verhindert beziehungsweise gesteuert werden kann.

Literaturverzeichnis

- Abels, Heinz (2004): Einführung in die Soziologie. Band 2: Die Individuen in ihrer Gesellschaft. Lehrbuch. Hager Texten zur Soziologie. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Bach, Ursula, Hüge, Cornelia (2004): Wo Neukölln auf Kreuzberg trifft. Das Reuterquartier im Wandel. Berlin: Senatsverwaltung für Stadtentwicklung.
- Baudrillard, Jean (1968): Die Sprache der Gegenstände. In: Hauser, Susanne, Kamleithner, Christa, Meyer, Roland (Hg.) (2011): Architekturwissen. Grundlagentexte aus den Kulturwissenschaften. Zur Ästhetik des sozialen Raumes. Bielefeld: transcript Verlag.
- Belting, Hans (2007): Blickwechsel mit Bildern. Die Bildfrage als Körperfrage. In: Belting (Hg.): Bilderfragen. Die Bildwissenschaften im Aufbruch. München: Wilhelm Fink Verlag.
- Berking, Helmuth, Löw, Martina (2008): Die Eigenlogik der Städte: Neue Wege für die Stadtsoziologie. Frankfurt a.M.: Campus Verlag GmbH.
- Bermes, Christian (2004) : Merleau-Ponty zur Einführung. Hamburg: Junius.
- Bohn, Cornelia (1991): Habitus und Kontext. Ein kritischer Beitrag zur Sozialtheorie Bourdieus. Opladen: Westdeutscher Verlag GmbH.
- Bohnsack, Ralf (2003): Qualitative Methoden der Bildinterpretation. In: Zeitschrift für Erziehungswissenschaft, 6. Jahrg., Heft 2 , S.239-256.
- Bohnsack, Ralf (2013a): Typenbildung, Generalisierung und komparative Analyse: Grundprinzipien der dokumentarischen Methode. In: Bohnsack, Ralf, Nentwig-Gesemann, Iris, Nohl, Arnd-Michael (Hg.): Die dokumentarische Methode und ihre Forschungspraxis. Grundlagen qualitativer Sozialforschung. Wiesbaden: Springer VS.
- Bohnsack, Ralf (2013b): Dokumentarische Methode und die Logik der Praxis. In: Lenger, Alexander, Schneickert, Christian, Schumacher, Florian (Hg.): Pierre Bourdieus Konzeption des Habitus. Grundlagen, Zugänge, Forschungsperspektiven. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

- Bohnsack, Ralf (2013c): Die dokumentarische Methode in der Bild- und Fotointerpretation. In: Bohnsack, Ralf, Nentwig-Gesemann, Iris, Nohl, Arnd-Michael (Hg.): Die dokumentarische Methode und ihre Forschungspraxis. Grundlagen qualitativer Sozialforschung. Wiesbaden: Springer VS.
- Bohnsack (2014): Rekonstruktive Sozialforschung. Einführung in qualitative Methoden. Opladen & Toronto: Barbara Budrich UTB.
- Bouali, Kerima, Gude, Sigmar (2014): Gentrifizierung oder die Wiederkehr der Wohnungsnot? Sozialstrukturelle Entwicklungstendenzen in Berliner Innenstadtwohngebieten. In: Holm, Andrej (Hg.): Reclaim Berlin. Soziale Kämpfe in der neoliberalen Stadt. Berlin/Hamburg: Assoziation A.
- Bourdieu, Pierre (1974): Zur Soziologie der symbolischen Formen. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Bourdieu, Pierre (1983): Ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital, soziales Kapital. In: Kreckel, Reinhard (Hg.): Soziale Ungleichheiten, Soziale Welt, SH 2, Göttingen: Otto Schwartz, S.183-198.
- Bourdieu, Pierre (1987a): Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft. Frankfurt a.M.: Suhrkamp Verlag.
- Bourdieu, Pierre (1987b): Sozialer Sinn. Kritik der theoretischen Vernunft. Frankfurt a.M.: Suhrkamp Verlag.
- Bourdieu, Pierre (1991a): Physischer, sozialer und angeeigneter Raum. In: Martin Wentz (Hg.): Stadt-Räume. Frankfurt a.M./New York: Campus Verlag.
- Bourdieu, Pierre (1991b): Sozialer Raum und „Klassen“. Leçon sur la Leçon. Frankfurt a.M.: Suhrkamp Verlag.
- Bourdieu, Pierre (1992): Rede und Antwort. Frankfurt a.M.: Suhrkamp Verlag.
- Bourdieu, Pierre (1998): Praktische Vernunft. Zur Theorie des Handelns. Frankfurt a.M.: Suhrkamp Verlag.
- Bourdieu, Pierre (2001): Meditationen: zur Kritik der scholastischen Vernunft. Frankfurt a.M.: Suhrkamp Verlag.

- Bourdieu, Pierre (2011): Kunst und Kultur. Kunst und künstlerisches Feld (Schriften zur Kulturosoziologie 4). Schultheis, Franz, Egger, Stephan (Hg.). Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.
- Bourdieu, Pierre, Wacquant, Loïc J.D. (1996): Reflexive Anthropologie. Frankfurt a.M.: Suhrkamp Verlag.
- Breckner, Roswitha (2010): Sozialtheorie des Bildes. Zur interpretativen Analyse von Bildern und Fotografien. Bielefeld: transcript Verlag.
- Breckner, Roswitha (2013): Vorlesung Bildtheorien. Soziologieinstitut Universität Wien.
- Bremer, Helmut, Teiwes-Kügler, Christel (2013): Zur Theorie und Praxis der „Habitus-Hermeneutik. In: Brake, Anna, Bremer, Helmut, Lange-Vester, Andrea (Hg.): Empirisch arbeiten mit Bourdieu. Theoretische Überlegungen, Konzeptionen und Erfahrungen. Weinheim und Basel: Beltz Juventa.
- Ching, Francis D.K. (1996): Bildlexikon der Architektur. Frankfurt a.M.: Campus Verlag GmbH.
- Dangschat (2009): Symbolische Macht und Habitus des Ortes. Die `Architektur der Gesellschaft` aus Sicht der Theorie(n) sozialer Ungleichheit von Pierre Bourdieu. In Fischer, Joachim, Delitz, Heike (Hg.): Die Architektur der Gesellschaft. Theorien für die Architektursoziologie. Bielefeld: transcript Verlag.
- DeLong, Marilyn, Martinson, Barbara (Hg.) (2012): Color and Design. London, New York: Berg.
- Diaz-Bone, Rainer (2010): Kulturwelt, Diskurs und Lebensstil. Eine diskurstheoretische Erweiterung der Bourdieuschen Distinktionstheorie. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Dirksmeier, Petter (2007): Mit Bourdieu gegen Bourdieu empirisch denken: Habitusanalyse mittels reflexiver Fotografie. In: ACME: An international E-Journal for Critical Geographies 6 (1), S. 73-97.
- Dirksmeier, Peter (2012): The wish to live in areas with 'people like us': metropolitan habitus, habitual urbanity and the visibility of urban-rural differences in South Bavaria, Germany. In: Visual Studies 27 (1), S. 76-89.

- Dörfler, Thomas (2013): Milieu und Raum – zur relationalen Konzeptionalisierung eines sozio-räumlichen Zusammenhangs. In: Rothfuß, Eberhard, Dörfler Thomas (Hg): Raumbezogene qualitative Sozialforschung. Wiesbaden: Springer VS.
- Dörfler, Thomas (2010): Gentrifizierung im Prenzlauer Berg? Milieuwandel eines Berliner Stadtraums seit 1989. Bielefeld: transcript Verlag.
- Düchting, Hajo (2003): Grundlagen der künstlerischen Gestaltung. Wahrnehmung. Farben- und Formlehre. Techniken. Köln: Deubner Verlag für Kunst, Theorie Praxis GmbH & Co. KG.
- Eder, Klaus (1989): Klassentheorie als Gesellschaftstheorie. Bourdieus dreifache Brechung der traditionellen Klassentheorie. In: Eder, Klaus (Hg.): Klassenlage, Lebensstil und kulturelle Praxis. Theoretische und empirische Beiträge zur Auseinandersetzung mit Pierre Bourdieus Klassentheorie. Frankfurt a.M.: Suhrkamp Verlag.
- Fiell, Charlotte, Fiell, Peter (2013): 1000 chairs. Köln: Taschen.
- Fischer, Joachim, Delitz, Heike (Hg.) (2009): Die Architektur der Gesellschaft. Theorien für die Architektursoziologie. Bielefeld: transcript Verlag.
- Flick, Uwe, von Kardorff, Ernst und Steinke, Ines (Hg.) (2000): Qualitative Forschung. Ein Handbuch. Reinbek bei Hamburg: rowohlt.
- Fröhlich, Gerhard, Boike Rehbein, (2009): Bourdieu – Handbuch: Leben, Werk, Wirkung. Stuttgart: J.B. Metzler Verlag.
- Gebauer, Gunter, Wulf, Christoph (1998): Mimesis. Kultur – Kunst – Gesellschaft. Reinbek bei Hamburg: rowohlt.
- Gebauer, Gunter, Wulf, Christoph (2003): Mimetische Weltzugänge. Soziales Handeln – Rituale und Spiele – ästhetische Produktionen. Stuttgart: Kohlhammer GmbH.
- Geißler, Rainer (2014): Die Sozialstruktur Deutschlands. Wiesbaden: Springer VS.
- Glaser, Barney G., Strauss, Anselm (1979): Die Entdeckung gegenstandsbezogener Theorie. Eine Grundstrategie qualitativer

Sozialforschung. In: Hopf, Christel, Weingarten, Elmar (Hg.) (1993): Qualitative Sozialforschung. Stuttgart: Klett-Cotta.

- Guffey, Elizabeth (2006): Retro: The Culture of Revival. London: Foci.
- Hammer, Katharina (2012): Subkultur und Öffentlichkeit. Ethnographische Studien zu Graffiti und Street Art Subkulturen in Wien und Paris. Diplomarbeit. Universität Wien.
- Hauser, Susanne, Kamleithner, Christa, Meyer, Roland (Hg.) (2011): Architekturwissen. Grundlagentexte aus den Kulturwissenschaften. Zur Ästhetik des sozialen Raumes. Bielefeld: transcript Verlag.
- Huber, Florian (2011a): Gentrification als globales Phänomen und die Rolle der AkteurInnen: Ansätze einer Soziologie der Gentrifizierung. Dissertation. Universität Wien: Fakultät für Sozialwissenschaften.
- Huber, Florian (2011b): Das kulturelle Kapital und die Pionier/innen im Gentrifizierungsprozess: Forschungsansätze und Herausforderungen für die Stadtsoziologie. In: Frey, Oliver, Koch, Florian (Hg.): Positionen zur Urbanistik: Tl. 1., Stadtkultur und neue Methoden der Stadtforschung. Wien: LIT Verlag.
- Imdahl, Max (1980, 1996): Giotto, Arenafresken, Ikonographie, Ikonologie, Ikonik. München: Fink.
- Imdahl, Max (2001): Ikonik. Bilder und ihre Anschauung. In: Boehm, Gottfried (Hg.): Was ist ein Bild? München: Wilhelm Fink Verlag.
- Itten, Johannes (1979): Kunst der Farbe. In: Eucker, Johannes, Walch, Josef (1988): Farbe. Wahrnehmung, Geschichte und Anwendung in Kunst und Umwelt. Materialien für den Sekundarbereich II. Arbeitstexte für den Kunstunterricht. Hannover: Schroedel Schulbuchverlag.
- Knoblauch, Hubert (2010): Wissenssoziologie. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.
- Kraus, Beate, Gebauer, Gunter (2013): Habitus. Bielefeld: transcript Verlag.
- Lenger, Alexander, Priebe, Stefan (2013): Demonstrativer Konsum und die Theorie der feinen Leute: Geschmack, Distinktion und Habitus bei Thorstein Veblen und Pierre Bourdieu. In: Lenger, Alexander, Schneickert, Christian,

Schumacher, Florian (Hg.): Pierre Bourdieus Konzeption des Habitus. Grundlagen, Zugänge, Forschungsperspektiven. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

- Lindner, Rolf (2004): Walks on the Wild Side. Eine Geschichte der Stadtforschung. Frankfurt a.M.: Campus Verlag.
- Löw, Martina (2001): Raumsoziologie. Frankfurt a.M.: Suhrkamp Verlag.
- Löw, Martina (2009): Die `Architektur der Gesellschaft` aus strukturierungstheoretischer Perspektive. In Fischer, Joachin, Delitz, Heike (Hg.): Die Architektur der Gesellschaft. Theorien für die Architektursoziologie. Bielefeld: transcript Verlag.
- Lueger, Manfred (2010): Interpretative Sozialforschung: Die Methoden. Wien: Facultas Verlag.
- Lüders, Christian (2009): Beobachten und Ethnographie. In: Flick, Uwe, von Kardorff Ernst, von Steineke, Ines (Hg.) (2009): Qualitative Forschung. Ein Handbuch. Reinbek bei Hamburg: rowohlt.
- Meuser, Michael (2006): Körper-Handeln. Überlegungen zu einer praxeologischen Soziologie des Körpers. In: Gugutzer, R. (Hg.): Body turn. Perspektiven der Soziologie des Körpers und des Sports. Bielefeld: transcript Verlag.
- Meuser, Michael (2013): Repräsentation sozialer Strukturen im Wissen. Dokumentarische Methode und Habitusrekonstruktion. In: Bohnsack, Ralf, Nentwig-Gesemann, Iris, Nohl, Arnd-Michael (Hg.): Die dokumentarische Methode und ihre Forschungspraxis. Grundlagen qualitativer Sozialforschung. Wiesbaden: Springer VS.
- Mikl-Horke, Gertraude (2001): Soziologie. München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH.
- Moebius, Stephan, Wetterer Angelika (2011): Symbolische Gewalt. In: Österreichische Zeitschrift für Soziologie: Vierteljahresschrift der Österreichischen Gesellschaft für Soziologie, 2011, Vol.36 (4), pp.1-10.
- Morteo, Enrico (2009): Design-Atlas. Von 1850 bis heute. Köln: Dumont Verlag.

- Museum der Dinge. (2014): Dauerausstellung. Berlin: Werkbundarchiv.
- Neckel, Sighard, Mijić, Ana, von Scheve, Christian, Tilton, Monica (Hg.) (2010): Sternstunden der Soziologie. Wegweisende Theoriemodelle des soziologischen Denkens. Frankfurt/New York: Campus Reader.
- Panofsky, Erwin (1920): Der Begriff des Kunstwollens. In: Logos. Internationale Zeitschrift für Philosophie und Kultur (1964): Aufsätze zu Grundfragen der Kunstwissenschaft. Berlin: S. 29–43.
- Panofsky, Erwin (1955): Ikonographie und Ikonologie. Eine Einführung in die Kunst der Renaissance. In: Logos. Internationale Zeitschrift für Philosophie und Kultur (1975): Sinn und Deutung in der bildenden Kunst. Köln: S. 36–67.
- Poynor, Rick (2003): Anarchie der Zeichen. Grafik-Design von den Achtzigern bis heute. Basel: Birkhäuser- Verlag für Architektur.
- Prinz, Sophia, Reckwitz, Andreas (2012): Visual Studies. In: Moebius, Stephan (Hg.): Kultur. Von den Cultural Studies bis zu den Visual Studies. Eine Einführung. Bielefeld: transcript Verlag.
- Przyborski, Aglaja, Wohlrab-Sahr, Monika (2008): Qualitative Sozialforschung. Ein Arbeitsbuch. München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH.
- Raab, Jürgen (2008): Visuelle Wissenssoziologie: theoretische Konzeption und materiale Analysen. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.
- Raab, Jürgen (2012): Visuelle Wissenssoziologie der Fotografie. Sozialwissenschaftliche Analysearbeit zwischen Einzelbild, Bildkontext und Sozialmilieu. In: Österreichische Zeitschrift für Soziologie: Vierteljahresschrift der Österreichischen Gesellschaft für Soziologie, 2012, Vol.37 (2), pp.121-142.
- Reckwitz, Andreas (2010): Auf dem Weg zu einer kultursoziologischen Analytik zwischen Praxeologie und Poststrukturalismus. In Wohlrab-Sahr, Monika (Hg.): Kultursoziologie. Paradigmen – Methoden – Fragestellungen. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

- Rehbein, Boike (2003): „Sozialer Raum“ und Felder. Mit Bourdieu in Laos. In: Rehbein, Boike, Saalman, Gernot, Schwengel, Hermann (Hg.): Pierre Bourdieus Theorie des Sozialen. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.
- Reichertz, Jo (2013): Gemeinsam interpretieren. Die Gruppeninterpretation als kommunikativer Prozess. Wiesbaden: Springer VS.
- Reinecke, Julia (2007): Street-Art. Eine Subkultur zwischen Kunst und Kommerz. Bielefeld: transcript Verlag.
- Richter, Rudolf (2002): Verstehende Soziologie. Wien: Facultas Verlag.
- Rosenthal, Gabriele (2005): Interpretative Sozialforschung: eine Einführung. Weinheim [u.a.]: Juventa Verlag.
- Schnettler, Bernd, Pötzsch, Frederik S. (2007): Visuelles Wissen. In: Schützeichel, Rainer: Handbuch Wissenssoziologie und Wissensforschung. Konstanz: UKV Verlagsgesellschaft.
- Schönhammer, Rainer (2010): Design=Kitsch? In: Nida-Rümelin, Julian, Steinbrenner, Jakob (Hg.): Kunst und Philosophie. Ästhetische Werte und Design. Ostfildern: Hatje Cantz Verlag.
- Schrade, Mila, Voigt, Julia (2003): Bauhistorisches Lexikon. Baustoffe, Bauweisen, Architekturdetails. Suderburg- Hösseringen: Edition: anderweit Verlag GmbH.
- Steinbrenner, Jakob (2010): Wann ist Design? Design zwischen Funktion und Kunst. In: Nida-Rümelin, Julian, Steinbrenner, Jakob (Hg.): Kunst und Philosophie. Ästhetische Werte und Design. Ostfildern: Hatje Cantz Verlag.
- Tjora, Aksel, Scambler, Graham (2013): Café Society. London/New York: Palgrave Macmillan.
- Trebeß, Achim (Hg.) (2006): Metzler Lexikon Ästhetik. Stuttgart: J.B. Metzler Verlag und Carl Ernst Poeschel Verlag.
- Treibel, Annette (2006): Einführung in soziologische Theorien der Gegenwart. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Vester, Michael (2013): Zwischen Marx und Weber: Praxeologische Klassenanalyse mit Bourdieu. In: Brake, Anna, Bremer, Helmut, Lange-

Vester, Andrea (Hg.): Empirisch arbeiten mit Bourdieu. Theoretische Überlegungen, Konzeptionen und Erfahrungen. Weinheim und Basel: Beltz Juventa.

- Zenklusen, Stefan (2010): Philosophische Bezüge bei Pierre Bourdieu. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.

(durchgesehene) Zeitschriften und E-Journals

- ACME: An international E-Journal for Critical Geographies.
- Deutsche Zeitschrift für Soziologie. Bielefeld, Stuttgart: Lucius Verlag.
- „Geographische Zeitschrift“. Stuttgart: Franz Steiner Verlag.
- Human Geography. A new radical journal. Bolton, Massachusetts: Institute for Human Geography.
- International Journal of Urban and Regional Research. Foundation of Urban and Regional Studies.
- Österreichische Zeitschrift für Soziologie: Springer.
- Sociological research online: Sage.
- Urban studies research. An International Journal of Research in Urban Studies: Sage.
- The International Visual Sociology Association: Visual studies: Taylor & Francis.

Internetquellen

- 25.03.2015: www.andechs.de
- 26.02.2015: www.architonic.com/de/pmp/huldreich-altorfer/8100008/2/2/1
- 01.11.2015:
www.berlin.de/ba-neukoelln/ueber-den-bezirk/zahlen-und-fakten/neukoellner-gutachten/
- 28.10.2015: www.bionade.de
- 28.10.2015: www.clubmate.de
- 23.03.2015:
www.google.de/maps/place/Reuterplatz/@52.488476,13.4289004,17z/data=!4m2!3m1!1s0x47a84fb12cc9b705:0x86eee1e72fe063c2
- 26.03.2015: www.duden.de/suchen/dudenonline/z%C3%BCnftig
- 25.03.2015: www.flens.de
- 19.01.2015: www.fuchsundelster.com
- 20.01.2015: www.lemon-aid.de
- 22.01. 2015. www.rdklabor.de/wiki/Butzenscheibe
- 15.02.2015:
www.sandmaennchen.de/freunde/beitraege/fuchs_und_elster.html
- 23.02.2015:
www.sinusinstitut.de/fileadmin/dokumente/Infobereich_fuer_Studierende/2014-01-01_Sinus-Milieus_in_Deutschland_Studentenversion_01.jpg
- 02.02.2015: www.starbucks.de
- 29.10.2015:
www.statistik-berlin-brandenburg.de/instantatlas/interaktivekarten/sozialbericht2013/atlas.html

- 26.03.2015:
www.tagesspiegel.de/berlin/bezirke/kreuzberg/raeumung-am-oranienplatz-kein-friede-den-huetten/9735914.html)
- 26.03.2015:
[www.taz.de/Ein-Jahr-Fl%C3%BCchtlingscampOranienplatz/!5057893/;](http://www.taz.de/Ein-Jahr-Fl%C3%BCchtlingscampOranienplatz/!5057893/)
- 21.03. 2015: www.unilever.de

Anhang:

- **Segmente der Segmentanalysen**

- 1. Segmente „Herthaner“**

Aufnahmedatum und Uhrzeit: 16.07.2014 15:28

- 2. Segmente „Sahara“**

Aufnahmedatum und Uhrzeit: 16.07.2014 15: 31

- 3. Segmente „Freies Neukölln“**

Aufnahmedatum und Uhrzeit: 01.07.2014 12:06

- 4. Segmente „Bullys Bakery“**

Aufnahmedatum und Uhrzeit: 01.07.2014 11:44

- 5. Segmente „Fuchs und Elster“**

Aufnahmedatum und Uhrzeit: 16.07.2014 16: 10

- 6. Segmente „Falafel Jakoub“**

Aufnahmedatum und Uhrzeit: 16.07.2014 16:16

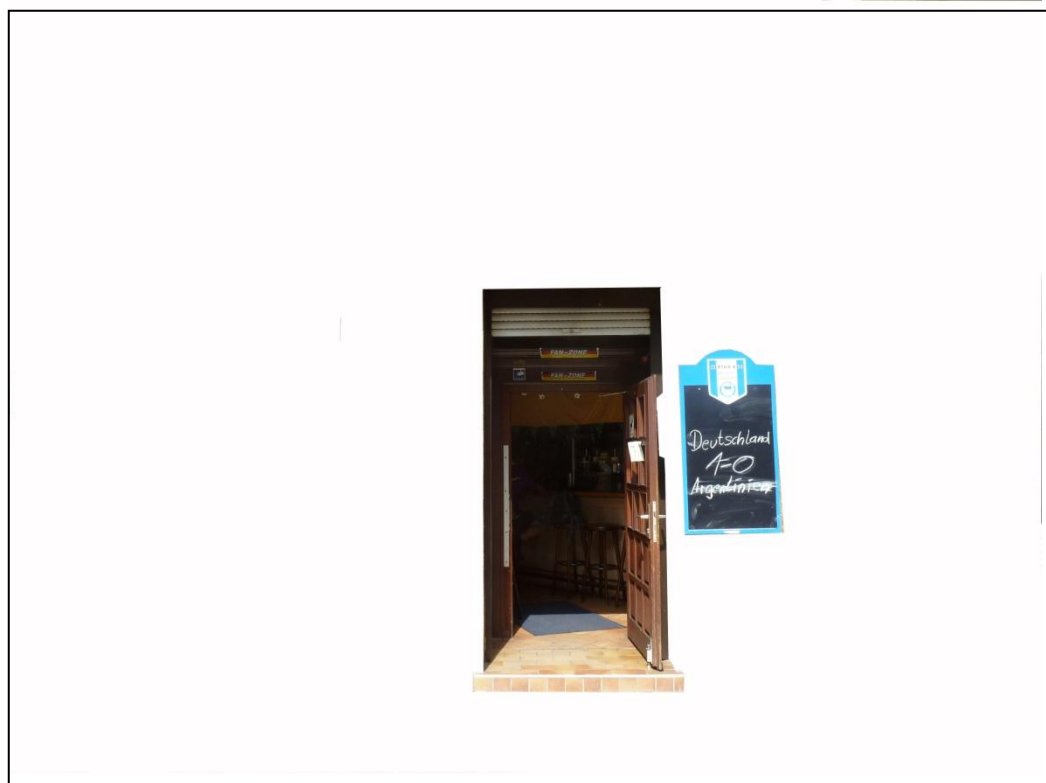
- **Ladenregister**

Segmente des „Herthaners“

1. Segment



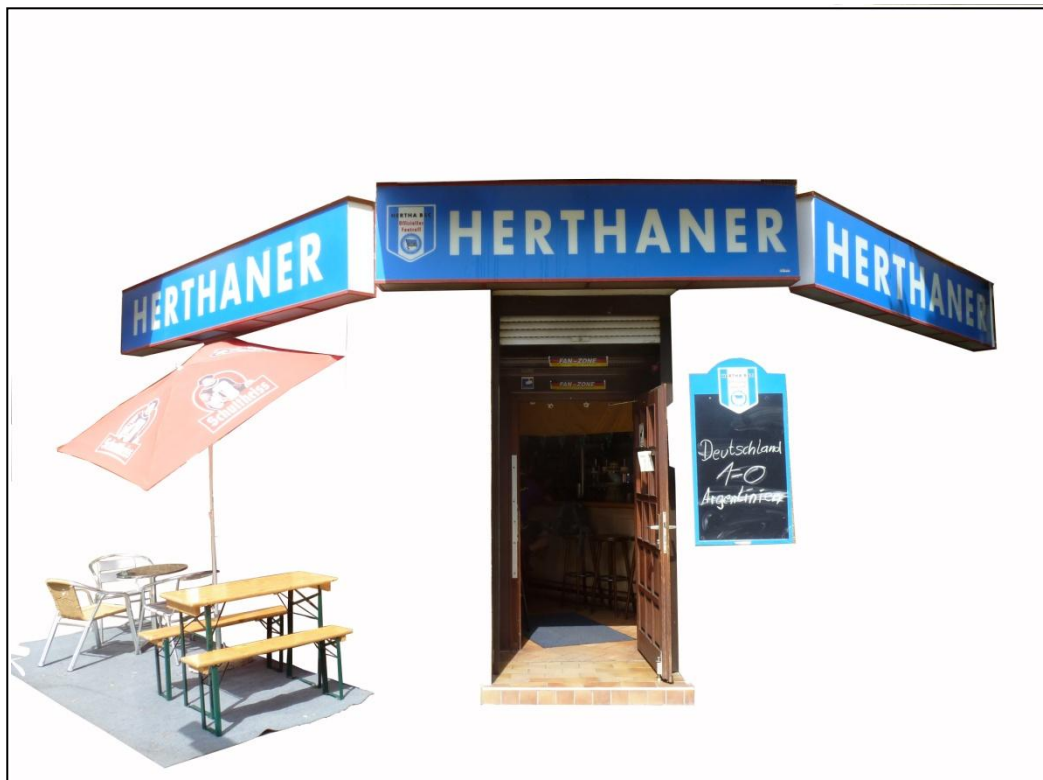
2. Segment



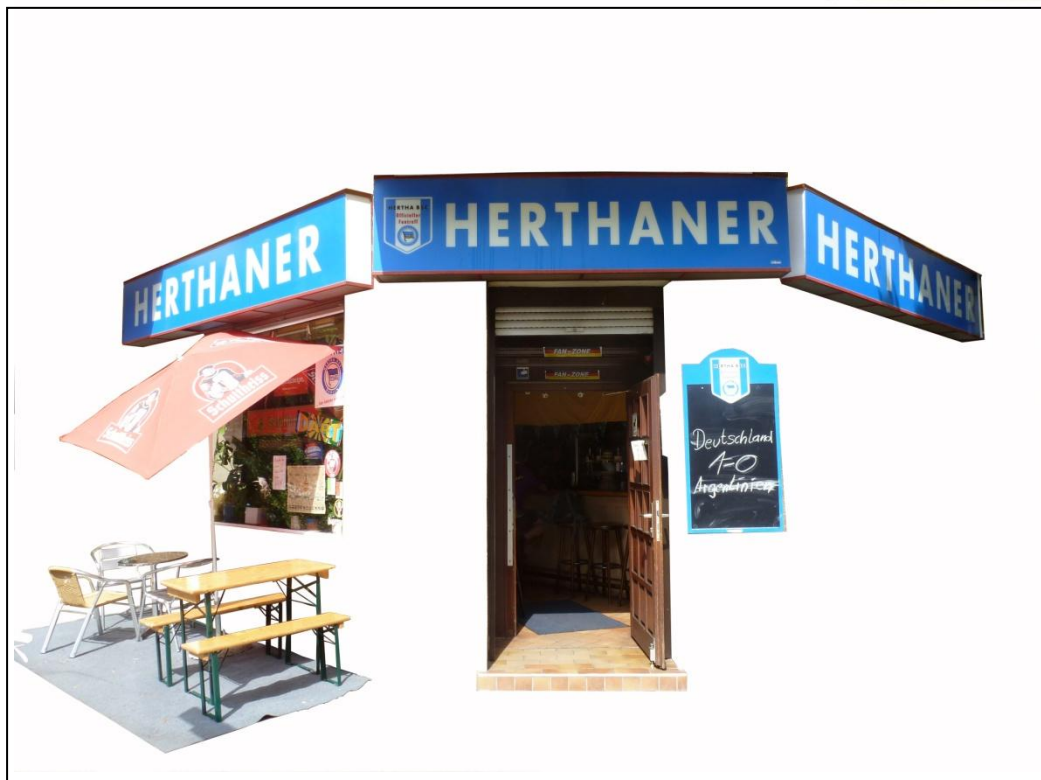
3. Segment



4. Segment



5. Segment



6. Segment



Segmente des „Saharas“

1. Segment



2. Segment



3. Segment



4. Segment



5. Segment



Anmerkung: das Namens- und die Angebotsschilder stammen aus unten stehendem Bild, wurden aber für die Segmentanalyse ergänzt, da dies fruchtbar erschien und die Bildanalyse nach Einschätzung der Verfasserin dadurch nicht manipuliert wurde.



Segmente des „Freies Neukölln“

1. Segment



2. Segment

FREIES NEUKÖLLN

FREIES NEUKÖLLN



1. Segment



2. Segment



3. Segment



4. Segment

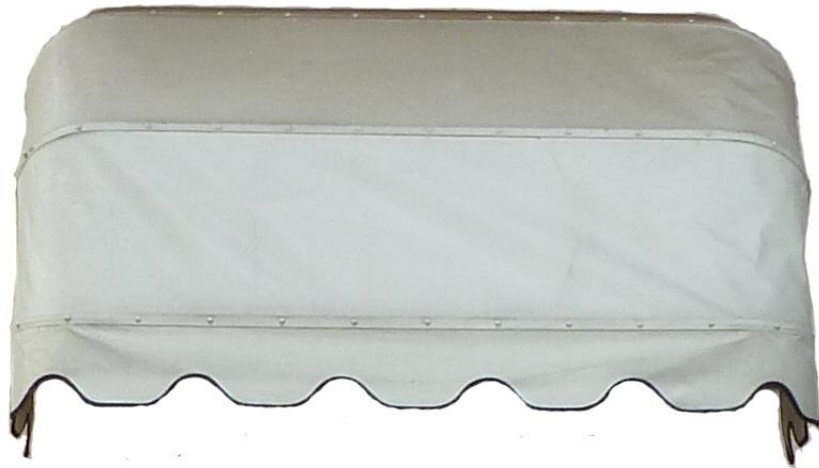


Ergänzte Seitenansichten:



Segmente von „Bullys Bakery“

1. Segment



2. Segment



3. Segment



4. Segment



5. Segment



Segmente des „Fuchs und Elster“

1. Segment



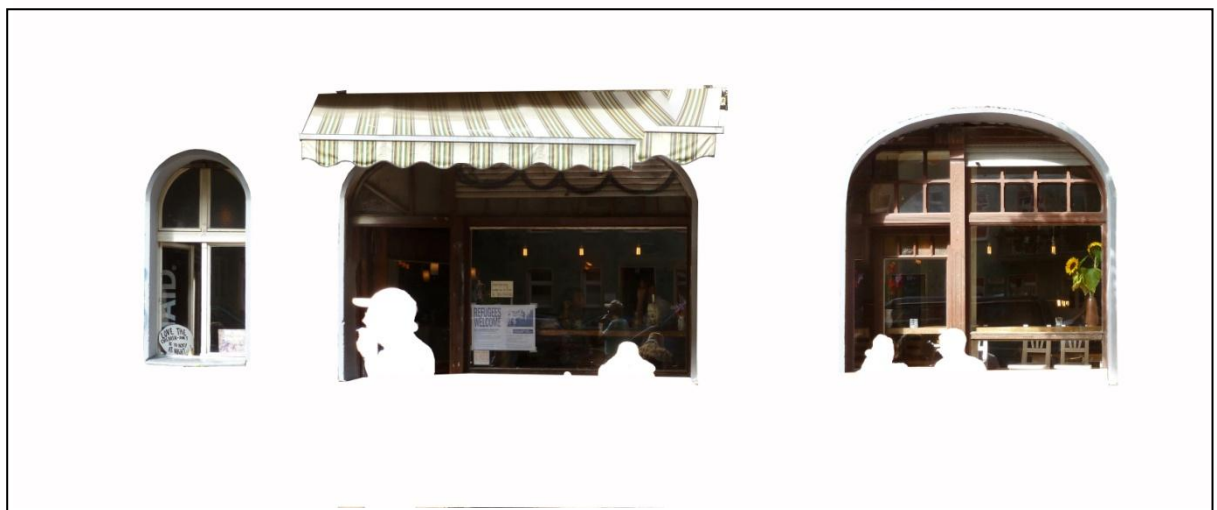
2. Segment



3. Segment



4. Segment



5. Segment





6. Segment



Segmente von „Falafel Jakoub“

1. Segment



FALAFEL 2€
HALLOUMI 2,50€
SCHAWARMA 2,50€
MAKALI 2,50€
FRISCHER O-SAFT
GUTEN APPETIT! 2€

2. Segment



3. Segment



4. Segment



5. Segment



6. Segment



Ergänzung: seitliches Angebotsschild



Lokalregister

Weserstraße

Untere Weserstr. Rechte Straßenseite (von der Pannierstr. kommend)

1. Weserstr./Ecke Pannierstr. 10: „Freies Neukölln“ (seit mindestens 2008)



2. Weserstr. 202: „Kuschlowski“



3. Weserstr. 202: „Saloon Su de Coucou“



4. Weserstr. 203: „Burger Bunker“



5. Weserstr. 204: „Vin Aqua Vin“



6. Weserstr. 205: „Small All“



7. Weserstr. 206: „Silver Future“



8. Weserstr. 207: „Fuchs und Elster“



9. Weserstr. 208: „Ein Laden“



10. Weserstr. 208: „Pizza a Pezzi“



Obere Weserstr. Rechte Straßenseite

(„Backshop Tabak&Presse“ siehe unten)

(„Sahara“ siehe unten)

11. Weserstr. 210: „Bunbury Buchladen“



12. Weserstr. 210: „Sanitär und Heizungstechnik Droma“



13. Weserstr. 210: „Herthaner“



Untere Weserstr. Linke Straßenseite

14. Weserstr. 16: „Men Men“ (Japanisches Nudelhaus)



15. Weserstr. 16: „Jungbusch“



16. Weserstr. 15: „Physiotherapie Kroner und Groger“



17. Weserstr. 14: „Falafel Jakoub“



18. Weserstr. 14: „Yuma Bar“



19. Weserstr. 11: Galerie „Weser Kunst. Café Djesany“



Obere Weserstr. Linke Straßenseite

(Änderungsschneiderei siehe unten)

20. Weserstr. 9: „Schilling“



21. Weserstr. 7: „Picalilly“



22. Friedelstr.7/Ecke Weserstr.: Bullys Bakery



Reuterstraße

Obere Reuterstr. Linke Straßenseite (von der Sonnenallee kommend)

23. Reuterstr. 64: „Shisha Bar“



24. Reuterstr. 64: „Villarge. African Cocktailbar und Bistro“



25. Reuterstr. 63: „New Store Coming Soon“



26. Reuterstr. 63: „Fahrbar“



27. Reuterstr. 62: „Arm und sexy/Kulturpropaganda“



28. Reuterstr. 59: „Vintage Store LeMAGASS“



29. Reuterstr. 59: „Barettino“



30. Reuterstr. 58: „Türkischer Bildungsverein e.V.“



31. Reuterstr. 57: „Taxischule“



32. Reuterstr. 56: „Sahara“



33. Reuterstr. 56: „Backshop Tabak&Presse“



Untere Reuterstr. Linke Straßenseite

34. Reuterstr. 55: „AWO



35. Reuterstr. 55: Frisör „Tranitus“



36. Reuterstr. 54: „Cosmetic Lounge Berlin“



37. Reuterstr. 53: „Misuki“



38. Reuterstr.53: „Limonadenbaum“



39. Reuterstr. 52: „Capt'n Crop“



40. Reuterstr.52: undefinierbares Ladenlokal



41. Reuterstr.50: „Heizungsanlagen und Sanitärtechnik“



42. Reuterstr. 49: undefinierbares Ladenlokal



43. Reuterstr. 47: undefinierbares/privat genutztes Ladenlokal



44. Reuterstr. 47: „Cocktailbar Heinz Schüftan“



Obere Reuterstr. Rechte Straßenseite

45. Reuterstr. 27: „Vater Bar“



46. Reuterstr. 30: Café „Dolly“



47. Reuterstr. 30-31: „Galerie R31“ und Büro „Galerie R31“



48. Reuterstr. 32: „Christian's Fahrschule“



49. Reuterstr. 32: „KFz-Unfallgutachten“



50. Reuterstr. 33: „Änderungsschneiderei“



Untere Reuterstr. Rechte Straßenseite: Parkanlage

Nansenstr.

(Pizza a Pezzi siehe oben)

51. Nansenstr. 2: „A. Hodroj. Praktischer Arzt“



52. Nansenstr. 2: „Kurz und Klein“



53. Nansenstr. 3: „a‘lu“



54. Nansenstr. 3: „Ingenieurbüro Weinhold“



Abstract

„Der symbolische Kampf im und um Raum: Die feinen Unterschiede in den Erscheinungsbildern von Gastronomiebetrieben im Reuterquartier, Berlin-Neukölln.“

Auf der Basis der bourdieuschen Theorie der „symbolischen Gewalt“ und dem klassentheoretischen Milieuansatz nach Vester et al. (2013) untersucht die vorliegende Masterarbeit die symbolischen feinen Unterschiede zwischen den Werken von AkteurInnen in einem spezifischen (Praxis)Feld, zu einem festen Zeitpunkt *und* in einem räumlichen Kontext: die Erscheinungsbilder von Gastronomiebetrieben im Reuterquartier in Berlin-Neukölln im Sommer 2014.

Mit Erscheinungsbildern sind die Außenpräsentationen der Ladenlokale gemeint - ihre gesamte Gestalt(ung), die von der Straße aus zu sehen ist: zum einen die Fassade des Lokals, samt Fenster, Türen und Markisen, etc. Zum anderen sämtliche Artefakte, die zu dem Ladenlokal gehören und vor dem Ladenlokal im Straßenraum platziert wurden, also Außenbestuhlung, Blumenkästen, Sonnenschirme usw. Mit der „Sozialtheorie des Bildes“ von Roswitha Breckner wird davon ausgegangen, dass das Wesen der Erscheinungsbilder mit der Ontologie von Bildern vergleichbar ist. Somit werden die Außenpräsentationen als Bilder begriffen und als solche interpretiert (vgl. Breckner 2010).

Auf der Grundlage eines sozialkonstruktivistischen Verständnisses wird angenommen, dass Bilder maßgeblich an der Konstruktion der Wirklichkeit beteiligt sind. Sie (re)produzieren das in einer Gesellschaft herrschende Wissen und damit eine bestimmte Wirklichkeit, die zwar nicht ausschließlich in Bildern besteht, aber ohne Bilder auch nicht in ihrer Form existieren könnte (vgl. ebd.: 269). Insofern wird die Klassengesellschaft auch durch Bilder erzeugt.

In Anschluss an Diaz-Bone (2010) und Löw (2001) wird das Untersuchungsfeld als raumspezifische, eigenlogische Kulturwelt gastronomischer Tauschgeschäfte konzipiert. Damit soll der Forderung Rechnung getragen werden, dass auch von sozial angeeigneten, physischen Räumen strukturierende Wirkungen ausgehen (vgl. Martina Löw 2001). Die angenommenen symbolischen Unterschiede zwischen den Erscheinungsbildern von Gastronomiebetrieben führen dazu, soziale Ungleichheit in dem kontextspezifischen (Praxis)Feld zu erhalten oder sogar zu verstärken. Die Arbeit

untersucht/demonstriert somit, wie sich der Klassenkampf im Reuterquartier auf visuell-symbolischer Ebene manifestiert. Vorliegende Arbeit zielt folglich nicht darauf ab, die Intentionen der Gestalter zu verstehen, sondern will darlegen, welche feinen symbolischen Unterschiede sie *wie* mit der Gestaltung der Erscheinungsbilder erzeugen (vgl. Knoblauch 2010).

Das Reuterquartier ist ein ehemals marginalisierter Wohnbezirk in Berlin-Neukölln, der seit einigen Jahren von einem Bevölkerungs- und Strukturwandel betroffen ist (vgl. Bouali, Gude 2014). Dieser Wandel ist der Tatsache geschuldet, dass mehr und mehr statushöhere AkteurInnen in das Reuterquartier ziehen. Mit Bourdieu (1991) und Dirksmeier (2012) wird angenommen werden, dass die verschiedenen Bewohnergruppen anstreben, das Reuterquartier ihren Bedürfnissen entsprechend zu nutzen oder (un)bewusst sogar darauf hinarbeiten, dieses exklusiv für sich zu beanspruchen. Es wird daher davon ausgegangen, dass die Erscheinungsbilder von Gastronomiebetrieben sowohl in einen symbolischen Kampf eingebunden sind, der *in* einem physischen Raum stattfindet als auch in einen symbolischen Kampf *um* den physischen Raum selbst. Dies entspricht der sozialkonstruktivistischen Perspektive, nach der die Materialität des Raumes entscheidend zu dessen Konstituierung beiträgt und als Herrschaftsinstrument fungieren kann, indem sie die Raumanerkennung bestimmter sozialer Gruppen begünstigt und anderer erschwert (vgl. Dangschat 2009). Da die Erscheinungsbilder Teil der Architektur und somit der Materialität des physischen Stadtraumes sind, wird angenommen, dass sie als implizite visuell-materielle symbolische Herrschaftsinstrumente begriffen werden können, die zu dessen symbolischer Besetzung beitragen (vgl. Huber 2011). Mit den Erscheinungsbildern „verräumlichen“ die Gestalter ihren Lebensstil, so dass diese symbolisch auf ihrer Präsenz und Beanspruchung des Raumes verweisen. Die feinen Unterschiede zwischen den Erscheinungsbildern und die Art und Weise, wie diese hergestellt werden, zeigen damit auch, wie die sozialen Gruppen ihre Präsenz und Beanspruchung um den Raum visuell-symbolisch darstellen.

Die Forschungslogik Bourdieus, die als „Ableitungslogik“ kritisiert wird, wird durch die Erkenntnislogik interpretativer Sozialforschung ersetzt und verschiedene qualitative Methoden miteinander kombiniert beziehungsweise trianguliert. Schließlich werden für gleichartige Stadträume ebenfalls gültige, idealtypische feine Unterschiede in Erscheinungsbildern von Gastronomiebetrieben erstellt, die auf theoretischer Basis gewonnen werden, statt auf numerischer Grundlage.

Abstract

“Symbolic Power/Violence in the Social Struggle in and for Space: Fine Distinctions in the Appearance of Gastronomy in Reuterquartier, Berlin-Neukölln.”

Based on Pierre Bourdieu’s theory on “symbolic violence” and the “class theoretical milieu approach“ of Vester et al. (2013) this master’s thesis researches the fine symbolic distinctions in human creations in a specific field of praxis, at a certain time and in a specific spatial context: the visual appearance of gastronomy businesses in Reuterquartier, Berlin-Neukölln, in Summer 2014.

The term “visual appearance” is used to refer to all that can be seen of a gastronomy business from the street: on the one hand, the front itself, windows, doors, blinds, etc.; on the other hand, all the artifacts that belong to the business and that are located in front of the business, such as furniture, plants, umbrellas etc. According Roswitha Breckner’s “Social Theory of the Picture,” the appearances of gastronomic businesses are comparable to the ontology of images. Thus, the appearances are conceived and interpreted as such (see Breckner 2010).

When viewed from a social-constructive perspective, images play a significant role in the social construction of reality. Images (re)produce hegemonial knowledge and in doing so, yield a reality that is not only produced through images, but also a reality that could not exist without images in the way it does. In this regard, the class society is also created by images.

Following the work of Diaz-Bone (2010) and Löw (2001), the field of research is conceived as a relatively autonomous social field with a proper, specific order, which is in turn determined by the urban space – the order of the Reuterquartier. Such an understanding takes into account that (physical) space is also socially structured and reciprocally, that (physical) space affects social structures. Since social research must consider the structural impact of spaces, the appearances of gastronomy businesses and the fine symbolic distinctions within them are also understood as space-specific.

Hence, the research investigates how the class struggle is manifested at a visual-symbolic level with regards to the appearance of gastronomy in the Reuterquartier. The symbolic distinctions are supposed to result in social inequalities in the field or even reinforce them. In this way, the research does not seek to understand the intentions of

those involved, but rather seeks to show which fine symbolic distinctions they create and in which way (see Knoblauch 2010).

As a formerly marginalized residential district, the Reuterquartier is nowadays affected by structural and demographic changes due to the fact that more and more actors of higher status move to the area (see Bouali, Gude 2014). Following the work of Bourdieu (1991) and Dirksmeier (2012) the different social groups (un)consciously seek to use the Reuterquartier according to their preferences or even aim to claim it for their own. Therefore it is assumed that the appearances of gastronomy businesses are involved in two decisive, simultaneous struggles: first, a struggle which takes part in the urban space, and second, a struggle for the space itself. Once again, this assumption is based on a social-constructive understanding. Because the appearance of gastronomy businesses is part of the architecture and the materiality of the physical space, it is assumed that the appearance also constitutes the space. Taken as such, it functions as an instrument of power that encourages space appropriation of specific social groups (see Dangschat 2009). In creating the appearances of a gastronomy business, the actors “symbolize” their own lifestyle, which in turn upholds their presence and their demand for the space. In this way, the symbolic distinctions show how social groups symbolically constitute their own presence and claim to the space.

Bourdieu's epistemology, which is often criticized as deductive, is replaced by the epistemology of interpretative social research – and in doing so different methods are combined. Finally, ideal-typical, fine distinctions in appearances of gastronomy businesses are generated on a theoretical basis, which are also valid for spaces of the same kind.

Eidesstattliche Erklärung

Hiermit versichere ich, dass ich diese Arbeit selbständig angefertigt habe und dass alle in diesem Text verwendeten Fotografien von mir aufgenommen wurden. Ich habe keine weiteren als die angeführten Quellen und Hilfsmittel verwendet.

Berlin, November 2015

Marlene Wetzel

Lebenslauf

Persönliche Daten

Name: Marlene Wetzel

E-mail: marlenewetzel1@web.de

Geb. am: 08.10.1986

Staatsbürgerschaft: Deutschland

Ausbildung

Wintersemester 2010 bis heute: Masterstudium Soziologie an der Universität Wien.

Sommersemester 2012: Erasmusstudium an der Université Dauphine in Paris.

Sommersemester 2010: Abschluss des Bachelorstudiums Soziale Arbeit an der Fachhochschule Frankfurt a.M.

Sommer 2006: Abitur am Kaiserin-Augusta-Gymnasium in Köln

Inhaltliche Schwerpunkte

- Soziale Ungleichheit
- Visuelle Soziologie
- Videoethnografie als Forschungsmethode
- Stadtsoziologie

Besondere Kenntnisse und Fähigkeiten

Ethnographische Filme:

April 2014: „Hellsichtigkeit“

April 2013: „Haralds Sinne“

Juni 2012: „Augustin Vendors in Vienna“

Januar 2011: „Neuland“

Summerschools

Juni 2014: Berliner Methodentreffen Qualitative Sozialforschung

September 2013: „bergisch.project. international urban summer school“ des Lehrstuhls Städtebau der Universität Wuppertal

August 2013: „Mixed Methods“ am Gesis Institut für Sozialwissenschaften in Köln

Mai 2013: Projektwerkstatt der „Ethnocineca“ Wien

Ehrenamtliche Vereinsarbeit:

Dezember 2012 bis März 2014: Ehrenamtliche Mitarbeit im Projekt „Vergiss mein nicht“ der Young Caritas in Berlin.