

Birgit Kröniger

Der Freiraum als Bühne

Zur Transformation von Orten durch Events und inszenierte Ereignisse



Dissertation

Technische Universität München
Lehrstuhl für Landschaftsarchitektur und Planung

Technische Universität München
Lehrstuhl für Landschaftsarchitektur und Planung

Der Freiraum als Bühne
Zur Transformation von Orten durch Events und inszenierte Ereignisse

Birgit Kröniger

Vollständiger Abdruck der von der Fakultät für Architektur der Technischen Universität München zur Erlangung des akademischen Grades eines Doktor-Ingenieurs genehmigten Dissertation.

Vorsitzender: Univ.-Prof. Sophie Wolfrum
Prüfer der Dissertation:
1. Univ.-Prof. Peter Latz
2. Univ.-Prof. Dr. Martina Löw,
Technische Universität Darmstadt

Die Dissertation wurde am 25.01.2005 bei der Technischen Universität München eingereicht und durch die Fakultät für Architektur am 18.05.2005 angenommen.

Danksagung

Mit der Dissertation begann ich während meiner Tätigkeit als wissenschaftliche Mitarbeiterin am Lehrstuhl für Landschaftsarchitektur und Planung der Technischen Universität München. Die Fertigstellung der Arbeit wurde unterstützt durch Fördermittel aus dem HWP-Programm des Freistaates Bayern.

Für die fachliche Begleitung der Dissertation bedanke ich mich herzlich bei Herrn Prof. Peter Latz vom Lehrstuhl für Landschaftsarchitektur und Planung der Technischen Universität München und bei Frau Prof. Martina Löw vom Institut für Soziologie der Technischen Universität Darmstadt.

Für die Bereitsstellung von Informationen geht mein Dank an Herrn Dirk Büsching, Geschäftsführer der Landschaftspark Duisburg Nord GmbH, Herrn Jochen Gnauert, Geschäftsführer von KulturGipfel München, Herrn Karl Kleineberg, Geschäftsführer der Industriekultur Saar GmbH, Herrn Géza Günther Schenk, Betriebswirt in Augsburg, und Herrn Reiner Sikora, Leiter des Projektbüros KulturProfile der Stadt Nürnberg.

Meinen Kollegen und Freunden, insbesondere Herrn Matthias Lampert, Herrn Dr. Wolfram Höfer und Herrn Robert Wenk danke ich für ihre Anregungen und die kritische Diskussion meines Gedankengangs sowie Rat bei technischen Fragen.

Mein ganz besonders herzlicher Dank gebührt Herrn Jochen Rümpelein und Familie Kröniger für ihre jahrelange persönliche Unterstützung dieser Dissertation.

Inhaltsverzeichnis

1	Einführung	6
2	Event – Definition	12
2.1	Begriffsfeld.....	12
2.2	Events als besondere Ereignisse	16
	Inhalt und Inszenierung	17
	Zeitliche Rahmung.....	20
	Die Bedeutung des Publikums	22
	Der Schauplatz.....	24
2.3	Erste Zwischenbilanz	27
3	Event – Schauplätze	29
3.1	Event – Räume zwischen Ereignis und Alltag.....	30
	Die „Arena“	30
	Der „Möglichkeitsraum“	39
	Zwischen „Arena“ und „Möglichkeitsraum“	45
3.2	Die Atmosphäre der Schauplätze	50
3.3	Zweite Zwischenbilanz.....	57
4	Event – Gesellschaft.....	61
4.1	Erlebnis und Gesellschaft	62
	Von der Sehnsucht nach Verzauberung	63
	Die Erlebnisgesellschaft	64
	Genuss und Distinktion	67
4.2	Events auf dem Erlebnismarkt	68
	Die Wurzeln des Freizeitkonsums	74
	Unterhaltung als „Massenornament“	75
	Die Herrschaft des Spektakels	76
	Kulturproduktion und Selbstbestimmung	76
	Das Lebensstilmodell	77

4.3	Events als kulturelle Performances	80
	Das soziale Handeln bei Geertz	81
	Goffmans Theatermodell des sozialen Lebens	82
	Formen der kulturellen Performance	86
4.4	Event – Akteure	94
	Die Produktion von Events	100
	Die Teilnahme an Events	107
4.5	Dritte Zwischenbilanz	115
5	Event – Raum – Ort	119
5.1	Event und Raum	119
5.2	Event und Ort	126
	Der besondere Ort als Schauplatz.....	128
	Der Schauplatz als besonderer Ort.....	133
	Ort und Ereignis in der Kunst.....	135
5.3	Die Inszenierung von Orten zwischen Kunstereignis und Massenevent	146
	Die Bespielung öffentlicher Stadträume.....	147
	„Wenn die Arbeiter weg sind, kommen die Komödianten“ - Postindustrielle Orte als Bühnen.....	157
6	Zusammenfassung.....	182
7	Literaturverzeichnis.....	188
	Unveröffentlichte Quellen.....	206
	Abbildungsverzeichnis	207

1 Einführung

Events sind als charakteristische Form der Festkultur und zugleich als Marktware in der zeitgenössischen Gesellschaft allgegenwärtig. Öffentlichkeitswirksame Spektakel sind nicht nur eine Form der Freizeitgestaltung mit breiter Anziehungskraft, sondern prägen erheblich das Erscheinungsbild und die Nutzung von Freiräumen. Von Open-Air-Konzerten und Trendsportveranstaltungen auf Stadtplätzen und in Parks über Operaufführungen zwischen Hochöfen bis hin zu Rockkonzerten unter Riesenbaggern finden immer mehr Ereignisse in städtischen Freiräumen oder in der Landschaft statt. Viele dieser Events sind etablierte Veranstaltungsformen, die von ihren angestammten Schauplätzen, wie Konzerthäusern oder Theatern, in öffentliche Freiräume oder an ungewöhnliche „Spielorte“ wie aufgelassene Industriegelände verlagert wurden.

Nun waren die Städte schon in der Vergangenheit Bühnen für inszenierte Ereignisse, die sich zeitweilig auf Straßen und Plätzen in Form von rauschenden Festen oder wütenden Protestzügen entfalteten. Spektakel stellten Zäsuren im Alltagsleben der Menschen dar und erlaubten ihnen das Bekenntnis zu einem Weltbild oder das Aufbegehren gegen gesellschaftliche Zustände, angefangen von Volks- und Kirchenfesten sowie Prozessionen über Triumphzüge und Paraden bis hin zu Demonstrationen. Während sich frühere Ereignisse in räumlicher und zeitlicher Hinsicht aus dem Alltag heraushoben, sind wir heute zu fast jeder Zeit und an nahezu jedem Ort mit Spektakeln konfrontiert. Mit der von Kulturveranstaltern und Eventmanagern betriebenen Veralltäglichung des Festlichen haben Events die Funktionen früherer Ereignisse eingeübt, die gesellschaftliche Ordnung zu festigen und das Leben der Menschen zu strukturieren. In unserer hochdifferenzierten und enttraditionalisierten Gesellschaft sind Events zu Kulissen der Selbstinszenierung und Bestandteilen von Lebensstilen der Individuen geworden.

Die hier skizzierte Charakterisierung von Events als soziale Phänomene mit einer räumlichen Dimension bildet den Ausgangspunkt der vorliegenden Arbeit, in der Events als grundlegende Formen von sozialer Interaktion an Schauplätzen im Raum begriffen werden. Mein zentrales Anliegen besteht in dem Nachweis der These, dass Events als inszenierte Ereignisse in der zeitgenössischen Gesellschaft ihre Schauplätze über ihre begrenzte Dauer hinaus nachhaltig prägen, transformieren und ihnen gesellschaftliche Bedeutung verleihen können. Davon ausgehend werde ich untersuchen, inwiefern sich Events wie die räumliche Planung zur Konstitution und Transformation von Orten einsetzen lassen. Vor diesem Hintergrund ist die vorliegende Arbeit an der Schnittstelle zwischen der Freiraumplanung und den Sozial- und Kulturwissenschaften angesiedelt. Denn als soziale Phänomene mit einer räumlichen Dimension tangieren Events sowohl die Berufsfelder, die in planerisch-gestaltender Hinsicht mit Räumen zu tun haben, wie die Landschaftsarchitektur, als auch die Disziplinen, die sich mit sozialen Prozessen und Strukturen auseinandersetzen.

Die Landschaftsarchitektur hat sich seit den 1990er Jahren aus zwei unterschiedlichen Richtungen mit dem Themenfeld der Events befasst. Auf der einen Seite werden diese vom Berufsstand als *Vermarktungsstrategien* eingesetzt und auf der anderen Seite aus der *Planungsperspektive* als Formen der Freiraumnutzung und –inszenierung diskutiert. Während es sich bei den

freiraumplanerischen Marketingevents um eine Modeerscheinung handelt, zielt die Planungsperspektive auf den grundsätzlichen Zusammenhang von räumlicher Gestaltung und sozialen Praktiken und damit auf eine inhaltliche Kernfrage des Berufsfeldes.

Wie Eventmanager und Werbefachleute haben auch Landschaftsarchitekten die Eignung von Events als Marketinginstrumente für den Berufsstand erkannt. Seit Anfang der 1990er Jahre ist es Mode geworden, mit temporären Garten- oder Kunstinstallationen Orte in Innenstädten oder industriell überformten Landschaften öffentlichkeitswirksam in Szene zu setzen. Beispiele für eine solche „Event-Landschaftsarchitektur“ sind die auf Lucius Burckhardt zurückgehende „Spaziergangsforschung“ des Leipziger Ateliers *alias* (vgl. u.a. Weisshaar 2000, Fuchs 1993) oder die von Daniel Sprenger alljährlich an wechselnden Standorten in Berlin veranstalteten „Temporären Gärten“, deren Bezeichnung sich Sprenger sogar als Marke schützen ließ (vgl. u.a. Below 2001). Zum einen sollen die teils subtilen, teils provozierenden Installationen versteckte Qualitäten und Nutzungsperspektiven von vernachlässigten oder negativ besetzten Orten aufdecken. Zum anderen dienen sie als PR-Strategien für den Berufsstand bzw. die beteiligten Planer, die mit plakativen Mitteln öffentliche Aufmerksamkeit erregen wollen.¹ Durch die Häufung derartiger Events in den letzten Jahren scheinen allerdings die gestalterischen Spielräume und der Neuigkeitswert der modischen Installationen ausgereizt zu sein.

Im Gegensatz dazu geht es bei der Beschäftigung mit Events als einer Form der Freiraumnutzung und –inszenierung nicht um ein Modephänomen, sondern um ein im Grunde zeitloses Thema von hoher Relevanz für die Profession. Zu allen Zeiten fanden Veranstaltungen in Freiräumen statt und prägten diese in ihrem Erscheinungsbild und ihren Funktionen. Die gegenwärtige Auseinandersetzung mit Events in Freiräumen ist vor dem Hintergrund mit einer Jahrhunderte zurückgehenden Berufstradition zu sehen, in der die Gestaltung von Räumen zwischen zwei entgegengesetzten Polen angesiedelt ist. Das eine Extrem stellen Festräume wie die barocken Gartenanlagen oder repräsentative Plätze dar, die erst in der spektakulären Inszenierung zur vollen Entfaltung gelangen, das andere Extrem dagegen kontemplativ zu erlebende Räume wie die englischen Landschaftsgärten, die sich gegen Masseninszenierungen sperren und sich dem Menschen in der Vereinzelung erschließen. Für die Schauplätze von Spektakeln bildeten sich im Lauf der Zeit spezielle Raumtypologien und implizite planerische Strategien heraus, ohne dass diese bislang innerhalb der Landschaftsarchitektur explizit thematisiert wurden.

Auf die Zunahme von Massenevents in Freiräumen reagierte die Profession mit einigen wenigen Untersuchungen zur Eignung von historischen Gartenanlagen und öffentlichen Grünräumen für Veranstaltungen.² Diese drehen sich im wesentlichen darum, welche Anforderungen Freiräume als Veranstaltungsorte erfüllen müssen und ob bestehende Freiräume Spektakel aufnehmen können, ob sie durch Spektakel beeinträchtigt werden oder diese umgekehrt zu ihrem Funktionieren benötigen. In der Praxis macht die Planung von Event-Schauplätzen einen Teil des freiraumplanerischen Tätigkeitsspektrums aus, was allerdings bislang nicht zum Gegenstand theoretischer Auseinandersetzung wurde. Überwiegend planen und gestalten Landschaftsarchitekten Räume, die von den Menschen unspektakulär im



„Spaziergangsforschung“
(atelier *alias*) in einem Lausitzer
Tagebaugelände

¹ Zum Thema der Garteninstallationen vgl. auch Fuchs 1999/2000, Hertlein & Schröder 2000, Kasiske 2001, Nagel 2000.

² Zur Rolle von Grünflächenämtern als Veranstaltungsmanager siehe Gehrke 2001/2002, zu Events in historischen Gärten siehe Hagner 2002, zu Beschädigungen von Grünanlagen durch Großveranstaltungen vgl. Balder 2002.

Der „Nebelgarten“ auf dem Gartenfestival in Chaumont-sur-Loire 1998 (Latz + Partner)

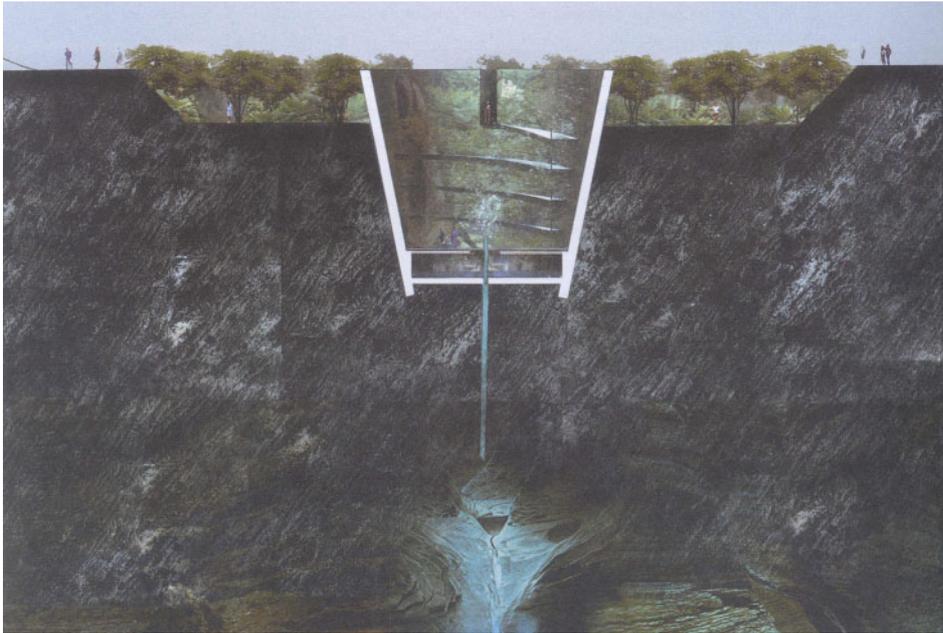


Alltag genutzt werden, in denen sie „verweilen“ (Highmore 2000, 38) und „wohnen“ (vgl. Nohl 1983). In vielen dieser Freiräume, wie Plätzen oder Parks, werden zeitweilig von Kommunen, Firmen oder Verbänden Events durchgeführt. Als Planer dieser Räume sind Landschaftsarchitekten mit den räumlichen Anforderungen von Veranstaltungsnutzungen, z. B. in Form von technischer Infrastruktur, aber auch mit den Auswirkungen von Events auf Freiräume, wie Schäden oder Nutzungskonflikten konfrontiert. Neben „Alltagsräumen“ gestalten Landschaftsarchitekten auch Räume, deren Hauptzweck darin besteht, besondere Ereignisse aufzunehmen oder die selbst raumgewordene Spektakel darstellen. Diese Freiräume müssen in ihren Dimensionen, Einrichtungen und Inszenierungen auf den Schwerpunkt Unterhaltung und große Menschenmengen ausgelegt werden. Neben Freizeitparks zählen dazu die Außenanlagen von Welt- oder Länderausstellungen, Sportanlagen sowie Gartenschauen³. Die meisten dieser „Ereignisräume“ werden nach Beendigung der Spektakel zu Quartiersparks oder Grünzügen zurückgebaut. Die Zuständigkeit von Landschaftsarchitekten umfasst dabei in der Regel nicht die Planung der Events, sondern die Gestaltung des räumlichen Rahmens für die von Firmen, Organisationen und Verbänden veranstalteten Spektakel. Gelegentlich jedoch übernehmen die Planer auch selbst die Rolle von „Regisseuren“, wie der Eventcharakter des Wasserkraters auf der Landesgartenschau 2000 in Bad Oeynhausen von Agence Ter deutlich macht (vgl. Bölk 2000, Diedrich 2000). Einen experimentelleren Charakter als die etablierten Bundes- und Landesgartenschauen besitzen die seit einigen Jahren stattfindenden Gartenfestivals in Chaumont-sur-Loire und Lausanne, in denen das Thema Garten von Landschaftsarchitekten, Architekten und Künstlern als temporäre Form unter alljährlich wechselndem Motto inszeniert wird.⁴ Vor allem die letztgenannten Gartenereignisse weisen deutliche Parallelen zu den bereits dargestellten freiraumplanerischen „Marketingevents“ auf.

Während sich die Landschaftsarchitektur auf die räumlichen Anforderungen von Events und ihre unmittelbaren Auswirkungen auf Freiräume fokussiert, setzen sich parallel dazu die Sozial- und Kulturwissenschaften

³ Die Geschichte der Gartenschauen mit ihren teils widerstreitenden Zielsetzungen als Werkzeuge der Stadtentwicklung und Präsentationsforen von Wirtschaft und Verbänden kann im Rahmen dieser Arbeit nicht näher ausgeführt werden. Zum Spannungsfeld von Stadtentwicklung und Spektakel vgl. Pütz 2000, Poblotzki 2000.

⁴ Während das „Festival du Jardin in Chaumont-sur-Loire“ in einem umgestalteten Schlosspark und damit einem klassischen Freiraumtypus stattfindet, erobert „Lausanne Jardins“ wechselnde Orte in der Stadt. Zunehmend haben auch die Besitzer von Schlössern und Herrenhäusern Gartenfestivals in Kombination mit Verkaufsausstellungen, Vorträgen und Konzerten als einträgliche Nutzung ihrer Anwesen erkannt. Zu den ersten dieser Art gehört das Festival auf Schloss Ippenburg. Zum Phänomen der Gartenfestivals siehe Beck 1997, Devolder 2001, Diedrich 1998, Folkert 2000, Jaggi 2000, Ludwig 1998/2000, Milchert 2000 a/b/c, Weilacher 2000.



Der „Wasserkrater“ auf der Landesgartenschau in Bad Oeynhausen-Löhne 2000 (Agence TER)

mit Events als sozialen Mustern auseinander. Die Soziologen untersuchen Events hinsichtlich ihrer Sozialfunktionen und begreifen sie als Ausdruck gegenwärtiger gesellschaftlicher Transformationsprozesse und veränderter Vergesellschaftungsmuster (Überblick bei Gebhardt et al. 2000). Events und die von ihnen vermittelten Erlebnisse werden als Bestandteile der Lebensführung und temporäre Formen der Gemeinschaftsbildung in einer durch Individualisierungs- und Pluralisierungsprozesse gekennzeichneten Gesellschaft angesehen. Die räumliche Dimension von Events bleibt in diesen Arbeiten allerdings weitgehend ausgeklammert. Der Soziologin Martina Löw zufolge ist dies nicht verwunderlich, da die Sozialwissenschaften weitgehend durch eine Vernachlässigung von Raumphänomenen gekennzeichnet seien (vgl. Löw 2001). Während Events in der Soziologie als charakteristische Phänomene der gegenwärtigen Gesellschaft begriffen werden, wird der Begriff „Event“ von Kulturanthropologen und Ethnologen für eine grundlegende Form von gesellschaftlicher Interaktion verwendet. Sie untersuchen inszenierte Ereignisse hinsichtlich ihrer Rolle im kulturellen Kontext von traditionellen und zeitgenössischen Gesellschaften und begreifen Events als symbolische Inszenierungen, die auf dem Miteinander der Teilnehmer an bestimmten Schauplätzen basieren (Überblick über das Forschungsfeld bei Bormann 2000/ 2001, Knoblauch 2000).

Fasst man die Blickwinkel der Landschaftsarchitektur sowie der Sozial- und Kulturwissenschaften zusammen, so wird deutlich, dass diese Disziplinen vor dem Hintergrund ihrer berufsspezifischen Traditionen jeweils nur isolierte Teilaspekte von Events betrachten: Die Sozial- und Kulturwissenschaften untersuchen Events als eine Form von sozialem Leben in der Gesellschaft, erfassen aber deren erhebliche Auswirkungen auf den Raum nicht. Die Landschaftsarchitekten hingegen fokussieren sich auf die räumlichen Manifestationen von Events und ihre Auswirkungen auf Freiräume, thematisieren aber die sozialen Praktiken nicht, auf die dies zurückzuführen ist. Aufgrund dieser theoretischen Engführungen ist keine der genannten Disziplinen allein ausreichend, um Events als soziale Phänomene mit räumlicher Dimension in ihrer Gesamtheit zu erfassen. Bringt man jedoch die

unterschiedlichen Herangehensweisen und Instrumentarien der Disziplinen zusammen, so kann die Korrespondenz zwischen der Gestalt und Funktion von Freiräumen und Spektakeln als einer Form von sozialer Interaktion in der Gesellschaft erfasst werden.

Dem muss eine grundlegende Begriffsklärung vorangestellt werden, da die Bezeichnung „Event“ im alltäglichen und wissenschaftlichen Sprachgebrauch für eine Vielzahl von Phänomenen mit unterschiedlichen Bedeutungen und Wertungen verwendet wird. Im Anschluss daran können die für den Raumbezug relevanten Eigenschaften von Events herausgearbeitet werden (Kapitel 2). Darauf aufbauend wird im Kapitel 3 nachgewiesen, dass Events in typisierten Anordnungsmustern im Raum stattfinden und von der Atmosphäre besonderer Orte profitieren. Wodurch sich diese verallgemeinerbaren Raumanordnungen und die Atmosphäre von Orten auszeichnen, wird anhand zahlreicher Beispiele von Schauplätzen überwiegend aus dem Freiraumbereich beschrieben. In Kapitel 4 wird die Perspektive gewechselt und der gesellschaftliche Hintergrund beleuchtet, vor dem Events auf Räume einwirken. Zugleich werden die an Events beteiligten Akteure beschrieben. Die raumbezogene und die soziale Perspektive aus den Kapiteln 3 und 4 werden in Kapitel 5 in Form einer Synthese zusammengeführt. Anhand von Beispielen aus der bildenden Kunst, von Events in öffentlichen Räumen und in Industriebranchen wird nachgewiesen, wie Events auf Orte einwirken und diese transformieren können und in welchem Verhältnis Event und räumliche Planung dabei stehen.

Die Positionierung der vorliegenden Arbeit an der Schnittstelle von Landschaftsarchitektur und Sozialwissenschaften bietet für beide Professionen Erkenntnisgewinne. Für die Sozialwissenschaften liefert die vorliegende Arbeit einen Beitrag zur Theoriebildung in den im Zusammenhang mit sozialen Prozessen bislang vernachlässigten Kategorien Raum und Ort. Für die Landschaftsarchitektur hingegen stellt die vorliegende Arbeit nicht nur eine umfassende Positionsbestimmung zum Phänomen der Events in Freiräumen dar, sondern beleuchtet auch das Verhältnis von Events und räumlicher Planung als Instrumentarium bei der Entwicklung von Räumen. Wesentlich ist dabei, dass zeitgenössische Spektakel nicht nur auf die derzeit beliebte „Event-Landschaftsarchitektur“ reduziert werden, sondern als Formen der Freiraumnutzung und –inszenierung begriffen und in den historischen Kontext der Festkultur eingeordnet werden. Zugleich verweist die sozialwissenschaftlich gefärbte Auseinandersetzung mit Freiräumen auf den in der Landschaftsarchitektur gegenwärtig kaum thematisierten Stellenwert von sozialen Prozessen bei der Raumkonstitution. In der Gesellschaft stehen Räume und soziale Praktiken in einer engen Beziehung zueinander. Events machen deutlich, dass die Mitglieder einer Gesellschaft Räume permanent durch soziales Handeln, in Form von besonderen Ereignissen wie auch in Alltagsabläufen, überformen; die Formen, Funktionen und Wahrnehmungsweisen von Freiräumen können von Planern zwar zum Teil gesteuert werden, entfalten und verändern sich jedoch in den sozialen Interaktionen innerhalb einer Gesellschaft.

Für die formulierten Fragestellungen werden in der vorliegenden Arbeit freiraumplanerische sowie sozial- und kulturwissenschaftliche Perspektiven auf Events und ihre Schauplätze mit zahlreichen Beispielen von historischen und zeitgenössischen Ereignissen und ihren Schauplätzen in Beziehung

gesetzt. Dabei wird deutlich, dass viele Erscheinungsformen von inszenierten Ereignissen, z.B. Wettkämpfe, Prozessionen oder Paraden, vordergründig betrachtet zwar über lange Zeiträume hinweg immer wieder in ähnlicher Form auftreten, in unterschiedlichen gesellschaftlichen Kontexten jedoch wesentlich ihre Inhalte und Bedeutungen ändern. Die Beispiele dienen damit nicht nur der Illustration der theoretischen Erläuterungen, sondern auch der Herausarbeitung von Varianzen und Differenzierungen der grundlegenden Merkmale von Ereignissen. Dabei kann die Auswahl der Beispiele keinen Anspruch auf Vollständigkeit erheben, sondern konzentriert sich vielmehr auf Phänomene, die bestimmte theoretische Aspekte besonders augenfällig machen und die zudem aufgrund der bestehenden Quellenlage ausreichend dokumentiert sind.⁵ Die Angaben zu zeitgenössischen und historischen Ereignissen wurden aus unterschiedlichen Quellen entnommen. Zum einen wurde eine umfangreiche Literaturrecherche durchgeführt. Während kulturhistorische Arbeiten Einblicke in die Festkultur einzelner Epochen zuließen, entstammen die Informationen zu zeitgenössischen Events weitgehend der Tagespresse und Fachzeitschriften. Zum anderen wurden Experteninterviews mit Entscheidungsträgern unterschiedlicher Institutionen geführt, die Events in Freiräumen planen oder durchführen. Dies ermöglichte einen Einblick in die Sichtweisen und Ziele der Organisatoren von Events. Den Blickwinkel des Zuschauers dagegen trug der Besuch zahlreicher Freiraum-Events unterschiedlicher Art und Größenordnung bei. Die Recherchen machten deutlich, dass es nicht möglich ist, sich ausschließlich auf Ereignisse in Freiräumen zu beschränken. Die ergänzende Betrachtung von Gebäuden oder „Zwittern“ zwischen Freiraum und Gebäude erwies sich vielmehr als unerlässlich für die umfassende Erörterung des Raumbezuges von Events.

⁵ Im Vergleich zu anderen kulturellen Formen wie Malerei oder Baukunst sind Feste als vergängliche Erscheinungen wenig dokumentiert.

2 Event – Definition

Lange bevor die Profession der Landschaftsarchitektur den Begriff „Event“⁶ entdeckte, wurde er auf dem Unterhaltungssektor, von Ausstellungsmachern und Werbemanagern verwendet. Mittlerweile ist „Event“ zu einem Modewort der deutschen Umgangssprache avanciert, allgegenwärtig in den Medien, im Internet und in der Werbung. Seit den 1990er Jahren ist der Begriff und das dahinter stehende soziale Phänomen zudem Gegenstand wissenschaftlicher Betrachtungen. Die nahezu unüberblickbare Begriffsverwendung in Umgangssprache und Wissenschaft hat dazu geführt, dass die Bezeichnung mit divergierenden Bedeutungen und Konnotationen verbunden wird. Was im Rahmen dieser Arbeit unter einem „Event“ verstanden wird, muss daher zunächst definiert werden. Als Voraussetzung hierfür wird in einem ersten Schritt das Begriffsfeld abgesteckt und ein Überblick über die Bandbreite von Phänomenen gegeben, die gegenwärtig unter der Bezeichnung „Event“ firmieren. Dieser Überblick ermöglicht es, in einem zweiten Schritt die für den Argumentationsgang der vorliegenden Arbeit relevanten Eigenschaften von Events herauszuarbeiten und darauf basierend den Bezug zum Raum herzustellen.

2.1 Begriffsfeld

*Herr Best hasst die Event-Kultur,
die dadurch virulent ist,
dass alles ständig rennt, und nur
weil etwas ein Event ist.*

*Um welche Art Kultur es geht,
schert dabei keinen richtig.
Worum sich das Spektakel dreht,
ist dabei auch nicht wichtig.*

*Hauptsache ist, es findet statt,
damit am andern Morgen
man etwas, das verbindet, hat
statt kultureller Sorgen. (...)*

Dieter Höss

Analysiert man diese in einer Tageszeitung veröffentlichten satirischen Verse⁷ hinsichtlich der darin skizzierten Merkmale von Events, so lassen sich drei grundsätzliche Aspekte herauskristallisieren. Zum ersten werden Events als Veranstaltungen mit Anziehungskraft für ein breites Publikum beschrieben („dass alles ständig rennt“). Zum zweiten lässt sich den Zeilen entnehmen, dass der Inhalt von Events von vergleichsweise untergeordneter Bedeutung ist („Worum sich das Spektakel dreht, ist dabei auch nicht wichtig“). Drittens billigt der Autor Events eine gemeinschaftsstiftende Funktion zu („etwas, das verbindet“). Vorrangig allerdings geht es Höss nicht darum, die Eigenschaften von Events zu beschreiben. Vielmehr pointiert der Autor durch seinen spöttischen Tonfall deutlich seine Kritik am Phänomen der Eventkultur. Das satirische Gedicht steht damit exemplarisch für die emotional aufgeladene Verwendung der umstrittenen Begriffe „Event“ und „Eventkultur“ in den Medien, auf dem kulturellen Sektor, in den Sozialwissenschaften und nicht zuletzt auch in der Profession Landschaftsarchitektur.

⁶ Sowohl in der soziologischen Literatur als auch in der Umgangssprache und in den Medien besteht Uneinigkeit darüber, ob es im Deutschen „das“ oder „der“ Event heißt; beide Varianten sind in etwa gleich häufig anzutreffen. Im Rahmen dieser Arbeit wird die Variante des Neutrums bevorzugt; Abweichungen davon können jedoch in wörtlichen Zitaten anderer Autoren vorkommen.

⁷ Nürnberger Nachrichten vom 16./17.8.2003.

Die eine Seite setzt Events mit erlebnisreichen, leicht konsumierbaren Ereignissen im positiven Sinne gleich. „(I)m Gegensatz zur traditionellen Hochkultur, die für viele Menschen schwer greif- und begreifbar ist“, stünden Events für eine „leichtere“, „unterhaltamere“ und „gegenwartsnähere Anfasskultur“: „Mit der Musik vibrieren, sich in Trance tanzen, sich beim Pop-Konzert bis zur Erschöpfung verausgaben, Zirkusluft schnuppern, den letzten Kick in der Achterbahn spüren und immer hautnah (d.h. `live`) dabei sein.“ (Opaschowski 2000, 55f.) Auf der anderen Seite hat die nahezu beliebige Verwendung des Begriffs als Etikett für Veranstaltungen und Einrichtungen aller Art – von Konzerten über Sportereignisse und Firmenpräsentationen bis hin zu dauerhaften Vergnügungseinrichtungen wie Freizeitparks - zu einer Entwertung der Bezeichnung geführt. Nicht ohne Grund brandmarken Kritiker die vielfach trivialen Erscheinungsformen der kommerziellen Eventkultur, vor allem Massenphänomene wie die Loveparade oder Disco-Parties, als Tummelplätze einer hedonistischen Spaßgesellschaft und „Eintagsfliege zwischen Show- und Sensationseffekt, flüchtigem Kitzel und kurzlebigen Spektakel“ (Opaschowski 2000, 57). Während also die Bezeichnung vor allem auf dem Unterhaltungssektor und im Freizeitsport als modisches Schlagwort eingesetzt wird, meiden mittlerweile Kulturveranstalter den mit Massenkultur und Kommerzialisierung verbundenen Begriff. Reiner Sikora vom Nürnberger Kulturreferat etwa möchte die von der Stadt organisierten Veranstaltungen auf Straßen und Plätzen keinesfalls als „Events“ bezeichnet wissen (Interview Sikora 2003).

Die skizzierten, entgegengesetzten Haltungen vermitteln einen Eindruck davon, wie umstritten der Begriff ist, lassen jedoch keine Schlüsse darüber zu, welche Phänomene sich tatsächlich hinter dem Begriff „Event“ verbergen. Hier führen deutschsprachige sozialwissenschaftliche Forschungsarbeiten weiter, in denen Events als zeitgenössische Veranstaltungsformen untersucht und mit früheren Erscheinungsformen der Festkultur in Beziehung gesetzt werden (Überblick bei Gebhardt et al. 2000).⁸ Dabei lassen sich Parallelen zu den im obenstehenden Gedicht beschriebenen Merkmalen von Events feststellen. Die Soziologen Gebhardt, Hitzler und Pfadenhauer (2000, 9f.) verstehen unter Events erlebnisorientierte Veranstaltungsformen, die sich seit Ende der 1980er Jahre zu einem sozialen Massenphänomen und einem eigenen Wirtschaftszweig entwickelten. An der Schnittstelle von Hoch-, Populär- und Massenkultur wollen Events dem Publikum besondere Erlebnisse für alle Sinne vermitteln. Dazu verknüpfen sie - perfekt organisiert und oft monothematisch - unterschiedliche Erlebnisinhalte und Erlebnisformen zu einem nach ästhetischen und ökonomischen Kriterien konstruierten und gemeinsam erlebten Gesamtkunstwerk. Bei einem Event kommen die Menschen nicht aus Verwandtschaft oder Bekanntschaft zusammen, sondern aufgrund anonymer Gemeinsamkeiten. Events besitzen damit öffentlichen Charakter. Wie traditionelle Veranstaltungen sind sie „anberaumte Zusammenkünfte einer größeren Zahl von Handelnden, die sich für eine bestimmte Zeit an einem bestimmten Schauplatz einfinden und bereit sind, einen oder mehrere gemeinsame Foci der Interaktion zu teilen.“ (Knoblauch 2000, 36) Von herkömmlichen Festen unterscheiden sich Events zum einen durch ihre Desinstitutionalisierung, die sich im Bedeutungsverlust von Veranstaltungen des Staates und anderer traditioneller Organisationen gegenüber freieren Festformen äußert, „in denen sich nicht selten politisch diffuse und unver-

⁸ In der deutschsprachigen Soziologie gewann der Begriff „Event“ zudem Bedeutung in der für die Erforschung von Biographien angewendeten „Event-history-analysis“ (Knoblauch 2000, 34). Mit dieser Analyseverfahren werden Langzeitstudien über die Rolle eines sozial bedeutsamen Ereignisses im Leben eines Menschen durchgeführt, z.B. die Hochzeit oder die Geburt eines Kindes. Allerdings werden mit dieser Methode nicht die Ereignisse selbst untersucht, sondern nur ihre Auswirkungen, weshalb sie im Rahmen dieser Arbeit nur am Rande erwähnt sei.

bindliche Ziele, Ideen und Sinnwelten mit einem locker-unverbindlichen Gemeinschaftserlebnis vermischen“ (Gebhardt 2000, 25). Zum anderen löse sich die soziale Homogenität der Teilnehmer von früheren Festen zunehmend auf. Drittens sei die Eventkultur durch Profanisierung gekennzeichnet: Im Vordergrund stehe nicht mehr die Vermittlung eines Sinnes oder einer Ideologie, sondern angenehme Erlebnis für den einzelnen. Zugleich gebe es ein immer breiteres Angebot an Events, diese würden zunehmend von biographischen oder historischen Anlässen gelöst. Dabei stünden die ökonomischen Motive der Veranstalter im Mittelpunkt (Gebhardt 2000, 24ff.).

Vor diesem Hintergrund differenzieren Gebhardt et al. (2000) die nachfolgenden Arten von Events:

Marketingevents, z.B. Camel Tours,
 Kultur- und Freizeitevents, darunter
 hochkulturelle Events, z.B. Klassik Open Air,
 populärkulturelle oder sportzentrierte Massenevents, z.B. Blade Night,
 religiöse Massenevents, z.B. Taizé-Bewegung,
 politische Events, z.B. Live-Aid-Konzerte,
 jugendkulturelle Szeneevents, z.B. Loveparade,
 Medienevents, z.B. Titanic-Kampagne.

Ebenso wird zum Event-Phänomen die sogenannte „Eventisierung“ etablierter und traditioneller Veranstaltungen oder Einrichtungen gezählt. Darunter ist die erlebnisorientierte Inszenierung etwa von Museen, Konzerten, Operaufführungen, Fußballspielen und Wahlveranstaltungen zu verstehen (Gebhardt et al. 2000, 10.). Ein bekanntes Beispiel für eventorientierte Vermarktung ist die seit mehreren Jahren in zahlreichen Städten Deutschlands veranstaltete „Lange Nacht der Museen“, bei der durch eine möglichst aufsehenerregende Inszenierung der Kulturtempel mittels Lichtinszenierungen, Clubmusik und Häppchen neue Besucherschichten erschlossen werden sollen.

Autoren wie Bormann (2000) oder Hitzler (2000) rechnen auch Freizeit- und Erlebnisparks wie Disneyland oder Malls wie das CentrO in Oberhausen zum Feld der Events, obwohl diese Dauereinrichtungen und keine zeitlich begrenzten Veranstaltungen sind. Für eine derartige Zuordnung spricht jedoch, dass die permanenten „Erlebniswelten“ ebenso wie die temporären Events, „verschiedenste Unterhaltungsgattungen auf engstem Raum vereinen, dabei Ungewöhnliches, Spannungsreiches, Actiongeladenes, Vergnügliches, in jedem Falle Spektakuläres aneinanderreihen und somit Erlebnisse am laufenden Bande ermöglichen: Der Erlebnispark als Eventmaschine.“ (Bormann 2000, 139) Als „Ereignisse in Permanenz“ - eigentlich ein Widerspruch in sich - funktionieren Erlebnisparks nur, weil sie sich an ein stetig wechselndes Publikum richten und ihr Erlebnisangebot laufend erneuern.

Keller (2000) verweist darauf, dass die Gesellschaft auch ungeplante Geschehnisse wie etwa Naturereignisse⁹ im öffentlichen Diskurs zu Events umdeuten kann: „`Natur´ wird in diesem Sinne seit langem eventisiert, als Naturschauspiel (z.B. Wasserfälle, Sonnenfinsternisse), menschliche Naturbeziehung (z.B. der Mensch auf dem Mond, adventure tours) oder künstliche Natur (à la Jurassic Park, Sea World etc.) in Szene gesetzt.“

⁹ Auch bei der Verarbeitung von Katastrophenereignissen greift die Gesellschaft „auf vorhandene Erzählstrukturen (z.B. Helden-geschichten, Abenteuergeschichten, Untergangsgeschichten usw.), kollektive Deutungsmuster, Metaphern, Kollektivsymbole u.a.m. zurück.“ (Keller 2000, 276). So wurden die Terroranschläge des 11. September 2001 in der Öffentlichkeit in Form eines Dramas mit den Protagonisten Osama bin Laden als Personifikation des Bösen, seinen unschuldigen Opfern und den heldenhaften Feuerwehrmännern in einen aus Schurken- und Heldengeschichten bekannten Zusammenhang gebracht. Damit folgt die Verarbeitung dieses an sich unfassbaren Ereignisses einer gängigen Strategie, die Keller wie folgt charakterisiert: „Gesellschaften eignen sich unvorhergesehene, überraschende, seltsame, erschreckende, merkwürdige Ereignisse im Rahmen ihrer kulturellen Repertoires, in Gestalt von plausiblen, sinnstiftenden Interpretationsfiguren an.“ (Keller 2000, 276)

(Keller 2000, 265) Wie etwa die hochprofessionelle Vermarktung der Sonnenfinsternis 2000 mit eigens produzierten Brillen und organisierten Massenparties verdeutlicht, werden derartige Ereignisse erster Ordnung zu „raffinierten, aber abgeleiteten sozialen Gebilden, hinter denen die Ziele, Konkurrenzbedingungen, Verwertungsinteressen der Hersteller stehen.“ (Lipp 2000, 428)

Alle genannten Typen von Events verbindet, dass sie an ein Publikum gerichtete Erlebnisangebote darstellen, die eng an ökonomische Zielsetzungen der Veranstalter geknüpft sind. Diese Charakterisierung sagt allerdings noch nichts über das Thema der vorliegenden Arbeit, den räumlichen Bezug von Events, aus. An dieser Stelle ist es aufschlussreich, sich den sprachlichen Wurzeln des Begriffes zuzuwenden. Im Englischen bezeichnet *event* laut Collins Paperback English Dictionary „a planned and organised occasion“ (zit. bei Knoblauch 2000, 33). Die englische Bezeichnung umfasst jedoch nicht nur Feste oder Veranstaltungen, sondern allgemein besondere, herausgehobene Ereignisse. Gemäß Oxford Paperback Dictionary ist ein *event* „something that happens, especially something important“ (zit. ebd.). Auch das Longmans Dictionary of American English definiert *event* als „happening, usually an important one“ (zit. ebd.).

Ein Event bezeichnet damit in seinem Wortsinn ein besonderes Ereignis bzw. eine Begebenheit, die aus dem Alltag herausgehoben ist. Nach Schütz und Luckmann umfasst das „Außeralltägliche“ Teilbereiche der Sozialwelt mit abgeschlossener Sinnstruktur, die von den „natürlichen Einstellungen“ der Alltagswirklichkeit abgehoben und jeweils mit eigenen „Erlebnis- bzw. Erkenntnisstilen“ verknüpft seien. Derartige Sinngebiete seien z.B. die Kunst, das Spiel, die Wissenschaft, die Phantasiewelt oder das Fest (Schütz & Luckmann 1979, 48ff.). Johan Huizinga beschreibt das Außeralltägliche im Zusammenhang mit dem Spiel, das alltägliche Routinen außer Kraft setze: „Dieses Etwas, das nicht das ‚gewöhnliche Leben‘ ist, steht außerhalb des Prozesses der unmittelbaren Befriedigung von Notwendigkeiten und Begierden, ja es unterbricht diesen Prozess.“ (Huizinga 2001, orig. 1938, 17) Damit Events sich vom Alltagsgeschehen abheben, müssen sie „als Feste, als Feiern oder in anderer Weise als besonders herausgehobene Ereignisse gerahmt“ sein (Knoblauch 2000, 40). Folgt man Huizingas Ausführungen zum Wesen des Spiels, so bedeutet Außeralltäglichkeit eine Unterbrechung des Alltagsgeschehens: Um sich aus dem kontinuierlichen Fluss des Alltagslebens herauszuheben, benötigen Veranstaltungen wie das Spiel einen besonderen, vorab angekündigten Zeitpunkt sowie eine definierte und durch Anfangs- und Abschlussrituale markierte Dauer.¹⁰ Die eigenen „Erlebnis- und Erkenntnisstile“, die Schütz und Luckmann mit dem Außeralltäglichen verbinden, werden dagegen durch „situative Markierungen“ (Knoblauch a.a.O.) wie besondere Aktivitäten, Inhalte, Ausstattungen und Schauplätze erzeugt.

In einer Gesellschaft, in der ein spektakuläres Ereignis das nächste jagt, stellt sich allerdings die Frage, ob das Kriterium des „Außeralltäglichen“ auf Events noch zutrifft. In den Sozialwissenschaften wird dies zur Recht angezweifelt und eine Inflation des Festlichen in der zeitgenössischen Gesellschaft diagnostiziert (vgl. Bormann 2000, 141; Gebhardt 2000, 26): Nur noch wenige Veranstaltungen zeichneten sich durch echte „Außeralltäglichkeit“ aus, indem sie den Wechsel in jene besonderen Erlebnis- und Erkenntnis-

¹⁰ Bei der zeitlichen Rahmung muss differenziert werden zwischen der *Zeitdauer* eines Ereignisses und seinem *Zeitpunkt* (Jahreszeit, Tageszeit, Turnus). Die *Zeitdauer* von inszenierten Ereignissen variiert von einigen Stunden bis hin zu mehreren Tagen oder Wochen, wird aber immer vorher festgelegt und bekanntgegeben. Seit jeher finden viele Ereignisse nicht nur ein einziges Mal, sondern einem bestimmten Turnus folgend statt, z.B. alljährlich an Feiertagen oder im Vierjahresrhythmus wie die Olympiade.

welten außerhalb des Alltags im Sinne von Schütz und Luckmann ermöglichen (vgl. hierzu auch Willems 2000, 52). Eine Spirale der Multiplikation und Steigerung von Ereignissen sei in Gang gekommen. Damit verlören Events die Aura des Besonderen und die ursprüngliche Funktion festlicher Ereignisse, das Alltagsleben zu strukturieren. Die Inflation und Kommerzialisierung der Festkultur gipfele in dem Versuch, Ereignisse in Permanenz zu veranstalten: „Auf die Spitze getrieben wird diese Entwicklung in Weltausstellungen wie der Expo, in Freizeit- und Erlebnisparks, die alle versuchen, das den Alltag sprengende festliche Erlebnis als ein dauerhaftes und jederzeit abrufbares Angebot fest zu institutionalisieren.“ (Gebhardt 2000, 26)

Mit der Multiplizierung und Profanisierung von Events, die heute zu beinahe jedem Zeitpunkt stattfinden, ist das einstmals Außeralltägliche zur alltäglichen Erfahrung geworden und eine Übersättigung des Publikums eingetreten. Durch das Überangebot büßen Events entscheidend an Attraktivität ein. Um vom Publikum noch wahrgenommen zu werden, müssen inszenierte Ereignisse daher eine immer spektakulärere, reizintensivere Gestaltung aufwarten, wie Keller betont: „Der professionalisierten Ereignisinszenierung, die Teilnahme nicht mehr qua Tradition und Ritual voraussetzen kann, wohnt eine Steigerungs- und Überbietungstendenz inne: größer, schöner, spektakulärer muss immer das nächste Ereignis sein.“ (Keller 2000, 264) Als Folge ist die Auswahl der Inhalte, der Inszenierungsweisen und der Schauplätze zeitgenössischer Events von der unentwegten Suche nach dem Außergewöhnlichen geprägt, „das man an einem - in irgendeinem Sinn herausragenden - entweder weil landschaftlich einzigartigen oder besonders geschichtsträchtigen Ort, in der spektakulären äußeren Aufmachung des Ereignisses und schließlich in der Apotheose der perfekten künstlerischen, sportlichen oder sonstigen Hochleistung zu finden glaubt.“ (Gebhardt 2000, 27) Im nachfolgenden Abschnitt werden die unterschiedlichen Strategien beschrieben, mittels derer Events zu besonderen Ereignissen stilisiert werden sollen. Dabei wird der Stellenwert der Schauplätze deutlich, die den Mittelpunkt der vorliegenden Arbeit bilden werden.

2.2 Events als besondere Ereignisse

Der Soziologe Gerhard Schulze charakterisiert Events als eine „soziale Ur-Idee: gemeinsam aus dem Fluss des Alltagsgeschehens herauszutreten und eine Enklave in Raum und Zeit zu schaffen, in der ein Arrangement zwischen Akteuren und Beobachtern gilt - der Tausch von Aufmerksamkeit gegen eine bemerkenswerte Darbietung.“ (Schulze 1999, 79) Folgt man Schulzes Beschreibung, so sind es vier grundlegende Aspekte, die Events als besondere Ereignisse markieren: als „Enklave in Raum und Zeit“ besitzen Events eine *zeitliche* und *räumliche Rahmung*, und als „bemerkenswerte Darbietungen“ eines bestimmten *Inhaltes* sind sie an ein *Publikum* gerichtet. Indem Schulze Events als „soziale Ur-Idee“ bezeichnet, verweist er darauf, dass die angeführten Merkmale nicht nur für zeitgenössische Spektakel gelten, sondern grundsätzlich für alle inszenierten Ereignisse. Zur Hervorhebung von zeitgenössischen Events als besondere Ereignisse eignen sich jedoch nicht alle der genannten Aspekte in gleichem Maße. Wie im letzten Abschnitt im Zusammenhang mit dem Überangebot an Veranstaltungen bereits skizziert wurde, verliert bei der Herstellung von Außeralltäglichkeit die zeitliche Rahmung von Events zunehmend an

Bedeutung. Dagegen rücken besondere Inhalte, ein exklusives Publikum und ausgefallene Schauplätze in den Mittelpunkt der Aufmerksamkeit.

Inhalt und Inszenierung

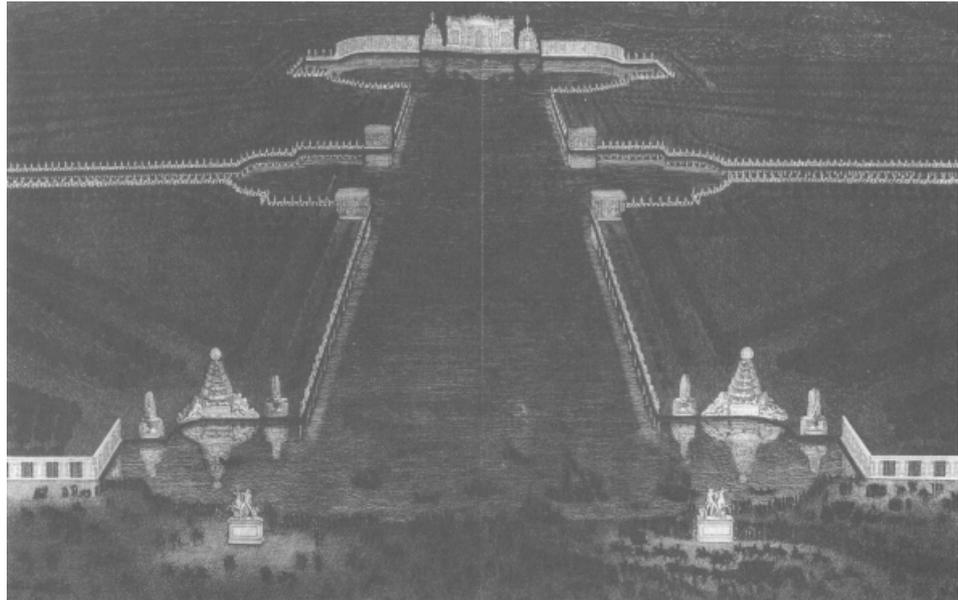
Damit ein Event Beachtung findet, benötigt es einen aufsehenerregenden Inhalt, ein besonderes Thema oder eine einprägsame Geschichte, die in eine fesselnde, spektakuläre Inszenierung verpackt wird. Viele inszenierte Ereignisse zeichnen sich durch *kulturellen Synkretismus* der darstellerischen Mittel aus: unterschiedliche ästhetische Ausdrucksformen wie Musik, Tanz, bildende Kunst und Illumination werden im Ereignis zu einem „Gesamtkunstwerk“ verschmolzen, das alle Sinne anspricht und den Zuschauer buchstäblich überwältigt. Kultureller Synkretismus ist jedoch nicht nur bei zeitgenössischen Events charakteristisch. Vielmehr kennzeichnet die Kombination unterschiedlicher ästhetischer Formen gleichermaßen religiöse und weltliche Veranstaltungen unabhängig von bestimmten historischen Epochen.

Die barocken Feste beispielsweise waren ausgeklügelte Kompositionen verschiedener kultureller Ausdrucksformen, wie Bankette, Konzerte, Theateraufführungen, Umzüge, Jagden, Illuminationen und Feuerwerke. Die Kanäle der Schlossgärten wurden bei Spektakeln mit Feuerwerken prächtig illuminiert. Ein solches Feuerwerk wurde auch während des *Divertissement de Versailles* im Juli 1664 veranstaltet: „Am fünften Tag folgte der Aufführung von Racines `Iphigénie´ in der Orangerie eine zauberhafte Illumination des großen Kanal. Ihr Schöpfer war der Hofmaler Le Brun. Mitten aus dem Wasser erhob sich, getragen von goldenen Greifen, ein Obelisk aus Licht. Von seiner Spitze strahlte eine Sonne. An seinem Fuße schlug ein Drache majestätisch die Flügel. Man sah demütigende Gefangene und den triumphierenden König. Plötzlich knallten 1500 Böller. Die Ufer des Kanals, die Stufen des Wasserfalls strahlten auf, der Drache spie Ströme von Feuer, blauen und roten Rauch aus Mund, Augen und Nüstern, über die Wasserfläche zuckten Blitze, endlich stiegen 5000 Raketen zugleich in die



„Barockfeuerwerk auf der Elbe in Dresden 1719“
(Kupferstich von Johann August Corvinus)

Illumination des Schlossparks von Versailles anlässlich des Festes von 1674 (Kupferstich von Jean Lepautre)



Nacht, bildeten für einen Augenblick einen Dom von Licht über dem Kanal und sanken in einem Sternenregen zur Erde.“ (Alewyn 1985, 11)

Umfassend dokumentiert sind auch die Inszenierungstechniken des barocken Theaters, in dem das Wort die geringste Rolle spielte¹¹: „Es sind vielmehr die sinnlichen Elemente, aus denen eine barocke Aufführung sich aufbaut: die Künste des Mimen, des Malers, des Musikers, des Regisseurs und des Ingenieurs, die sich hier vereinigen, um alle Sinne gleichzeitig zu bestürmen (...).“ (Alewyn 1985, 64) Vor allem die von mechanischen Konstruktionen und raffinierter Kulissentechnik erzeugten illusionistischen Effekte versetzten das Publikum in Erstaunen und nahmen seine Sinne gefangen: „Im Halbdunkel beflügelte der Maschinentzauber die Phantasie der Zuschauer: Blitze zuckten, Donner grollte, Stürme tobten und Regentropfen prasselten nieder. Das barocke Theater sprach mit seiner Technik alle Sinne an: ein Fest für die Augen und die Ohren.“ (Reus 2003, 30)

Ein ähnliches Feuerwerk an Sinneseindrücken bietet Jahrhunderte später das Kino, vor allem da den Filmen, wie Siegfried Kracauer beschreibt, in den 1920er Jahren zusätzlich Tanzdarbietungen oder Pantomimen vorausgingen: „Aus dem Kino ist ein glänzendes, revueartiges Gebilde herausgekrochen: das *Gesamtkunstwerk der Effekte*. Es entlädt sich vor sämtlichen Sinnen mit sämtlichen Mitteln. Scheinwerfer schütten ihre Lichter in den Raum, die festliche Behänge übersäen oder durch bunte Glasgewächse rieseln. (...) Jede Empfindung erhält ihre klanglichen Ausdruck, ihren Farbwert im Spektrum. Ein optisches und akustisches Kaleidoskop, zu dem das körperhaft szenische Spiel sich gesellt: Pantomime, Ballett.“ (Kracauer 1977, orig. 1926, 312, Hervorh. i.Orig.)

Bei vielen heutigen Events werden altbekannte Mythen und in Jahrhunderten geprägte Traditionen aufgegriffen und auf möglichst originalgetreue Weise (re)inszeniert, oder aber es werden Versatzstücke aus unterschiedlichen Zeiten und Kulturen mit zeitgenössischen Motiven kombiniert. Viele Veranstalter von Events versuchen etwa, bewährte historische Vorbilder wie mittelalterliche Märkte oder barocke Gartenfeste entweder detailgetreu zu kopieren oder zumindest Elemente dieser Veranstaltungsformen zu zitieren.

¹¹ Im barocken Bühnengeschehen kamen wichtige Entdeckungen aus der Mathematik und Mechanik zur Anwendung, sowohl auf allegorischem Wege als auch in der Bühnentechnik, z.B. bei den auf den Gesetzen der Perspektive basierenden Kulissen und den mechanischen Schwebemaschinen. „Galilei und Newton schaffen die Grundlagen der neueren Mechanik, Descartes´ Beitrag zur analytischen Geometrie leitet die Theaterarchitekten bis ins 18. Jahrhundert hinein.“ (Greisenegger-Georgila 2003, 29)



Flyer zur Eröffnung des Hangar-7 in Salzburg 2003

Beispielsweise gibt es derzeit geradezu eine Inflation von Veranstaltungen in historischem Ambiente im Schein von Fackeln oder Feuerwerk. Um den Besuchern von Events Erlebnisse zu verschaffen, die sich aus der Alltagswelt herausheben, werden aber auch eigens neue Geschichten kreiert und etablierte kulturelle Ausdrucksformen, z.B. Konzert oder Theater, in einen neuen Kontext gebracht. Exemplarisch zeigen lässt sich dies an der im August 2003 veranstalteten Eröffnungsfeier für den Salzburger „Hangar-7“, die Flugzeugausstellung eines österreichischen Getränkeherstellers.

Dieses Event bot eine extravagante Mixtur von Elementen der Hoch- und Populärkultur auf, die in zum Thema „Fluggerät“ passenden Inszenierungen verpackt wurden. Dazu wurden mehrere kulturelle Ausdrucksformen auf ungewöhnliche Weise kontrastiert. Den Mittelpunkt der Veranstaltung stellte die Aufführung des „Helikopter Streichquartetts“ von Karlheinz Stockhausen dar: „Vier Black-Hawk-Hubschrauber, an Bord je ein Streicher, starten ihre Triebwerke und heben ab. Ton-Schienen übertragen die Rotor-Geräusche und das Spiel der Musiker in den Konzertsaal, in den Hangar-7. Auf diese Weise entsteht ein einzigartiges Hörerlebnis“, kündigte der Werbeflyer die Eröffnungsfeier an. Eine derart ausgefallene Inszenierung und nie dagewesene Zusammensetzung eines Musikensembles erhielt die erwünschte Aufmerksamkeit von Publikum und Presse, auch wenn das Hörerlebnis letztendlich eher enttäuschend gewesen sein soll (vgl. Mauró 2003, 11). An das Helikopterkonzert schloss sich eine „Flugtheater“- Aufführung an, bei der Teile der Flugzeugsammlung in eine mythologische Geschichte eingebunden wurden. Als „Schauspieler“ traten Flugmaschinen in den Rollen von Göttern und Helden der griechischen Mythologie auf: „Götterkönig Zeus, dargestellt von einem Typhoon-Jet. Die Herkules-Transportmaschine als königliche

Mondgöttin Pasiphae. Der Harrier-Jet in der Rolle des hinkenden Hephaistos, des unglücklichen Gatten der Aphrodite.“ (Flyer Hangar-7) Die Veranstaltung spiegelte damit genau die Eigenschaften von Events wider, die Gebhardt in nachfolgendem Zitat zusammenfasst: „Mit diesen Mitteln der Vernetzung, der Verfremdung und der Kontextverschiebung unterschiedlichster kultureller und ästhetischer Ausdrucksformen soll ein alle Sinne des Menschen ansprechendes und deshalb ‚totales‘ Erlebnis geschaffen werden (...).“ (Gebhardt 2000, 20)

Zeitliche Rahmung

Die Veranstalter des dargestellten Einweihungsspektakels für die Flugzeugausstellung führten zusätzlich zu den spektakulären Inhalten auch Superlative zeitlicher Art ins Feld. So wurde das Hubschrauberkonzert als Uraufführung zu einem besonderem Anlass angekündigt: „Das Helikopter Streichquartett wird am 22. August 2003 erstmals in Salzburg aufgeführt. Als Geschenk zum 75. Geburtstags seines Schöpfers Karlheinz Stockhausen, des weltweit gefeierten Komponisten elektronischer Musik.“ (Flyer Hangar-7) Dem „Flugtheaterstück“ wiederum wurde in der Ankündigung die Aura des Einzigartigen verliehen: es sollte nur ein einziges Mal – anlässlich der Eröffnungsfeierlichkeiten – aufgeführt werden. Die angeführten Beispiele zeigen, dass die Betonung besonderer zeitlicher Aspekte bei Events (Zeitpunkt, Seltenheit) nicht vollständig an Bedeutung verloren hat. Es gelingt allerdings immer seltener, die Außeralltäglichkeit von Ereignissen damit zu unterstreichen.

Dies war in der Vergangenheit anders. Während heute - meist unabhängig von einem bestimmten Anlass - eine Event das nächste jagt, waren Feste ursprünglich an besondere Anlässe geknüpft, die das Alltagsleben unterbrachen und den Jahres- oder Lebenslauf der Menschen rhythmisierten. Der nachfolgende Exkurs in frühere Epochen der Festkultur illustriert die einstige Bedeutung zeitlicher Aspekte bei festlichen Ereignissen und zeigt zugleich auf, dass es bereits lange vor dem Aufkommen der zeitgenössischen Eventkultur zu bestimmten Zeiten zu einer erheblichen Ausweitung und Multiplikation von Ereignissen kam.

Die ursprünglichen Anlässe für religiöse Feste sind in agrarisch geprägten Gesellschaften zum einen die bedeutenden Einschnitte des menschlichen Lebens wie Geburt, Pubertät, Hochzeit und Tod. Dazu dienen die in allen Kulturen verbreiteten *Passageriten*, die den Übergang von einer Lebensphase in die nächste erleichtern und gestalten sollen, wie z.B. die Hochzeitsfeier oder das Begräbnis (Martin 1973, 70). Zum anderen sind die Festtage an den Verlauf der *Jahreszeiten* geknüpft. „Auf den heiligen Festen, die mit den Jahreszeiten wiederkehren, feiert die Gemeinschaft die großen Ereignisse im Leben der Natur in geweihten Vorführungen. Diese stellen den Wechsel der Jahreszeiten dar, in phantasievoll umgestaltender dramatischer Vorführung von Aufgehen und Untergehen der Gestirne, von Wachsen und Reifen der Feldfrüchte, von Geburt, Leben und Tod bei Mensch und Tier. Die Menschheit spielt, wie es Leo Frobenius ausdrückt, die Ordnung der Natur so, wie sie sich ihrer bewusst geworden ist.“ (Huizinga 2001, orig. 1938, 24, Hervorh. i. Orig.)

Viele ländliche Festtraditionen wurden auch mit zunehmender Verstärkung weiter gepflegt. So war der religiöse Festkalender in der frühen

römischen Republik stark durch ländliche Einflüsse geprägt, viele Feste wurzelten in bäuerlichen Ritualen (vgl. André 2002, 132ff).¹² War schon der Festkalender der römischen Republik dicht gefüllt, so erhöhten die Kaiser die Anzahl und Dauer der Feierlichkeiten noch (vgl. André 2002, 203ff.).¹³ Die Saturnalien beispielsweise füllten in der frühen Kaiserzeit den gesamten Monat Dezember aus, und die Einweihung des Kolosseums durch Titus im Jahre 80 erstreckte sich über einhundert Tage (André 2002, 205).

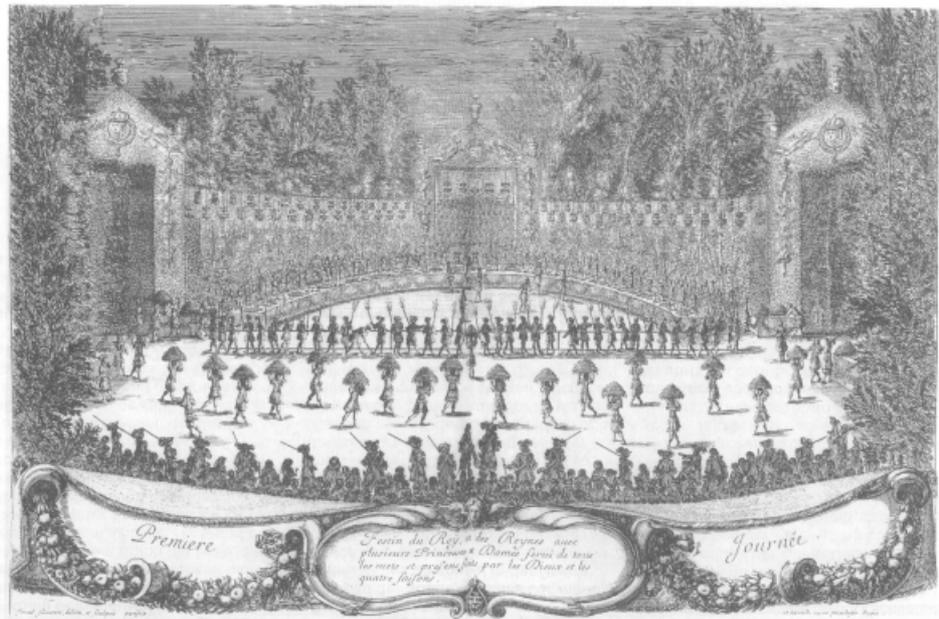
Noch extremer stellt sich die Situation im höfischen Barock dar. Für den absolutistischen Hofstaat war alle Zeit Festzeit, so wie alle höfischen Räume im wesentlichen als Festräume dienten: „Das höfische Leben ist ein totales Fest. In ihm gibt es nichts als das Fest, außer ihm keinen Alltag und keine Arbeit, nichts als die leere Zeit und die lange Weile. (...) Und es sieht aus, als ob es der Horror vacui sei, der das höfische Fest erzeugt habe, der gleiche Horror vacui, der dem barocken Auge eine leere Wand zu einem so unerträglichen Anblick macht, daß die Künstler angehalten werden, sie mit einem Netz von Pomp oder Zierlichkeit zu überspinnen.“ (Alewyn 1985, 14) Das höfische Fest stellte eine Form des kultivierten Müßigganges dar, die dem bürgerlichen Ethos entgegenstand. Doch lassen sich die höfischen Feste nicht auf bloße Genussucht reduzieren. Denn das primäre Ziel war nicht die Unterhaltung der Teilnehmer: „Das Hofzeremoniell war ein Versuch, die Darstellung der absoluten Macht durch ein besonderes Schauspiel zu bestätigen.“ (Görgmeier 1973, 39) Die Etikette am Hof regelte den Tagesablauf von morgens bis abends, das Vergnügen war Pflicht, und die ausufernden Feste „stellten allein an die physische Leistungsfähigkeit ganz erhebliche Anforderungen.“ (Alewyn 1985, 16) Die Feiertage drängten sich dicht an dicht; Anlässe für Feste waren Geburts-, Namens- und Todestage der fürstlichen Familie, Hochzeit, Genesung, auswärtiger Besuch, Kriege, Staatsverträge, Friedensschlüsse, Einweihungen, Grundsteinlegungen und die Termine des christlichen Festkalenders. Der Geburtstag von Herzog Karl Eugen wurde 1763 in Stuttgart zwei Wochen lang mit Festvorstellungen in der Oper, Banketten, Feuerwerk und Jagdveranstaltungen gefeiert. Dabei nimmt sich die Dauer dieses Festes noch vergleichsweise bescheiden aus: die Hochzeitsfeier von Kaiser Leopold I. mit der spanischen Infantin Margarete Theresia dauerte ein ganzes Jahr lang. Auch der Karneval, der am barocken Hof eine komplette Jahreshälfte ausfüllte, war ein „Fest in Permanenz“ (Alewyn 1985, 12).

Interessant ist an den höfischen Festen des Barocks, dass sich ihr Zeitpunkt - ein Novum in der Geschichte der Feste - weitgehend vom Tag in die Nacht verlagerte: „Die Nacht wird Schauplatz eines zweiten, symbolischen Lebens.“ (Alewyn 1985, 39) Die Prachträume der Barockschlösser gewannen erst in der nächtlichen Illumination ihren eigenen Zauber. Das höfische Fest begann nach Sonnenuntergang mit einem Theaterstück um acht oder neun Uhr, das Souper, genannt *Medianoche*, gab es um Mitternacht, und danach schloss sich Tanz bis zum Morgengrauen an. „Die Vergnügungen sollten den Hof in eine idealisierte Welt transponieren, wo sich wie durch Magie die Gärten in Theater, in Ball- oder Festsäle verwandelten.“ (Kunstabibliothek Berlin 1987, 6) Der Prunk der barocken Ereignisse blieb im wesentlichen der Hofgesellschaft vorbehalten, und im Alltag des einfachen Volkes blieben Feste seltene Höhepunkte. Lange vor der Errungenschaft einer dauerhaften nächtlichen Beleuchtung begann das Leben des Volkes früh am Morgen.

¹² Besonderen Stellenwert besaßen die *consualia*, die sowohl im August als auch im Dezember nach der Ernte gefeiert wurden. Auch die im Dezember gefeierten *saturnalia* leiten sich aus der früheren Agrargesellschaft ab. Ein Festmahl, bei dem Herren und Sklaven zusammenkamen, schloss sich an Opferfeiern zu Ehren Saturns an, der den Ackerbau nach Latium gebracht haben soll (André 2002, 132ff.).

¹³ In den augusteischen Festkalender wurden die Geburtstage zahlreicher Herrscher ebenso wie wichtige Stationen in der Karriere des Augustus aufgenommen. Abgesehen davon boten militärische Erfolge Anlässe für prächtige Triumphzüge. Hinzu kamen weitere Feierlichkeiten, die auf willkürlichen Festsetzungen der Herrscher basierten, oder zur Einweihung der von ihnen errichteten Arenen stattfanden.

Bankett im Schlosspark von Versailles 1664 (Kupferstich von Israel Sylvestre)



Läden, Kontore und Gerichte öffneten im Sommer um fünf Uhr morgens, im Winter um sechs Uhr, und die ehrbaren Bürger gingen meist bereits um neun Uhr zu Bett. Anders als die nächtlichen höfischen Festivitäten fanden die an die Öffentlichkeit gerichteten Feste, wie Turniere, Einzüge und Prozessionen, bei Tag statt (Alewyn 1985, 39).¹⁴

Die Beispiele aus der römischen und barocken Festtradition zeigen, dass bereits lange vor der heutigen Zeit neben jahreszeitlich oder biographisch motivierten Anlässen für Feste zahllose weitere geschaffen wurden und dass die Veranstaltungen nicht selten eine beträchtliche Ausdehnung annahmen. Im Unterschied zur heutigen Situation richteten sich diese Ereignisse überwiegend allerdings nicht an breite gesellschaftliche Schichten, sondern beherrschten den Alltag einer kleinen, privilegierten Schicht. Für sie wurden bereits damals Feste zum Alltag und verloren deshalb ihre ursprüngliche Funktion, das tägliche Leben zu rhythmisieren und die Zeit sozial erfahrbar zu machen.

Die Bedeutung des Publikums

Als inszenierte Ereignisse benötigen Events ein Publikum, das entweder passiv als Zuschauer bzw. Zuhörer oder als Akteur an einer Veranstaltung teilnimmt. Über diese grundlegende Tatsache hinaus, die für Veranstaltungen zu allen Zeiten gilt, kann die Art und Zusammensetzung des Publikums neben dem spektakulären Inhalt und (bedingt) der besonderen zeitlichen Rahmung eines Events zum besonderen Charakter von Ereignissen beitragen. Dabei stehen sich als Massenereignisse konzipierte Events wie Musikfestivals oder die Loveparade und kleine, an einen exklusiven Kreis gerichtete Veranstaltungen gegenüber.

Hitzler hat in diesem Zusammenhang mit der *Extensivierung* und *Intensivierung* zwei unterschiedliche Arten des Publikumsbezuges von Events beschrieben (Hitzler 2000, 405). Unter Extensivierung versteht Hitzler das Bestreben, mit einem Event ein möglichst breites Publikum anzusprechen, welches das Ereignis beiläufig „mitnimmt“. Damit erhöht sich der

¹⁴ Ausnahmen waren lediglich Feuerwerke und Illuminationen sowie kirchliche Feste, die die Geburt des Lichts im Dunkel inszenieren, z.B. die Auferstehung Christi.

Teilnehmerkreis, doch sinkt der Reiz des Besonderen. Die Strategie der Intensivierung dagegen ist Hitzler zufolge geeignet, Events eine gewisse Aura der Außeralltäglichkeit zu verleihen, indem der Teilnehmerkreis gezielt eingeschränkt wird. Dies kann über persönliche Einladung ausgewählter Gäste (Prominente), hohe Eintrittspreise oder Einlasskontrollen erfolgen. Die Kartenpreise für viele hochkulturelle Ereignisse, z.B. die Salzburger Festspiele, liegen so hoch, dass sich das Publikum schon aus finanziellen Gründen überwiegend aus begüterten Kreisen rekrutiert. Bei der erwähnten Eröffnungsfeier des Salzburger Hangar-7 kosteten die limitierten VIP-Tickets 500 Euro gegenüber Karten von 50 Euro für „Normalsterbliche“, die auf dem Außengelände des Hangars bleiben mussten.

Durch die Einschränkung des Teilnehmerkreises gewinnen Ereignisse an Exklusivität – und zwar nicht nur für die Teilnehmer selbst, sondern auch für diejenigen, die nicht selbst anwesend sind und das Event beispielsweise vor dem heimischen Fernseher oder in den Printmedien verfolgen (z.B. Oscar-Verleihung, Wiener Opernball). Ebenso wie eine begrenzte Verfügbarkeit von Eintrittskarten oder deren hoher Preis erhöht die Teilnahme bekannter Persönlichkeiten aus Gesellschaft, Politik, Film oder Sport die Exklusivität von Events. Ihre Anwesenheit kann das Interesse des Publikums und zugleich der Medien an einer Veranstaltung beträchtlich erhöhen: so waren Prinz Albert von Monaco und Naomi Campbells Besuch der Eröffnungsfeier für den Hangar-7 auch der Süddeutschen Zeitung einige Zeilen wert (SZ 25.8.2003, 8). Gerne werden zu Werbe-Events geeignete Mitglieder der „Society“ geladen, um das jeweilige Produkt mit ihrer Anwesenheit zu adeln und die Aufmerksamkeit der Medien auf das Ereignis zu ziehen. Umgekehrt verheißt die Teilnahme an einem besonders bekannten, anspruchsvollen, ausgefallenen oder teuren Ereignis dem Publikum Statusgewinn. Das zeigt sich nicht nur im Bereich der Hochkultur, wenn Politiker, Schauspieler oder Sportler unabhängig von einem tatsächlichen Interesse an klassischer Musik Präsenz bei den Bayreuther oder Salzburger Festspielen zeigen, sondern auch innerhalb der schnelllebigen Szenekultur, wo die Teilnahme an bestimmten Parties für die Zugehörigkeit zu einem elitären Kreis unabdingbar ist.

links:

*Publikum bei der Festpielnacht
2002 in den Fünf Höfen, München*

rechts:

*Publikum beim Klassik Open Air
2002 im Luitpoldhain, Nürnberg*





links:
Veranstaltung in Ferropolis



rechts:
Ludwigsburger Schlossfestspiele

Der Schauplatz

Bei der Organisation des Miteinanders von Publikum und Darbietung spielen die Schauplätze von Events eine wesentliche Rolle. Die räumlichen Rahmen von Events, ob es sich nun um Gebäude, Freiräume oder Zwitter zwischen beiden handelt (z.B. Freilufttheater), übernehmen dabei sowohl *funktionale* als auch *symbolische* Aufgaben. Die funktionalen Aspekte der Schauplätze gewährleisten, dass ein Event als Ereignis vor einem Publikum stattfinden kann, während die symbolischen Aspekte der Schauplätze Events als besondere Ereignisse markieren.

In funktionaler Hinsicht nehmen die Schauplätze als räumliche Rahmen eine oder mehrere Darbietungen bzw. Inszenierungen und das Publikum auf, das seine Aufmerksamkeit auf diese Darbietung(en) richtet oder selbst an ihnen mitwirkt. Hierfür benötigen die Schauplätze eine bestimmte Größe, die abhängig ist von der Art der Darbietung und der Zuschauerzahl. Zudem sind die Schauplätze von Events durch gegenständliche, raumwirksame Markierungen von ihrer Umgebung abgegrenzt und hervorgehoben: Absperrungen regeln den Zugang zum Schauplatz, räumliche Einbauten oder Dekorationen organisieren das räumliche Miteinander von Darbietung und Publikum. Auch die Versorgung mit Strom, Wasser, und Abwasser ist erforderlich. Diese Ausstattung kann entweder in Form feststehender Raumkonfigurationen gegeben sein, wie sie z.B. ein Theater mit einer Bühne und Zuschauerrängen darstellt; sie kann aber auch temporäre Form annehmen, etwa wenn eine Bühne auf einem öffentlichen Platz auf- und wieder abgebaut wird. Die räumlichen Markierungen von Event-Schauplätzen und die Zuordnung von Publikum und Darbietung folgen übereinstimmenden Mustern. Beispielsweise finden viele Events, wie etwa Konzerte, in klassischen Bühnensituationen mit Zuschauerrängen statt. Allerdings funktioniert nicht jede Art von Event auf einer Bühne im engeren Sinne, wie das bereits erwähnte Helikopter-Streichquartett oder auch Lichtinstallationen deutlich machen; das gilt auch für Ereignisse, die im Raum wandern und an denen das Publikum nicht nur als Betrachter oder Zuhörer teilnimmt, sondern als Akteur mitwirkt (z.B. Blade Night). In diesem Fall sind besondere Formen der Markierung erforderlich, z.B. an Stationen entlang eines Weges.

Neben diesen Aspekten weisen die Schauplätze von Ereignissen symbolische Komponenten auf. Die oben dargestellten räumlichen Markierungen der Schauplätze erfüllen nicht nur funktionale Aufgaben, sondern sind eng mit bestimmten gesellschaftlichen Bedeutungen verbunden. Der symbolische Stellenwert eines besonderen Schauplatzes oder von Dekorationen, Beleuch-

tung oder „Requisiten“ im Raum kann wesentlich dazu beitragen, die dort stattfindenden Ereignisse aus dem Alltagsgeschehen herauszuheben. Diesem grundsätzlich auf alle Veranstaltungen zutreffenden Sachverhalt kommt zu Zeiten eines Überangebotes an Events eine wesentliche Bedeutung zu. Zunehmend rücken die Schauplätze in den Mittelpunkt, wenn es darum geht, Ereignissen Außeralltäglichkeit zu verleihen. Das gilt vor allem für Events, die sich nicht durch eine herausragende Darbietung, ihre Seltenheit oder durch die Anwesenheit von Prominenten auszeichnen. Bei Veranstaltungen hinlänglich bekannten Inhaltes oder Formates, z.B. Musik- und Sportevents oder Produktpräsentationen, kommt oft den Schauplätzen die Aufgabe zu, den Ereignissen Attraktivität zu verleihen. Damit verspricht nicht mehr primär der Inhalt eines Ereignisses dem Publikum ein besonderes Erlebnis, sondern dessen Inszenierung an einem bestimmten Ort. Dieser wird damit zu einem wesentlichen Bestandteil des Events.

Wenn an einem Schauplatz im Alltag etwas völlig anderes stattfindet oder einst stattgefunden hat, verleiht dies Events wieder einen Rest von Außeralltäglichkeit. Eventagenturen haben dies erkannt und werben mit umfangreichen Datenbanken voller ausgefallener „Locations“ vom Zoogehege über den Wasserspeicher bis zur Halle im Salzbergwerk (SZ 12.3.2002, 45). „Manche Feiern verlangen einfach ungewöhnliche Orte“, bringt die Süddeutsche Zeitung die Suche nach dem Besonderen auf den Punkt (Stroh 2002, 45). Veranstaltungen bekannten Formates oder Inhalts werden mit großem Aufwand an ungewöhnliche Schauplätze verlagert, wie das Beispiel einer Juwelenpräsentation auf einem Duisburger Schrottplatz (vgl. Interview Schenk 2003) zeigt. Als besonderen Coup feierte die Eventbranche eine Autopräsentation der Firma Porsche auf dem 3.500 Meter hohen, winterlichen Schweizer Jungfrauoch: „Dort durften Porsche-Chef Wendelin Wiedeking und seine Vorstandskollegen mit Eispickeln effektiv eine Schneemauer durchstoßen, hinter der sich, in einem Iglu, das Auto verbarg. Angeleuchtet von 120 Scheinwerfern.“ (Etscheit 2001, 36) Der Tend zum außergewöhnlichen Ort hat jedoch nicht nur die Eventbranche ergriffen. Auch viele Kulturschaffende, vor allem Theatermacher und Musiker, verlassen mittlerweile die angestammten Rahmen der Theater und Konzerthäuser und nutzen den morbiden Charme von Industriebrachen, aufgelassenen Schwimmbecken oder die malerische Atmosphäre von Parks als Veranstaltungskulissen. Die von Gérard Mortier an mehreren altindustriellen „Spielorten“ veranstaltete „RuhrTriennale“ und die Aufführung des Theaterstücks „Union der festen Hand“ durch den Regisseur Stephan Stroux an Schauplätzen des Industriezeitalters wie der Essener Zeche Zollverein sind nur zwei Beispiele unter vielen. Die Suche nach dem Außergewöhnlichen führt dazu, dass zunehmend Events an Orten veranstaltet werden, „wo möglichst noch kaum einer gefeiert hat“ (SZ 12.3.2002, 45). Als Schauplätze von Events rücken damit auch abseitige Orte plötzlich in die öffentliche Aufmerksamkeit.

Allerdings werden nicht nur ausgefallene Schauplätze mit Events „bespielt“, sondern vermehrt auch zentrale öffentliche Räume, die bereits zu früheren Zeiten Veranstaltungen aufnahmen. Gegenwärtig ist eine erhebliche Zunahme von Events in den historischen Kulissen der Städte und an symbolisch besetzten Orten zu konstatieren (vgl. u.a. Flierl 2002, Rost 2004, Franke 2004). Anders als bei den oben beschriebenen, ungewöhnlichen Orten, wo



der Kontrast mit deren eigentlichen Funktionen den besonderen Reiz darstellt, sollen die Events im zweiten Fall vom Bekanntheitsgrad der Schauplätze, ihrem historischen Flair oder ihrer symbolischen Bedeutung profitieren, die ihnen die Aufmerksamkeit des Publikums sichern sollen. In Berlin wurde nach der Wiedervereinigung der Pariser Platz mit dem Brandenburger Tor zum prominenten „Ort für Einheitsfeiern zur Erinnerung an den Mauerfall und für nationale Hauptstadtfeste mit Bühnen für Orchester, Sänger und Schausteller und immer riesigem Massenandrang, ein zentraler Ort der Hauptstadt-Festivalisierung, zu deren Zeichen und Auszeichnung das Brandenburger Tor als nationales Symbol und als Fokus von Öffentlichkeit vermarktet wurde.“ (Flierl 2002, 25) Für die zu Silvester 1999 veranstaltete Milleniumsfeier beispielsweise wurde ein vier Kilometer langer Teilabschnitt der Berliner Stadtachse vom Großen Stern über den Pariser Platz bis zum Roten Rathaus, mit dem Brandenburger Tor und der Siegessäule als Kristallisationspunkten, in eine riesige Festmeile umfunktioniert.

In München ist der Marienplatz der begehrteste Ort für Spektakel aller Art, die Zahl diesbezüglicher Anfragen steigt ständig an. Laut Aussage der Stadt München finden mittlerweile nahezu täglich Veranstaltungen vor der historischen Rathauskulisse statt, darunter Demonstrationen, Werbe- und Kulturveranstaltungen (Rost 2004, 41). „Sogar ein Skirennen, ein Beachvolleyballturnier mit mehreren Tonnen Sand und ein Stabhochspringen wollten Event-Agenturen neben der berühmten Mariensäule abhalten. Da schob die Stadt aber doch den Riegel vor.“ (ebd.) Denn ebenso wie die Schauplätze auf Events ausstrahlen und ihnen einen besonderen Charakter verleihen, wirken Events umgekehrt auf den Charakter und das Image ihrer Schauplätze ein. Besonders offensichtlich ist dies unmittelbar während Veranstaltungen. Einerseits können Events ihre Schauplätze beleben und ihnen eine besondere Atmosphäre verleihen, die sich dort im Alltag nicht erleben lässt. So verwandelt das Musikfestival „Bardentreffen“, seit 1976 alljährlich auf historischen Plätzen in Nürnbergs Altstadt veranstaltet, die Stadt in einen mediterran anmutenden Erlebnisraum. „An den Tagen des Bardentreffens überzieht die Stadt italienisches Flair, bei diesem bunten Musikfest kommt die Lust zum Flanieren, keine Zugangsbeschränkungen durch Eintritt machen es möglich, noch unbekannte Längen, Rhythmen, Lieder und Tonskalen zu entdecken.“ (Programm Bardentreffen 1999, 5) Andererseits können Veranstaltungen ihre Schauplätze erheblich beeinträchtigen, wie es in einem Zeitungskommentar über die Eventkultur in der Nürnberger Altstadt auf den Punkt gebracht ist: „Auf dem Hauptmarkt

nervt das Gedudel eines Fahrgeschäfts. Und einmal im Monat muss man seinen Gemüsehändler suchen, weil der Hauptmarkt wieder für irgendein `Event` geräumt wird.“ (Franke 2004, 9) Neben den hier erwähnten Lärmbelastigungen und sozialen Nutzungskonflikten können Events das optische Erscheinungsbild städtischer Räume beeinträchtigen, etwa durch Buden, Aufbauten und Werbeanlagen. Vor allem an Schauplätzen, die nicht auf die von Events ausgehenden Belastungen ausgelegt sind, können zudem erhebliche Schäden auftreten. Bei robusten Stadtplätzen ist dies weniger ein Problem als in empfindlichen Parks. Die in den letzten Jahren von den Besuchermassen der Loveparade im Berliner Tiergarten angerichteten Schäden¹⁵ haben etwa dazu geführt, dass 2003 erstmals die gesamte Route der Loveparade eingezäunt wurde, um den Park und die Anwohner vor Lärm, Müll und Beschädigungen zu schützen. Diese Beispiele machen deutlich, dass nicht nur Orte auf Events ausstrahlen, etwa durch ihre besondere Atmosphäre, sondern umgekehrt auch Events auf das Erscheinungsbild und das Nutzungsspektrum ihrer Schauplätze einwirken.

2.3 Erste Zwischenbilanz

Im ersten Abschnitt dieses Kapitels wurden zur Eingrenzung der unüberschaubaren und emotional aufgeladenen Verwendung des Begriffes „Event“ sozialwissenschaftliche Definitionen und Systematisierungen des Phänomens herangezogen. Darauf bezugnehmend wurden Events als an ein Publikum gerichtete, erlebnisorientierte Ereignisse mit spektakulärem Charakter beschrieben - als „Gesamtkunstwerke“ an der Schnittstelle von Hoch-, Populär- und Massenkultur, die von den Veranstaltern nach ästhetischen und ökonomischen Kriterien konstruiert und vom Publikum in einer temporären Gemeinschaft erlebt werden. Vielfältige Erscheinungsformen wurden diesem Phänomen zugeordnet: Erstens in den 1990er Jahren etablierte Veranstaltungstypen wie Freizeitevents oder Medienevents; zweitens bereits länger existierende Veranstaltungstypen oder Einrichtungen, die verbal oder durch erlebnisorientierte Inszenierung zu Events „aufgewertet“ werden, z.B. Museen. Drittens firmieren unter der Bezeichnung „Event“ trotz begrifflicher Widersprüche nicht nur temporäre Ereignisse, sondern auch erlebnisorientierte Dauereinrichtungen wie Freizeitparks, und viertens können auch Naturereignisse, wie beispielsweise die Sonnenfinsternis, zu Events umgedeutet werden.

Um den Stellenwert räumlicher Aspekte bei Events abzuleiten, wurde in einem nächsten Schritt auf die ursprüngliche Bedeutung des englischen Wortes Bezug genommen und Events als besondere Ereignisse beschrieben, die sich durch bestimmte Formen der Rahmung und situative Markierungen aus dem Alltag herausheben. Als vier grundlegende Komponenten von Events wurden in diesem Zusammenhang die Darbietung, das Publikum sowie die zeitliche und die räumliche Rahmung angeführt. Zu Zeiten eines Überangebotes an Events zeichnen sich Veranstaltungen allerdings immer weniger durch echte „Außeralltäglichkeit“ aus. Während die einst bedeutsame zeitliche Rahmung von Ereignissen angesichts zahlloser Veranstaltungen ihre Signifikanz weitgehend eingebüßt hat, warten zeitgenössische Events zunehmend mit spektakulären Darbietungen bzw. Inszenierungen, einem eingeschränkten Teilnehmerkreis und vor allem mit ausgefallenen Schauplätzen auf.

¹⁵ Nach der Berliner Loveparade heißt es: „Am Morgen danach, wenn der Park wie ein riesiger feuchter Aschenbecher stinkt, findet regelmäßig eine Begehung statt.“ (Kotte 2002, 9) Auch die Autoren Balder 2002 und Hénard & van Huijseling & von Rutenberg 2001 thematisieren die Schäden durch die Berliner Loveparade.

Bei der Wahl besonderer Schauplätze wurde zwischen zwei unterschiedlichen Phänomenen differenziert: Entweder es werden möglichst ausgefallene „Spielorte“ auserkoren, die mit dem Reiz des „noch nie Dagewesenen“ aufwarten, oder aber es wird der symbolische Stellenwert prominenter öffentlicher Schauplätze, z.B. historischer Stadträume, als Eventkulisse genutzt. Während es sich bei der Veranstaltungsnutzung von Industrieräumen und technischen Einrichtungen um ein jüngeres Phänomen handelt, standen öffentliche Räume zu allen Zeiten im Spannungsfeld zwischen Alltagsleben und Ereignissen; inszenierte Ereignisse sind dort eine grundlegende Form öffentlichen und kulturellen Lebens. Die steigende Zahl kommerzieller Ereignisse in öffentlichen Räumen allerdings bringt nicht selten Konflikte mit sich. Wie oben dargestellt, können Events an ihren Schauplätzen nicht nur Schäden verursachen, sondern auch die freie Zugänglichkeit von öffentlichen Räumen beeinträchtigen, da Veranstaltungen auf spezielle Zielgruppen zugeschnitten werden und häufig mit Zugangsbeschränkungen oder subtileren Formen der Ausgrenzung verbunden sind. Damit werden Nutzungsformen des Alltagslebens zumindest für die Dauer von Events ausgeschlossen. Dies widerspricht dem emanzipatorischen Anspruch vieler Freiraumplaner, Räume zu gestalten, die möglichst vielen Bevölkerungsgruppen in ihrem Alltagsleben für vielfältige Nutzungsformen offenstehen sollen. Deshalb stehen Events – vor allem in ihren kommerziellen Ausprägungen – den verbreiteten planerischen Idealvorstellungen der Profession von öffentlichen Räumen entgegen. Dennoch kann die Profession dem Thema nicht entrinnen. Denn während man die Suche nach außergewöhnlichen Orten als „Locations“ noch als spleenige Modeerscheinung der Eventbranche abhandeln könnte, berührt vor allem die Zunahme von Events in öffentlichen Räumen unmittelbar das Tätigkeitsfeld der Freiraumplanung.

Sie sieht sich in der gegenwärtigen Gesellschaft mit der Entwicklung konfrontiert, dass Events, obwohl sie temporäre Erscheinungen sind, Räume in ihrem Erscheinungsbild oft stärker als planerische Setzungen prägen. Zwar verschwinden viele Begleiterscheinungen von Events, wie Einbauten, Absperrungen oder Müll, nach dem Ende von Veranstaltungen weitgehend. Entscheidend ist jedoch – und darin besteht die These der vorliegenden Arbeit – dass Events Räume, die häufig als „Spielorte“ genutzt werden, auch über die begrenzte Dauer von Ereignissen hinaus wesentlich prägen, indem sie diese in der individuellen ebenso wie der öffentlichen Wahrnehmung mit den von Events vermittelten, spektakulären Erlebnissen und Bildern verknüpfen. Auch viele Landschaftsarchitekten versuchen bei der Planung und Gestaltung, Räume mit Geschichten zu verknüpfen. Die bei Events zur Verfügung stehenden Mittel sind jedoch ungleich plakativer und öffentlichkeitswirksamer. Wie sie funktionieren, soll im Verlauf der Arbeit dargestellt werden. Für den weiteren Argumentationsgang kann an dieser Stelle jedoch bereits festgehalten werden, dass zwischen Events und ihren Schauplätzen eine umfassende Wechselbeziehung besteht: Besondere Schauplätze verleihen Events Außeralltäglichkeit, und umgekehrt schreiben Events ihren Schauplätzen Geschichte(n) ein. Viele städtische Räume werden zunehmend über den Weg des Spektakels erlebt, und umgekehrt tragen Events wesentlich zum Image ihrer Schauplätze bei.

3 Event – Schauplätze

Mit der im vorangegangenen Kapitel skizzierten Wechselwirkung von Events und ihren Schauplätzen sind wir zum Kern der eingangs formulierten These vorgedrungen. Zugleich eröffneten die Ausführungen zwei Perspektiven auf Event-Schauplätze: Zum einen wurde die Rolle von Events bei der Nutzung und Wahrnehmung von Räumen – vor allem öffentlichen Freiräumen – deutlich. Dieser Aspekt soll zu Ende der vorliegenden Arbeit anhand von Beispielen ausführlich dargestellt werden. Zum anderen zeigte sich, dass die räumliche Dimension der Schauplätze von Events aus zwei unterschiedlichen Blickwinkeln betrachtet werden muss, einem allgemeinen, *raumbezogenen* und einem lokalen, *ortsbezogenen* Blickwinkel. Der Unterschied zwischen dem raumbezogenen und dem ortsbezogenen Blickwinkel besteht in ihrer Verallgemeinerbarkeit. Angefangen damit, dass Events grundsätzlich im gegenständlichen Raum stattfinden, weisen alle inszenierten Ereignisse eine Reihe von gemeinsamen räumlichen Merkmalen auf. Einige dieser Merkmale wurden im letzten Kapitel bereits umrissen, etwa die Größe als Kriterium von Schauplätzen oder die Existenz von Markierungen, Absperrungen und Bühnenaufbauten, die einen „Spielort“ von der Außenwelt abgrenzen, die Darbietung und das Publikum aufnehmen und ihr Zusammenwirken im Raum organisieren. Hierbei handelt es sich um Aspekte, die sich nicht nur auf die Schauplätze zeitgenössischer Events beschränken, sondern auch auf inszenierte Ereignisse in der Geschichte zutreffen. Über diese verallgemeinerbaren Merkmale hinaus zeichnen sich manche Events durch ihren Bezug zu einem bestimmten Ort aus. Wie die Beispiele von Ereignissen an symbolgeladenen „Locations“ im vorigen Kapitel deutlich machten, können die individuellen Merkmale und die Symbolik besonderer Orte wesentlich zum Charakter von Schauplätzen beitragen. Diesen Sachverhalt machen sich die Veranstalter von Events bei der Wahl ungewöhnlicher oder besonders prominenter Schauplätze zunutze. Allerdings besitzen nicht alle Events den Bezug zu einem besonderen Ort; oftmals sind die Schauplätze austauschbar.

Da die Intention des vorangegangenen Kapitels darin bestand, dem Leser einen Überblick über das Event-Phänomen zu verschaffen und zunächst die grundsätzlichen Bezüge zum Raum herzustellen, konnten die raum- und die ortsbezogenen Betrachtungsebenen von Schauplätzen notwendigerweise nur knapp umrissen werden. Um erklären zu können, wie Events auf Orte einwirken, müssen jedoch beide Ebenen differenziert betrachtet werden. Im nun folgenden Kapitel werde ich zunächst auf den Raumbezug von Events eingehen, während der Ortsbezug von Events im Zusammenhang mit der Atmosphäre von Schauplätzen zunächst in einem Teilaspekt skizziert wird, bevor er in Kapitel 5 in Synthese mit dem gesellschaftlichen Hintergrund von Events ausführlich erörtert werden kann. Bei der Herleitung des Raumbezuges von Events kann nicht ohne weiteres auf bereits existente Theorien zurückgegriffen werden, da innerhalb der Sozialwissenschaften der räumliche Bezug von inszenierten Ereignissen bislang nicht thematisiert wurde und in den planenden Disziplinen keine systematischen Untersuchungen zum sozialen Phänomen der Events vorliegen. Um die räumlichen Merkmale der Schauplätze und den Ortsbezug der Events abzuleiten, werden daher zeitgenössische Ereignisse mit historischen Erscheinungsformen der Festkultur in Beziehung gesetzt.

3.1 Event – Räume zwischen Ereignis und Alltag

Das grundlegende räumliche Merkmal von Schauplätzen besteht darin, dass sich der Raum für inszenierte Ereignisse von seiner Umgebung abhebt. Abhängig davon, ob ein Raum in einer Gesellschaft ausschließlich Ereignisse beherbergt, oder ob sich dort Alltagsnutzungen und besondere Ereignisse zeitlich abwechseln, lassen sich zwei grundlegende Typen von Ereignisräumen charakterisieren. Auf der einen Seite gibt es Räume, die ausschließlich für Ereignisse konzipiert sind und die sich über situative Markierungen dauerhaft aus dem gesellschaftlichen Alltag herausheben. Dies können Gebäude wie Theater und Festsäle oder aber Freiräume wie Festwiesen, Aufmarschplätze oder Ausstellungsflächen sein. Dieser Typus von Ereignisräumen wird in der vorliegenden Arbeit als „Arena“¹⁶ bezeichnet. Auf der anderen Seite finden Ereignisse in Räumen statt, die von gesellschaftlichen Gruppen nicht primär bei Veranstaltungen aufgesucht werden, sondern überwiegend kontinuierlich und nach bindenden Übereinkünften im Alltag genutzt werden, z.B. auf Straßen und Plätzen. Diese Art von Schauplatz wird in der vorliegenden Arbeit „Möglichkeitsraum“ genannt. Die Inszenierung von Ereignissen ist hier in der Regel mit einer temporären Unterbrechung oder Einschränkung der Dauernutzung(en) verbunden. Es kann sich dabei jedoch auch um brachliegende Räume handeln, die temporär von Events „zum Leben erweckt“ werden. Viele der im vorangegangenen Kapitel beschriebenen Schauplätze zeitgenössischer Events sind „Möglichkeitsräume“ in diesem Sinne.

¹⁶ Im landläufigen Gebrauch bezeichnet der Begriff „Arena“ Raumanordnungen für Wettkämpfe (z.B. antikes Amphitheater oder Fußballstadien wie die „Allianz-Arena“ in München), seltener für musikalische oder Theaterdarbietungen („Arena di Verona“). Im Rahmen dieser Arbeit wird der Begriff „Arena“ ausdrücklich nicht nur für Wettkampfplätze, sondern im Sinne einer dauerhaften Hülle für temporäre Ereignisse verwendet. Um auf diese besondere Begriffsverwendung hinzuweisen, wird „Arena“ im Text in Anführungszeichen gesetzt.

Die „Arena“

Eine „Arena“ ist eine Raumanordnung für Ereignisse, die aus funktionalen oder symbolischen Gründen einen Ort mit besonderer Dimension, räumlicher Konfiguration oder Ausstattung benötigen. Der Begriff „Arena“ bezeichnet Räume, die in Struktur und Ausgestaltung dahingehend perfektioniert sind, Ereignisse und Inszenierungen aufzunehmen. „Arenen“ werden in der Regel dauerhaft für Ereignisse vorgehalten. Sie können sowohl offene oder umschlossene Bauwerke als auch Freiräume sowie Zwitter aus Bauwerken und Freiräumen darstellen. In vielen Räumen bilden „Arenen“ Teilbereiche, z.B. Freilufttheater in Parks oder Festzelte auf Plätzen.



oben: Theater in Epidauros
rechts: Antikes Theater
(Zeichnung von Max Theuer)

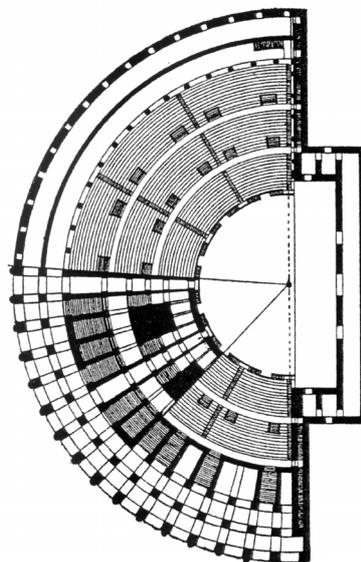


FIG.1

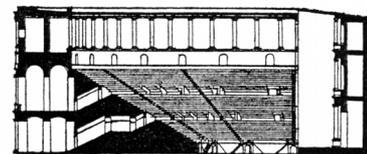


FIG.2

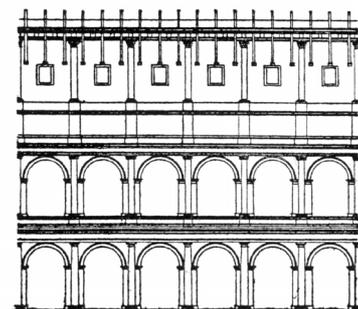


FIG.3

Die Herausgehobenheit der in einer „Arena“ stattfindenden Ereignisse wird auf mehreren Wegen erzeugt. So sind die Schauplätze deutlich von ihrer Umgebung abgegrenzt, z.B. durch Mauern und kontrollierbare Zugänge. Über die räumliche Anordnung der Darbietung und der Zuschauer (z.B. im Stadionrund) wird in der Regel die Außenwelt ausgeblendet, und die Ausstattung mit materiellen und symbolischen Objekten (z.B. Schmuck, religiöse Insignien, Embleme) unterstreicht den besonderen Rahmen zusätzlich.

Während die „Arena“ als Raumanordnung in der Regel dauerhafter Natur ist, finden die Ereignisse temporär, meist einem bestimmten Rhythmus folgend statt, z.B. zu bestimmten Wochentagen, Jahreszeiten oder Feiertagen. Dieser Aspekt wurde im Zusammenhang mit der zeitlichen Rahmung von Ereignissen bereits ausführlich diskutiert. Für die meisten Ereignisse gelten Zugangsbeschränkungen, z.B. in Form von Eintrittsgeldern, zum Teil auch Kleider- und Verhaltensvorschriften. Oft sind „Arenen“ auf große Zuschauerzahlen und das Gemeinschaftserlebnis von Besuchermassen ausgelegt. Sie werden vom Publikum in der Regel ausschließlich anlässlich von Ereignissen aufgesucht und sind zu anderen Zeiten meist nicht zugänglich. Viele wirken verwaist oder überdimensioniert, wenn dort kein Ereignis stattfindet (z.B. Aufmarschplatz), oder gewinnen doch zumindest den intendierten Raumeindruck erst beim Ereignis selbst (z.B. Stadion).

Was die Raumanordnung und Ausstattung betrifft, so lassen sich mono- und multifunktionale „Arenen“ unterscheiden. Je nach ihrem Zweck und ihrer symbolhaften Aufladung können manche „Arenen“ nur eine bestimmte Art von Ereignissen aufnehmen: In einer mit geweihten Gegenständen ausgestatteten religiösen Stätte beispielsweise können üblicherweise keine profanen Ereignisse stattfinden. Neutraler gestaltete Räume wie Theater, Stadion oder Festwiese erlauben dagegen Ereignisse mit unterschiedlichen Schwerpunkten; ein Stadion kann heute z.B. nicht nur Sportveranstaltungen, sondern auch Konzerte oder Messengottesdienste beherbergen. Damit ein Ereignis in einer neutralen „Arena“ tatsächlich das intendierte Erlebnis hervorruft, sind allerdings zusätzliche räumliche Mittel oder temporäre Ausstattungselemente erforderlich (z.B. Embleme, Schmuck, Illumination, Projektionswände). Je flexibler die Nutzung einer „Arena“, desto mehr Aufwand ist erforderlich, um sie mit temporären Mitteln für ein bestimmtes Ereignis auszustatten. Heute führt das je nach dem Stellenwert von Ereignissen und den vorhandenen technischen und finanziellen Möglichkeiten zum Bau immer speziellerer „Arenen“, z.B. reiner Fußballstadien, die hinsichtlich ihrer Raumkonfiguration für das „Live“-Erleben dieser Sportart optimiert sind.

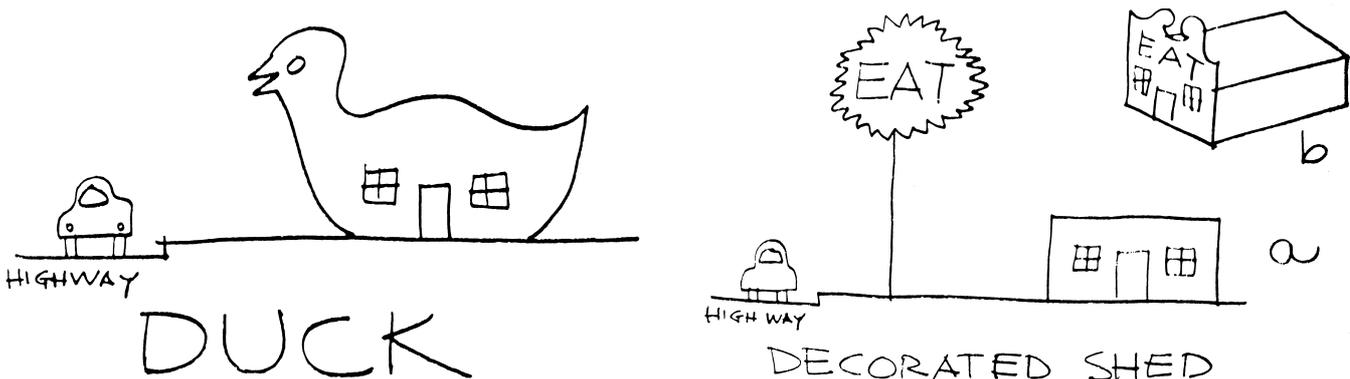
„Arenen“ wie die hochtechnisierten zeitgenössischen Theater und Stadien wurden als Raumanordnungen über einen langen Zeitraum hinweg entwickelt und perfektioniert, wie ein Blick in die Geschichte zeigt. Die dauerhaften „Arenen“ begannen in der Antike als temporäre Konstruktionen, die auf städtischen Plätzen für den Zeitraum von Ereignissen auf- und danach wieder abgebaut wurden. Mit der Bedeutungszunahme von Ereignissen innerhalb einer Gesellschaft wurden diese Provisorien durch dauerhafte Bauten abgelöst. Die Architektur, Gestaltung und Funktion antiker Theater und Arenen beschrieb bereits Leon Battista Alberti (Alberti 1975, 444ff.). Er differenzierte zwischen dem Theater als Aufführungsort von Komödien und Tragödien, dem

Zirkus als Schauplatz von Wagenrennen und dem auf Tierhetzen ausgelegten Amphitheater (Alberti 1975, 444).

In Rom fanden bis in das erste Jahrhundert v. Chr. hinein Theateraufführungen in temporären Konstruktionen mit hölzerner *scaena* und *proscenium* statt, da man dauerhafte Theater zunächst als Gesten von Verschwendung und Luxus ablehnte (André 2002, 144). Gegen Ende der Republik zeichneten sich mit dem Bau von steinernen Theatern und von ersten Amphitheatern - wiederum zunächst aus Holz - wesentliche Neuerungen in der Theaterarchitektur ab. Die grundlegenden Merkmale des Theaters sind bei Alberti beschrieben: „Die Teile des Theaters sind folgende: die leere Krümmung der mittleren Fläche im Freien; um diese Fläche die stufenförmig ansteigenden Sitze, und an deren Schlund das erhöhte Bühnenpodium, wo alles, was zur Handlung gehört, vorbereitet wird; und am obersten Umgang der Säulengang und das Dach, wodurch die sich zerstreue Stimme zusammengehalten und klangvoller werden soll.“ (Alberti 1975, 445f.) 55 v. Chr. errichtete Pompeius auf dem Marsfeld das erste dauerhafte Theater, welches 18.000 Zuschauer fasste (André 2002, 145). Es bot durch raffinierte Technik, etwa die Kühlung der Sitze durch über die Stufen rieselndes Wasser, wesentlich mehr Annehmlichkeiten als die hölzernen Provisorien. In der Folgezeit wurde der Komfort der Theater durch schattenspendende Leinwandsegel oder erfrischende Duftstoffe weiter verfeinert. Im Kaiserreich setzte sich in Rom und seinen Provinzen der Bau von Amphitheatern für Gladiatorenkämpfe und Jagden (*venatio*)¹⁷ durch, in denen die Herrscher die Schaulust des Volkes mit blutrünstigen Wettkämpfen stillten (André 2002, 216ff.). „Alle derartigen Gebäude sind aus den Theatern hervorgegangen. Denn der Zirkus ist fast nichts anderes, als ein Theater, dessen Flügel in gleich weit abstehenden Linien in die Länge gezogen sind (...). Das Amphitheater aber besteht aus zwei Theatern, deren Stufenreihen an den Enden verbunden sind und so einen geschlossenen Umgang bilden.“ (Alberti 1975, 454) Die zunehmende Professionalisierung zeigt sich darin, dass für die *venatio* im Amphitheater mit großem technischen Aufwand Jagdszenarien nachgebildet wurden, „die ganze Natur wird rekonstruiert, Wälder (*silvae*) werden aufgestellt, Felsen in der Arena verstreut und gelegentlich auch Wasserpflanzen, Schilf und Seerosen, eingesetzt. Eine

¹⁷ Die *venatio* stellt eine innerhalb eines Geheges im Zirkus veranstaltete Form der Jagd dar, die in klassischer Zeit Dressurvorfürungen und Tierkämpfe miteinander verband. Später wurde sie mit der Hinrichtung von Verbrechern verbunden, die vor den Augen des Publikums Raubtieren zum Fraße vorgeworfen oder von Elefanten zertrampelt wurden (André 2002, 153f.). Zur Kaiserzeit artete sie zunehmend in die Abschachtung immer größerer Zahlen von exotischen Tieren aus.

„Ente“ und „dekoriertes Schuppen“
Skizzen von Robert Venturi



komplizierte Maschinerie konnte dergleichen Dekorationen (...) bei Bedarf aus unterirdischen Magazinen hervortauschen lassen.“ (André 2002, 226) Wie dieses Beispiel für den ausgeklügelten Ausstattungsstandard der Amphitheater deutlich macht, nahmen die antiken Stadien damit nicht nur den bis heute gültigen, grundlegenden Bautypus, sondern sogar technische Raffinessen der zeitgenössischen Sportstadien vorweg.

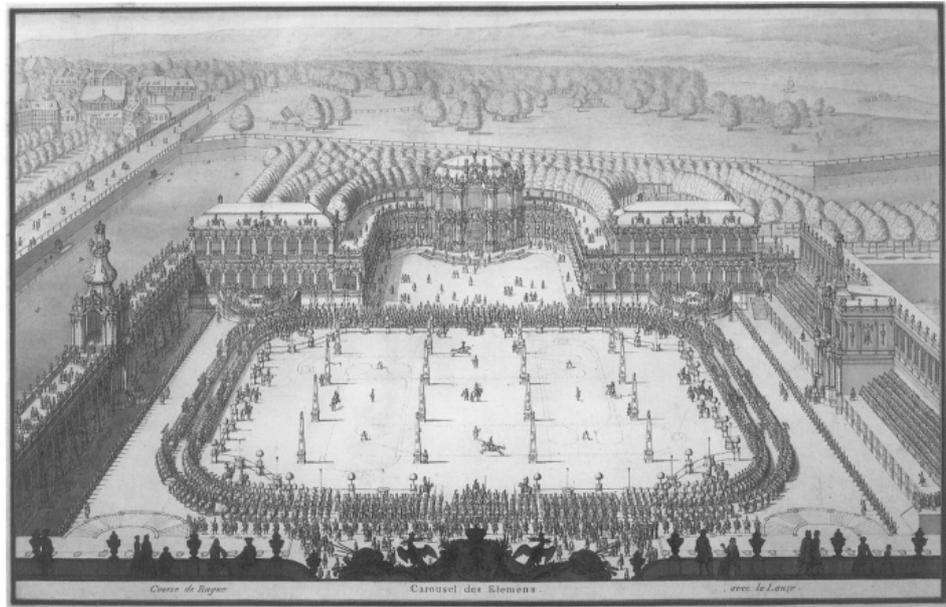
Während Stadion oder Theater vergleichsweise neutrale Raumhüllen für Ereignisse sind, gibt es auch „Arenen“, die selbst „Ereignis-Charakter“ aufweisen. Wie sich diese beiden Typen unterscheiden, soll mit Bezug auf Robert Venturi (et al. 1979) näher ausgeführt werden. Venturi beschrieb in seiner Analyse „Learning from Las Vegas“ die beiden Bautypen „Ente“ und „dekoriertes Schuppen“ als Formen von plakativer, symbolhafter Architektur. Mit dem Begriff „Ente“ charakterisierte der Architekt - inspiriert vom enten-förmigen Autorestaurant `The Long Island Duckling´ in Las Vegas - Gebäudetypen, bei denen eine symbolhafte Form die Konstruktion dominiert und das gesamte Gebäude den Charakter einer Skulptur annimmt. Beim „dekorierten Schuppen“ hingegen ist der Baukörper ganz in den Dienst von Nutzung und Funktion gestellt; deshalb beschränken sich symbolhafte Verzierungen auf die Fassade. Viele Theater, Messezentren, Sportstadien oder Ausstellungsgebäude werden analog zu Venturis „dekoriertem Schuppen“ als funktionale „Hüllen“ errichtet und erst für ein Ereignis ausgeschmückt. Auf der anderen Seite werden Tempel, Kirchen oder Bauten mit politischer Funktion seit langem gleichsam als „Skulpturen“ inszeniert, die über ihre räumliche Konfiguration, Ausstattung oder illusionistischen Effekte an die menschlichen Emotionen appellieren und Parallelen zu Venturis „Ente“ aufweisen. Ein bekanntes zeitgenössisches Beispiel dafür ist das Jüdische Museum von Daniel Libeskind in Berlin, in dem das Gebäude selbst das Grauen des Holocausts eindrücklicher und unmittelbarer vermittelt als jede Ausstellung. „Durch den kommunikativen Aspekt seiner Architektonik überschreitet das Museum seine Funktion als Hülle für eine Ausstellung und wird selber zur semantisch programmierten Skulptur.“ (Beeck 2001, 248) Ähnliches gilt für die Kunsthalle in Graz. Auch der holländische Pavillon von MVRDV auf der Expo 2000 in Hannover ist ein Beispiel für skulpturale „Event-Architektur“ - das aus übereinandergestapelten „Landschaften“ bestehende Gebäude war nicht etwa eine Hülle für eine Ausstellung wie die meisten anderen Länderpavillons auf der Expo, sondern selbst die Ausstellung. Auch funktional geprägte Raumanordnungen können zu spektakulären „Skulpturen“ stilisiert werden, was sich derzeit vor allem beim Bau von Sportstätten zeigt. Das vom Schweizer Architekturbüro Herzog & de Meuron geplante Münchner Fußballstadion ist auf der einen Seite als perfekte Hülle für Sportereignisse konzipiert und stellt auf der anderen Seite über wechselnde Farbeffekte an der Außenhaut selbst ein Schauspiel dar. Jacques Herzog drückt es in einem Interview wie folgt aus: „Dank der Effekte der Lichter, der Farben und des Wechsels erhält das Stadion eine Dynamik, eine Bewegung, ja eine Dramatik. Mal ist es weiß, mal rot, mal blau. Etwas so großes Leuchtendes strahlt auch immer Energie aus. Fällt ein Tor, soll das Licht verstärkt werden, wie ein Organismus.“ (SZ 21.2.2002, 20)

Zwischen „Hülle“ und „Skulptur“ liegen auch diejenigen „Arenen“, die nicht zu den bereits erläuterten Archetypen wie z.B. Stadien zählen, sondern die von Gesellschaften zu unterschiedlichen Zeiten für spezielle

Visualisierung des Münchner Fußballstadions (Architekten Herzog & de Meuron), in den Farben der beiden Münchner Fußballvereine beleuchtet



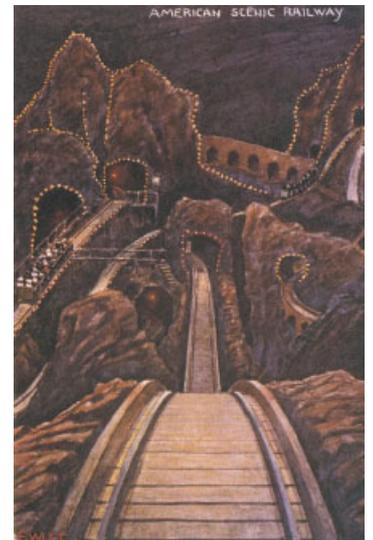
Der Dresdener Zwinger ist als barocker Festraum konzipiert. (Carl Heinrich Jacob Fehling: „Das Ringrennen der vier Elemente am 15. September 1719“)



Formen von inszenierten Ereignissen geschaffen werden. Sie sind in engem Zusammenhang mit den jeweiligen gesellschaftlichen und politischen Gegebenheiten wie auch den technischen Entwicklungen ihrer Zeit zu sehen. In diesem Sinne könnte man beispielsweise die barocken Gartenanlagen als „Arenen“ ansehen. Diese sind in ihren Gestaltungsprinzipien nur zu verstehen, wenn man sie als opulente „Hüllen“ für prunkvolle höfische Feste begreift, in denen der Herrscher die Herausgehobenheit seiner Stellung vor dem Hofstaat zelebrierte. Obwohl die Feste in den barocken Ensembles längst Geschichte sind und zeitgenössische Veranstaltungen und Illuminationen, z.B. „Son et Lumière“ in Frankreich, nur einen schwachen Abglanz davon vermitteln, lässt sich in den Gestaltungsprinzipien der Schlösser und Gärten das Zeremoniell von Ereignissen und damit die gesellschaftliche Funktion dieser Räume noch ablesen. Die Rahmen für prunkvolle Bankette, Theateraufführungen, Konzerte oder Feuerwerke erscheinen deshalb dem Historiker Richard Alewyn, „als ob die ganze Kunst des Barocks nichts sei als die Kulisse des barocken Weltfestes, die von den Gästen verlassen und von den barocken Dienern abzuräumen vergessen worden ist.“ (Alewyn 1985, 59)

Anders als die elitären barocken Feste richten sich die zeitgenössischen Freizeit- und Erlebnisparks als raumgewordene „Spektakel in Permanenz“ an die breite Mittelschicht. Vor allem bei Familien sind sie zu populären Reise- und Freizeitzielen avanciert.¹⁸ Ihre Einstufung als „Arenen“ rechtfertigt sich dadurch, dass ihr Zweck darin besteht, den Besuchern (gegen die Entrichtung eines Eintrittsgeldes) ein wahres Feuerwerk an besonderen Erlebnissen zu vermitteln. Erlebnisparks sind Kreuzungen zwischen einer „Hülle“ für Shows oder Filmvorführungen und einer spektakulären „Skulptur“ aus Achterbahnen und Phantasielandschaften. „Der Erlebnispark vereint Elemente von Fest, von Kunst, von Bildung, von Ritual, von Spiel und Shopping, von Information und Phantasiewelt - `Sinnprovinzen´, zwischen denen die Besucher ständig hin- und herwechseln.“ (Bittner 2000, 148) Mit den Mitteln der zeitlichen und räumlichen Verdichtung wird versucht, Motive aus fremden Kulturen oder

¹⁸ Gemäß einer repräsentativen Erhebung von 2000 besuchten 41 von 100 Befragten in den letzten Jahren einen Freizeit- und Erlebnispark, darunter überwiegend Jugendliche von 14 bis 17 Jahren und Familien mit Kindern (Opaschowski 2000, 118). Im Jahr 2001 zogen allein die deutschen Freizeitparks mehr als 22 Millionen Besucher an. Der durchschnittliche Besucher legte dafür 198 km einfache Wegstrecke mit dem Auto zurück, gab im Schnitt 20 Euro für Eintritt und noch einmal dieselbe Summe für Souvenirs aus (Gaschke 2002).



historischen Epochen im Raum darzustellen und über szenische Arrangements von materiellen und symbolischen Objekten bestimmte Assoziationen und Stimmungen auszulösen. „Durch Wirkungstechniken wie Wiederholung und Zitat wird das gesamte Arsenal kultureller Symbole und Zeichen verfügbar gemacht und zu künstlichen Welten synthetisiert (...).“ (Ronneberger 2001, 87) Dabei kommt es zu einer strategischen Verknüpfung von Erlebnis und Profit, von Kultur und Ökonomie. Deutlich wird dies in einer von Unternehmensberatern formulierten Definition des Erlebnisparks: „Im allgemeinen wird unter einem Freizeitpark ein Unternehmen verstanden, das in einer geschlossenen und nach außen abgegrenzten Anlage fest installierte Freizeiteinrichtungen wie Spiele, Sporteinrichtungen, Großmodelle, Tiere, Grünanlagen, Kino- und Filmvorführungen und Vorführungen zur passiven wie auch aktiven Nutzung anbietet. Die Einrichtungen sind zum Teil überdacht, verfügen jedoch meist auch über einen weitläufigen Outdoor-Bereich. Wichtige Bestandteile und gleichzeitig Profit-Center von Freizeitparks bilden darüber hinaus die gastronomischen Einrichtungen und die Merchandise-Shops. Die Nutzung des Angebotes ist entgeltlich, wobei zumeist ein Pauschalpreissystem genutzt wird.“ (Wenzel & Franck 1995, 76f.)

Die Wurzel der heutigen Erlebnisparks liegt in den Tivolis und Lunaparks, die bereits im 19. Jahrhundert als bürgerliche Vergnügungsstätten am Rande der europäischen und amerikanischen Städte in großer Zahl eröffnet wurden. Die meisten von ihnen waren aufgrund der erheblichen wirtschaftlichen Risiken nur kurze Zeit in Betrieb (Dering 1986, 20). Der älteste - und bis heute existierende - Vergnügungspark im deutschsprachigen Raum ist der Wiener Prater, der 1766 von Josef II. als Erholungsstätte für die Wiener Bevölkerung an der Stelle eines umzäunten Waldgebietes für höfische Jagden etabliert wurde. Die Besucher fanden dort Wirtshäuser, Kaffeehäuser und Verkaufsstände, Belustigungen wie Kasperltheater und Karussells vor. Die Elektrifizierung eröffnete zu Beginn des 20. Jahrhunderts die Möglichkeit, beleuchtete Schaugeschäfte und spektakuläre Phantasielandschaften zu errichten. In New York entstand 1903 auf Coney Island der Luna Park, der

links: „Die schwedische Rutschebahn in Weißensee bei Berlin“, Holzstich aus „Illustrierte Chronik der Zeit“, um 1885

rechts:
„American Scenic Railway“,
Gebirgsszeneriebahn um 1913,
Postkarte



Stadt- und Landschaftsinszenierungen im Disneyland Paris

mit seinen Achterbahnen, dem Riesenrad und den Schaustellerbuden zur beliebtesten Amüsiermeile der New Yorker wurde: „Eine Wochenendflucht für die in Mietskasernen eingepferchten Immigranten, ein Ort zum Vergessen des Alltags, eine Riviera für das Proletariat, ein Las Vegas am Atlantik, als Las Vegas noch Wüste war.“ (Nink 2000) In den 1920er Jahren kamen sonntags bisweilen eine Million Menschen in die Vergnügungsmeile und zum Strand von Coney Island und damit mehr als ein Fünftel der damaligen Stadtbevölkerung.

Während sich die frühen Vergnügungsparks in den Städten oder an ihren Rändern befunden hatten, begann 1955 mit der Eröffnung von Walt Disneys erstem Vergnügungspark in Anaheim/Kalifornien die Ära der suburbanen *theme parks*. Disneyland unterschied sich von den früheren Vergnügungsparks dadurch, dass kostenpflichtige Fahrgeschäfte und Attraktionen nicht mehr möglichst platzsparend auf engem Raum konzentriert wurden, sondern in eine weitläufige, thematisch inszenierte Parklandschaft integriert wurden. Damit rückte bei der Raumanordnung die symbolische Dimension der eingesetzten Objekte in den Mittelpunkt. Rund um die Kulisse einer idealisierten Kleinstadtstraße aus dem 19. Jahrhundert, die sogenannte „Main Street U.S.A.“, gruppierte Disney fünf verschiedene Themenwelten: Adventureland, Lilliputian Land, Fantasyland, Frontier Land und Holiday Land. Für diese Themenwelten inszenierte Disney mit den Kulissentechiken des Hollywoodfilms Versatzstücke aus der amerikanischen Geschichte, von Märchen, Weltausstellungen und Jahrmärkten (Zukin 1995, 56f.). Er übersetzte damit Idealvorstellungen der amerikanischen Mittelschicht in räumliche Inszenierungen. Disneys weitere Parks in Orlando/Florida, Japan und Paris variieren und modernisieren diese ursprünglichen Motive nur geringfügig. Disneyland Paris etwa soll die europäischen Besucher in die Welt der Zeichentrickfilme des Unterhaltungskonzerns versetzen. Zugleich führt der Park Klischeebilder amerikanischer Städte und Landschaften vor, die dem Besucher aus Filmen und Fotos bereits vertraut sind: New York City, den Wilden Westen und das Kalifornien der 1950er Jahre. Disneyland Paris reproduziert in der räumlichen Gestaltung des Parks und der ange-



schlossenen Themenhotels die wesentlichen touristischen Anziehungspunkte Amerikas, reduziert die Eigenarten der dargestellten Landschaften und Städte jedoch auf gängige Klischees, die äußerst plakativ eingesetzt werden und nicht jeden zu überzeugen vermögen. In „Disney´s Sequoia Lodge“, preist die Werbebroschüre des Konzerns, „Ihrem aus Stein und Holz erbauten Hotel fühlen Sie sich wie in einem Chalet der amerikanischen Nationalparks. Genießen Sie die behagliche Atmosphäre und lassen Sie sich von dem würzigen Waldduft in den Schlaf wiegen.“ (Disneyland Paris 2001, 27). Das Flair New Yorks soll der Gast im gleichnamigen Hotel erleben können: „Die Wolkenkratzer in warmen Farbtönen versetzen Sie in die Atmosphäre Manhattans.“ (Disneyland Paris 2001, 28)

Der Gang der Besucher durch die Disney-Vergnügungsparks ist von den Planern, die im Disney-Konzern *imagineers* heißen, als szenische Abfolge idealisierter Stadträume und Landschaften unter fortwährender Musikbeschallung konzipiert. Analog zum Kino soll dem Besucher im Freizeitpark eine wesentlich höhere Erlebnisdichte als in Realität geboten werden. Jeder Einzelraum in einer Reihung von Szenen folgt einem Drehbuch. „Der Raum ist also in höchstem Maß programmiert und gestalterisch kontrolliert; das Erlebnis der Besucher steht im Mittelpunkt des Entwurfs und wird immer wieder überprüft.“ (Hackenbroich 2001, 235) Analog zu Disney´s Konzept übersetzen Vergnügungsparks von Legoland bis Bush Gardens verbreitete Klischeevorstellungen von Ländern und Kulturen in Rauminszenierungen. Im amerikanischen Freizeitpark Animal Kingdom beispielsweise kann der Besucher mit zweihundert Tierarten um ein Vielfaches mehr an Arten als auf einer mehrwöchigen Safari sehen, und „der König der Löwen räkelt sich immer fotogen auf einem Felsen - weil der Felsen im Sommer gekühlt und im Winter beheizt wird.“ (Opaschowski 2000, 71)¹⁹

Die Illusionswelt einer derartigen „Arena“ erfordert die Ausblendung von störenden Umgebungseinflüssen und Konflikten aus der räumlichen Inszenierung. In Disneyland wird die Außenwelt durch bepflanzte Wälle abgeschirmt; die barackenartigen Flachbauten, in denen die aufwendige Technik der *attractions* steckt, verbergen sich hinter raffinierten Verkleidungen, so

¹⁹ Ähnlich wie die Freizeitparks stellen auch viele Hotelanlagen Scheinwelten dar, in denen Versatzstücke aus Kultur und Landschaft mit viel Aufwand zu möglichst „authentisch“ wirkenden Kulissen arrangiert werden, die den mitgebrachten Idealbildern der Touristen von einem Land oder einer Stadt entsprechen. Opaschowski beschreibt eine vom amerikanischen Kreuzfahrtveranstalter Royal Caribic auf der karibischen Insel Coco Cay geschaffene Erlebniswelt: „Alles, was sich Touristen unter Karibik vorstellen und erträumen, wurde hier arrangiert: Ein weißer Sandstrand wurde gestaltet, Palmen angepflanzt, karibik-typische Holzhäuser errichtet sowie ein ‚historisches‘ Schiff und ein Flugzeugwrack für Taucher im Wasser versenkt. Wenn ein Kreuzfahrtschiff andockt, kommen für einen Tag ‚echte‘ Bewohner von den Nachbarinseln herbei...“ (Opaschowski 2000, 12)

dass unerwünschte Aus- und Einblicke verhindert werden. Damit sind sie in Venturis Sinne „dekorierte Schuppen“ par excellence. Für Sicherheit und Sauberkeit sorgen Regelwerke für Besucher und das speziell geschulte Personal - *cast members* genannt - sowie eine ausgeklügelte technische Ausstattung in Form eines Röhrensystems für Anlieferung und Müllabfuhr. Im Vergleich zum Disneypark ist die Ausblendung unerwünschter Eindrücke bei der „Holy Land Experience“ in Orlando, einer im Jahr 2001 eröffneten Freizeitpark-Version des biblischen Jerusalems anscheinend weniger gelungen, wie ein Journalist beschreibt: „Anders als beim Nachbarn Disney schlüpfen die 125 Angestellten nicht in Mickey-Kostüme, sondern markieren römische Soldaten, israelitische Hohepriester oder palästinensische Ziegenhirten. (...) Freilich lässt die Kopie zu wünschen übrig. Wer von seinem Goliath-Burger aufschaut, der sieht das rot-grüne Schild eines 7-Eleven-Supermarktes, und auch Tankstellen hat es zu Jesu Zeiten nicht gegeben.“ (Koydl 2001)

Trotz aller inszenatorischen Kunstgriffe der *imagineers* kann man den kritischen Betrachter über den eigentlichen Zweck der leicht durchschaubaren Inszenierungen nicht hinwegtäuschen – den Besucher zum Konsum zu animieren, wie eine Journalistin treffend beschreibt: „Sie bummeln in aller Ruhe durch eine 46 Boutiquen oder an 23 Verkaufsständen vorbei, in denen überall weitgehend das Gleiche verkauft wird: Mode, Gags und Tand. (...) Sie gehen in eines der 62 Restaurants, essen in einem als Urwaldhütte dekorierten Selbstbedienungsrestaurant eine Pizza, wie sie auch daheim in der Tiefkühltruhe liegt, trinken in einem kindgerecht dekorierten Restaurant mit ausgestopften Puppen diverse, überbeuerte Biere, oder ernähren sich im Stehen von Hot Dogs.“ (Kahlweit 2001) Das Zitat macht deutlich, wie eng die Handlungsspielräume des Publikums in den „Arenen“ der Freizeitparks begrenzt sind – sie beschränken sich auf den leicht verdaulichen Konsum von Erlebnissen bei Achterbahnfahrten und Karussells, das Spazieren oder Fahren durch Szenen aus Filmen und Märchen und den Erwerb der passenden Merchandisingprodukte. Für den Stadtsoziologen Frank Roost ist Disneyland daher „ein vollkommen geplanter Aufenthaltsraum, dessen Aufbau und farbenfrohes Design den Besuchern Abwechslungsreichtum versprechen und in dem gleichzeitig die perfekte Organisation und die Verwendung bekannter Motive Vertrauen und Sicherheit ausstrahlen. Auf diese Weise wird der Besucher in einen Zustand versetzt, bei dem Stimulierung und Geborgenheit miteinander verbunden sind, so daß sich der Kunde voll und ganz dem Konsum widmen kann.“ (Roost 2000, 93) Die Fokussierung auf den Konsum stellt zugleich die Achillesferse der Parks dar, die sich nach einem Boom in den 1990er Jahren seit 2001 in einer ernsthaften Krise befinden. Die Comicfiguren haben an Reiz verloren: „Der Großangriff der Monster, Aliens und Zauberer lässt die netten Entenhausener alt aussehen. Schon 10-jährige halten Donald und Kollegen für Kinderkram.“ (Arnu & Bauer 2004) Daher sind in den Parks permanente Innovationen hinsichtlich der Themen und der technischen Attraktionen erforderlich, um für das Publikum attraktiv zu bleiben.

Während sich die Freizeitparks wie Inseln und eigene Welten mit eigenen Gesetzmäßigkeiten von ihrer Umgebung abschotten, strahlen die „Arenen“ nach außen hin auf ihre Umgebung aus. Die sozialen und ökologischen Auswirkungen der meist großflächigen Anlagen auf ihre

Umgebungsräume sind im positiven wie negativen Sinne erheblich. Als touristische Anziehungspunkte schaffen sie zwar Arbeitsplätze, führen aber zu beträchtlichen Veränderungen des Stadt- und Landschaftsbildes. Daneben sind die Freizeitarenen mit einem hohen Ressourcenbedarf und starken Verkehrsbelastungen verbunden (Bundesministerium für Umwelt 1995, 140ff.). Orlando in Florida beispielsweise zieht mit seinen Freizeitparks nicht nur Touristen, sondern auch zahlreiche Firmen an, entwickelte sich dabei aber zu einem ausufernden freizeitindustriellen Komplex aus Hotels, Parkplätzen und Tankstellen (Zukin 1995, 61ff.).

Neben dem unmittelbaren Einfluss von Themenparks auf ihre Umgebung besteht eine weiterreichende Auswirkung der Anlagen darin, dass einige Gestaltungsprinzipien dieser Form von „Arena“ mittlerweile in die Alltagswelt vorgedrungen sind. Wie Analysen von Sharon Zukin und Frank Roost zeigen, ist die von in Freizeitparks vermittelte konsumorientierte und idealisierte Vorstellung von Stadt und öffentlichem Raum in den USA zu einem anerkannten Vorbild für reale Stadträume avanciert (vgl. Zukin 1995, Roost 2000). Für Zukin verkörpern die Raumbilder der Disneyparks mit ihrer Abgrenzung nach außen, ihrer Harmonie, Sicherheit und Sauberkeit genau die klischeehafte Stadtvorstellung der Mittelschicht, die aus den konfliktreichen Städten in die „heile Welt“ der Suburbs geflohen ist (Zukin 1995, 53). Roost schließt sich dieser Diagnose an: „Für diese Menschen hat Disney die seit den fünfziger Jahren verloren gegangene städtische Erlebniswelt in seinem Themenpark als Main Street U.S.A. neu erfunden und als Urlaubserlebnis erlebbar gemacht. Damit besitzt der Disney-Konzern heute auch die Möglichkeit, dieses Bild von Stadt nun wieder weiter zu verarbeiten und wirkliche Städte nach diesem Bild zu produzieren.“ (Roost 2000, 100) Roost zeigt in seiner Analyse über die „Disneyfizierung“ der Städte auf, wie der Unterhaltungskonzern in den USA mit der Errichtung suburbaner Siedlungen wie *Celebration* und dem Umbau des New Yorker Times Square eine Art der Stadtplanung betreibt, die auf den in den Erlebnisparks vermittelten Stadtvorstellungen basiert (Roost 2000, 101ff.). Dieselben nostalgisch verklärten Bilder des Städtischen liegen dem Siegeszug des *New Urbanism* und einer wachsenden Zahl von *gated communities* in den USA zugrunde, ohne dass der Disney-Konzern in diese Projekte direkt involviert ist.²⁰ Roost und Zukin kritisieren an den städtebaulichen Projekten vor allem die Ausblendung von Konflikten und den Verlust von echter Öffentlichkeit in den gleichsam im Reagenzglas entstandenen Stadträumen: Beispielsweise wird der Bürgermeister der Disney-Siedlung *Celebration* nicht von den Bewohnern der Stadt gewählt, sondern ist ein Angestellter des Disney-Konzerns.²¹

Der „Möglichkeitsraum“

Die Ausführungen im vorangegangenen Abschnitt machten den Charakter der „Arena“ als Raumanordnung deutlich, die in Form und Funktion gänzlich den Anforderungen von Spektakeln folgt. Im Gegensatz zu den meist dauerhaft und eigens für Ereignisse installierten „Arenen“ dienen die im Rahmen dieser Arbeit als „Möglichkeitsräume“²² bezeichneten Schauplätze nicht vorrangig als Bühnen für Inszenierungen und Feste. Vielmehr stellen sie temporäre Veranstaltungsorte dar, die von gesellschaftlichen Gruppen ansonsten überwiegend im Alltag genutzt werden. Das Spektrum der „Möglichkeitsräume“ stellt sich hinsichtlich der Zugänglichkeit,

²⁰ Am Beispiel des von Medienkonzernen finanzierten Potsdamer Platzes in Berlin und neotraditioneller Siedlungen im Berliner Umland überträgt Roost die amerikanischen Entwicklungen auch auf den europäischen Raum (Roost 2000, 121). Seine Argumentation erscheint für das Beispiel des aus der Retorte entstandenen Potsdamer Platzes schlüssig, während eine weitreichende „Disneyfizierung“ des deutschen Wohnsiedlungsbau aufgrund der nicht mit den USA vergleichbaren städtischen Rahmenbedingungen bislang nicht absehbar ist.

²¹ Im Gegensatz zu dieser Position erachtet die Freizeitforscherin Felicitas Romeiß-Stracke (1995) eine private Kontrolle von städtischen Räumen nicht als problematisch und fordert sogar, die Gestaltung von Erlebnisparks und Malls als Vorbilder für städtische Planungen zu nutzen, da jene in der Gesellschaft vorhandene Bedürfnisse nach Sicherheit und Sauberkeit erfüllen. Mit dieser provokanten Ansicht steht Romeiß-Stracke in der Diskussion über die Zukunft der deutschen Innenstädte allerdings weitgehend alleine da. Neben Roost beklagt eine Reihe weiterer Autoren den Verfall städtischer Öffentlichkeit durch die zunehmende Kommerzialisierung und touristische Inszenierung der Innenstädte nach dem Vorbild von Freizeitparks (vgl. hierzu u.a. Neitzke & Steckeweh & Wustlich 2000; Thomas 2000). Der Umbau der Stadt sei vor allem an die wohlhabende Mittelschicht adressiert, und in den Kernstädten spiele der Mensch fast nur noch eine Rolle als touristischer Betrachter und Konsument.

²² Der Begriff wird in der Literatur bereits in anderem Zusammenhang verwendet. Wie Siebel (2002, 39) darstellt, wird der Begriff „Möglichkeitsraum“ von dem Psychoanalytiker Winnicott als Bezeichnung für Räume verwendet, die das Kind zu seiner Persönlichkeitsentfaltung benötigt. Durch die Nutzung von Möglichkeitsräumen erfahre sich das Kind als eigenständiges, seine Umwelt gestaltendes Subjekt. Siebel überträgt den Begriff auf Industriebrachen, die nach seiner Auffassung gesellschaftliche Umbrüche in besonderem Maße deutlich machen und Spielräume für Nutzungs- und Entwicklungsmöglichkeiten bieten.



Veranstaltungen in Möglichkeitsräumen benötigen temporäre Ausstattungselemente. Links eine Bühne auf dem Nürnberger Hauptmarkt, rechts Verkaufsstände im Landschaftspark Duisburg-Nord.

Nutzung und Gestaltung bzw. Ausstattung vielfältig dar. Oft handelt es sich um multifunktional nutzbare Freiräume, „Möglichkeitsräume“ können aber auch Gebäude sein. Was die Zugänglichkeit betrifft, so lassen sich zwei grundlegende Typen differenzieren: einerseits öffentliche Räume, die von der Gesellschaft im Alltagsleben entweder vielfältig oder monofunktional genutzt werden, wie z.B. Straßen und Plätze, und andererseits *private* bzw. eingeschränkt zugängliche Räume, die der Öffentlichkeit nur anlässlich von Events offenstehen und im Alltagsleben nur einem eingeschränkten Kreis zugänglich sind, wie Firmen- und Produktionsgelände, Industriebrachen, Baustellen oder technische Einrichtungen.

Temporäre Ereignisse in „Möglichkeitsräumen“ können an einen festen Standort gebunden sein, z.B. an eine Bühnenkonstruktion, oder im Raum wandern, wie Umzüge und Prozessionen. Anders als bei den fest installierten „Arenen“ muss die Abgrenzung des Schauplatzes und damit der außeralltägliche Rahmen mit materiellen und symbolischen Elementen, Bühnen und Tribünen, Absperrungen, Dekorationen oder Beleuchtungseinrichtungen temporär implementiert werden. Während in vielen „Arenen“ die Außenwelt bewusst ausgeblendet wird, leben Spektakel in „Möglichkeitsräumen“ gerade von der Einbeziehung der Umgebung, z.B. ein Konzert von der Kulisse eines Parks oder Platzes. Eher selten werden in „Möglichkeitsräumen“ aufwendige Kulissenwelten wie in manchen der geschilderten „Arenen“ errichtet, doch weisen viele zeitgenössische Spektakel durchaus ungewöhnliche Ausstattungselemente auf, die in deutlichem Kontrast zur alltäglichen Gestalt und Nutzung des bespielten Raumes stehen: So dienten auf der Düsseldorfer Rheinpromenade 2.500 Kubikmeter Kunstschnee als Unterlage für ein öffentlichkeitswirksames Langlaufrennen (Hartmann 2002).

Welche Raumnutzungen zum Alltagsleben zählen und welche besondere Ereignisse darstellen, unterliegt kulturellen Verschiebungen. Beispielsweise waren und sind offene Märkte auf Plätzen und in Straßen in vielen Kulturen – bis heute z.B. in den Ländern Asiens, Afrikas oder Lateinamerikas - die grundlegende Form des Handels und damit alltägliche Phänomene. In unserer Gesellschaft hat sich der Handel dagegen überwiegend in die Innenräume von Geschäften und Einkaufszentren verlagert. Märkte und vor allem Spezialmärkte werden deshalb als besondere Ereignisse von Einheimischen und Touristen aufgesucht, wie beispielsweise die vielerorts verbreiteten Töpfer-, Wein- oder Fischmärkte.



Insenzierte Ereignisse überlagern die Alltagsfunktionen von „Möglichkeitsräumen“ für einen begrenzten Zeitraum. Das bedeutet allerdings nicht, dass die Alltagsfunktionen keinen Einfluss auf die Ereignisnutzung von Räumen haben. Vielmehr können diese aus symbolischen Gründen bestimmte Arten von Events begünstigen oder ausschließen. So kann auf einem Friedhof kein Popkonzert stattfinden, auf einem städtischen Platz dagegen durchaus. Das bestehende räumliche Erscheinungsbild von „Möglichkeitsräumen“ kann eine bestimmte Ereignisnutzung begünstigen, etwa wenn ein Barockkonzert in einem Park derselben Epoche oder ein Historienspektakel in einer mittelalterlichen Stadt veranstaltet werden und sich Schauplatz und Ereignis in ihrer symbolischen Ausstrahlung steigern und ergänzen.

Die vorhandenen räumlichen Qualitäten und die symbolgeladene materielle Ausstattung von „Möglichkeitsräumen“ (Topographie, Vegetation, Wasser, bauliche Elemente) werden in diesem Fall als stimmungsvolle Szenerie genutzt. Umgekehrt werden viele Events gerade in bewusstem Kontrast zu ihrem Schauplatz inszeniert, wie das im vorangegangenen Kapitel geschilderte Beispiel eines Werbeevents für Schmuck auf einem Schrottplatz zeigte. Mit heutigen technischen Mitteln kann fast alles, was ein Event-Schauplatz selbst nicht bietet, herbeigeschafft und vor Ort aufgebaut werden, z.B. mobile Bühnen, Dekorationen oder Beleuchtungselemente. Deshalb ist es nicht unbedingt erforderlich, dass „Möglichkeitsräume“ als Schauplätze von Events in ihrer räumlichen Konfiguration und Gestaltung per se Bühnencharakter aufweisen. Eine bereits vorhandener theatraler Charakter kann durch Ereignisse allerdings noch gesteigert werden. Ein bekanntes historisches Beispiel dafür ist der muschelförmige Campo in Siena, der in seiner Konfiguration auch im Alltag eine theaterähnliche Raumwirkung aufweist und seit Jahrhunderten Schauplatz eines weiter unten noch genauer dargestellten Pferderennens ist. Als zeitgenössisches Projekt sei der Rotterdamer Schouwburgplein erwähnt, der von West 8 Landschaftsarchitekten in den 1990er Jahren als urbane „Bühne“ konzipiert wurde. Die Planer gestalteten den öffentlichen Platz als Podium vor einer skulpturalen Kulisse kranartiger, beweglicher Mastleuchten, die von den Menschen immer neu in Position gebracht werden sollten - der Flaneur in der Rolle des Schauspielers, Regisseurs und Zuschauers zugleich. Im Gegensatz zu diesem planerischen Ideal hat sich der Schouwburgplein im Alltagsbetrieb jedoch als wenig robust und einladend erwiesen, da die von den Planern intendierte Bühnenqualität nur bei Veranstaltungen erreicht wird und auch

Zwei Plätze mit Bühnencharakter, links der Campo in Siena, rechts der Schouwburgplein in Rotterdam (West 8 Landschaftsarchitekten).

die verstellbaren Leuchtobjekte dem Betrieb nicht standgehalten haben (vgl. Rousseau 2002).

Wie das Beispiel deutlich macht, lassen sich die Eignungen von „Möglichkeitsräumen“ für Alltags- und Ereignisnutzungen nicht immer reibungslos vereinbaren. Im Gegensatz zu den „Arenen“ handelt es sich bei vielen „Möglichkeitsräumen“ um Räume, die in einem – nicht selten konfliktträchtigen – Spannungsfeld zwischen alltäglichen Nutzungsansprüchen und temporären Inszenierungen stehen. Ereignisse in „Möglichkeitsräumen“ sind Anlässe, bei denen gesellschaftliche Gruppen Nutzungsrechte über Räume aushandeln, da die Veranstalter Verfügungsrechte über den Raum und die Teilnehmer Zugangsrechte zum Raum benötigen. Basierend auf Besitzrechten, vertraglichen Vereinbarungen und Genehmigungen bestimmen die Veranstalter über die Zugänglichkeit des Raumes vor und während Ereignissen, z.B. über Absperrungen oder die Erhebung von Eintrittsgeldern, über die Zusammensetzung des Publikums, das Aussehen und das Nutzungsspektrum der Schauplätze. Die alltäglichen Nutzungen der Räume werden für die Dauer der Ereignisse unterbrochen. Der Zugang zu öffentlichen Räumen, z.B. Plätzen, ist bei vielen Events nicht mehr frei und uneingeschränkt, sondern erfordert den Erwerb von Eintrittskarten – überspitzt formuliert kommt es daher zu einer „Privatisierung“ öffentlicher Räume. Umgekehrt können anlässlich von Ereignissen private „Möglichkeitsräume“ für Menschen geöffnet werden, denen diese sonst verschlossen sind – in diesem Fall lässt sich eine (zeitweilige) „Veröffentlichung“ privater Räume feststellen. Wie beispielsweise die im Jahr 2003 im Münchner Regenrückhaltebecken veranstalteten Licht- und Klanginstallationen deutlich machen, können Events die Möglichkeit bieten, unzugängliche und verborgene Räume betreten und kennenlernen zu können, und stellen zugleich für die Veranstalter eine Plattform dar, um ihr Aufgabenfeld oder Leistungsspektrum öffentlichkeitswirksam in Szene zu setzen (vgl. Programmankündigung).

Dominanter als der letztgenannte Aspekt von Events tritt indes die „Privatisierung“ öffentlicher Räume durch Events in Erscheinung. Temporäre Ereignisse in Straßen, auf Plätzen oder in Parks unterbrechen für einen begrenzten Zeitraum die auf Zugangs-, Verhaltens- oder Verkehrsregeln basierenden Dauernutzungen dieser Räume, z.B. den Fußgänger- oder Fahrverkehr. Diese Unterbrechung kann - je nach Interessenlage der Betroffenen - als Gewinn oder als Beschneidung von Gewohnheits- und Zugangsrechten empfunden werden. In monofunktional genutzten „Möglichkeitsräumen“, wie beispielsweise Straßen, ermöglichen Events es breiten Bevölkerungsschichten, den Raum für einen begrenzten Zeitraum für andere Aktivitäten in Besitz zu nehmen, z.B. für Musikhören, Flanieren oder Skaten. Umgekehrt bringen Autofahrer in der Regel wenig Verständnis dafür auf, wenn Straßen anlässlich von Veranstaltungen für den motorisierten Verkehr gesperrt werden, wie Widerstände gegen die im Sommer einmal wöchentlich in unterschiedlichen Münchner Stadtvierteln veranstalteten „Blade Nights“ zeigen (vgl. Moorstedt 2002). Auch die Einschränkung der Zugänglichkeit von Plätzen und Parks bei Events über Absperrungen und Eintrittsgelder kann zu Konflikten führen. Daufresne zitiert in diesem Zusammenhang die kontroversen Pressestimmen zu der 1975 in Paris veranstaltete Konzertreihe `Fête aux Tuileries` im gleichnamigen Park, die sich in Lob über das hochkarätige Programm und Kritik darüber spalteten, dass man den ansonsten

tagsüber frei zugänglichen Park während der Aufführungen nur mit Ticket betreten durfte. Diese Maßnahme sollte ungebetene Zaungäste, die sich das Eintrittsgeld sparen wollten, fernhalten (Daufresne 1994, 215).

Die im letztgenannten Beispiel bereits anklingenden Warnungen über den Verlust von Öffentlichkeit und die Kommerzialisierung öffentlicher Räume haben sich seit den 1970er Jahren angesichts der Zunahme kommerzieller Veranstaltungen auf Plätzen und in Parks innerhalb der deutschen Stadt- und Architektursoziologie vervielfacht.²³ Der Stadtraum werde zur käuflichen Ware, da private und ökonomische Interessen den gesellschaftlichen Wert des öffentlichen Raumes aushöhlten. Bruno Flierl etwa beklagt am Beispiel der städtischen Räume in Berlin, „dass mehr und mehr die privaten Eigner bestimmen, was auf ihrem Grund und Boden bis zur Größe ganzer Stadtviertel zur Belebung ihrer Geschäfte und ihres Rufes an Leben und Erleben – Events, wie es jetzt heißt – inszeniert wird und was auf den von ihnen kontrollierten Flächen stattfinden kann. Und ebenso inszenieren private Veranstalter in zeitweilig angemieteten öffentlichen Räumen städtischen Eigentums Events nach ihrem Gusto (...). Daran verdienen alle Produzenten und Promoteure: die Veranstalter, die Medien und die in public-private-partnership angeschlossenen Stadtverwaltungen, die selbst finanziell zu arm und kulturell zu einfalllos sind, ihren Bürgern städtische Erlebnisse zu schaffen.“ (Flierl 2002, 18) Damit werde der Städter zum Konsumenten von Stadt und die Stadt zu einer bloßen Inszenierung von künstlicher Urbanität degradiert. Eine ähnliche Auffassung vertritt der Soziologe Sighard Neckel in einem Interview: „Parallel zur allgemeinen Verengung des politischen Handlungsraumes im Zuge der `Globalisierung` werden aus Stadtbürgern Kunden, Klienten und Konsumenten gemacht. Man sieht das sehr deutlich an den städtebaulichen Konzepten, die davon ausgehen, daß Plätze `bespielt` werden und ununterbrochen Angebote erzeugt werden müssen.“ (Neckel zit. in: Neitzke & Steckeweh & Wustlich 2000, 108f.) Dieser Kritik schließt sich Peter Neitzke an: „Urbanität als Nonstop-Theater, auf der Bühne, im Parkett, auf den Rängen und Logen die marktgesellschaftskonforme Stadtgesellschaft: Kunden, Klienten, Konsumenten, sonst niemand.“ (Neitzke 2000, 95)

Die angeführten Kritiker der Kommerzialisierung des öffentlichen Raumes kontrastieren den voranschreitenden Verfall der städtischen Öffentlichkeit mit der angeblich vielfältigen, lebendigen Stadt aus vergangenen Zeiten. Früher sei der „dem Allgemeingebrauch gewidmete Raum“ tatsächlich noch öffentlich zugänglich gewesen und hätte allen Mitgliedern der Stadtgesellschaft zur Verfügung gestanden, die dort ihre widerstreitenden Interessen an der „res publica“ artikulieren konnten (Flierl 2002, 18). Bei dieser auf den ersten Blick plausibel erscheinenden Gegenüberstellung ist allerdings Vorsicht geboten. So warnt Klaus Ronneberger zu Recht davor, angesichts der zeitgenössischen Entwicklung des öffentlichen Raumes nicht die überkommenen städtischen Formen bürgerlicher Öffentlichkeit zu Idealbildern des Urbanen zu verklären: „Häufig vergisst die Klage über die Privatisierung des öffentlichen Raums, dass solche Orte noch niemals für alle Menschen in gleicher Weise zugänglich und verfügbar waren.“ (Ronneberger 2000, 111) Auch Walter Siebel betont: „Der öffentliche Raum als jederzeit für jedermann zugänglicher Raum hat noch nie in irgendeiner Stadt existiert. Er ist immer auch exklusiver Raum. Verschiedene Städte in verschiedenen historischen Epochen unterscheiden sich vor allem darin, wer auf welche Weise

²³ Die Diskussion weist Überschneidungen mit der im Kapitel über die „Arenen“ dargestellten Debatte über die „Disneyfizierung“ der Städte auf. Vgl. hierzu Fußnote 20.

aus welchen Räumen draußen gehalten wird (...).“ (Siebel 2003, 19) Dass Siebels und Ronnebergers Einwände zutreffen, macht ein kurzer Rückblick in die Entwicklungsgeschichte städtischer Plätze deutlich, angefangen beim antiken Idealmodell des öffentlichen Raums, der griechischen *agora* (vgl. Webb 1990). Sie gilt gemeinhin als Inbegriff für einen öffentlichen Raum, der dem Volk die freie Meinungsäußerung gestattete. Diese Idealvorstellung ist insofern zu relativieren, dass dies in der griechischen Sklavenhaltergesellschaft nur für den freien Teil des Volkes galt; auch die Frauen waren von der politischen Mitwirkung ausgeschlossen. Zudem büßten die Agoren, die in ihren Ursprüngen eine Vielfalt unterschiedlicher Alltagsfunktionen und Ereignisse aufnahmen, im politischen Wandel ihre offene Nutzbarkeit zunehmend zugunsten von Repräsentationsfunktionen des Staates ein.

Die Bezeichnung „Agora“ bedeutet „Versammlung des Volkes und des Heeres“ (Webb 1990, 28). Die Agora bildete ursprünglich den Kern der auf demokratischen Prinzipien basierenden griechischen *polis*, war Ort der politischen Debatte und der Redefreiheit und stand durch die dort beheimateten Tempel unter dem Schutz der Gottheiten. Als „Bühne“ für vielfältige Nutzungen wie politische Versammlungen, Handel und religiöse Funktionen stellte der Platz ein Symbol für die demokratische Ordnung dar; tyrannische und archaische Staaten besaßen folglich keine Agora, wie Herodot und Xenophon berichten. Der Grundriss der Agora war zunächst unregelmäßig; die erste rechteckige, von Säulenhallen und Verwaltungsbauten umgebene Agora von 120 auf 160 Meter wurde im 5. Jahrhundert vor Christi von Hippodamus in Milet errichtet. Diese rechteckige Form wurde bis zum 3. Jahrhundert v. Chr. zur Norm. Neben der ursprünglich rhetorischen Funktion nahm die Agora mit der Zeit immer mehr Ereignisse wie Märkte, Wettkämpfe, Gerichtsverhandlungen, Versammlungen, Umzüge und Gottesdienste auf. Vor allem die Zulassung des Handels beeinträchtigte die ursprüngliche politische Bestimmung der Plätze, und der freie Zugang wurde durch die wachsende soziale Kluft in der griechischen Gesellschaft zunehmend untergraben: „Aristophanes beobachtete, wie sich im demokratischen Athen die Vornehmen von den *hoi polloi*, den Vielen, absonderten und das Gymnasion der Agora vorzogen. Aristoteles schlug vor, die Agora den politischen Aktivitäten der Freien vorzubehalten und Kaufleute nur mit besonderer Berufung durch den Rat zuzulassen.“ (Webb 1990, 29) Bei den Städten, die ihre Unabhängigkeit verloren hatten, blieb nur noch die Vorspiegelung einer öffentlichen politischen Debatte. Damit verlor die Agora ihre ursprüngliche politische Funktion vollends und wurde auf der einen Seite zu einem Marktplatz mit Zweckbauten und auf der anderen Seite zu einem repräsentativen Symbol: „Als der Reichtum wuchs und die Demokratie zu zerfallen begann, entschädigten Herrscher ihre Untertanen durch den Bau von noch glanzvolleren Agoren für den Verlust ihrer Freiheit - ein Triumph der Form über die Funktion, der sich im kaiserlichen Rom, in den Fürstenstaaten der Renaissance in Europa und in den totalitären Regimen unseres Jahrhunderts wiederholen sollte.“ (Webb 1990, 29)

Das Beispiel der Agora zeigt, dass die Nutzungs- und Bedeutungsverschiebungen dieses „Möglichkeitsraumes“ und seine Instrumentalisierung durch die herrschenden Klassen in engem Zusammenhang mit den sich verändernden gesellschaftlichen und politischen Bedingungen stehen. Zugleich wurde an diesem Beispiel deutlich, dass die derzeit in vielen deut-

schen Städten geführte Debatte um die freie Zugänglichkeit und die ökonomische Nutzung öffentlicher Räume sich um ein Phänomen dreht, das es in den wesentlichen Grundzügen bereits zu früheren Zeiten gegeben hat. „Möglichkeitsräume“ unterliegen als Schauplätze des Alltagslebens und inszenierter Ereignisse grundsätzlich kontroversen Aushandlungsprozessen und machen dadurch gesellschaftliche Transformationen sichtbar.

Zwischen „Arena“ und „Möglichkeitsraum“

Gegenüber der konflikträchtigen Nutzungsvielfalt der „Möglichkeitsräume“ zeichnen sich „Arenen“, wie u.a. am Beispiel der Stadien dargestellt wurde, in ihrer Raumkonfiguration und Ausstattung dadurch aus, dass sie für den reibungslosen Ablauf einer bestimmten Form von Ereignissen perfektioniert sind. Zwischen beiden Formen von Ereignis-Schauplätzen verliefen in der Geschichte „Wanderungsbewegungen“, zum einen von „Möglichkeitsräumen“ in „Arenen“, zum anderen aber auch in umgekehrter Richtung. Wie sich diese Verlagerungen aussahen und worauf sie sich begründen, soll nachfolgend anhand von Beispielen aus unterschiedlichen historischen Epochen in groben Zügen skizziert und in den entsprechenden gesellschaftlichen Kontext eingeordnet werden.

Zu Zeiten, in denen „Arenen“ entsprechender Größe nur in äußerst begrenztem Umfang verfügbar waren, nahmen „Möglichkeitsräume“ wie öffentliche Freiräume die wesentlichen gesellschaftlichen Ereignisse in temporären Konstruktionen auf. Mit dem steigenden gesellschaftlichen Stellenwert bestimmter Ereignisse und unter Einbeziehung technischer Errungenschaften wurden mit hohem finanziellen und technischen Aufwand zunehmend spezialisierte „Arenen“ in Form von geschlossenen Gebäuden oder Zwittern zwischen Freiräumen und Gebäuden errichtet. In den „Möglichkeitsräumen“ verblieben Ereignisse, bei denen sich dies mit einer bestimmten symbolischen Bedeutung verband, z.B. auf öffentlichen Plätzen mit Denkmälern.

So wurden in den antiken Städten viele Arten von gesellschaftlichen Ereignissen, die zunächst in temporären Konstruktionen auf den öffentlichen Plätzen stattgefunden hatten, in spezialisierte „Arenen“ verlegt, etwa im antiken Rom, wo ursprünglich das *forum* als zentrale Bühne für Veranstaltungen aller Art gedient hatte (vgl. Webb 1990). Das erste römische Forum zwischen Aventin, Palatin und Kapitol konnte als Markt und Versammlungsort bei Zeremonien und Wettkämpfen noch alle Bewohner Roms aufnehmen. Um die Menschenmassen fassen zu können, war es als freier Platz entlang der Hauptstraße ausgebildet. Die Offenheit des Platzes wurde in der Folgezeit eingeschränkt, als sich das Forum zu einem von Gebäuden umschlossenen Platz entwickelte, auf dem die kommerziellen Funktionen (*fora venalia*) von den Versammlungsfunktionen (*fora civilia*) getrennt waren. Das *forum romanum* verlor seine zentrale Bedeutung als vielfältige Bühne für Ereignisse, als sich der römische Staat in einen absolutistischen verwandelte. Die Stadtbevölkerung wuchs auf über eine Million Menschen an und passte nicht mehr auf den Platz. Zeremonien und Sportveranstaltungen wurden in spezialisierte Arenen wie Theater und Amphitheater verlegt, mit deren Bau und Betrieb die Herrscher ihren Ruhm festigten und das Volk mit *panem et circenses* bei Laune hielten. Dem Forum verblieb damit im wesentlichen die Aufgabe der Repräsentation der Kaiser, die sich dort mit prunkvollen Denkmälern zu verewigen suchten (Webb 1990, 30).

Mit dem Ende des römischen Weltreiches verfielen die pompösen Bauten für die Volksvergnügungen. Die großen weltlichen und viele geistliche Feste des Mittelalters und der frühen Renaissance fanden auf den Straßen und Plätzen der Städte statt, da Burgen und Schlösser auf Verteidigungszwecke ausgelegt waren und sich nur bedingt für Feierlichkeiten eigneten. Die zentralen gesellschaftlichen Ereignisse wie Märkte und Kirchenfeste fanden also aus der Notwendigkeit heraus wieder im öffentlichen Raum statt. „Wegen des Mangels an Theatern wurden Mysterienfestspiele auf den Treppen zur Kirche aufgeführt und vom Platz aus betrachtet, oder derbe Unterhaltungsstücke wurden auf einer roh gezimmerten Bühne dargeboten. Der Eintritt zu Wettkampfspielen und Stierkämpfen war frei, denn sie wurden auf dem zentralen Platz veranstaltet, nicht in den bereits verfallenen römischen Stadien. Er war der Ort großer gesellschaftlicher Ereignisse, zu denen Hinrichtungen ebenso gehörten wie Proteste und Feiern.“ (Webb 1990, 65) Die enge Verknüpfung von religiösen, säkularen und politischen Elementen bei mittelalterlichen Spektakeln zeigt der Palio in Siena, ein Pferderennen, das 1656 von den Straßen der Stadt auf den bereits erwähnten muschelförmigen Campo verlegt wurde und dort bis heute alljährlich stattfindet. Der Campo entstand als Platz in einer mühsam errungenen politischen Übereinkunft dreier rivalisierender Stadtteile. Das Ringen um den Platz spiegelt bis heute der Palio wider, bei dem die konkurrierenden Stadtviertel ihre Jockeys zum Wettkampf auf den mit Erde bedeckten Campo schicken: „Der Palio erlaubt uns einen Blick auf die Kräfte, die den Campo schufen: Dieser Platz war das Symbol einer vitalen, unabhängigen Stadt, eine meisterhafte Balance zwischen den Interessen rivalisierender Parteien und ein flexibler öffentlicher Raum.“ (Webb 1990, 36)

Auch in der Renaissance fanden die großen gesellschaftlichen Ereignisse im öffentlichen Raum statt. Da in der Renaissance das Bürgertum und der Adel gemeinsam in den Städten lebten, versammelten sich bei Festen im öffentlichen Raum alle Stände. Die Schlösser der Adelssitze besaßen mit ihren kubischen Baumassen und dem wuchtigen Mauerwerk ausgeprägt fortifikatorischen Charakter und boten nicht den Raum für große Feierlichkeiten, und die Ratssäle dienten primär als politische und nicht als Festräume (Alewyn 1985, 51). Als Hauptformen der Festkultur in ganz Europa beschreibt Jacob Burckhardt das Mysterienspiel, die öffentliche Darstellung einer heiligen Geschichte oder Legende, und die Prozession, den öffentlichen Prachtaufzug zu einem religiösen Anlass (Burckhardt 1860, 378). „Maler und Bildhauer halfen dann bei weitem nicht bloß zur Dekoration des Ortes, sondern auch zur Ausstattung der Personen mit, und gaben Tracht, Schminke (...) und anderweitige Ausstattung an.“ (Burckhardt 1860, 379f.) Die Feste gerieten so zu lebenden Kunstwerken (Daufresne 1994, 22). Cosgrove hat die Piazza di San Marco in Venedig als glanzvollen Rahmen für religiöse und weltliche Spektakel beschrieben und gezeigt, wie sich die politische Ordnung der venezianischen Gesellschaft in Gentile Bellinis Bild „Prozession auf der Piazza di San Marco“ auf dem gerasterten Platz gestaffelt darstellt (Cosgrove 1997, 104ff.). Gegen Ende des 16. Jahrhunderts begannen die Medici ihre Spektakel in Florenz in das Innere ihrer Palazzi und in ihre Gärten zu verlegen (Tipton 2003, 43) und nahmen damit eine Entwicklung vorweg, die sich später im Barock fortsetzen sollte. Der Bautypus des antiken Theaters wurde in der ausgehenden Renaissance wiederentdeckt und erstand in den Palästen



*Filippo Gagliardi und Filippo Lauri:
„Karussell zu Ehren der Königin
Christina von Schweden im Hof
des Palazzo Barberini in Rom am
2. Februar 1656“*

und Gärten wieder auf (Jung 2003, 22). Ein bis heute erhaltener Schauplatz aus dieser Zeit ist das Freilichttheater im Boboligarten.

Im Barock verkümmerte das von allen Ständen gemeinsam gefeierte Freilufffest im öffentlichen Raum. Den Mittelpunkt der barocken Festkultur bildeten die großen Feste in den Gärten und Palästen der Fürstenhöfe, in denen die Herrscher die Herausgehobenheit ihrer Stellung vor dem Hofstaat zelebrierten (Alewyn 1985, 37). „Das Volk hatte nur zu beschränkten Veranstaltungen, wie zu den Feuerwerken, beschränkten Zugang; was sich hinter den Fassaden des Schlosses und seinen Gärten abspielte, blieb jedem neugierigen Blick verborgen.“ (Görgmeier 1973, 76) Im Stadtraum weiterhin zelebriert wurden die feierlichen Einzüge von Fürsten in die Städte (vgl. ausführlicher Kapitel 4.3) und die bedeutenden religiösen Ereignisse, an denen das Volk als Zuschauer und Statisten teilnehmen durfte. Die Prachtentfaltung dieser Paraden sollte die Untertanen beeindrucken und zugleich einlullen: „Ein fremdartiges Leben voll Eleganz, Pracht und Aufwand wird dem Volk geboten, dem Bauern und dem Gespann auf den Feldern neben den Alleestraßen oder den Kanälen, den neugierigen Frauen und der müßigen Schar von Eckenstehern.“ (Görgmeier 1973, 15) Öffentliche Straßen und Plätze verloren ihre Funktionen als Festräume nicht vollends. Anfang des 17. Jahrhunderts beispielsweise entstanden in Paris die Places Royales, wie die Place Dauphine und die Place de la Concorde, die der Repräsentation der Monarchie und zugleich als nutzbare öffentliche Räume dienten. Schauplatz von Ereignissen war auch die Piazza Navona in Rom an der Stelle eines ursprünglich von Kaiser Domitian erbauten Stadions, auf dessen Galerien Häuser errichtet worden waren: „Die Piazza wurde der Schauplatz der Festspiele des barocken Roms. Im August wurde sie im Zentrum einen halben Meter tief unter Wasser gesetzt, und unter musikalischer Begleitung fuhren Kutschen im Kreis herum – im antiken Zirkus waren dort noch Seeschlachten nachgespielt worden. Für Feiertage und spezielle Feste erhielt der Platz eine raffinierte Dekoration.“ (Webb 1990, 137)



Jahrmakrt zu Wolsheim im Elsass

Zu den eigentlichen Festräumen avancierten im 17. Jahrhundert jedoch die barocken Schloss- und Gartenanlagen, die noch vor dem Wohnen und dem Wirtschaften der Inszenierung prunkvoller Feste dienten. Im absolutistischen System des Barock hatte sich der kriegerische Feudaladel in einen Hofadel verwandelt, und bei den Schlössern trat die Repräsentation an die Stelle der noch in der Renaissance bedeutsamen Wehrhaftigkeit. Außerhalb der alten Festungsmauern der Städte wurden neue Festräume auf dem Lande errichtet; die Schlossanlage Ludwig XIV. in Versailles ist das berühmteste Beispiel dafür. Aus Repräsentationsgründen wurde die ausgeprägte Schau- seite der Schlösser als einladende Geste gestaltet. Größere Anlagen wiesen nun einen Ehrenhof anstelle des bisherigen, unsichtbaren Binnenhofes auf, der die Gäste angemessen empfing und ihre Karossen aufnehmen konnte. Das Portal selbst war eine „gebaute Fanfare“ (Alewyn 1985, 51). Das Zentrum der Schlösser bildete der Festsaal, der meist die gesamte Tiefe und einen großen Teil der Breite zweier Geschosse benötigte (Alewyn 1985, 52). Diese Dimensionen sorgten für die erwünschte Distanz zwischen Fürst und gewöhnlichem Sterblichen. Möblierung wurde vergleichsweise sparsam eingesetzt: „Das Publikum ist Teil der Ausstattung.“ (Alewyn 1985, 53) Selbst das Schlafzimmer Ludwig XIV. war der Schauplatz der Zeremonien des *Lever* und *Coucher* - damit wurde auch das Intimste zum öffentlichen Ereignis.²⁴ Während sich die „offizielle“ Fassade des Schlosses zur Stadt wandte, blickte die „inoffizielle“ in den Garten. Dass der Barockgarten einen ins Freie verlegten Festraum darstellte, bezeugen die Begriffe *salle*, *salon* oder *cabinet* für Teilräume in den Boskettis. Diese dienten, Zimmern vergleichbar, der Festgesellschaft als intime Konversationsräume und Konzertsäle.

Die gleichsam „privaten“ höfischen Festräume der Gärten und Theater öffneten sich in der Folgezeit sukzessive dem Volk und seinen Erholungs- sowie Veranstaltungsbedürfnissen; im frühen 20. Jahrhundert entstanden Volksparks für die bürgerliche Erbauung. Ursprünglich höfische Vergnügungen wie z.B. das Karussell erschloss das Bürgertum für sich (vgl. ausführlicher Kapitel 4.3). Heute stellen öffentliche Parks „Möglichkeitsräume“ zwischen Alltagsnutzungen und Events dar. In vielen Parks wurden Bühnen

²⁴ Behaglichkeit und Intimität kamen als bürgerliche Bedürfnisse erst im 18. Jahrhundert auf, gingen vom Bürgertum auf den Adel über und wanderten von England und Holland nach Frankreich: „Es unterscheidet die bürgerliche von der höfischen Gesinnung, dass im Bürgerhaus auch der Festraum noch wohnlich, im Schloss selbst der Wohnraum noch festlich ist.“ (Alewyn 1985, 54)

für öffentliche Veranstaltungen etabliert, die bis heute beliebte Event-Schauplätze darstellen, wie z.B. die Bühnen im Münchner Olympiapark. Zugleich verloren die öffentlichen Straßen- und Platzräume ihre universelle Rolle zunehmend; ihre Nutzung spezialisierte und differenzierte sich. Vor allem seit Mitte des 20. Jahrhunderts stieg die Zahl monofunktionaler Freiräume als Folge der städtebaulicher Funktionstrennung in Wohn- und Arbeitsquartiere stark an. Parallel dazu erlaubte es der technische Fortschritt, in nicht gekanntem Ausmaß immer perfektere „Arenen“ für bestimmte Formen von Events und inszenierten Ereignissen zu errichten, angefangen bei den bereits erwähnten Vorläufern der heutigen Freizeitparks bis hin zu den zeitgenössischen Erlebnisräumen wie Skiwelten und tropischen Urlaubslandschaften unter Glas.

Die geschilderten Entwicklungen führten dazu, dass ein Großteil der gesellschaftlichen und politischen Ereignisse heute nicht mehr auf den öffentlichen „Möglichkeitsraum“ angewiesen ist, sondern in spezialisierten „Arenen“ stattfinden kann. Dies gilt beispielsweise für politische Ereignisse, die in demokratischen Staaten - anders als in totalitären Systemen - kaum noch auf Straßen und Plätzen zelebriert werden: „Statt den Volkskörper auf öffentlichen Plätzen zu inszenieren, überwiegt die innenräumliche Organisation politischer Beziehungsnetzwerke, wie das beispielsweise von der Parteitagsdramaturgie in Hallen repräsentiert wird, die über die elektronischen Medien Öffentlichkeit gewinnt.“ (Schubert 2000, 39) Demonstrationen gesellschaftlicher Gruppen nutzen dagegen nach wie vor den symbolischen Stellenwert und die Medienwirkung des öffentlichen Raums.

Trotz der Zunahme spezialisierter „Arenen“ und der Verlagerung zahlreicher Events gewinnen „Möglichkeitsräume“ derzeit wieder an Stellenwert als Event-Schauplätze, wie bereits im vorangegangenen Kapitel ansatzweise beschrieben wurde. Dies gilt nicht nur für diejenigen Spektakel, die seit langem in „Möglichkeitsräumen“ stattfinden, etwa traditionelle „bewegliche“ Ereignisse, wie Umzüge und Prozessionen (Fronleichnam, Karneval, Paraden), bei denen ein symbolischer Ortsbezug und der öffentliche Charakter der Veranstaltungen von besonderer Bedeutung sind. Auch einige wenige Typen von Wettkämpfen im öffentlichen Raum werden als kulturelles Erbe und touristische Attraktionen weiter gepflegt, z.B. der Palio in Siena. Daneben wurden in den 1990er Jahren neue Formen von Events erfunden, wie die (2004 aus finanziellen Gründen erstmals abgesagte) Berliner Loveparade, die Skate-Nächte in mehreren europäischen Städten oder das „Street Live-Festival“ in der Münchner Leopoldstraße. Zusätzlich zu diesen Entwicklungen lässt sich seit einigen Jahren die Tendenz feststellen, inszenierte Ereignisse aus spezialisierten „Arenen“ wieder in „Möglichkeitsräume“, z.B. in öffentliche Freiräume, zu verlegen.²⁵ So werden bestimmte Wettkampftypen, vor allem *contests* im Trendsportbereich oder Ausdauersportarten wie Marathonläufe, häufig in zentral gelegenen öffentlichen Freiräumen, Straßen, Plätzen oder Parks, veranstaltet. Auch viele Konzerte und Theateraufführungen ziehen aus ihren angestammten „Arenen“ (wieder) in die öffentlichen Freiräume oder erobern ungewöhnliche „Möglichkeitsräume“, wie die Kulturveranstaltungen der RuhrTriennale an ehemaligen Industriestandorten zeigen. Zahllose Musik-, Theater- und Kino-Events finden im Sommer (wieder) im Freiraum statt - kaum eine Stadt, die auf ihrem zentralen Platz nicht wenigstens ein sommerliches Open Air veranstaltet. Dies geschieht nicht mehr aus

²⁵ Umgekehrt erlauben es die technischen Möglichkeiten heute, ursprünglich auf den Außenraum oder die freie Landschaft beschränkte Betätigungen oder Raumtypen im Inneren von Gebäuden zu inszenieren, wie Indoor-Skihallen, Kletter- oder Tauchparcours zeigen.

*Klassik Open Air im Nürnberger
Luitpoldhain*



Notwendigkeit heraus wie in früheren Epochen und bedeutet für die Veranstalter nicht selten erhöhten Organisationsaufwand und finanzielle Risiken. Denn die in den meisten „Arenen“ bereits vorhandenen Einrichtungen wie Bühnen, Tribünen, Absperrungen, Fluchtwege, Witterungsschutz, sanitäre Anlagen, gastronomische und technische Einrichtungen müssen bei Events in „Möglichkeitsräumen“ mit erheblichem Aufwand eigens installiert werden. Zudem sind für Veranstaltungen in Räumen, die nicht von Haus aus darauf ausgelegt sind, in der Regel aufwändige Genehmigungsverfahren notwendig. Diese „Unannehmlichkeiten“ nehmen die Veranstalter auf der Suche nach dem verlorengegangenen Außergewöhnlichen jedoch auf sich, wie im vorangegangenen Kapitel bereits dargestellt wurde. Gezielt setzen sie aufsehenerregende Schauplätze dazu ein, um ihre Events von anderen Erlebnisangeboten abzuheben und die Aufmerksamkeit des übersättigten Publikums auf sich zu lenken. Viele Events in „Möglichkeitsräumen“ erlauben aufgrund der gelockerten Verhaltensregeln eine ungezwungenere, beiläufige Art der Partizipation und können so die Schwellenangst des Publikums vor bestimmten Veranstaltungen verringern. Das zeigen Klassikkonzerte in Parks, die mit der Atmosphäre von beschwingten Gartenfesten wesentliche breitere Zuhörerkreise anziehen als die herkömmlichen Konzertsäle. Das Publikum wird für den meist wesentlich schlechteren Blick und Klang durch die besondere Atmosphäre der Schauplätze und den gelockerten Verhaltenskodex entschädigt.

3.2 Die Atmosphäre der Schauplätze

In den vorangegangenen Abschnitten wurde anhand der Raumtypen „Arena“ und „Möglichkeitsraum“ dargestellt, dass die Schauplätze von Events einer Reihe von funktionalen und symbolhaften Anforderungen genügen müssen. Räumliche Aspekte wie z.B. die Größe oder die bestehende Konfiguration von Schauplätzen wurden als Grundvoraussetzungen für die Inszenierung besonderer Ereignisse geschildert. Gerade die bereits mehrfach erwähnte Verlagerung von Events aus funktionalen „Arenen“ in

„Möglichkeitsräume“ mit besonderem Charakter zeigt jedoch, dass keineswegs nur verallgemeinerbare räumliche Merkmale bei der Auswahl von Schauplätzen entscheidend sind, sondern die *Atmosphäre* besonderer Orte, z.B. die erwähnte Kulisse eines Parks bei Klassikkonzerten.

Was ist unter „Atmosphäre“ zu verstehen? Als Ausschnitte der Erdoberfläche besitzen Orte räumliche und stoffliche Eigenschaften, die in ihrem Zusammenwirken nicht rational, sondern sinnlich wahrgenommen werden und die beim Menschen bestimmte Gefühle hervorrufen können. Die Sozialwissenschaftlerin Martina Löw (2001) spricht in ihrem Buch „Raumsoziologie“ davon, dass Räume „gestimmt“ seien, wie beispielsweise die angsterregende Wirkung einer Fußgängerunterführung, die nüchterne Ausstrahlung eines Arbeitszimmers oder die romantische Wirkung eines Sonnenunterganges über dem Meer deutlich machten (Löw 2001, 204). Dass es sich dabei nicht einfach um Projektionen subjektiver Befindlichkeiten von Individuen auf die Umgebung handelt, belegt Löw mit dem Phänomen des „Umgestimmt-Werdens“ durch Räume: „Man betritt zum Beispiel hektisch ein kleines Geschäft, um noch schnell vor Ladenschluß die nötigen Einkäufe zu tätigen, und wird zum Beispiel durch ruhige Musik, angenehme Gerüche etc. in eine Stimmung der Gelassenheit versetzt. Räume entwickeln demnach eine eigene Potentialität, die Gefühle beeinflussen kann. Diese Potentialität der Räume werde ich im folgenden 'Atmosphäre' nennen.“ (ebd.) Die Atmosphäre von Räumen umfasst Löw zufolge die Ausstrahlung von Arrangements materieller Objekte und Menschen an bestimmten Orten. Als solche ist die Atmosphäre nicht unmittelbar sichtbar, sondern wird vielmehr mit allen Sinnen „erspürt“. Martina Löw bezieht sich damit auf den Philosophen Gernot Böhme (1995), dessen Atmosphärebegriff nachfolgend für den Argumentationsgang der vorliegenden Arbeit erschlossen werden soll. Böhme zufolge basieren Atmosphären auf der Einheit von wahrnehmendem Subjekt und wahrnehmbarem Objekt. Damit begreift Böhme Atmosphären weder als reine Projektionen der Subjekte auf ihre Umgebung noch als bloße objektimmanente Eigenschaften, die unabhängig von der subjektiven Wahrnehmung existieren können: „Die Atmosphäre ist die gemeinsame Wirklichkeit des Wahrnehmenden und des Wahrgenommenen. Sie ist die Wirklichkeit des Wahrgenommenen als Sphäre seiner Anwesenheit und die Wirklichkeit des Wahrnehmenden, insofern er, die Atmosphäre spürend, in bestimmter Weise leiblich anwesend ist.“ (Böhme 1995, 34) Atmosphären sind demzufolge sowohl an die körperlich anwesenden Subjekte gebunden, von denen sie gespürt werden, als auch an die Dinge, die bestimmte Eigenschaften ausstrahlen.

Die sinnliche Wahrnehmung ist bei Atmosphären von zentraler Bedeutung, da die Menschen Atmosphären von Räumen oder Waren mit ihren Sinnen spüren. Gernot Böhme räumt aus diesem Grund der Wahrnehmung in seinem Buch einen hohen Stellenwert ein. Sie umfasst für ihn nicht nur Datenbeschaffung oder Informationsverarbeitung, sondern die leibliche Erfahrung der Präsenz von Menschen, Gegenständen und Umgebungen. „Gegenüber dem traditionellen Begriff von Sinnlichkeit als Konstatieren von Daten ist in die volle Sinnlichkeit das Affektive, die Emotionalität und das Imaginative aufzunehmen. Das primäre Thema von Sinnlichkeit sind nicht die Dinge, die man wahrnimmt, sondern das, was man empfindet: die Atmosphären.“ (Böhme 1995, 15) Böhme zufolge nimmt der Mensch seine Umgebung in Form von Atmosphären wahr, die er erst dann auf analytischem

Wege in Gegenstände, Formen, Farben usw. unterscheidet. Die Priorität der Atmosphären als Gegenstand der Wahrnehmung zeigt sich Böhme zufolge besonders deutlich, wenn man von einem Raum in einen anderen eintritt und die Wahrnehmung einem Schnitt wie in der Filmtechnik unterliegt: „Man kommt aus belebter Straße und betritt einen Kirchenraum. Oder man betritt eine noch unbekannte Wohnung. Oder man hält zur Rast bei einer Autofahrt an, geht ein paar Schritte, und plötzlich öffnet sich der Blick auf das Meer.“ (Böhme 1995, 95) Die Wahrnehmung hat Böhme zufolge zwei Seiten: auf der einen Seite strahle die Umgebung eine Stimmungsqualität aus, auf der anderen Seite stehe das Subjekt, das an dieser Atmosphäre sinnlich teilhabe und sich so seiner eigenen Leiblichkeit bewusst werde (Böhme 1995, 96).

Böhme untersucht Atmosphären in den Bereichen der bildenden Kunst, Dichtung, Mensch-Natur-Beziehung und Warenproduktion. Er interessiert sich auf der einen Seite für den Zusammenhang zwischen Räumen, Alltagsgegenständen, Kunstwerken oder Naturelementen und den von ihnen ausgehenden Atmosphären, die von den Subjekten wahrgenommen werden und Gefühle auslösen können. Martina Löw bezeichnet dieses Phänomen als die eigene „Produktivität von Atmosphären, die Menschen quasi gegen ihren Willen in Stimmungen versetzen kann“ (Löw 2001, 207, Hervorh. B.K.). Auf der anderen Seite betont Böhme neben der Produktivität die *Machbarkeit* von Atmosphären. Atmosphären seien gezielt herstellbar, indem eine Umgebung geschaffen oder Gegenständen eine Ausstrahlung verliehen wird, die bei Menschen bestimmte Gefühle hervorruft. Hierfür seien Kenntnisse der szenischen Funktionen von sozialen Gütern eine wesentliche Voraussetzung. Als Beispiele nennt Böhme die Inszenierung von Waren über Design und Werbung, die Erzeugung von Atmosphären in der Innenarchitektur, Architektur, im Städtebau und in der Politik. Hinzu komme die Selbstinszenierung des Menschen mittels Kosmetik, Kleidung oder Statussymbolen.

Zu den Berufssparten, „die für die menschliche Sinnlichkeit produzieren“ (Böhme 1995, 87), zählt Böhme u.a. Innenarchitekten, Architekten, Kosmetiker und Werbeleute. Sie alle wüssten um die szenischen und atmosphärischen Funktionen von Gütern: „Für diese Praktiker ging es schon immer um die synästhetische Wirkung aufs Gemüt. Wenn ein Innenarchitekt etwa einen Raum mit einer seegrünen Tapete ausstattet, so geht es ihm ja nicht um die Produktion von Wänden einer bestimmten Farbe, sondern um die Erzeugung einer räumlichen Atmosphäre. Wenn ein Verkaufspraktiker in einem Supermarkt eine bestimmte Musik erklingen läßt, so bringt er ja nicht ein Werk zu Gehör, sondern möchte eine verkaufsgünstige Stimmung erzeugen.“ (Böhme 1995, 87) Die zeitgenössischen Landschaftsarchitekten erwähnt Böhme nicht explizit, wenngleich es sich bei vielen Planungsaufgaben der Berufssparte, z.B. Freizeiteinrichtungen, Firmenfreiräumen oder Einkaufspassagen, ebenso eindeutig wie bei den obengenannten Tätigkeitsfeldern um die Produktion von Atmosphären handelt. Besonders offensichtlich wird der Bezug zur Landschaftsarchitektur, wenn man in die Geschichte der Gartenkunst und hier vor allem auf den englischen Landschaftsgarten des 18. Jahrhunderts zurückblickt. Diesen Bezug stellt auch Böhme her, indem er die „Theorie der Gartenkunst“ (1779 -1785) von C.C.L. Hirschfeld als Beispiel einer expliziten Gebrauchsanweisung für die Erzeugung von Atmosphären anführt. Zugleich macht die Erwähnung des Gartentheoretikers aus dem 18. Jahr-

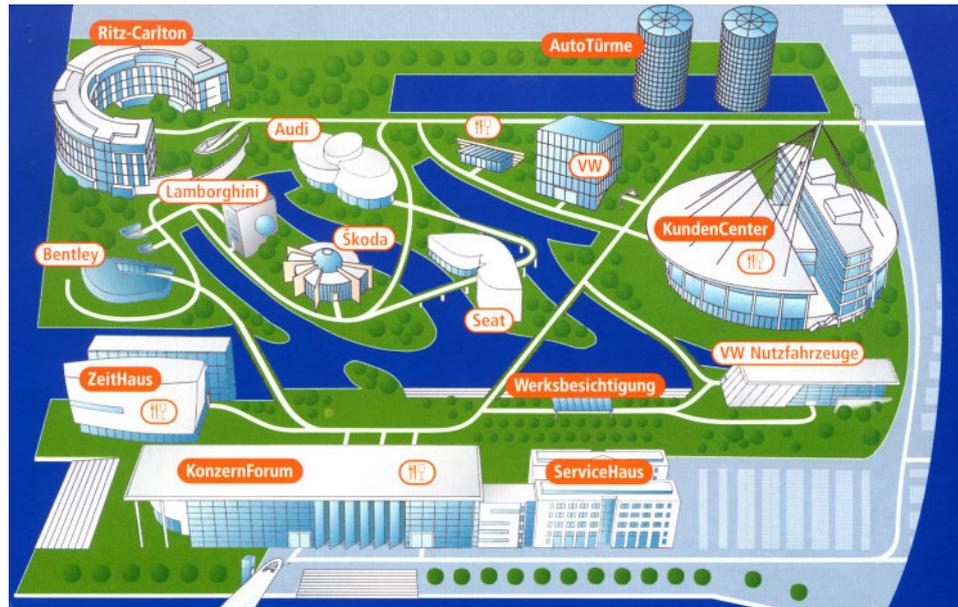
hundert deutlich, dass die Produktion von Atmosphären nicht allein auf die zeitgenössische, durch das Phänomen des Spätkapitalismus gekennzeichnete Gesellschaft beschränkt ist. Lediglich Umfang und Bedeutung der Atmosphärenproduktion haben Böhme zufolge heute wesentlich zugenommen (Böhme 1995, 46).

Der englische Landschaftsgarten kann als Experimentierfeld für die Vorstellung einer Verschmelzung von Landschaft und Seelenzustand gelten, deren philosophische Wurzeln im Sensualismus zu suchen sind (vgl. hierzu Kröniger 1997, 17ff.). Auf dem Boden der Aufklärung entstand ein Gartentypus, der in jeder Beziehung auf das kontemplative Erleben des einzelnen Betrachters ausgerichtet war. Die Annahme, dass die gestaltete Natur beim Betrachter Assoziationen und Emotionen auslösen könne, unterschied den Landschaftsgarten wesentlich von früheren Gartentypen.²⁶ Sie führte dazu, „die Natur - unter Zuhilfenahme von Gemäldevorlagen - derart zu gestalten, dass ihre Elemente jene `Assoziationen` hervorrufen, welche die `angenehmsten` - bzw. die `rührendsten` sind.“ (Dobai zit. n. Schepers 1980, 110) Vor diesem Hintergrund unterschied Hirschfeld in seiner „Theorie der Gartenkunst“ (1779 -1785) „angenehme“, „sanft melancholische“, „romantische“ und „feierliche“ Gegenden, die den Neigungen der Menschen entsprechend Einfluss auf das menschliche Empfinden ausüben würden. Hirschfeld empfahl dem Gartengestalter, die vorhandenen Charaktereigenschaften der Landschaften aufzugreifen und zu unterstreichen, um „die Wirkungen der besonderen Plätze zu erhöhen“ (Hirschfeld 1780 zit. n. Schepers 1980, 41). Diese Betonung könne sowohl mit Hilfe natürlicher Elemente wie Pflanzungen als auch durch hinzugefügte künstliche Elemente erfolgen: „So kann eine muntre Gegend durch eine Schäferhütte oder ein Landhaus, eine melancholische durch ein Kloster oder eine Urne, eine romantische durch gothische Ruinen, eine feyerliche durch Tempel (...) sehr viel an Einwirkung gewinnen.“ (Hirschfeld 1780 zit. n. Schepers 1980, 42) In der frühen Phase des Landschaftsgartens wurden dem Besucher in der ikonographischen Tradition der Antike mittels beherrschender oder ironischer Statuen und Staffagebauten „recht präzise Vorschriften gemacht, welche Gefühle und Ideen sich jeweils bei ihm einstellen sollten.“ (Schepers 1980, 107)²⁷ In späteren Landschaftsgärten wie denen eines Lancelot Capability Brown überwog jedoch der Stimmungscharakter der Natur vor der Vermittlung von Bedeutungen. Dort wurde „die Landschaft von all ihrem allegorischen Durcheinander und ihren klassischen Zitäten“ (Schama 1996, 577) in Form von Bauten, Statuen und Inschriften gesäubert und der Besucher seinen individuellen Gefühlen und Assoziationen überlassen. Es entstand eine neue Gefühlsästhetik, die zu den Begriffen des „Malerischen“ und des „Erhabenen“ führte und letztlich der Romantik den Weg bereitete. „Hier öffnet sich zur äußeren Landschaft eine innere, und diese innere Landschaft der Seele sucht nach einer ihr entsprechenden in der sichtbaren Welt, ein Bild, in dem sie sich wiederfindet, in dem sie ihre Empfindungen ausgedrückt zu sehen glaubt.“ (Knecht & Stolzenberger 1997, 208)

Auch bei der Inszenierung von zeitgenössischen Veranstaltungen und „Events in Permanenz“, wie z.B. Freizeitparks, geht es noch vor der Vermittlung von Inhalten oder Informationen um die Produktion von Atmosphären. Mit dem sogenannten *Theming* wurde hierfür eine Methodik entwickelt, die gar nicht so weit von den soeben umrissenen Inszenierungsstrategien

²⁶ „Dadurch entschied sich der Landschaftsgarten wesentlich vom alten Gartentypus, dass man glaubte, der in der `unmerklich gestalteten Natur` alleingelassene Mensch werde unweigerlich durch bestimmte Emotionen und Assoziationen affiziert. Wo der alte französische Garten auf die kollektive Rezeption im Rahmen der feudalistischen Verkehrsform der Etikette setzte und häufig erst in der festlichen Inszenierung mit dem Ziel landesherrlicher Repräsentation seinen Sinn fand, da steht im Landschaftsgarten der einzelne, allenfalls mit seinen Freunden - oder anders ausgedrückt: die subjektive Rezeption.“ (Schepers 1980, 130)

²⁷ Der britische Gartentheoretiker Thomas Whately kritisierte in seinen „Observations on Modern Gardening“ (1770) die übertriebene Verwendung mythologischer und poetischer Anspielungen wie folgt: „All diese Kunstmittel sind eher emblematisch als expressiv; sie mögen geistvolle Erfindungen sein und abwesende Ideen in die Erinnerung zurückrufen; aber sie vermitteln keinen unmittelbaren Eindruck, denn sie müssen untersucht, verglichen und vielleicht erklärt werden, bevor ihre ganze Absicht richtig verstanden wird. (...) und obwohl eine Anspielung (...) dann und wann eine Szene beleben oder ihr Würde verleihen kann, (...) sollte die Anspielung nicht die Hauptsache sein; sie sollte als von der Szene hervorgerufen erscheinen: ein vergängliches Bild, (...) das die Kraft einer Metapher hat, frei von den Einzelheiten einer Allegorie.“ (Whately zit. n. Hammerschmidt & Wilke 1990, 38)



Übersichtsplan der „VW Autostadt“
in Wolfsburg

des Landschaftsgartens entfernt ist. Dabei werden narrative Elemente und Bilder mit dem Ziel zu Geschichten komponiert, beim Publikum Emotionen zu erzeugen und die Erlebnisqualitäten von Produkten in räumliche Atmosphären zu übersetzen (vgl. Beeck 2001, Hackenbroich 2001, Prigge 2002): „Emotionale Beteiligung, Assoziationen und Erlebnis werden als Rezeptionsformen vorausgesetzt, sorgfältig geplant und in Zeit-Raum-Bild-Atmosphären umgesetzt.“ (Beeck 2001, 246) Waren es beim Landschaftsgarten zunächst antike und später exotische Fragmente, so werden beim zeitgenössischen Theming Versatzstücke aus Märchen, Mythen, unterschiedlichen Epochen und Kulturen sowie Fragmente von Stadt- und Landschaftstypen miteinander kombiniert, um bestimmte Atmosphären herzustellen. Häufig wird auf eingängige Klischees Bezug genommen, um etwa „mittelalterliche“, „bayerische“ oder „mediterrane“ Atmosphäre zu produzieren. Am Beispiel amerikanischer Erlebnisparks wurde diese Inszenierungsstrategie bereits im Abschnitt über die „Arena“ erwähnt (vgl. Kapitel 3.1). Auch der Gestaltung von Malls oder Themenhotels wie in Las Vegas liegen die Inszenierungsstrategien des Theming zugrunde. In Deutschland sind die in den letzten Jahren entstandenen „Erlebnislandschaften“ von Unternehmen als themenbezogene räumliche Inszenierungen der atmosphärischen Qualitäten von Produkten und Marken konzipiert. Als Beispiele seien an dieser Stelle das Konzept der *brandscape* im Entwurf für die „adidas worlds of sports“ in Herzogenaurach (Angéilil 2000, Klingmann 1999) und die Auto-Erlebniswelten genannt, in denen sich alles darum dreht, „das Auto als Voraussetzung und integralen Bestandteil bestimmter Lebensweisen zu stilisieren. Freiheit oder Heimat, Aufbegehren und Geborgenheit, Phantasie oder Nüchternheit - alle Bedürfnisse und Seelenlagen finden sich wieder.“ (Rauterberg 2000, 138) Die Autostadt Wolfsburg (Brandenburger 2000, Grosse 2000, Liebs 2000, Rauterberg 2000, Schäfer 2000, Schmidt 2000), das geplante BMW Erlebniszentrum in München (Dürr 2001a, 2001 b, Matzig 2001) und das Audi Museum Mobile in Ingolstadt (Buchwald 2000) sollen mittels räumlich erfahrbarer

Atmosphären die „emotionalen Qualitäten“ der jeweiligen Automarken transportieren und die Identifikation der Kunden mit einer Marke stärken. Die unterschiedlich gestalteten Pavillons der Automarken in der Autostadt Wolfsburg beispielsweise richten sich mit skulpturalen Rauminszenierungen, röhrenden Motorengeräuschen, den taktilen Reizen kostbarer Lederbezüge und Edelhölzausstattungen an alle Sinne der Besucher.

Um die Erzeugung von Atmosphären geht es auch im Bereich des *Eventmarketing*, das ebenfalls die Erlebnisqualitäten von Produkten sinnlich vermitteln soll. Diese Form des Marketings hat sich in den letzten Jahren vor allem deshalb zu einem umsatzstarken Zweig der Werbewirtschaft entwickelt, weil die klassischen Werkzeuge der Werbung beim Publikum an Wirkung eingebüßt haben.²⁸ Eventmarketing wird auf der einen Seite eingesetzt, um etablierten Ereignissen wie Firmenveranstaltungen eine besondere Atmosphäre zu verleihen. So wurden Aktionärsversammlungen von Großunternehmen, in ihren Ursprüngen eine steife und nüchterne Angelegenheit, zu Zeiten der Aktieneuphorie zu medienwirksamen Spektakeln stilisiert, z.B. bei EM TV. Auf der anderen Seite werden immer mehr Produktpräsentationen in Events verpackt, um die Erlebnisqualitäten der Produkte so aufsehenerregend wie möglich zu inszenieren und für den potentiellen Kunden sinnlich erfahrbar zu machen. Die Pioniere eventorientierter Marketingstrategien waren Zigarettenhersteller, die bereits vor Jahren das „Gefühl von Freiheit und Abenteuer“ durch die Organisation von speziellen Safaris zu vermitteln versuchten (Etscheit 2001, 36). Da an derartigen Events selbst nur wenige Menschen teilnehmen konnten, wurden gefilterte Impressionen davon über die Massenmedien, z.B. in Werbespots, verbreitet. „Die `Realität` des Marketing-Events wird (...) zum Gegenstand massenmedialer Kopie, die die Raum-, Zeit- und Sozialgrenzen des Events überschreitet.(...) Viele Events haben ausschließlich oder hauptsächlich den Zweck, angekündigt zu werden, Bewerbungen zu motivieren und `Berichterstattungen` zu ermöglichen.“ (Willems 2000, 66) Bestimmte Orte bzw. „Landschaftstypen“ - im Fall der Zigarettenhersteller „wilde“, „abenteuerliche“ Landschaften – dienen dabei nicht nur als diffuser atmosphärischer Hintergrund, sondern werden gezielt ausgewählt, um die Produkte mit einem für die anvisierte Zielgruppe attraktiven Charakter auszustatten. Auf diese Weise sollen den potentiellen Konsumenten die emotionalen Eigenschaften einer Marke vermittelt werden. Bei einer aus Sicht der Hersteller gelungenen Kampagne verbinden die Kunden das entsprechende Produkt mit den über das Eventmarketing vermittelten atmosphärischen Qualitäten.

Der Zweck dieser Bemühungen liegt auf der Hand – hinter den aufwendigen Inszenierungen von Marketingfachleuten steht die Intention, den Kunden auf subtile Weise zum Kauf eines Produktes zu bewegen oder seine Bindung an eine Marke zu stärken, also sein Verhalten zu manipulieren. Mit der Manipulation und damit Machtausübung auf andere Menschen ist ein wesentlicher Aspekt der Machbarkeit von Atmosphären angesprochen, der keineswegs nur für die zeitgenössische Produktwerbung charakteristisch ist, sondern seit Jahrhunderten von politischen und religiösen Gruppierungen zur Einflussnahme auf andere Menschen eingesetzt wird und damit eine erhebliche gesellschaftliche Relevanz besitzt. Gernot Böhme beschreibt die an die Produktion von Atmosphären geknüpfte Macht wie folgt: „Diese Macht bedient sich weder physischer Gewalt noch befehlender Rede. (...) Diese

²⁸ Vgl. hierzu Etscheit 2001, Hannigan 2001, Müller 2002, Säfken 1999, Sistenich & Zanger 2000, Willems 2000.

Tanzvorführung von BDM-Mädchen auf dem Zeppelinfeld im Nürnberger Reichsparteitagsgelände am „Tag der Gemeinschaft“, 1938.



Macht tritt nicht als solche auf, sie greift an beim Unbewußten. Obgleich sie im Bereich des Sinnlichen operiert, ist sie doch unsichtbarer und schwerer faßbar als jede andere Gewalt. Die Politik bedient sich ihrer ebenso wie die Wirtschaft, sie wurde traditionell schon immer von religiösen Gemeinschaften eingesetzt und hat heute ihr unbegrenztes Feld, wo immer die Kulturindustrie Leben inszeniert und Erleben präformiert.“ (Böhme 1995, 39)

Ein besonders eindrückliches Beispiel für den politischen Missbrauch von Atmosphären ist die Inszenierung der nationalsozialistischen Ideologie bei den Nürnberger Reichsparteitagen, deren Suggestivkraft Hunderttausende überwältigte. „Das Propagandaspektakel griff Gefühle und Sehnsüchte der Menschen nach einer besseren Zukunft und einer konfliktfreien Gesellschaftsordnung auf. Es wollte den Teilnehmern jedoch nicht primär eine Pause von den alltäglichen Mühen oder den politischen Krisen verschaffen, sondern zielte im Gegenteil auf die Emotionalisierung von Politik.“ (Dietzfelbinger & Liedtke 2004, 84) Die entsprechenden Atmosphären erzeugten die Nationalsozialisten zum einen durch die in monumentaler Herrschaftsarchitektur errichteten und geschmückten Versammlungsräume und zum anderen durch die Dramaturgie der Darbietungen und Versammlungen. Dabei wurde aller nur erdenkliche propagandistische, organisatorische und technische Aufwand betrieben. Für das Reichsparteitagsgelände im Südosten Nürnbergs wurde ein gigantomanisches, nur in Teilen realisiertes Programm von Arenen und Versammlungshallen projektiert, die den Nationalsozialismus durch übersteigerte Dimensionen und Anleihen aus der antiken griechischen, römischen und ägyptischen Repräsentationsarchitektur ästhetisch überhöhen und verklären sollten. Bei der Zeppelintribüne beispielsweise orientierte sich Hitlers Architekt Albert Speer am griechischen Pergamonaltar. In die monumentale Symmetrie der von Speer errichteten Luitpoldarena fügten sich Marschformationen der uniformierten SA-Männer als geometrische Ornamente ein. Bei allen Veranstaltungen trat die Vermittlung

von Inhalten hinter der größtmöglichen pathetischen Wirkung auf die Teilnehmer zurück. Für die stereotype Dramaturgie der Inszenierungen bedienten sich die Organisatoren modernster technischer Mittel (z.B. Lichtarchitektur, Lautsprecher und Massenmedien) und koppelten sie mit Versatzstücken aus christlichen und heidnischen Kulturen, militärischen Traditionen (Paraden, Fahnen), Elementen der bürgerlichen Festkultur (Tanz- und Trachtendarbietungen) und der Arbeiterkultur (Fackelzüge). Als eine der spektakulärsten Inszenierungen der Reichsparteitage galt der aus 130 Flakscheinwerfern bestehende Lichtdom um das Zeppelinfeld, in dessen Innerem Hitler vor dem „Volkskörper“ auf der „Führerkanzel“ stand. Nur wenige Beobachter, wie der französische Botschafter André François-Poncet, erahnten damals die von der fanatischen Begeisterung der Menschen ausgehende Gefahr: „Aber erstaunlich und nicht zu beschreiben ist die Atmosphäre der allgemeinen Begeisterung, in die die alte Stadt eingetaucht ist, dieser eigenartige Rausch, vor dem Hunderttausende von Männern und Frauen ergriffen sind, die romantische Erregung, mystische Ekstase, eine Art heiligen Wahns, dem sie verfallen. Während acht Tagen ist Nürnberg eine Stadt, in der die Freude herrscht, eine Stadt, die unter einem Zauber steht, ja fast eine Stadt der Entrückten.“ (François-Poncet 1947 zit. n. Dietzfelbinger & Liedtke 2004, 84) Das von François-Poncet beschriebene Gefühl der Glückseligkeit bei den berauschten Teilnehmern der Parteitagsveranstaltungen machte die Anhänger Hitlers zugleich blind für das in Wahrheit bevorstehende Grauen des Krieges.

3.3 Zweite Zwischenbilanz

Mit dem Raumbezug von Events standen im Mittelpunkt dieses Kapitels zunächst die verallgemeinerbaren Merkmale, die alle Schauplätze von Events aufweisen, bevor über den Begriff der Atmosphäre individuelle Eigenarten von Orten und ihr Stellenwert bei inszenierten Ereignissen in das Blickfeld rückten. Die Beschreibung von Event-Räumen erbrachte, dass die Schauplätze von Events grundsätzlich bestimmten funktionalen und symbolhaften Anforderungen genügen müssen. Mit der „Arena“ und dem „Möglichkeitsraum“ wurden zwei Typen von Ereignisräumen differenziert, die sich dahingehend unterscheiden, ob ein Raum ausschließlich der Inszenierung von Ereignissen dient oder ob er Alltagsnutzungen und besondere Ereignisse im zeitlichen Wechsel aufnimmt. Die Beschreibungen dieser Raumtypen beschränkten sich nicht auf Freiräume, da beide Typen von Schauplätzen nur selten „reine“ Freiräume sind. Häufig handelt es sich um spezialisierte Gebäude (z.B. Theater) oder Zwitter zwischen Freiraum und Gebäude (z.B. Stadion). Auch treten Mischformen zwischen „Möglichkeitsräumen“ und „Arenen“ auf (z.B. Bühne im Park).

Die „Arena“ wurde als Raumanordnung charakterisiert, die hinsichtlich Form und Funktion gänzlich auf die Anforderungen von Spektakeln abgestimmt ist. Dabei wurde unterschieden zwischen den vergleichsweise neutralen „Hüllen“ für Ereignisse, die seit Jahrhunderten in archetypischer Form existieren und sich ursprünglich aus temporären Strukturen heraus entwickelten, und den „Skulpturen“, die als Event-Architektur selbst Spektakelcharakter aufweisen. Dargestellt wurden zudem Übergangsformen zwischen den beiden Typen und „Arenen“ für besondere Arten von Ereignissen, die eng an den jeweiligen sozialen Kontext geknüpft sind, z.B. Freizeitparks.

Im Gegensatz zu den „Arenen“ sind die „Möglichkeitsräume“ keine spezialisierten Schauplätze, sondern Ereignisse unterbrechen die dort stattfindenden Alltagsnutzungen für einen begrenzten Zeitraum. Die Abgrenzung und Hervorhebung der Schauplätze erfolgt anders als beim Typus der „Arena“ gänzlich mit temporären Mitteln. Deshalb ist es nicht unbedingt erforderlich, dass ein Schauplatz von sich aus Bühnenwirkung aufweist, wie etwa der Campo in Siena. Doch ist die Alltagsnutzung von „Möglichkeitsräumen“ nicht ohne Einfluss auf die Ereignisnutzung, denn Events können im Einklang oder im gezielten Kontrast zu ihren Schauplätzen inszeniert werden. Während aus den meisten „Arenen“ das Umfeld gezielt ausgeblendet wird, leben Spektakel in „Möglichkeitsräumen“ geradezu von der Einbeziehung der Umgebung. Das Spektrum der „Möglichkeitsräume“ wurde unterteilt in öffentliche Räume, die für die Dauer von Ereignissen „privatisiert“ werden, und private Räume, die umgekehrt für die Dauer von Ereignissen „öffentlichen“ Charakter erhalten. Inszenierte Ereignisse in „Möglichkeitsräumen“ sind Anlässe, bei denen gesellschaftliche Gruppen Nutzungs- und Zugangsrechte zu Räumen aushandeln, und enthalten soziales Konfliktpotential. Daher offenbaren sich soziale Transformationen in „Möglichkeitsräumen“ besonders deutlich. Dass sich Alltags- und Ereignisnutzungen nicht immer reibungslos vereinbaren lassen, zeigten vor allem die öffentlichen „Möglichkeitsräume“. Events in diesen Räumen werden je nach Perspektive entweder positiv als Erweiterung oder negativ als Einschränkung der Alltagsnutzungen aufgefasst. Gegenwärtig wird in Deutschland vor allem die Einschränkung des freien Zugangs zu öffentlichen Räumen und ihre Kommerzialisierung durch Events beklagt und mit einem historischen Idealbild von Öffentlichkeit kontrastiert. Dass dieses urbane Ideal offenkundig nie so existierte, machte indes das Beispiel der Agora deutlich, die sich sukzessive von einem vielfältig genutzten Ort der Redefreiheit in einen Ort der Repräsentation der herrschenden Klassen verwandelte.

In einem weiteren Abschnitt wurden anhand von Beispielen aus unterschiedlichen historischen Epochen Verlagerungen von Ereignissen aus „Möglichkeitsräumen“ in „Arenen“ und umgekehrt dargestellt. Diese stehen in engem Zusammenhang mit dem jeweiligen gesellschaftlich-politischen Kontext und den technischen Errungenschaften einer Zeit, wobei einige wiederkehrende Tendenzen herausarbeitet werden konnten. So finden Ereignisse im wesentlichen aus zwei unterschiedlichen Gründen in „Möglichkeitsräumen“ statt: auf der einen Seite aus Notwendigkeit, etwa weil keine spezialisierten oder ausreichend dimensionierten Schauplätze zur Verfügung stehen, auf der anderen Seite sind es symbolische Motive, die der Inszenierung von Ereignissen in „Möglichkeitsräumen“ zugrundeliegen. Mit dem steigenden Stellenwert von Ereignissen in einer Gesellschaft werden viele Ereignisse aus „Möglichkeitsräumen“ in spezialisierte „Arenen“ verlegt. Trotz oder vielleicht gerade wegen der Verfügbarkeit von „Arenen“ aller Art und nahezu unbegrenzter technischer Möglichkeiten ziehen heute viele Veranstaltungen umgekehrt wieder in „Möglichkeitsräume“, oftmals öffentliche Freiräume. Dies kann als Reaktion auf das Überangebot von Events begriffen werden und soll dazu beitragen, diese wieder zu besonderen Ereignissen zu stilisieren und ihnen die Aura der Außeralltäglichkeit zu verleihen. Zugleich sind damit Auswirkungen auf die Räume verbunden, denn die (Rück)Eroberung von Freiräumen durch Events geht mit Transformationen

in deren Ausstattung und Nutzung einher. Dieses Phänomen kam bereits im zweiten Kapitel zur Sprache, als die Verlagerung von Events an ungewöhnliche Schauplätze als Strategie beschrieben wurde, um Events Außeralltäglichkeit zu verleihen. Mit dem Typus des „Möglichkeitsraumes“ konnte diese Beobachtung nun erklärt und in Beziehung zu historischen Ereignissen gesetzt werden.

Die Einführung des Begriffs der Atmosphäre im Anschluss an die allgemeinen, raumbezogenen Ausführungen lieferte weitere grundlegende Aspekte für die Betrachtung von Events im räumlichen Zusammenhang. Dabei wurde deutlich, dass es nicht allein funktionale und mit den Begriffen „Arena“ oder „Möglichkeitsraum“ beschreibbare Aspekte sind, die die Schauplätze von Events charakterisieren, sondern es auch um die Atmosphären besonderer Orte geht. Die Herstellbarkeit von Atmosphären auf der einen Seite und die Produktivität von Atmosphären auf der anderen Seite verbindet die Veranstalter von Events und Werbefachleute mit Berufssparten wie der Landschaftsarchitektur und Architektur, die ebenfalls mit der atmosphärischen Gestaltung von Räumen zu tun haben. Diese Parallele machten auch Böhmies Bezüge auf Hirschfelds „Theorie der Gartenkunst“ deutlich. Daran anknüpfend wurde mit Bezug auf die Strategien der Produktwerbung und des Eventmarketing dargestellt, dass die Produktion von Atmosphären auch ein erhebliches Manipulations- und damit Machtpotential aufweist. Besonders eindrücklich konnte dieses am Beispiel der nationalsozialistischen Reichsparteitage aufgezeigt werden.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass bei der Inszenierung von zeitgenössischen Events die beiden mit Bezug auf Löw und Böhme geschilderten Facetten von Atmosphären – ihre Produktivität und ihre Machbarkeit – zum Tragen kommen. Die vorhandene Atmosphäre von Orten, z.B. ihre räumliche Wirkung, ihre Materialität und Geschichte, kann dazu beitragen, inszenierten Ereignissen eine besondere Ausstrahlung zu verleihen und die Teilnehmer in bestimmte Stimmungen zu versetzen. Denn die für die Atmosphäre eines Schauplatzes charakteristischen Eigenschaften strahlen auf die Ereignisse aus und verbinden sich in der Wahrnehmung des Publikums mit dem Ereignis zu einer Einheit. Aus diesem Grund sind Kulturveranstalter und Eventmanager dazu übergegangen, die vorhandene Atmosphäre von Orten als Kulissen von Events zu nutzen. Die stimmungsvolle Ausstrahlung historischer Bauten und Plätze als Hintergrund von Veranstaltungen ist ein Beispiel dafür. Auch der morbide Charme des Verfalls und der Geruch vergangener Maloche, welche Industrieruinen ausstrahlen, wurden längst in ihrem Potential als malerische Kulissen von Events entdeckt.

Umgekehrt können Events auch auf die bestehende Atmosphäre von Orten einwirken. Diese Wirkung scheint zunächst temporär und auf die Dauer von Ereignissen beschränkt zu sein. So kann sich das physische Erscheinungsbild von Räumen anlässlich von Ereignissen stark verändern, z.B. durch den Einbau von Bühnen oder Schmuckelementen. Durch die Abwesenheit von motorisiertem Verkehr und die Anwesenheit von Menschenmassen kann eine Hauptverkehrsader temporär in einen Volksfestplatz verwandelt werden. Die bedrückende Atmosphäre eines U-Bahngeschosses kann bei einer Szeneparty durch Dekorationen und Beleuchtung einladenden Charakter erhalten. Über diese temporären Transformation hinaus können Events anhaltend auf die Atmosphäre ihrer Schauplätze

einwirken, indem sie die Blickwinkel und Wahrnehmungsweisen der Teilnehmer in Form von Erinnerungen und Assoziationen nachhaltig prägen. Beispielsweise kann die Wahrnehmung von Orten über die Inszenierung von Events auf neue Bahnen gelenkt werden, indem bislang verborgene sinnliche Raumqualitäten betont werden, z.B. mittels Inszenierung durch Beleuchtung oder Klänge. Events stellen also ein Mittel dar, um bestimmte Atmosphären im Raum herzustellen. Besonders deutlich wird dies daran, dass manche Events ihre eigenen Atmosphären mitbringen, wie etwa die Rauminszenierungen bei Pop-Konzerten zeigen.

Der Begriff der Atmosphäre, wie Böhme ihn begreift, ist also geeignet, um einen wesentlichen Aspekt der Auswirkung von Räumen auf Events und umgekehrt von Events auf Räumen zu erfassen. Allerdings interessiert sich Böhme weniger für die Herstellung von Atmosphären als für deren sinnliche Wahrnehmung durch die Menschen. Böhme geht sogar so weit, Atmosphären als primären Gegenstand der Wahrnehmung zu begreifen. Mit der Verknüpfung von Atmosphären und der sinnlichen Wahrnehmung liefert Böhme einen für die weiterführende Betrachtung von Events wesentlichen Gesichtspunkt. Wie nachfolgend ausführlich zu zeigen sein wird, wird die sinnliche Wahrnehmung und das Erleben von sozialwissenschaftlicher Seite als grundlegende Form der Teilhabe an Events angesehen. Problematisch an Böhmes Auffassung der Wahrnehmbarkeit von Atmosphären ist jedoch, dass er diese als objektiv wahrnehmbar und allgemeingültig erachtet und die wahrnehmenden Menschen dabei auf „geschlechtslose Subjekte ohne soziale Prägung“ (Löw 2001, 208) reduziert. Der nachfolgende Auszug aus Böhmes Ausführungen macht dies deutlich. „Man betritt eine Wohnung, und es schlägt einem eine kleinbürgerliche Atmosphäre entgegen. Man betritt eine Kirche, und man fühlt sich von einer heiligen Dämmerung umfassen. Man erblickt das Meer und ist wie fortgerissen in die Ferne. (...) Die Möbel drängen sich in kleinbürgerlicher Enge, das Blau des Himmels scheint zu fliehen, die leeren Bänke der Kirche laden zur Andacht ein. So jedenfalls erfährt es der Wahrnehmende.“ (Böhme 1995, 95) Böhme begreift Atmosphären entweder als abweisend oder einladend, als autoritär oder familiär, unabhängig davon, wer sie wahrnimmt. Dabei lässt er Löw zufolge jedoch den entscheidenden Einfluss von kultureller Sozialisation, Klasse und Geschlecht auf die Wahrnehmung außer Acht: „Die kleinbürgerliche Enge, die Böhme `entgegenschlägt`, kann als erdrückend oder als gemütlich wahrgenommen werden. Die Kirche, die den Katholiken oder die Katholikin zur Andacht einlädt, kann eine/n Andersgläubigen in Wut über angehäuftem Prunk versetzen. Atmosphären scheinen von Gruppen von Menschen in gleicher Weise wahrgenommen zu werden, deshalb sind sie jedenfalls noch lange nicht universell.“ (Löw 2001, 209) Ob eine Atmosphäre als angenehm oder als bedrückend empfunden wird, hängt damit wesentlich von der Sozialisation eines Menschen ab. Übertragen auf das Thema der vorliegenden Arbeit, verweist der hier formulierte Stellenwert des gesellschaftlichen Hintergrundes von Wahrnehmungsvorgängen darauf, dass die Teilhabe an Events und ihre Bedeutung für das Individuum grundsätzlich in ihren gesellschaftlichen Zusammenhang einzuordnen sind. Damit ist für das Programm des nächsten Kapitels eine grundlegende Prämisse formuliert.

4 Event – Gesellschaft

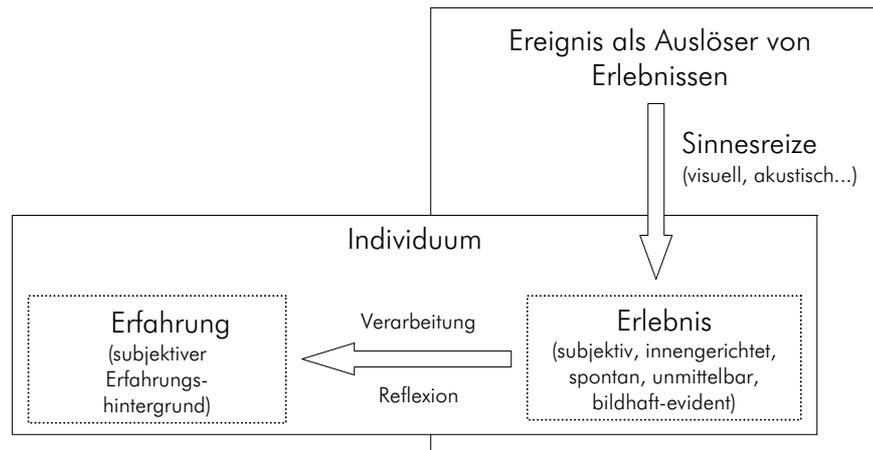
Bei der einleitenden Begriffsklärung und bei der Schilderung des Raumbezuges von Events wurde der sozialen Dimension von inszenierten Ereignissen bislang nicht explizit Beachtung zuteil. Events wurden als eine Form der Veranstaltung beschrieben, die einen besonderen Inhalt aufweist, in räumlicher und zeitlicher Hinsicht gerahmt ist und vor einem Publikum stattfindet. Als wesentliches Charakteristikum wurde dabei die Außeralltäglichkeit des Geschehens herausgearbeitet, die in besonderem Maße vom Schauplatz und seiner Atmosphäre ausgeht. Warum Menschen besondere Ereignisse veranstalten oder an ihnen teilnehmen, welche Bedeutung Events also für die Individuen in der Gesellschaft und ihr Verhältnis zu anderen Mitgliedern der Gesellschaft besitzen, wurde noch nicht beleuchtet. Daher werden Events nachfolgend aus zwei unterschiedlichen Perspektiven beleuchtet, die einerseits auf soziologischen und andererseits auf anthropologischen Forschungsergebnissen basieren. Auf der Grundlage der so gewonnenen Erkenntnisse können dann die gesellschaftlichen Akteure an Events mit ihren unterschiedlichen Zielsetzungen und in ihrem Verhältnis zueinander beschrieben werden: die Produzenten auf der einen Seite und die Konsumenten auf der anderen Seite.

Der soziologische Blickwinkel ermöglicht es, Events hinsichtlich ihres Stellenwertes in der zeitgenössischen Gesellschaft zu untersuchen. Events können als charakteristisches Phänomen einer durch Individualisierungs- und Pluralisierungsprozesse gekennzeichneten Gesellschaft begriffen werden – einer Gesellschaft, in der Konsumtrends die Bedingungen der Selbsterfahrung prägen und als Mittel der Selbst-Inszenierung dienen (Schulze 1996). Vor diesem Hintergrund beschreibt Ronald Hitzler Events als „existentielle Bezugs- und Kulminationspunkte des lebenslangen individuellen Sinnbastelns der vielen, aus verbindlichen Denk- und Verhaltensnormen, aus verlässlichen Sozialbeziehungen und Symbolwelten herausgelösten Einzelnen.“ (Hitzler 2000, 406f., Hervorh. i. Orig.)

Unter anthropologischer Perspektive können Events als grundlegende Form von sozialer Interaktion beschrieben werden. Wie bereits die historischen Beispiele zum Raumbezug inszenierter Ereignisse deutlich machten, lassen sich viele Veranstaltungen, die heute als „Events“ firmieren, unter anderem Namen bis in die Antike zurückverfolgen, wo Theateraufführungen und Wettkämpfe bereits einen hohen gesellschaftlichen Stellenwert besaßen und Menschenmassen anzogen. Wie zu zeigen sein wird, besitzen zeitgenössische Events eine Reihe von Gemeinsamkeiten mit historischen Ausprägungen der Festkultur und können zur gesellschaftlichen Selbstvergewisserung und sozialen Integration beitragen: „Die katholische Messe etwa ist seit vielen Jahrhunderten ein Ereignis, das gleichzeitig die Sinne anspricht und das gemeinsame Bekenntnis zu einem Weltbild befestigt.“ (Schulze 1999, 83)

Da der Zugang zu Events über das Erleben des Individuums erfolgt, wird als Basis für die Einordnung von Events in den gesellschaftlichen Kontext eingangs der Begriff des „Erlebnisses“ beleuchtet. Seit Anfang des 20. Jahrhunderts setzen sich Sozialwissenschaftler mit diesem Begriff auseinander.

Darstellung der Verknüpfung von Ereignis und Erlebnis im Individuum (Schema B.K., nach Hartmann & Haubl 1996)



4.1 Erlebnis und Gesellschaft

Das Erlebnis mit allen Sinnen stellt eine grundlegende Form des menschlichen Zugangs zur Welt dar.²⁹ Wie Hartmann und Haubl (1996, 12f.) beschrieben haben, finden Erlebnisse im Inneren des Menschen statt und entziehen sich daher einer direkten Beobachtung von außen; dabei heben sie sich für das Individuum als abgegrenzte Bedeutungseinheiten klar voneinander ab.³⁰ Ihre Rezeption und Bedeutung für den Menschen ist subjektiv und vom Erfahrungshintergrund des Individuums abhängig. Beim Erleben ist der Mensch sich des Einflusses seiner eigenen Sozialisation nicht bewusst, das Erlebnis entsteht unwillkürlich. Erlebnisse wirken als „unbestreitbare“ Tatsachen, da sie dem einzelnen nicht anzweifelbar erscheinen. Sie sind bildhaft-anschaulich und rufen positive oder negative Affekte hervor. Der Mensch reagiert auf sie daher mit einem spontanen, nonverbalen Ausdruck. Erlebnisse sind gesteigerte Empfindungen und zeichnen sich durch eine verstärkte affektive Wirkung aus. Die Affektivität von Erlebnissen sorgt dafür, dass sie den betreffenden Menschen als subjektiv bedeutsam im Gedächtnis haften bleiben. Erlebnisse sind allerdings noch keine Erfahrungen; diese gewinnt der Mensch erst, wenn er Ereignisse reflektiert und damit verarbeitet hat. Dabei erweitert er seinen persönlichen Erfahrungshintergrund, vor dem die Rezeption von weiteren Erlebnissen stattfindet. Abschließend betonen Hartmann und Haubl: „Erlebnisse sind unwillkürlich. Man erleidet sie eher, als dass man sie herstellt. Herstellen kann man allenfalls die Bedingungen, die die Wahrscheinlichkeit erhöhen, dass bestimmte (lustvolle) Erlebnisse eintreten.“ (Hartmann & Haubl 1996,13)

Vor diesem Hintergrund können inszenierte Ereignisse als „Rahmen“ für angenehme, spannende oder kontemplative Erlebnisse angesehen werden.³¹ Bei Events erfolgt nach Zingerle „die sequentielle Verknüpfung spezifischer Handlungen mit Erlebnissen bestimmter Art.“ (Zingerle 2000, 187) Während sich das Event als öffentliche Veranstaltung an viele Menschen richtet, ist das Erleben des Ereignisses ein individueller Prozess und findet im Inneren des einzelnen Menschen statt. Die Menschen besuchen Events oder „Erlebnisräume“ primär deswegen, weil sie sich davon bestimmte Erlebnisqualitäten versprechen - die Teilnehmer an der Loveparade etwa wollen tänzerische Extase unter Zehntausenden von Gleichgesinnten erleben, die Besucher eines Open Air-Klassik-Konzertes genießen stimmungsvolle Musik in der malerischen Kulisse eines Parks. Events bieten „das Versprechen

²⁹ Vor diesem Hintergrund ist das Erleben ein zentraler Begriff in der Pädagogik - angefangen von Jean-Jacques Rousseaus „Emile oder über die Erziehung“ (1862). Eine Reihe von Erziehungstheorien setzt die Vorstellung, dass der Mensch an der Welt primär nicht über Sprache und Vernunft, sondern über seine Sinne teilhabe, in der Erziehung um. Einen Überblick über das Erleben in der Pädagogik bieten Heckmair & Michl 1998.

³⁰ Die psychophysischen Prozesse beim Erleben werden im Rahmen der Psychologie untersucht, etwa die Verschmelzung von Handlung und Bewusstsein beim sogenannten Flow-Erlebnis (Csikszentmihalyi 1996), und stehen nicht im Mittelpunkt dieser Arbeit. Hier sollen lediglich die grundsätzlichen Zusammenhänge von Ereignis und Erlebnis dargestellt werden.

³¹ Veranstaltungen oder „Erlebnisräume“ wie Freizeitparks lösen beim Besucher Erlebnisse unmittelbar aus. Zudem gibt es Erlebnisangebote in Form von Objekten, die nicht sofort Erlebnisse vermitteln, sondern diese zunächst in Aussicht stellen. Autos oder Sportgeräte beispielsweise erzeugen das intendierte Erlebnis nicht schon beim Kauf, sondern erst in der späteren Verwendung.



auf etwas, was sich also genau genommen gar nicht intersubjektiv vermitteln lässt, sondern was sich lediglich in subjektiven Bewusstseinsleistungen konstituiert.“ (Hitzler 2000, 401) Gespeist werden die von Hitzler erwähnten Bewusstseinsleistungen von den Sinnesreizen, die die Erlebnisangebote hervorrufen. Dabei werden unterschiedliche Erlebnisweisen angesprochen. Viele Events, etwa die Loveparade oder Popkonzerte, funktionieren als Massenerlebnisse, bei denen die körperliche Wahrnehmung der anderen Teilnehmer und ihrer Reaktionen entscheidend zum Gelingen beiträgt. Das Erleben verläuft dabei auf zwei Ebenen. Die eine bezieht sich auf den Sachverhalt, den Inhalt des Ereignisses, die andere Ebene besteht in der eher diffusen Wahrnehmung der anderen, die an derselben Veranstaltung teilnehmen. Das Erlebnis führt zur Synchronisation der Teilnehmer, z.B. in Form von gemeinsamem Applaus oder Schweigen. Damit gehen Ereignisse „nicht nur von der Kommunizierbarkeit der Erfahrung durch Körper aus, sondern bestehen geradezu aus der Körperhaftigkeit der Kommunikation, die als vermittelnde Ebene die Gemeinsamkeit der Erfahrung schlicht voraussetzt.“ (Knoblauch 2000, 43) Weitere Erlebnisweisen sind neben dem für Events charakteristischen Massenerlebnis das kontemplative Erleben, z.B. von klassischer Musik oder einem Theaterstück, sowie die körperliche Grenzerfahrung, wie sie etwa beim Bungee-Jumping oder in der Achterbahn auftreten kann.

Während das Erlebnis mit Bezug auf Hartmann und Haubl (1996) als Form des gesteigerten Empfindens und damit im Bezug auf das Individuum beschrieben wurde, soll nachfolgend der Zusammenhang von Erlebnissen und bestimmten gesellschaftlichen Rahmenbedingungen dargestellt werden. Denn das Erlebnis wird in den Sozialwissenschaften nicht nur als sinnlicher Zugangsweg zur Welt, sondern auch als Form des Eskapismus aus einer entweder als reizarm oder als bedrohlich empfundenen gesellschaftlichen Realität in eine angenehme Scheinwelt begriffen.

Von der Sehnsucht nach Verzauberung

Bereits um die letzte Jahrhundertwende durchlief der Erlebnisbegriff „als lebensphilosophische Kampfansage an den Rationalismus“ (Hartmann & Haubl 1996, 7) bei den gebildeten Schichten eine erste Blütezeit. Im Kontext der gesellschaftlichen Umwälzungen des frühen 20. Jahrhunderts wurde dem Erlebnis besondere Bedeutung bei der Welterfahrung der Menschen

Unterschiedliche Erlebnisse in Münchner Olympiahalle - links Publikum der Judo-Weltmeisterschaft Mitte Publikum von „Carmen“ rechts Publikum der „Schlagerolympiade“

zugemessen. Viele Intellektuelle räsionierten zu diesem Zeitpunkt über den Zerfall von sinnerfüllter Wirklichkeit in einer von Industrialisierung, wachsender Dynamisierung und Rationalisierung gekennzeichneten Gesellschaft (Bittner 2001, 17). Trotz oder gerade wegen der seit dem 19. Jahrhundert voranschreitenden Alphabetisierung schienen die Komplexität der Lebenswelt und die Diskrepanz zwischen Wissen und Erfahrung stetig zuzunehmen. Die frühere Einheit von objektiver Welt und wahrgenommenem Bild hatte sich in vielfältige parallel zueinander existierende Wirklichkeiten aufgefächert; Rationalisierung und Entzauberung der Welt führten zum Zerfall des sinnhaft geordneten gesellschaftlichen Raumes des *common sense*, wie es Henri Lefèbvre später bezeichnet (Lefèbvre 2001, orig. 1974).

Für den Soziologen Georg Simmel war unter den Rahmenbedingungen moderner Subjektivität „das Individuum (...) überhaupt kein Gegenstand des Erkennens, sondern nur des Erlebens“ (Simmel 1984, 9). 1919 diskutierte auch der Soziologe Max Weber in seiner Rede „Wissenschaft als Beruf“ (Weber 1975, 28) die Probleme der Lebensführung in einer aufgrund wissenschaftlich-technischer Errungenschaften zunehmend rationalisierten und „entzauberten“ Welt. Die Suche nach dem individuellen „Lebenssinn“ werde von Markt und Bürokratie verdrängt, die Lebenszusammenhänge würden „mechanisiert“. Vor allem die „junge Generation“ sei einem derartigen entzauberten Alltag nicht gewachsen: „Alles Jagen nach dem `Erlebnis´ stammt aus dieser Schwäche.“ (Weber 1975, 28) Die Führungszeichen, in die Weber den Begriff „Erlebnis“ setzt, drücken zwar seine kritische Distanz zu den Kreisen aus, die die Erlebnisorientierung als „Befreiung von autoritärer Bevormundung“ schätzten (Hartmann & Haubl 1996, 11). Doch auch Weber sieht in der mechanisierten Gesellschaft letztlich eine „subjektivistische Kultur“ aufkommen, in der Sinn und Ziel des Lebens im eigenen Erleben auf dem Schwerpunkt von Erotik und Ästhetik lägen (Weber 1924, 420).

Eine ähnliche Hinwendung zu einer emotionalen, sinnlichen Innenwelt diagnostizieren Soziologen auch heute als grundlegendes Merkmal von Events: „Vieles spricht dafür, dass Events auf einer immer schneller um sich greifenden Sehnsucht nach `Wiederverzauberung´ der `entzauberten Welt´ der Moderne gründen. Events sind von ihrem Bauprinzip her `romantische´ Konstrukte, die der `kalten´ und `seelenlosen´ Rationalität moderner Lebenswelten wieder `Gefühl´, `Wärme´ und `Authentizität´ zu verleihen versprechen.“ (Gebhardt et al. 2000, 11)

Die Erlebnisgesellschaft

Ab Mitte der 1980er Jahre widmeten Soziologen, Psychologen und Kulturphilosophen dem Erlebnisbegriff erneut ihre Aufmerksamkeit, und zwar im Zusammenhang mit der Fragestellung, „wie moderne Gesellschaften ihren historisch erreichten kollektiven Wohlstand und den ihm korrespondierenden Zuwachs an Freizeit nutzen (sollen).“ (Hartmann & Haubl 1996, 7) Mit seiner erstmals 1992 erschienenen Studie „Die Erlebnisgesellschaft“ prägte der Soziologe Gerhard Schulze einen griffigen Terminus für die obengenannte Strömung und entwarf das Bild einer Gesellschaft, in der die Mehrheit der Menschen ihr Leben als Erlebnisprojekt begreifen und nach lustbetonten Kriterien gestalten. Als Mittelpunkt einer nach Selbstverwirklichung strebenden Gesellschaft, so Schulze, dominiere die Erlebnisorientierung als „unmittelbarste Form der Suche nach Glück“ (Schulze 1996, 14) das Alltagsleben

und sei zum Motor sozialer Interaktion und Vergesellschaftung geworden. Im Hinblick auf Events ist die Betrachtung von Schulzes „Erlebnisgesellschaft“ aufschlussreich, da der Aufschwung der „Eventkultur“ in etwa mit Schulzes Diagnose einer zunehmenden Erlebnisorientierung der Gesellschaft zusammenfällt. Allerdings muss die Studie differenziert betrachtet werden. Schulze bietet ein mögliches Erklärungsmodell für die Bedeutungszunahme von Events in der Gesellschaft und erläutert die Beweggründe, aus denen heraus die Menschen erlebnisorientierte Produkte konsumieren. Überzeugend legt Schulze dar, wie sich Angebot und Nachfrage nach Erlebnissen auf dem sogenannten „Erlebnismarkt“ treffen. Nicht zugestimmt werden kann jedoch Schulzes Grundannahme einer Wohlstandsgesellschaft als Ausgangsbedingung der Erlebnisgesellschaft. Auch seine Schlussfolgerungen zu den sozialen Auswirkungen der Erlebnisorientierung in Form einer Entvertikalisierung der Gesellschaftsstruktur müssen in Frage gestellt werden.

Schulzes Modell der „Erlebnisgesellschaft“ basiert auf der Grundannahme einer saturierten Wohlstandsgesellschaft, in der die wesentlichen sozialen Verteilungskämpfe gelöst sind. Nur unter dieser Voraussetzung kann, wie von Schulze postuliert, die Selbstverwirklichung zum zentralen Lebensinhalt des Individuums werden: „Wir interpretieren die gesellschaftliche Situation nicht mehr unter dem Gesichtspunkt der Knappheit, sondern des Überflusses. (...) Es geht uns nicht primär ums Überleben, um Sicherheit, um Abwehr von Bedrohungen und Kampf gegen Restriktionen, sondern um die Lebensgestaltung jenseits situativ bedingter Probleme (...).“ (Schulze 1996, 22) Die Wahl der Menschen zwischen vielfältigen Erlebnisangeboten folge nicht mehr ihrer sozialen Situation, sondern subjektiven Lebenszielen und ästhetischen Vorlieben, die vom Lebensalter und dem Bildungsstandard abhängig seien. Konsum stehe nicht mehr in Zusammenhang mit einem bestimmten Lebensstandard, sondern werde als Stil gelesen, und der Lebensstandard sei insgesamt so hoch, dass die Differenzierung zwischen Teurem und Billigem kaum noch relevant sei (Schulze 1996, 194f.). Vor diesem Hintergrund dominiere die Erlebnisorientierung nicht nur das Freizeitverhalten, sondern wesentliche Lebensentscheidungen: „Sie kann das ganze Leben erfassen, auch die Partnerbeziehung, die Elternrolle, den Beruf, die Teilnahme am politischen Leben, das Verhältnis zum eigenen Körper, die Beziehung zur Natur.“ (Schulze 1996, 42)

Die Erlebnisorientierung ist Schulze zufolge damit verbunden, dass der Lebenslauf eines jeden einzelnen durch eigene Entscheidung bestimmt werden könne und müsse. Dies sei nicht leicht zu bewältigen: „Je mehr man haben, machen, sein kann, desto besser scheint es einem zu gehen. Allerdings gibt es viele Anzeichen dafür, daß mit der Vereinfachung des Weges zu immer mehr potentiellen Zielen die Schwierigkeit, ein sinnvolles Leben zu führen, zunimmt.“ (Schulze 1996, 33) Im Dschungel der Erlebnisangebote erhöhe sich der Orientierungsbedarf der Menschen, was zu übereinstimmenden Handlungsstrategien und neuen Gruppenbildungen führe (Schulze 1994, 62). Es bildeten sich „alltagsästhetische Schemata“ heraus, die eine kollektive Kodierung des Erlebens ermöglichten und die unüberschaubare Menge der Erlebnismöglichkeiten auf eine übersichtliche Zahl von Routinen reduzierten. Die alltagsästhetischen Schemata, wie z.B. das „Hochkulturschema“ oder das „Trivialschema“, leitet Schulze aus dem Datenmaterial einer empirischen Untersuchung ab.³² „Schemata führen

³² An dieser Vorgehensweise kritisiert Stengel (1996), dass Schulze die empirisch ermittelten Selbsteinschätzungen der Befragten dazu einsetzt, um ein Bild der Gesellschaft zu zeichnen. Stengels Ansicht nach verwendet Schulze dabei „das Surrogat der Selbsteinschätzung für eine Typologisierung des Verhaltens(...)“. Man könnte aus den Ergebnissen aber ebenso auf unterschiedliche Typen von Fragebogen-Kompetenz schließen. (Stengel 1996, 34, Hervorh. i. Orig.)

dazu, daß die Zusammensetzung alltagsästhetischer Warenkörbe einige wenige Grundmuster erkennen läßt. Große Variationsspielräume bei der Kombination von Erlebnisreizen bleiben ungenutzt.“ (Schulze 1996, 127) Die Orientierung der Menschen an alltagsästhetischen Schemata führt Schulze zufolge zu einer Untergliederung der Gesellschaft in „Milieus“³³, nebeneinander existierenden Lebensstilgruppen, die die vertikale gesellschaftliche Schichtung in Klassen abgelöst hätten: „Statt auf einer gemeinsamen Leiter stehen die sozialen Gruppen auf einem Podest, jede für sich, und jede stellt sich auf die Zehenspitzen, um auf die anderen herabschauen zu können. Die Entvertikalisierung der Alltagsästhetik ist Teil einer umfassenden Entvertikalisierung des Verhältnisses sozialer Großgruppen.“ (Schulze 1996, 167)

Sowohl Schulzes Annahme einer Überflusgesellschaft als auch seine darauf aufbauende These von der Entvertikalisierung der gesellschaftlichen Großgruppen müssen in Frage gestellt werden. Der Soziologe Peter Alheit bezeichnete es bereits 1995 als zynisch, die deutsche Gesellschaft als „Erlebnisgesellschaft“ zu beschreiben (Bittner 2001, 19). Seitdem hat sich der in Politik und Gesellschaft erbittert ausgefochtene Kampf um die Verteilung der Mittel zwischen Arm und Reich, Alt und Jung noch zugespitzt und spricht gegen Schulzes Diagnose einer Entvertikalisierung der gesellschaftlichen Gruppen. Die Blase von unbegrenztem Wirtschaftswachstum und stetig steigendem Wohlstand als Grundlage der Erlebnisgesellschaft ist geplatzt: „Mit der Deregulierung der Beschäftigungsverhältnisse, dem Abbau wohlfahrtsstaatlicher Sicherungssysteme und steigenden Arbeitslosenzahlen werden die Versprechen von Multioptionalität und Selbstverwirklichung, die der Begriff beinhaltete, immer fragwürdiger.“ (Bittner 2002, 18) In wirtschaftlichen Krisenzeiten wandeln sich die Chancen zur Selbstgestaltung des eigenen Lebens in riskante Freiheiten um, und bei vielen Menschen dominieren existentielle Sorgen das Leben. Die Wahrnehmung der meisten erlebnisorientierten Konsumangebote ist keineswegs frei verfügbar, sondern an ausreichende finanzielle Mittel geknüpft. Damit fehlt das von Schulze beschriebene Fundament der „Erlebnisgesellschaft“, verstärkt noch durch die Anschläge vom 11. September 2001 und weitere (bereits begangene und drohende) Terrorakte, die das endgültige Aus für die sorglose Spaßgesellschaft zu bedeuten schienen.

Trotz dieser Entwicklungen nehmen Erlebnisangebote in Form von Produkten oder Events in der Gesellschaft allerdings weiterhin einen hohen Stellenwert ein, wie Regina Bittner feststellt: „Was Gerhard Schulze als ‚Erlebnisorientierung‘, als Suche nach Spaß und Genuss, bezeichnet, hat tatsächlich unterschiedlichste Lebensbereiche, Milieus und Altersgruppen durchdrungen.“ (Bittner 2001, 19) Allerdings führt der Konsum nicht zu der von Schulze postulierten Nivellierung der Gesellschaftsstruktur, sondern er hierarchisiert die Klassenverhältnisse, „sei es über das Medium Geld, mittels distinktiver Lebensstile oder durch eine restriktive Regulierung der Zugänglichkeit von Orten.“ (Ronneberger 2000, 113) Schulzes These, dass die Erlebnisgesellschaft im wesentlichen durch die Relevanzsteigerung von Genuss gekennzeichnet sei und die Distinktion dabei nur noch ein Nebenprodukt darstelle (Schulze 1996, 544), trifft damit nicht zu. Vielmehr bieten konsumorientierte Lebensstile gerade die Möglichkeit zur sozialen Distinktion.

³³ Schulze unterscheidet zwischen dem „Niveaumilieu“, dem „Integrationsmilieu“, dem „Harmoniemilieu“, dem „Selbstverwirklichungsmilieu“ und dem „Unterhaltungsmilieu“, die jeweils durch weitgehend übereinstimmende Erlebnisstrategien charakterisiert sind (Schulze 1996, 259ff.).

Genuss und Distinktion

Den Aspekt der Distinktion über den Kulturkonsum thematisierte der Soziologe Pierre Bourdieu am Beispiel des Bildungsbürgertums und der Hochkultur (Bourdieu 1994).³⁴ Im Gegensatz zu Schulze begreift Bourdieu die Gesellschaft als hierarchisch geschichtete Struktur, die durch das Ringen der Klassen um politische und ökonomische Macht und knappe Ressourcen gekennzeichnet sei. Für den französischen Soziologen ist die kulturelle Distinktion ein Mittel im Kampf um sozialen Status und Verfügungsgewalt über den Raum (vgl. Bourdieu 1991a/1994). Wie Schulze diagnostiziert auch Bourdieu in der Gesellschaft eine Hinwendung zum Amusement, gar eine „Pflicht zum Genuss“ (Bourdieu 1994, 575f.). Während allerdings bei Schulze der alleinige Zweck des Erlebnisses im momentanen Lustgewinn des Einzelnen besteht, begreift Bourdieu den Genuss als Möglichkeit, sich innerhalb der Gesellschaft „kulturelles“ Kapital und damit eine bestimmte soziale Position zu verschaffen.³⁵ Unter „kulturellem“ Kapital versteht Bourdieu die Fähigkeit, über die Ausprägungen der Hochkultur angemessen urteilen zu können. Dafür sei „guter Geschmack“ erforderlich, der bereits in der Kindheit erlernt werde und damit eng an die Herkunft aus einer bestimmten sozialen Klasse geknüpft sei.³⁶ „Nicht nur jede kulturelle Praxis (der Besuch von Museen, Ausstellungen, Konzerten, die Lektüre, usw.), auch die Präferenz für eine bestimmte Literatur, ein bestimmtes Theater, eine bestimmte Musik erweisen ihren engen Zusammenhang primär mit dem Ausbildungsgrad, sekundär mit der sozialen Herkunft.“ (Bourdieu 1994, 17f.) Ihr „kulturelles Kapital“ setzen die gesellschaftlichen Eliten Bourdieu zufolge im Kampf um gesellschaftliche Positionen und zur Distinktion ein. „Die Fähigkeit, den angeeigneten Raum zu dominieren, und zwar durch (materielle oder symbolische) Aneignung der in ihm verteilten (öffentlichen oder privaten) seltenen Güter, hängt ab vom jeweiligen Kapital. Kapital - in seinen grundlegenden Formen: ökonomisches, kulturelles, soziales - ermöglicht gleichermaßen, sich die unerwünschten Personen und Dinge vom Leib zu halten wie sich den begehrten Personen und Dingen zu nähern und damit die zu ihrer Aneignung notwendigen Aufwendungen (zumal an Zeit) so gering wie möglich zu halten. Umgekehrt werden die Personen ohne Kapital physisch oder symbolisch von den sozial als selten eingestuft Gütern ferngehalten und dazu gezwungen, mit den unerwünschtesten Personen und am wenigsten seltenen Gütern zu verkehren.“ (Bourdieu 1991, 30)

Die Kommerzialisierung und Nivellierung des kulturellen Angebotes, seine breite Verfügbarkeit und die Verschmelzung von Hoch- und Populärkultur in Events für unterschiedliche Zielgruppen haben heute allerdings einen Wandel der kulturellen Distinktionspraktiken bewirkt. Das Privileg des Konsums, das einst die gesellschaftliche Elite für sich reklamieren konnte, steht heute breiteren Gesellschaftsschichten offen (Bittner 2001, 20). Der Aspekt der Distinktion wird damit allerdings nicht hinfällig, sondern erfasst vielmehr auch die Bereiche der Populärkultur, wie Bittner deutlich macht. „Bourdieu hat am Beispiel des aufstrebenden neuen Kleinbürgertums gezeigt, wie hier Kompetenz in populärkulturellen Fragen - die Kennerschaft des neuesten Kinofilms, der innovativsten Musikformation - Distinktion garantiert. Es ist gerade die Erlebnisfähigkeit, die Lockerheit und Genussfähigkeit, die für diese Milieus nachgerade eine Voraussetzung für den Eintritt in die postindustrielle Arbeitswelt darstellt.“ (Bittner 2001, 20)

³⁴ Zur Gegenüberstellung von Bourdieu und Schulze vgl. auch Höfer 2001, 176ff.

³⁵ Neben dem „kulturellen“ Kapital wird die Stellung des Menschen innerhalb der Gesellschaft Bourdieu zufolge auch durch „ökonomisches“ und „soziales“ Kapital (gesellschaftlich relevante Beziehungen) bestimmt.

³⁶ Da der Geschmack bereits in der Kindheit vermittelt wird, erscheint er als „natürlich gegeben“. Daher ist sich der einzelne beim Kulturkonsum nicht unbedingt bewusst, dass er dabei kulturelles Kapital erwirbt: „Das bedeutet nicht, daß der Besuch eines Buchladens mit dem Bewußtsein des individuellen Kampfes um die eigene soziale Position erfolgt, da es sich bei den zum praktischen Erkennen der sozialen Welt eingesetzten kognitiven Strukturen um inkorporierte soziale Strukturen handelt.“ (Höfer 2001, 178).

Vor diesem Hintergrund wird das auch in wirtschaftlichen Krisenzeiten weiter bestehende und sich zunehmend differenzierende Spektrum von Events und traditionellen Veranstaltungen begreiflich. Auch wenn sich das Publikum dessen meist nicht bewusst ist, ermöglichen diese den Individuen nicht nur kleine Fluchten in eine erlebnisreiche und sinnliche Traumwelt – Events bieten ihnen die Möglichkeit, die eigene Stellung in der Gesellschaft auf mehr oder weniger subtile Weise zu demonstrieren und zu festigen und ihren Platz in einer gesellschaftlichen Gruppe zu definieren. Bei Veranstaltungen, die sich mit ihren Inhalten an ein möglichst breites Publikum wenden und bei denen die Teilnahme nicht an finanzielle Mittel oder einen bestimmten Status gekoppelt ist, ist der Distinktionsaspekt allerdings tatsächlich von untergeordneter Bedeutung. Dies trifft beispielsweise auf kostenlose Musikfestivals im öffentlichen Raum wie das Nürnberger Bardentreffen zu. Bei diesem seit 1976 jeden Sommer veranstalteten Musikfestival treffen sich an mehreren Spielorten in der historischen Altstadt zehntausende Menschen aller Schichten und Altersstufen, um Musikgruppen unterschiedlichster Richtungen zu lauschen. VIP-Bereiche gibt es nicht, und keiner bezahlt Eintritt; deshalb kann auch niemand Anspruch auf privilegierte Plätze erheben. An den meisten Anlässen jedoch können oder dürfen nur bestimmte gesellschaftliche Gruppen teilnehmen, entweder weil der Inhalt auf eine eng begrenzte Zielgruppe zugeschnitten ist oder weil der Zugang zum Event auf symbolische oder materielle Weise limitiert ist und sozialen Status, persönliche Beziehungen oder die Entrichtung von Eintrittsgeldern voraussetzt. In diesem Fall bieten sich Ereignisse als Mittel der Distinktion von anderen gesellschaftlichen Gruppen geradezu an. Der Ausschluss bestimmter gesellschaftlicher Gruppen verstärkt für die Teilnehmer das Gefühl von exklusiver Gemeinschaft und Zusammengehörigkeit, wie bereits im Kapitel 2 erläutert wurde.

4.2 Events auf dem Erlebnismarkt

*Die Leute müssen unterhalten werden.
Sie können nicht immer lernen oder
arbeiten, dafür sind sie nicht geschaffen.*

Charles Dickens, „Hard Times“

Auch wenn Schulzes Thesen von einem Ende gesellschaftlicher Verteilungskämpfe und einer Nivellierung sozialer Klassenunterschiede nicht zutreffen, lässt sich die von ihm in seiner Studie der Erlebnisgesellschaft diagnostizierte Ästhetisierung des Alltagslebens nicht leugnen. Viele alltägliche Güter werden heute weniger an ihrem praktischen Zweck als in ästhetischen Kategorien gemessen - schön sollen sie sein und Spaß vermitteln. Schulze bezeichnet den erlebnisorientierten Konsum als „innenorientiert“ im Gegensatz zur „außenorientierten“, zweckbezogenen Verwendung von Produkten, die aber zunehmend an Bedeutung verlieren.³⁷ „Gefragt sind Lifestyle, Wellness, Nostalgie, rosarote Wolken - also Dinge, die Sehnsüchte befriedigen.“ (Arnu 2003) Selbst Spülbürsten oder Staubsauger haben mittlerweile die Gestalt von drolligen Tieren oder edlen Designobjekten angenommen. Die Zweckmäßigkeit vieler Produkte tritt in den Hintergrund, wobei der Phantasie der Produktdesigner und Werbeagenturen keine Grenzen gesetzt sind: „Jedes Produkt kann innenorientiert angeboten und nachgefragt

³⁷ Grundsätzlich kann man nach Schulze drei Produkttypen unterscheiden: Erstens Produkte, die ausschließlich aus innenorientierten Motiven konsumiert werden, wie Radio, Fernsehen oder Reisen. Zweitens Produkte, die aus gemischten Motiven konsumiert werden, wie Bekleidung oder Fahrzeuge. Als dritte Kategorie bleiben nur noch wenige rein außenorientiert konsumierte Produkte übrig, z.B. Mehl.

werden; dem Mehl steht jene Umdeutung vielleicht nur noch bevor, die bei Brillen und Autos schon weit vorangeschritten ist.“ (Schulze 1996, 427)

Mit der Ästhetisierung der Alltagswelt beschreibt Schulze dasselbe Phänomen, das Gernot Böhme (1995) mit der Verknüpfung von Atmosphäre und Warenproduktion herausgearbeitet hat. Ein großer Teil der gesamtgesellschaftlichen Arbeit dient Böhme zufolge nicht einfach der Produktion von Waren, sondern ihrer „Verpackung“ in Atmosphären, „oder der Herstellung von Waren, deren Gebrauchswert selbst in ihrer Verwendung zur Inszenierung – von Menschen, von Öffentlichkeit, von Firmenimage usw. – liegt.“ (Böhme 1995, 45, Hervorh. i. Orig.). Mit seinem Warenbegriff bezieht sich Böhme auf die „Kritik der Warenästhetik“ (1971) von Wolfgang Fritz Haug. Darin legt Haug mit Bezug auf das Marx'sche Konzept des Gebrauchs- und Tauschwertes von Waren dar, dass im Spätkapitalismus der Tauschwert der Waren bei weitem über ihren Gebrauchswert dominiere (Böhme 1995, 45f., 63f.). Haug zufolge wird den Waren durch Design und Verpackung eine Aufmachung verliehen, die einzig der Steigerung ihrer Verkäuflichkeit diene und die unabhängig und nicht selten sogar gegensätzlich zu ihrem Gebrauchswert stehe. Böhme folgt der Argumentation Haugs in dem Punkt, „daß das Design, die Werbung, die Schaffung von ganzen Environments und die Suggestion von Lebensstilen, in denen Waren atmosphärische Funktionen erfüllen, dem Verkauf dieser Waren dienen.“ (Böhme 1995, 46). Allerdings vertritt Böhme im Gegensatz zu Haug die Auffassung, dass der Gebrauchswert vieler Waren gerade in ihrem Tauschwert und damit in szenisch-atmosphärischen Funktionen bestehe. Vor diesem Hintergrund diagnostiziert Böhme in der Gesellschaft eine umfassende „Ästhetisierung der Realität“ (Böhme 1995, 35): „Charakteristisch für unsere Zeit ist, daß es faktisch keine Waren mehr gibt, die nicht auch einen szenischen Wert haben, daß dieser Wert gegenüber den anderen Werten dominieren kann, und schließlich, daß unter Umständen der einzige Wert, den ein Gegenstand für uns hat, in seiner szenischen Funktion liegen kann.“ (Böhme 1995, 46) Besonders deutlich wird dies bei Waren, die die Menschen als Statussymbole erwerben. Der Journalist Andreas Zielcke fasst deren atmosphärische Bedeutung in Worte: „Bekanntlich verkauft Nike längst keine Sportschuhe mehr, Coca Cola kein Erfrischungsgetränk, Sony oder Ariola keine Musik-CDs und Gucci, H&M oder Boss keine Oberbekleidung. In Wahrheit verkaufen sie Zugehörigkeitsgefühle und Lebensstile, sinnliche Attraktivität, expressive Zeichensprachen und Anschlüsse an die Jetztzeit.“ (Zielcke 2000)

Von seiten der Produzenten ist die Ästhetisierung von Gütern kein Selbstzweck, sondern dient der Steigerung von Absatzchancen auf einem umkämpften Markt. Um sich aus der Masse von Angeboten mit vergleichbarem außenorientierten Zweck herauszuheben, werden immer mehr Produkte mit einer besonderen Atmosphäre und einem bestimmten Lebensgefühl verknüpft, gleich ob es sich nun um Müsli, Zigaretten oder Damenbinden handelt. Zu diesem Zweck werden bestimmte Symbol- und Zeichenwelten um die Produkte herum konstruiert und den Konsumenten z.B. über Werbung oder Verpackung vermittelt. Diese Vorgehensweise schildert der Journalist Rauterberg am Beispiel der Automarken, die sich bezüglich Aussehen, Technik und Preis immer mehr annähern: „Eigentlich unterscheiden sie sich nur noch durch die Bilder, die sie in uns aufrufen. Wenn also ein Hersteller nicht in der allgemeinen Nivellierung untergehen will, ist er mehr

denn je darauf angewiesen, seine Marke nicht durch das eigentliche Produkt zu definieren, sondern durch einen Zusatzwert.“ (Rauterberg 2000, 136) Das von den Produzenten entwickelte Design, die Verpackung und die Werbung für Produkte sollen dem Konsumenten die innenorientierte Bedeutung und die Erlebnisqualitäten der Produkte vermitteln. „VW wirbt mit Nostalgie, Mercedes mit Familiengefühlen, Lancia mit italienischer Eleganz.“ (Arnu 2003) Die Darstellung der atmosphärischen Qualitäten der Autos beschränkt sich nicht nur auf gängige Werbestrategien wie Fernsehspots oder Anzeigen, sondern findet auch in den bereits in Kapitel 3 erwähnten „Autowelten“ statt.

Den Strategien der Produzenten entspricht auf der Konsumentenseite die Bereitschaft, Produkte nach ihrem mutmaßlichen Erlebniswert auszuwählen. „Die explosionsartige Zunahme des Brauchbaren führt zu einem Verfall der Freude an Brauchbarkeit. (...) Je mehr sich die Qualität der Dinge steigert und je leichter man darüber verfügen kann, desto blasser erscheint ihr Gebrauchswert. (...) Beim innenorientierten Handeln wird das schöne Erlebnis zur Hauptsache, Brauchbarkeit zum Nebenaspekt, der für das Projekt des schönen Lebens wenig hergibt.“ (Schulze 1996, 64) Vor diesem Hintergrund wird die von den Waren gelieferte Suggestion des „schönen Lebens“ für die Konsumenten zu einem entscheidenden Kriterium bei ihrer Auswahl aus dem Überangebot qualitativ gleichwertiger Produkte (Schulze 1996, 443). Über die Symbol- und Zeichenrepertoires, die von Erlebnis- und Konsummustern geliefert werden, artikulieren die Menschen ihren Lebensstil: „Stil soll sowohl Distinktion wie Identifikation, sowohl Abgrenzung wie Eingrenzung symbolisieren. In der Automarke, in der Möblierung, in der Wahl der Kleidung, des Essens, der Musik, des Fernsehprogramms sind normative Botschaften eingeschlossen, die oft geradezu ins Auge springen.“ (Schulze 1996, 112)

Die Interdependenz zwischen Erlebnis Anbietern und -konsumenten bezeichnet Gerhard Schulze als *Erlebnismarkt*, auf dem Erlebnisangebote gegen Geld oder Aufmerksamkeit getauscht werden (Schulze 1996, 417ff.).³⁸ Die Produktion von Erlebnisangeboten wird von Firmen, Organisationen und Einrichtungen gezielt auf ihre Erlebniswirkung bei bestimmten Zielgruppen abgestimmt und folgt oft - wenn auch nicht in allen Fällen - dem Ziel der Gewinnmaximierung: „Mit Raffinement und Einfühlung versuchen sie, Geld, Zeit und Aufmerksamkeit des Publikums in die eigene Richtung zu kanalisieren.“ (Schulze 1996, 424) Die Entwicklung der Produkteigenschaften von Erlebnisangeboten und damit der Absatzchancen beim Publikum ist damit außenorientiert und zweckbezogen. Die Konsumenten dagegen folgen bei ihrer Wahl aus einer Fülle von Erlebnisangeboten innenorientierten Motiven. „Ohne den Kompaß der eigenen Erlebnisbedürfnisse ist der tägliche Konsum von Informationen, Unterhaltung, Waren und Dienstleistungen nicht zu bewerkstelligen.“ (Schulze 1996, 59) Über die Möglichkeit der Auswahl wiederum üben die Abnehmer mit ihrem Konsumverhalten Einfluss auf die Zusammensetzung der Angebote aus. „Eine kollektive Interaktion zwischen Erlebnisproduzenten und Erlebniskonsumenten ist entstanden, die sich dem Einfluss einzelner Akteure immer mehr entzieht, gleichwohl aber tief in die persönliche Existenz eingreift. (...) Indem sie ihre Rationalitäten ausagieren, arbeiten Erlebnisanbieter und Erlebnissachfrager gemeinsam an der Veränderung von Alltagsästhetik und Sozialstruktur.“ (Schulze 1996, 417)

Unabdingbare Voraussetzung für den von Schulze beschriebenen Erlebnis Konsum ist allerdings die ausreichende Verfügbarkeit von finanziellen Mitteln,

³⁸ Schulze bezieht den Erlebnismarkt nicht auf die absatzorientierte Industrie, sondern auch auf Verbände oder kulturelle Einrichtungen, die mit ihren Produkten auf einem umkämpften Markt z.B. mit der Unterhaltungsindustrie konkurrieren.

die nach Auffassung des Freizeitforschers Horst Opaschowski „Erlebniskonsumanten“ von reinen „Versorgungskonsumanten“ unterscheidet, die lediglich das erwerben, „was notwendig ist“ (Opaschowski 2000, 25). Vor dem Hintergrund einer Repräsentativbefragung von 1997 muss Opaschowski konstatieren, dass sich die Mehrheit der Bevölkerung Bundesrepublik Deutschland den Erlebniskonsum nicht leisten kann - lediglich zwei „Erlebniskonsumanten“ kommen auf drei „Versorgungskonsumanten“, denen für besondere Ausgaben kein oder nur wenig Geld bleibt. Allerdings klafft Opaschowski zufolge die Schere zwischen beiden immer weiter auseinander: der Anteil der „Sparkonsumanten“, deren Budget nur für das Allernötigste reicht, ist gestiegen (1991:12%; 1997:16%), während der Anteil der „Erlebniskonsumanten“ im selben Zeitraum konstant geblieben ist (1991: 22%; 1997: 22%). Es komme zu einem „Armut-Wohlstand-Paradox“: „Je mehr die einen sparen, desto mehr leisten sich die anderen. (...) Hier Kaviar, dort Knäckebrot.“ (Opaschowski 2000, 28) Auf der einen Seite der Schere stehen dem Freizeitforscher zufolge vor allem Familien, auf der anderen dagegen junge, kinderlose Paare und Singles. Der Sparzwang äußert sich zugleich in einem selektiven Konsumverhalten - für die Dinge des alltäglichen Bedarfs zu Aldi und lieber Geld für Urlaub und Freizeit ausgeben. „Was die Bürger in den alltäglichen Dingen des Lebens einsparen, geben sie im Bereich des Erlebniskonsums wieder aus. Die sich ausbreitende Erlebniskultur profitiert von diesem Wandel.“ (Opaschowski 2000, 30)

Die Organisation von Events ist ein florierender Zweig des Erlebnismarktes. Noch deutlicher als bei vielen anderen Produktgruppen dreht sich bei Events alles um die Erzeugung von Erlebnissen beim Publikum. Nicht mehr die (außenorientierte) Vermittlung bestimmter Inhalte oder Botschaften, sondern die perfekte Unterhaltung steht im Mittelpunkt. Sowohl den Organisatoren als auch den Teilnehmern von Events ist bewusst, dass diese Form der Festkultur eingegliedert ist in „eine mit Kosten-Nutzen-Kalkülen planende Organisation, die den gemeinschaftlichen Vollzug dieser Rituale selbst zum Gegenstand mehr oder weniger ausgefeilter sozialtechnischer Überlegungen macht. Auf diese Weise wird verknüpft, was eigentlich unverbindbar ist und analytisch geschieden existieren müsste: Strategie und Ritual, Handlungskalkül und Kommunikation, Kult und Organisation. ... Strategisch wird hier das Ziel verfolgt, unstrategische Situationen zu erzeugen.“ (Knoblauch 2000, 48) Dafür müssen Events auf bestimmte Zielgruppen zugeschnitten werden, denen sie einen besonderen Unterhaltungswert versprechen. „In dem Maße, wie in modernen Gesellschaften Ereignisstraditionen aus dem (kollektiven) Gedächtnis verschwinden, Individualisierungsprozesse voranschreiten, spezifische Ästhetisierungsformate und Erlebniserationalitäten das Alltagsleben strukturieren, entwickelt sich der Markt für moderne, professionalisierte und ökonomisierte Ereignisinszenierung für diejenigen, die Zeit, Muße, Neigung und Kapital haben, sich zu `eventisieren´.“ (Keller 2000, 263f.) Berufszweige wie Eventmanager befassen sich nicht mehr nur mit der Organisation von Veranstaltungen, sondern sind auch dazu übergegangen, die Alltagswelt auf möglichst spektakuläre Weise - manchmal bis zum Überdruß - mit Erlebnisqualitäten anzureichern. „Feilgeboten wird im Rahmen einer radikalisierten Erlebnisökonomie also die Eventisierung selber - von (bekannten) Orten ebenso wie von (vertrauten) Abläufen.“ (Hitzler 2000, 408f.) In den Räumen einer Event-Agentur ist



Die Skihalle in Neuss

davon nicht einmal der Gang zur Toilette ausgenommen, wie der Journalist Georg Etscheit spottet: „Den Besucher überkommt ein dringendes Bedürfnis. Er eilt zur Toilette, betätigt den Lichtschalter und wird von Barockmusik eingehüllt. Der Gang aufs stille Örtchen - ein Event!“ (Etscheit 2001)

Auf dem Erlebnismarkt wird das Erlebnisversprechen von Ereignissen nicht nur zur Vermarktung und Absatzsteigerung von Produkten eingesetzt. In Fun- und Freizeitparks stellt das Spaßversprechen vielmehr selbst das zentrale Angebot dar; „die Erlebnis-Qualitäten z.B. einer Konsum-`Landschaft`, deren Funktion bislang wesentlich darin bestanden hat, die Bereitschaft der Kunden zur Verausgabung von Ressourcen zum Erwerb der in diesem Rahmen präsentierten `eigentlichen` Waren und/oder Dienstleistungen zu erhöhen, werden nun selber zum - eben kostenpflichtig in Aussicht gestellten - Nutzungsgegenstand.“ (Hitzler 2000, 408) Auch diese kostenpflichtigen „Erlebnis-Zeit-Räume“ (ebd.) können allerdings Marketingfunktionen erfüllen, etwa wenn die Sponsoren von Vergnügungsparks nicht nur ihre Firmenlogos an zentraler Stelle platzieren, sondern auch ihre Produkte in den Shops und Restaurants der Parks vertreiben, oder ganzjährige beschneite Skihallen fernab der Wintersportgebiete eine neue Klientel für den Urlaub in „echten“ Schneeparadiesen anwerben sollen: „In Bottrop wirbt das Super-Dolomiti-Skiareal für Wintersport in Südtirol. In Neuß (sic!) hat das Salzburger Land gar sieben Millionen Mark spendiert für die drei Lifte und die Schneekanonen. Dafür darf man für die eigenen Skiregionen kräftig die Werbetrommel rühren. Und sicherstellen, dass auch die nächsten Generationen mit dem Schnee und den Alpen Bekanntschaft schließen.“ (Loppow 2001, 69)

Auf dem Erlebnismarkt stehen Events – anders als außeralltägliche Ereignisse in früheren Zeiten - in Konkurrenz zu zahllosen alltäglichen Gütern, die ebenfalls in Erlebnisangebote verwandelt wurden. Events konkurrieren damit nicht nur mit anderen Veranstaltungen um die Gunst des Publikums, sondern z.B. mit Urlaubsreisen, Trendsportgeräten, Wellness-Angeboten oder Stereoanlagen. Um in der Fülle von Konsumangeboten ihr Publikum zu finden, müssen Veranstaltungen möglichst intensive, einzigartige Erlebnisqualitäten versprechen. Events gelten als gescheitert, wenn sie ihr Erlebnisversprechen beim Publikum nicht einlösen können. Dies ist allerdings angesichts des bestehenden Überangebotes immer schwieriger

zu erreichen, denn die Faszination und Erlebnisfähigkeit der Konsumenten ebbend zunehmend ab, wie bereits im Zusammenhang mit der abnehmenden Außeralltäglichkeit von Events im Kapitel 2 erwähnt wurde. Ein Ereignis jagt das nächste, und die Erlebnisse werden so schnelllebig, dass die Menschen diese kaum mehr empfinden, geschweige denn verarbeiten können. Die Folgen dieser Entwicklung beschreibt Schulze: „Auf der Suche nach dem verlorenen Reiz braucht man stärkere Dosen und erlebt weniger.“ (Schulze 1996, 65) Die Ästhetisierung des Alltagslebens führt daher zur ständigen Steigerung des Appetits und damit zur laufenden Diversifizierung und Aktualisierung des Angebotes. „Die Überdosis des Neuen läßt Langeweile aufkommen, das Ungewöhnliche wird alltäglich, die Zeichen treiben schneller an uns vorbei, als wir intensiv empfundene Bedeutungen dazu konstruieren können. Rasche Zeichenfluktuation steigert das Enttäuschungsrisiko, Enttäuschungsangst steigert die Nachfrage. Auf das Besondere soll nun möglichst viel vom ganz Besonderen folgen.“ (Schulze 1996, 117) Es erscheint fraglich, ob sich diese Spirale der Steigerung unbegrenzt weiterdrehen lässt, da irgendwann auch der letzte Rest von Außeralltäglichkeit verbraucht und die totale Übersättigung eingetreten sein werden. Noch allerdings scheint dieser Punkt nicht erreicht zu sein, wie die bislang noch zunehmende Diversifizierung des Erlebnismarktes vermuten lässt.

Das von Schulze gezeichnete Bild des Erlebnismarktes im ausgehenden 20. Jahrhundert vermittelt den Eindruck eines Gleichgewichts zwischen Produzenten und Konsumenten: was die Produzenten herstellen, wird von mündigen Konsumenten erworben. Die einen erschaffen Atmosphären, die anderen nehmen diese wahr und integrieren sie in ihre Lebensgestaltung. Das Verhältnis zwischen Produzenten und Konsumenten ist bei Schulze durch eine gegenseitige Abhängigkeit gekennzeichnet, wenngleich beide unterschiedlichen Rationalitäten folgen: so wie der Produzent den Konsumenten benötigt, um seine Produkte abzusetzen, so benötigt der Konsument die Produkte, um sein Leben so angenehm und erlebnisintensiv wie möglich zu gestalten. Während Schulze von einer ausgewogenen Interdependenz von Anbietern und Nachfragern ausgeht, stellt Gernot Böhme klar, dass die Produktion von Atmosphären in Form von Räumen, Waren oder Ereignissen ein erhebliches Machtpotential und einseitige Manipulationsmöglichkeiten enthalten kann. Der Produzent könne den Konsumenten beherrschen, indem er auf subtile Weise die Kontrolle über dessen Verhalten übernehme. Dies zeigt sich heute nicht nur in den subtilen Strategien der Werbung, sondern auch bei der Inszenierung von verkaufsfördernden Atmosphären in Einkaufszentren. Am Beispiel der politischen Inszenierungen im Nationalsozialismus wurde im letzten Kapitel bereits aufgezeigt, wie die Herstellung von Atmosphären in der jüngeren Vergangenheit zu Propagandazwecken und zur Manipulation der Massen instrumentalisiert wurde.

Böhme ist nicht der erste, der die subtilen Manipulationsmöglichkeiten der Warenproduktion beschrieb. Seit Beginn des 20. Jahrhunderts werden die Produktion und den Konsum massenhaft hergestellter Waren, ihre gesellschaftlichen Ursachen und Auswirkungen kontrovers diskutiert. Die entscheidende Frage dabei lautet: Dienen die Konsumprodukte der Beherrschung und Verblendung der Massen oder eröffnen sie den Konsumenten umgekehrt Spielräume zur Emanzipation und Selbstbestimmung?

Die Wurzeln des Freizeitkonsums

Zu Beginn des 20. Jahrhunderts sahen sich Europas Intellektuelle mit der sprunghaften Zunahme von Konsumprodukten und Unterhaltungseinrichtungen für die breite Masse konfrontiert. Diese Ausweitung des ursprünglich auf die Oberschicht beschränkten Konsumprivilegs war untrennbar mit der Industrialisierung und ihren positiven wie negativen sozialen Begleiterscheinungen verknüpft. Die Industrialisierung erlaubte zum einen die massenhafte und vergleichsweise erschwingliche Herstellung von Konsumgütern und Vergnügungseinrichtungen, und zum anderen verschaffte sie breiten Bevölkerungsschichten - wenn auch zunächst in bescheidenem Maße - Freizeit und finanzielle Mittel für Vergnügungen und Konsum.

Seit Mitte des 19. Jahrhunderts prägte die zunehmende Industrialisierung das Leben in den expandierenden Städten. Sie war für die Städter nicht nur mit der Trennung von Wohn- und Arbeitsort, sondern auch mit einer Veränderung der Arbeitsbedingungen in den Fabriken verbunden, da diese immer stärker durch Rationalisierung, Mechanisierung und Arbeitsteilung beherrscht wurden. Im Gegensatz zum Handwerker wirkte der Fabrikarbeiter nur noch an einem Teilprozess der Produktion mit und glich daher einem kleinen Rädchen in einer riesigen Maschine. Karl Marx prangerte die Entfremdung des Werktätigen von der Arbeit unter den Bedingungen des Industriekapitalismus an. Mit dem Ende des feudalen Systems werde der Arbeiter vom Leibeigenen zwar zu einem gesellschaftlich und politisch relevanten Subjekt, sei im kapitalistischen System aber dazu gezwungen, für seinen Lebensunterhalt seine Arbeitskraft zu verkaufen und sich ausbeuten zu lassen. Die menschliche Arbeitskraft werde zur Ware degradiert, wie Karl Marx und Friedrich Engels darstellten (Marx 1979, orig. 1890).

Die zunehmend durch Fremdbestimmung und Rationalisierung geprägten Arbeitsbedingungen in den Fabriken gingen auf ihrer Kehrseite mit der Entstehung der Freizeit einher. Ab Mitte des 19. Jahrhunderts verringerten sich die Arbeitszeiten allmählich, da im Zuge der Industrialisierung die Arbeit durch Maschinen intensiviert oder ersetzt werden konnte. Das Aufkommen der Freizeit im modernen Sinn war damit eng an die Industrialisierung geknüpft. „Denn auf der einen Seite wurde Zeit nun abstrakt, fremdbestimmt vom Rhythmus der Maschine, auf der anderen Seite stellten sich Momente der Freiheit ein, wenngleich zunächst nur in bescheidenem Umfang: Zeit, die frei war von beruflichen Pflichten und die dank erworbener Geldmittel selbstbestimmt verwendet werden konnte. Kino, Schlager, Achterbahnfahrten und Tanz entsprachen einem Alltag von Enge und Ohnmacht.“ (Bittner 2001, 22) 1918 wurde der 8-Stunden-Arbeitstag in Industrie und Verwaltung eingeführt, wenngleich in der Regel aufgrund zahlreicher zulässiger Ausnahmen länger gearbeitet werden musste (Prahl 1977, 48). In der Folgezeit jedoch wurde sukzessive die Samstagsarbeit eingeschränkt; Angestellten und Arbeitern wurde regelmäßiger Urlaub zugestanden.

Damit einhergehend wuchs der Markt für industriell gefertigte, erschwingliche Konsumgüter und Massenvergnügungen, die Erlebnisse und Zerstreuung versprachen und – bei entsprechender Verfügbarkeit finanzieller Mittel - von der Bevölkerung käuflich erworben werden konnten. Die Zahl städtischer Zerstreuungsmöglichkeiten und damit der Erlebnisangebote wuchs. Kultureinrichtungen wie Theater, Bibliotheken und botanische Gärten hatten bereits im 19. Jahrhundert ihren ursprünglichen, höfischen Rahmen

verlassen und sich als öffentliche Bildungseinrichtungen des Bürgertums in den Stadtraum integriert; gleichzeitig entstanden die ersten Volksparks. Zu Beginn des 20. Jahrhunderts breiteten sich in rasanter Geschwindigkeit die Schauplätze des großstädtischen Konsums und der Massenvergnügungen aus - Warenhäuser, Weltausstellungen, Kinos, Revuetheater und Vergnügungsparks, die als Wurzeln der zeitgenössischen Eventkultur gelten können.

Unterhaltung als „Massenornament“

In den 1920er Jahren setzte sich der Architekt, Publizist und spätere Filmwissenschaftler Siegfried Kracauer mit den Vorläufern der heutigen Events auseinander. Er analysierte in seinem berühmten Essay über das „Ornament der Masse“ die Zerstreuungsfunktion von Ereignissen im gesellschaftlichen Spannungsfeld von rationalisierten Arbeitsbedingungen und kommerziellen Freizeitangeboten (Kracauer 1977, orig. 1927). Darin deckt er auf, dass im Taylorismus Arbeit und Freizeit denselben Bedingungen unterworfen sind. Am Beispiel der Tanzgruppe der Tillergirls, die in den 1920er Jahren weltweit die Stadien füllen, beschreibt Kracauer die Begeisterung der Massen für einen Körperkult, der in der Vorführung zum „Ornament“ mutiere: „Während sie sich in den Revuen zu Figuren verdichten, ereignen sich auf australischem und indischem Boden, von Amerika zu schweigen, in immer demselben dichtgefüllten Stadion Darbietungen von gleicher geometrischer Genauigkeit.“ (Kracauer 1977, orig. 1927, 50) Die Darbietung werde zu einem „Selbstzweck“ ohne echten Gehalt, und die Zuschauer in der Masse würden selbst zu Teilchen des Ornaments mutieren (Kracauer 1977, orig. 1927, 52).³⁹

Kracauer betrachtet den Besuch von Masseneignissen in „Zerstreuungsfabriken“ (Kracauer 1977, orig. 1927, 343) als Flucht der Arbeiterklasse aus der rationalisierten Arbeitswelt. Eine echte Kompensation dieses Alltagslebens ermöglicht diese Art der Flucht, so Kracauer, allerdings nicht, denn aufgrund der ökonomischen Gesetzmäßigkeiten der Veranstaltungen würden die Menschen im Ereignis auf genau diejenigen Bedingungen der Arbeitswelt zurückgeworfen, denen sie eigentlich entfliehen wollten: „Der Produktionsprozeß läuft öffentlich im Verborgenen ab. Jeder erledigt seinen Griff am rollenden Band, übt eine Teilfunktion aus, ohne das Ganze zu kennen. Gleich dem Stadionmuster steht die Organisation über den Massen, eine monströse Figur, die von ihrem Urheber den Augen ihrer Träger entzogen wird und kaum ihn selbst zum Betrachter hat. - Sie ist nach rationalen Grundsätzen entworfen, aus denen das Taylor-System nur die letzte Folgerung zieht. Den Beinen der Tillergirls entsprechen die Hände in der Fabrik. (...) Das Massenornament ist der ästhetische Reflex der von dem herrschenden Wirtschaftssystem erstrebten Rationalität.“ (Kracauer 1977, orig. 1927, 54)

Das „Massenornament“ lässt sich Kracauer zufolge dennoch nicht auf ein bloßes Manipulationsmittel reduzieren. Vielmehr entdeckt er in der Bilderwelt der populären Unterhaltungsformen eine neue Art des Wirklichkeitsbezuges (Bittner 2001, 20f.). Das Publikum handelt, wie Kracauer in seinem Essay „Kult der Zerstreuung“ von 1926 anmerkt, „in einem tiefen Sinn wahrheitsgemäß (...) wenn es dem Oberflächenglanz der Stars, der Filme, der Revuen, der Ausstattungstücke den Vorzug erteilt. Hier im reinen Außen trifft es sich selber an, die zerstückelte Folge der splendiden Sinneseindrücke bringt seine eigene Wirklichkeit an den Tag.“ (Kracauer 1977, orig. 1926, 314f.).

³⁹ Die von Kracauer ursprünglich auf populäre Vergnügungen bezogene Beschreibung des Publikums als „Massenornament“ lässt sich wenige Jahre später auf die Aufmärsche und Sportveranstaltungen der Nationalsozialisten als totalitärer Ausprägung der Festkultur übertragen (vgl. hierzu Ausführungen zu den Reichsparteitag in Kapitel 3.2).

Damit gesteht Kracauer den Bilderwelten der Zerstreuungseinrichtungen ein gewisses emanzipatorisches Potential zu, denn vor der Veränderung des Zustandes der Unterdrückung steht dessen Bewusstwerdung.

Die Herrschaft des Spektakels

Demgegenüber geißelt Guy Debord (1996, orig. 1967) vierzig Jahre nach Kracauer die sogenannte „Gesellschaft des Spektakels“ in seinem gleichnamigen Manifest als Modell einer gänzlich verschleierte Wirklichkeit. Debord beschränkt den Begriff „Spektakel“ nicht auf besondere Ereignisse oder Unterhaltungseinrichtungen, sondern verwendet ihn als Schlagwort für die von ihm diagnostizierte vollständige „Verschleierung“ aller Bereiche der Wirklichkeit durch konsumierbare Bilder. „In seiner Totalität begriffen, ist das Spektakel zugleich das Ergebnis und die Zielsetzung der bestehenden Produktionsweise. (...) In allen seinen besonderen Formen - Information oder Propaganda, Werbung oder unmittelbarer Konsum von Zerstreuungen - ist das Spektakel das gegenwärtige Modell des gesellschaftlich herrschenden Lebens.“ (Debord 1996, orig. 1967, 14f., Hervorh. i. Orig.) Die Bilderwelt des Spektakels diene dazu, die nicht mehr erfassbare Welt greifbar zu machen: „Da, wo sich die wirkliche Welt in bloße Bilder verwandelt, werden die bloßen Bilder zu wirklichen Wesen und zu den wirkenden Motivierungen eines hypnotischen Verhaltens.“ (Debord 1996, orig. 1967, 19) Damit habe sich die Scheinwelt des Spektakels vom eigentlichen Leben abgelöst und ihre eigene Dynamik entfaltet.

Das Spektakel dient Debord zufolge dem Machterhalt der herrschenden Klassen und der Entzweiung der Gesellschaft. „Es ist das Selbstportrait der Macht in der Epoche ihrer totalitären Verwaltung der Existenzbedingungen.“ (Debord 1996, orig. 1967, 22) Die Wirtschaft missbrauche das Spektakel zur Unterjochung der Menschen, um ihre Produkte abzusetzen und zugleich deren Produktionsbedingungen zu verschleiern. Die Menschen würden im Produktionsprozess der Waren zunehmend voneinander entfremdet und der Kommunikationsmöglichkeiten untereinander beraubt. Das Spektakel festige so die gesellschaftliche Arbeitsteilung und die Bewusstlosigkeit der unterdrückten Klasse.

Kulturproduktion und Selbstbestimmung

Auch die sozialwissenschaftliche Gruppierung der *Cultural Studies*, die seit den 1950er Jahren von Großbritannien aus vor allem in den angelsächsischen Ländern Verbreitung gefunden hat, befasst sich mit den Zeichenkosmen der kommerziellen Kulturproduktion und den darin eingeschlossenen Machtstrukturen.⁴⁰ Das verbindet diese Forschungsrichtung mit den Thesen Kracauers und Debords. Die Forscher der *Cultural Studies* untersuchen die Rolle von Konsumprodukten bei der Entstehung asymmetrischer gesellschaftlicher Verhältnisse und zeigen, wie Individuen und gesellschaftliche Gruppen mit kulturellen Mitteln um Macht und Einfluss und die Durchsetzung von Normen und Einstellungen ringen (vgl. Übersicht bei Bromley et al. 1999). Die Forschergruppierung analysiert kulturelle Prozesse daher in engem Zusammenhang mit gesellschaftlichen Einflussfaktoren wie Klassenverhältnissen, ethnischen Formationen oder Altersgruppen. Allerdings unterliefen die Forschungsarbeiten einen grundlegenden Wandel hinsichtlich der Auffassung, ob Konsumprodukte als Mittel der Repression „von oben

⁴⁰ Die „Väter“ der *Cultural Studies*, Richard Hoggart, Raymond Williams und E.P. Thompson, waren im Großbritannien der fünfziger Jahre in der Erwachsenenbildung tätig und erforschten kulturelle Erscheinungen, die in der akademischen Welt der damaligen Zeit keinen Platz fanden, wie z.B. Trivalliteratur oder die Ausprägungen der Arbeiterkultur (vgl. Übersicht bei Göttlich & Winter 1999). Als Zielsetzungen ihrer Forschungstätigkeit strebten sie eine Demokratisierung des Kulturbegriffs und eine linksgerichtete politische Reform der Gesellschaft an. Die aus diesen Wurzeln hervorgegangene sozialwissenschaftliche Strömung der *Cultural Studies* setzt sich heute aus Literatur- und Sprachwissenschaftlern, Soziologen, Medien- und Kommunikationswissenschaftlern, Ethnologen, Politikwissenschaftlern und Historikern, vorwiegend aus dem angelsächsischen Raum, zusammen. Dabei ist Interdisziplinarität der Forschung Programm: „Unterschiedliche disziplinäre Perspektiven mit ihren theoretischen wie methodischen Zusammenhängen sollen zusammengeführt und für komplexe inhaltliche Fragestellungen genutzt werden.“ (Göttlich & Winter 1999, 29)

nach unten“ oder aber der Emanzipation gesellschaftlicher Gruppen „von unten nach oben“ zu bewerten sind.

Zu Beginn der kulturkritischen Forschungen in Birmingham in den 1950er Jahren wurden die Massenprodukte der Kulturindustrie, z.B. Radio oder Zeitschriften, zunächst als Mittel der Machtausübung der höheren auf die unterlegenen Klassen begriffen. Spätere Vertreter jedoch betonen die emanzipatorischen Aspekte des Umgangs gesellschaftlicher Gruppen mit den Produkten der Populärkultur, z.B. in Subkulturen und Fangemeinschaften. Die Kulturprodukte eröffneten durch individuellen Gebrauch und Transformation Widerstandsmöglichkeiten, da die Menschen die vom Produzenten eigentlich intendierten Regeln der Benutzung von Produkten unterlaufen könnten (vgl. u.a. Fiske 1999, McRobbie 2001). Eine grundsätzliche Verblendung der Konsumenten durch die Produzenten wird von diesen Autoren in Zweifel gezogen, da sie den Menschen den selbstbestimmten und kreativen Umgang mit Kulturprodukten und ihren Bilderwelten zubilligen. „Die britischen Cultural Studies stellen Kultur in den Zusammenhang einer Theorie der sozialen Produktion und Reproduktion und differenzieren zwischen kulturellen Formen, die Herrschaftsverhältnisse stabilisieren und anderen, die den Menschen Widerstandsmöglichkeiten eröffnen.“ (Kellner 1999, 348f.)

Das Lebensstilmodell

Die Annahme, dass die Menschen sehr wohl dazu in der Lage seien, mit Produkten und Erlebnissen selbstbestimmt umzugehen, liegt auch dem Konzept der *Lebensstile* zugrunde, das in der deutschsprachigen Soziologie seit den 1980er Jahren thematisiert wird. Während allerdings in den Cultural Studies von einem hierarchisch aufgebauten und von Konflikten geprägten Klassenmodell ausgegangen wird, steht das Lebensstilmodell für flexiblere und durchlässigere Formen der Vergemeinschaftung, wie sie in extremer Form auch Gerhard Schulze in seiner Untersuchung über die Erlebnisgesellschaft propagiert.

Die Genese des Lebensstilkonzeptes basiert auf der sozialwissenschaftlichen Fokussierung auf den Genuss und das „schöne Leben“, die nur vor dem Hintergrund steigenden Wohlstands in den 1980er Jahren zu verstehen ist. „Gegenüber den eher am Lebensstandard orientierten, genussarmen Zeiten der fünfziger Jahre bereitete die mit der 68er-Bewegung einhergehende Enttabuisierung des Genusses (...) den Boden für Stilbildungsprozesse, in deren Zentrum die Vorstellung stand, ein schönes Leben zu führen. (...) Die wachsende Bedeutung von Genuss und Selbstverwirklichung in der Lebensführung wäre nicht vorstellbar gewesen ohne die erweiterten Bildungsmöglichkeiten, die Zunahme von Freizeit und den erhöhten Lebensstandard, die zu Zeiten des Wirtschaftswunders vorbereitet wurden.“ (Bittner 2002, 18f.) Das Lebensstilparadigma hielt nicht nur Einzug in die Soziologie, sondern auch in die Feuilletons, und wurde von der Markt- und Trendforschung rasch zur Analyse von Konsumentenprofilen adaptiert.

Die Vorstellung von Lebensstilen ist in engem Zusammenhang mit der These von der gesellschaftlichen Individualisierung und Pluralisierung zu sehen, die von einer Auflösung traditioneller Bindungen und langfristiger Berufs- und Lebensverläufe ausgeht und die Selbstverwirklichung zum neuen Leitwert deklariert. Die Individualisierungsthese basiert auf der Annahme, dass die Abnahme traditioneller Sozialzusammenhänge mit der Entwicklung

neuer Formen von freiwilliger Vergesellschaftung einhergehe. Die gesellschaftlichen Phänomene der Individualisierung von Lebenserfahrungen⁴¹, der Auflösung traditionaler sozialer Bindungen⁴² und langfristiger Berufs- und Lebenswege⁴³ wurden von Soziologen wie Ulrich Beck, Anthony Giddens und Richard Sennett untersucht. Dabei wurde ein soziales Bezugsproblem in der Gesellschaft diagnostiziert, auf das die Menschen nach sozialwissenschaftlicher Auffassung mit der Herausbildung von Lebensstilen reagieren. „Lebensstile sind soziale Beziehungsgefüge, in denen sich Interaktion und Kommunikation auf der Grundlage von wechselseitig wahrgenommenen Ähnlichkeiten und Präferenzen entwickeln.“ (Bittner 2001, 21) Die von Erlebnis- und Konsummustern gelieferten Zeichenwelten avancieren zu den Bausteinen der Lebensstile und damit zu Werkzeugen der Selbstinszenierung und Identitätskonstruktion von „Ich-Bastlern“; Konsumtrends liefern das Material für die Selbsterfahrung des auf sich selbst gestellten Individuums: „Dabei wird der primär als Folge funktionaler Gesellschaftsdifferenzierung charakterisierte Individualitätstypus in einem permanenten Wechsel von `Angeboten´ mit `Formulierungshilfen´ für seine Selbst- und Lebensgestaltung ausgestattet.“ (Willems 2000, 59f.) Angebote in diesem Sinne sind nicht nur imago-trächtige Konsumgüter wie Auto, Kleidung oder Sportartikel, sondern auch der Besuch von Events: „Events sind vorproduzierte (sic!) Gelegenheiten zur massenhaften Selbst-Inszenierung der Individuen auf der Suche nach einem besonderen (und besonders interessanten) `eigenen Leben´.“ (Hitzler 2000, 402)

Die Vorstellung konsumorientierter Lebensstile entwickelt sich in etwa zeitgleich mit dem Aufkommen der Massenevents Ende der 1980er Jahre. Events bieten mit ihren spezifischen Symbol- und Zeichenwelten den Teilnehmern die Möglichkeit, bestimmte Lebensstile öffentlichkeitswirksam auszuleben. Sie dienen als Treffpunkte von Lebensstilgruppen, die sich zu temporären Gemeinschaften mit geteilten ästhetischen Vorlieben zusammenfinden. „Ästhetisierungen signalisieren gemeinsame Muster und Vorstellungen, sie ermöglichen dort soziale Bezugsfelder, wo traditionelle Zugehörigkeiten zurückgetreten sind. Dabei eint die durch gemeinsame ästhetische und kulturelle Präferenzen temporär sich bildenden Identitäten vor allem eines: die Lust am gemeinsamen Vergnügen.“ (Bittner 2001, 24f.) Events sind inhaltlich paradox angelegt: einerseits stellen sie eine temporäre Form von Gemeinschaft dar, andererseits steht in ihrem Mittelpunkt das individualistische Erleben der Teilnehmer, denen sie ein Forum für ihre Selbstinszenierung bieten (Willems 2000, 54). Die temporären, unverbindlichen Formen von Gemeinschaften, wie sie bei Events entstehen, werden in der Soziologie als *Szenen* bezeichnet. „Szenen lassen sich als ein Netzwerk von Personen verstehen, welche bestimmte materiale und/oder mentale Formen der kollektiven Selbststilisierung teilen und diese Gemeinsamkeiten interaktiv stabilisieren und weiterentwickeln. Voraussetzung dafür ist ein typischer Ort bzw. sind typische Orte und typische Zeiten, an bzw. zu denen die Szenemitglieder kommunizieren und interagieren.“ (Gebhardt et al. 2000, 11f.) Diese Voraussetzungen bieten Events, bei denen die im Vergleich zu den traditionellen Formen von Gemeinschaft wesentlich unverbindlicheren Gruppierungen das Gefühl von Zusammengehörigkeit, Identität und Abgrenzung von anderen erleben können.

⁴¹ Ulrich Beck (2001) zufolge ist die Gesellschaft in eine Vielzahl voneinander isolierter Funktionsbereiche zerfallen, an denen die Menschen jeweils nur noch unter bestimmten Teilaspekten teilhaben. „Die moderne Gesellschaft integriert die Menschen nicht als ganze Person in ihre Funktionssysteme, sie ist vielmehr im Gegenteil darauf angewiesen, dass Individuen gerade nicht integriert werden, sondern nur teil- und zeitweise als permanente Wanderer zwischen den Funktionswelten an diesen teilnehmen.“ (Beck 2001, 28) Das menschliche Bestreben, im Leben „eigene zentrifugale Biographien zusammenzubinden und zusammenzuhalten“ (Beck 2001, 28) ist in einer hochdifferenzierten Gesellschaft eine Notwendigkeit. „Eigenes Leben bedeutet also, anders gesagt, dass Standardbiographien zu Wahlbiographien werden, zu `Bastelbiographien´, zu Risikobiographien, zu Bruch- oder Zusammenbruchsbiographien.“ (Beck 2001, 29)

⁴² Wie Anthony Giddens (2001) darstellt, bezieht das Individuum in einer traditionellen Gesellschaftsordnung seine Identität aus seiner stabilen Position innerhalb der Gesellschaft. Der Traditionsverlust eröffnet scheinbar eine neue Offenheit und Freiheit. Auf der anderen Seite entstehen neue Zwänge. „Wo die Tradition fehlt und die freie Wahl des Lebensstils vorherrscht, ist das Selbst nicht einfach bloß befreit. Vielmehr muss es hier seine Selbst-Identität auf einer aktiveren Grundlage schaffen und neu schaffen.“ (Giddens 2001, 63)

⁴³ Richard Sennett (2000) diagnostiziert eine Flexibilisierung der zeitgenössischen Gesellschaft, die nur scheinbar mehr Freiheit und Entfaltungsspielraum bringt, da gesellschaftliche Risiken und damit verbundene Unsicherheiten zunehmend dem einzelnen Menschen aufgebürdet werden. Die „klassische“ Biographie des Individuums, die auf langfristige Beziehungen und verlässliche Werte angewiesen ist, wird Sennett zufolge vom „flexiblen Kapitalismus“ in ihren Grundfesten erschüttert und hat fragmentarische Lebensentwürfe der Individuen zur Folge.

Diese Ausführungen machen deutlich, dass das Konzept der Lebensstile von einem mündigen Subjekt ausgeht, das dazu befähigt und zugleich darauf angewiesen ist, seine Lebensform und seine Stellung innerhalb der Gesellschaft selbst zu definieren und dazu wesentlich die Wirkung von Konsumprodukten und Events nutzt. Diese Auffassung hat innerhalb der Sozialwissenschaften inszwischen die noch bei Debord und in den frühen Studien aus dem Umfeld der Cultural Studies vorherrschende Vorstellung vom manipulatorischen Charakter der Konsumprodukte weitgehend abgelöst.

Damit ist die sozialwissenschaftlich geprägte Betrachtung von Erlebnissen und Events im gesellschaftlichen Kontext abgeschlossen. Einleitend wurde die Rolle von Erlebnissen bei der Welterfahrung des Individuums dargestellt. Erlebnisse wurden als fundamentale Form des menschlichen Zugangs zur Welt und als psychophysische Reaktionen charakterisiert, die im Inneren des Individuums ablaufen. Darauf aufbauend wurde der Stellenwert von Erlebnissen im gesellschaftlichen Kontext betrachtet. Zu Anfang des 20. Jahrhunderts diskutierten Sozialwissenschaftler und Intellektuelle das Erlebnis als Reaktion auf eine rationalisierte und „entzauberte“ Welt. Anfang der 1990er Jahre prägte Gerhard Schulze den Begriff der „Erlebnisgesellschaft“ für einen Gesellschaftstypus, in dem die Menschen ihre Lebensführung lustbetont und gänzlich nach Erlebnis Gesichtspunkten ausrichten würden. Schulzes Untersuchung trug essentielle Aspekte zur Funktionsweise von Events im gesellschaftlichen Kontext bei, basierte aber auf der problematischen Grundannahme einer saturierten Wohlstandsgesellschaft, in der die wesentlichen gesellschaftlichen Verteilungskämpfe gelöst seien. Daher wurde Schulzes Untersuchung mit grundlegenden Ergebnissen von Pierre Bourdieus Analyse der Distinktion und gesellschaftlichen Positionierung über den Kulturkonsum gegenübergestellt. Mit Bourdieu konnte nachgewiesen werden, dass Erlebnisse keineswegs nur bei der individuellen Lebensgestaltung der Menschen und als Form des Lustgewinns Bedeutung besitzen, sondern dass beispielsweise die von Events vermittelten Erlebnisse innerhalb einer Gesellschaft im Ringen um sozialen Status und um die Verfügungsgewalt über Räume eingesetzt werden.

Bei der Herstellung der „Rahmen“ für Erlebnisse in Form von Events und anderen Konsumprodukten kommt der Kultur- und Unterhaltungsindustrie entscheidende Bedeutung zu, wie im darauffolgenden Abschnitt erläutert wurde. Die massenhafte Produktion von Erlebnisangeboten durch eine florierende Unterhaltungsindustrie entwickelte sich etwa zu Anfang des 20. Jahrhunderts zeitgleich mit der Rationalisierung der Arbeitsbedingungen und der Entstehung der Freizeit im modernen Sinne. Im Unterschied zu den elitären Vergnügungen am barocken Hofe waren die Massenvergnügungen der Unterhaltungsindustrie an breite gesellschaftliche Schichten adressiert. Allerdings wurde der Stellenwert der Konsumprodukte im Lauf des 20. Jahrhunderts kontrovers diskutiert, wie u.a. mit Bezug auf Siegfried Kracauer, Guy Debord und Vertreter der angelsächsischen Cultural Studies gezeigt werden konnte. Wie die Darstellung der unterschiedlichen Positionen deutlich machte, unterlag die Wertung der Konsumprodukte hinsichtlich ihres gesellschaftlichen Stellenwertes einem grundlegenden Transformationsprozess. Während zunächst der manipulatorische Charakter von Konsumprodukten und Massenvergnügungen angeprangert wurde, basiert das in den ausge-

henden 1980er Jahren entwickelte Konzept der Lebensstile auf der Annahme, dass die Menschen durchaus dazu befähigt sind, als mündige Konsumenten mit Produkten und Erlebnissen auf dem sogenannten „Erlebnismarkt“ selbstbestimmt umzugehen und sie zu ihrer Positionierung in der Gesellschaft nutzen. Damit kommt den Zeichenwelten von Events und anderen innenorientierten Konsumgütern eine wesentliche gesellschaftliche Bedeutung zu.

4.3 Events als kulturelle Performances

*All the world 's a stage,
and all the men and woman are merely players,
they have their exits and their entrances,
and one man in his time plays many parts (...)*

William Shakespeare

Die symbolische Bedeutung von Gütern oder inszenierten Ereignissen bei der sozialen Positionierung der Individuen ist nicht nur für die zeitgenössische „Erlebnisgesellschaft“ charakteristisch, wie es der bislang dargestellte sozialwissenschaftliche Blickwinkel auf Events nahelegen könnte. Vielmehr erfolgt nach kulturanthropologischer Auffassung die Konstitution der Gesellschaft grundsätzlich über Ästhetisierungen und Symbole, die auch an Affekt und Emotion appellieren. „In allen Zeiten und Kulturen war die Aneignung von Welt, war die Konstitution von Gesellschaft, war die soziale Interaktion qua Bedeutungsrahmen und Kategorien eine symbolische.“ (Bormann 2001, 101) Charakteristisch für die zeitgenössische Gesellschaft ist Bormann zufolge die ungleich größere Zeichenfülle, mit der die Menschen konfrontiert seien (ebd.).

Während die Soziologie Events vorrangig als charakteristische Phänomene der Erlebnisgesellschaft betrachtet, wird der Begriff „Event“ aus kulturanthropologischer und ethnographischer Perspektive im Sinne einer grundlegenden Form von gesellschaftlicher Interaktion eingesetzt. Dabei werden inszenierte Ereignisse hinsichtlich ihrer Rolle im kulturellen Kontext von traditionellen und zeitgenössischen Gesellschaften untersucht (Überblick über das Forschungsfeld bei Bormann 2000/ 2001, Knoblauch 2000). Events werden als symbolische Inszenierungen mit öffentlichem Charakter begriffen, die auf dem Miteinander der Teilnehmer an bestimmten Schauplätzen basieren. Die kulturanthropologische und ethnographische Sichtweise auf inszenierte Ereignisse und ihre Rolle in der Gesellschaft wird im folgenden Abschnitt dazu herangezogen, um die „zeitlosen“ Eigenschaften von Events herauszuarbeiten. Im Mittelpunkt steht dabei die Betrachtung von Events als *kulturelle Performances*. Zudem sollen Bezüge zwischen Event und Ritual (vgl. Wulf et al. 2001) sowie Spiel und Kult (vgl. Huizinga 2001, orig. 1938) hergestellt werden.

Der Vorstellung von Events als *kulturelle Performances* basiert auf der Annahme, dass inszenierte Ereignisse in einer Gesellschaft bestimmte Inhalte und Werte auf symbolische Weise zur Schau stellen und sie für die Mitglieder der Gesellschaft sinnlich erfahrbar machen. Der Begriff „Performance“ lässt sich mit „Darstellung“ oder „Aufführung“ übersetzen.⁴⁴ Eine Aufführung entsteht in der Bezugnahme einer sozialen Handlung auf Zuschauer, auch wenn eine Gemeinschaft diese für sich selbst „aufführt“, z.B. die Teilnehmer

⁴⁴ Daneben steht der Ausdruck auch für die Einsatzbereitschaft und die Leistungsfähigkeit eines Menschen oder einer Maschine, wie etwa der Slogan „high performance technology“ verdeutlicht. Zudem werden als „Performances“ seit den 1960er Jahren Arbeiten von bildenden Künstlern und Tänzern bezeichnet, die sich darstellerischen Experimenten mit und ohne Publikum widmen (Schröder 1990).

an einem Fest. Der performative Charakter von Events besteht darin, dass Institutionen und Organisationen in ihnen kulturelle Symbole dramatisch inszenieren können (vgl. Manning 1983 a/b). Kulturelle Performances richten sich an die Öffentlichkeit und finden im Raum auf einer Art Bühne statt – „auf diesem performativen Weg werden Rollen, Zusammenhalt, Intimität, Solidarität und Integration der Gemeinschaft als Gemeinschaft erst möglich.“ (Wulf 2001, 9) Die Vorstellung von Events als Performances ist mit den Arbeiten von Clifford Geertz (1987) und Erving Goffman (2002, orig. 1983) verknüpft. Beide Forscher nähern sich den Erscheinungsformen des sozialen Lebens auf unterschiedliche Weise. Während Geertz darstellt, wie sich die kulturellen Muster in einer Gesellschaft in symbolischen Formen manifestieren, untersucht Goffman das soziale Leben unter dramaturgischem Blickwinkel.

Das soziale Handeln bei Geertz

Für Clifford Geertz sind die wesentlichen Bausteine des sozialen Handelns das gemeinsame kulturelle Wissen und die geteilten sozialen Handlungsformen in einer Gesellschaft. Er sieht die Kultur einer Gesellschaft als einen öffentlich geführten Diskurs an - einen geschichtlich übermittelten und symbolisch zutage tretenden Komplex von Bedeutungen und Vorstellungen, über die eine Gesellschaft ihr Wissen und ihre Einstellung zur Welt mitteilt, erhält und weiterentwickelt. Damit betrachtet Geertz menschliches Verhalten grundsätzlich als „symbolisches Handeln (...), das heißt als Handeln, das wie die Lautbildung beim Sprechen, das Pigment in der Malerei, die Zeile beim Schreiben oder der Klang in der Musik eine Bedeutung hat.“ (Geertz 1987, 16) Die Gesellschaft, so Geertz, sei „in selbstgesponnene Bedeutungsgewebe verstrickt“ (Geertz 1987, 9), deren Strukturen mittels „dichter Beschreibung“ gedeutet werden könnten. Er versteht darunter im Gegensatz zur „dünnen Beschreibung“, die sich lediglich auf das Sammeln von Daten beschränkt, die Herausarbeitung komplexer und oft miteinander verflochtener Vorstellungsstrukturen. Bormann fasst Geertz' Auffassung von sozialem Handeln wie folgt zusammen: „Alle sozialen Formen, die eine symbolische Dimension besitzen, sind daher als Formen kollektiver Reflexivität, als `metasoziale Kommentare´ über die jeweilige soziale Verfasstheit, als abbildhafte Modelle von uns und als utopische Modelle für soziale Wirklichkeit zu lesen.“ (Bormann 2000, 143)

Bei seinen Analysen von sozialem Handeln innerhalb traditionaler Gesellschaften differenziert Geertz zwischen einem *kulturellen* und einem *sozialen* System⁴⁵: „Kultur ist das Geflecht von Bedeutungen, in denen Menschen ihre Erfahrung interpretieren und nach denen sie ihr Handeln ausrichten. Die soziale Struktur ist die Form, in der sich das Handeln manifestiert, das tatsächlich existierende Netz der sozialen Beziehungen.“ (Geertz 1987, 99) Während das kulturelle System für Geertz also das Gefüge von Werten und Symbolen darstellt, „mit deren Hilfe die Menschen ihre Welt definieren, ihre Gefühle ausdrücken und ihre Urteile fällen“ (Geertz 1987, 99), umfasst das soziale System für ihn die Prozesse der konkreten Interaktionen innerhalb der Gesellschaft. Beide Systeme prägen Geertz zufolge in einer engen Wechselbeziehung das soziale Handeln, auf das als dritte Komponente die *Persönlichkeitssysteme* der Individuen mit ihrem Verstand und ihren Gefühlen einwirken (Geertz 1987, 100). Das obenstehende

⁴⁵ Geertz leitet diese Differenzierung aus seinen ethnologischen Forschungsarbeiten zum sozialen Wandel in der zentraljavanischen Gesellschaft ab. So stellte er bei seiner Studie über die Entwicklung der dortigen Begräbnisrituale fest, dass der soziale Wandel in Java damit verbunden war, dass traditionelle kulturelle Vorstellungen der Gesellschaft und ihre soziale Organisation zunehmend auseinanderklafften (Geertz 1987, 96ff.).

Aspekte sozialen Handelns
(Schema B.K., nach Geertz 1997,
99ff.)

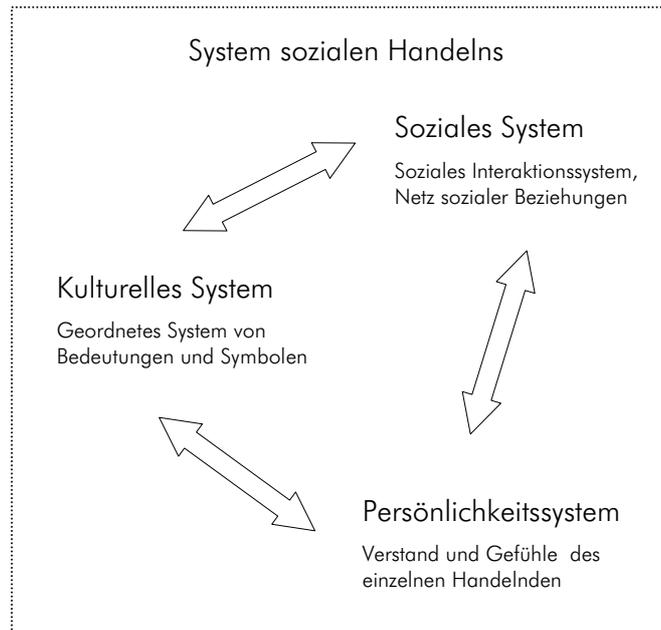


Schaubild veranschaulicht das von Geertz beschriebene Zusammenwirken der drei Systeme im sozialen Handeln.

Die von Geertz vorgenommene Untergliederung des sozialen Handelns in drei voneinander abgrenzbare Komponenten ist nicht unproblematisch. Bei allen Formen von sozialem Handeln, gleich ob es sich um ein archaisches Begräbnisritual oder ein zeitgenössisches Event handelt, sind soziale, kulturelle und subjektive Aspekte so eng miteinander verflochten, dass die von Geertz gezogene Abgrenzung - vor allem zwischen den sozialen und kulturellen Aspekten - willkürlich erscheinen muss. Für die Betrachtung von Events als kulturelle Performances ist Geertz' Vorstellung vom sozialen Handeln trotz der geäußerten Kritik in der Hinsicht fruchtbar, dass sich mit den von ihm formulierten Begriffen unterschiedliche Betrachtungsebenen von Events darstellen lassen. So verweist der Begriff des *kulturellen* Systems auf den Zeichencharakter von Events, die innerhalb einer Gesellschaft bestimmte Bedeutungen vermitteln können. Die Zeichen werden dem Publikum in Form von Inszenierungen (kulturellen Performances) präsentiert. Der Begriff des *sozialen* Systems bedeutet im Bezug auf Events, dass diese mit bestimmten sozialen Handlungsmustern einhergehen. Zuletzt sind Ereignisse durch die *Persönlichkeitssysteme* der Individuen bestimmt, denn sie rufen bei den Teilnehmern subjektive Erlebnisse hervor.

Goffmans Theatermodell des sozialen Lebens

Auf andere Weise nähert sich der Interaktionssoziologe Ervin Goffman sozialen Prozessen. Wie in der zu Anfang dieses Kapitels zitierten Shakespeare'schen Metapher von der Welt als Theaterbühne, auf der die Menschen bestimmte Rollen einnehmen, nimmt Goffman eine dramaturgische Perspektive auf das gesellschaftliche Leben ein.⁴⁶ Er analysiert die Selbstdarstellung des Individuums auf einer gesellschaftlichen „Bühne“ mit verteilten Rollen und nach definierten Regeln als ein notwendiges Element allen sozialen Lebens - im zwischenmenschlichen Alltagsleben genauso wie bei besonderen Ereignissen. In seinem „Theatermodell“ der Gesellschaft geht Goffman davon aus, dass alle Interaktionen in der sozialen Welt als

⁴⁶ Weitere Vertreter dieser Sichtweise sind innerhalb der Ethnographie anzutreffen, vgl. hierzu Darstellungen bei Manning 1983, McAloon 1984. In der Ethnographie der Kommunikation werden soziale Situationen als „communication events“ analysiert. Die Komponenten der Analysen, die mit der Kurzformel SPEAKING erfasst werden, sind Begriffen aus der Theaterwelt entlehnt: **S**etting bzw. Scene, **P**articipants bzw. **P**ersonal, **E**nds, **A**ct Characteristics, **K**ey, **I**nstrumentalities, **N**orms, **G**enres (Knoblauch 2000, 37).

„Performances“ auf einer „Bühne“ vor einem „Publikum“ stattfinden (vgl. Goffman 2002, orig. 1983).⁴⁷ Eine Performance kann nach Goffman „als die Gesamttätigkeit eines bestimmten Teilnehmers an einer bestimmten Situation definiert werden, die dazu dient, die anderen Teilnehmer in irgendeiner Weise zu beeinflussen.“ (Goffman 2002, orig. 1983, 18) Der Mensch spielt bei einer Performance eine bestimmte Rolle gegenüber seinen Mitmenschen. Die Überzeugungskraft der Rolle hängt zum einen von persönlichen Komponenten ab, z.B. Verhalten, Kleidung, Geschlecht, Alter etc.. Zum anderen ist der Schauplatz der Performance von wesentlicher Bedeutung, den Goffman als „Bühnenbild“ bezeichnet, „das Möbelstücke, Dekorationselemente, Versatzstücke, die ganze räumliche Anordnung umfasst“ (Goffman 2002, orig. 1983, 23). Das Bühnenbild definiert für das Publikum eine Situation, indem es „die Requisiten und Kulissen für menschliches Handeln (liefert, B.K.), das sich vor, zwischen, auf ihnen abspielt. Ein Bühnenbild ist meist unbeweglich im geographischen Sinne, so dass diejenigen, die ein bestimmtes Bühnenbild als Teil ihrer Vorstellung verwenden wollen, ihr Spiel nicht beginnen können, bevor sie sich an den geeigneten Ort begeben haben, und ihre Vorstellung beenden müssen, wenn sie ihn verlassen. Nur unter außergewöhnlichen Umständen folgt das Bühnenbild den Darstellern; wir finden das bei Leichenzügen, Paraden und den Festzügen von Königen und Königinnen.“ (Goffman 2002, orig. 1983, 23) Zu einer Performance tragen damit nicht nur charakterliche oder physische Merkmale der beteiligten Menschen bei, sondern die Aussagekraft bestimmter kultureller Symbole in Form von Kleidung, Requisiten oder dem Schauplatz, die dem Publikum bestimmte Botschaften vermitteln.

Bei inszenierten Ereignissen tritt der Performance-Charakter von sozialem Handeln noch deutlicher als in den von Goffman beschriebenen Alltagshandlungen zutage. Es liegt daher nahe, Events mit Bezeichnungen aus der Theaterdramaturgie zu belegen (vgl. Knoblauch 2000, 39; Sorkin 2000). Als kulturelle Performances benötigen Events, wie bereits in Kapitel 3 ausführlich dargestellt, einen herausgehobenen räumlichen Rahmen, der sich in vielen Fällen tatsächlich als „Bühne“ mit „Kulissen“ und „Requisiten“ darstellt. Dort verkörpern „Darsteller“ bestimmte „Rollen“ vor dem Publikum, das als passive Zuschauer oder aktive Beteiligte in die Inszenierung mit einbezogen werden kann. Die Organisatoren von Events kann man mit „Regisseuren“ vergleichen, die im Auftrag eines „Intendanten“ den szenischen Ablauf eines Events in Form eines „Drehbuches“ planen und dabei bestimmte kulturelle Symbole einsetzen.

Den Teilnehmern an einer kulturellen Performance eröffnet sich ein metasozialer Reflexionsraum und ein Forum für ihre kulturelle Selbstvergewisserung hinsichtlich gesellschaftlicher Werte, ästhetischer und normativer Vorstellungen. Besonders deutlich wird dies bis heute bei religiösen Zeremonien. Performances dienen der Selbstdarstellung innerhalb einer Gesellschaft, der Bestätigung der gesellschaftlichen Situation, aber auch der öffentlichen Reflexion und Entwicklung alternativer Handlungsformen. Vor diesem Hintergrund bezeichnet Manning Performances als „celebration of society“ (Manning 1983 zit. n. Bormann 2000, 143f.). Ob an einer „celebration of society“ allerdings die gesamte Gesellschaft oder nur bestimmte Gruppen teilhaben können, hängt davon ab, ob eine Gesellschaft eine in sich geschlossene Struktur aufweist oder ob sie differenziert und in

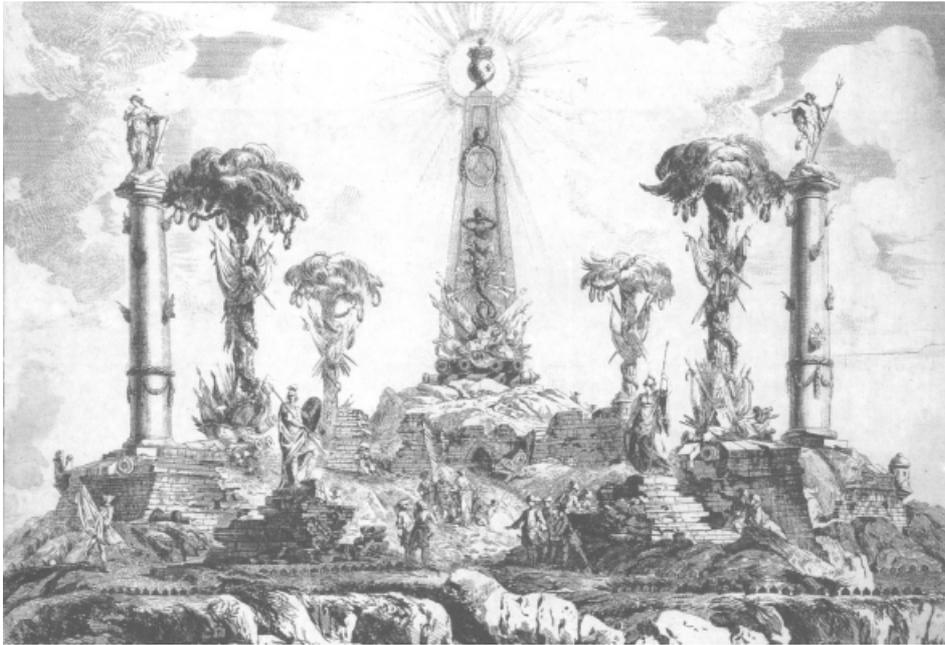
⁴⁷ Allerdings verweist Goffman darauf, dass man das Alltagsleben nicht uneingeschränkt mit einer Theateraufführung vergleichen könne, da den Schauspielern im Theater ihr Rollenspiel immer bewusst sei, viele Rollenspiele des Alltagslebens jedoch unbeabsichtigt ablaufen (Goffman 2002, orig. 1983, 3).

Teilgruppen zerfallen ist. Traditionale Gesellschaften sind dadurch charakterisiert, dass in ihnen kulturelles Wissen und soziale Handlungsmuster gemeinhin geteilt werden. Aus diesem Grund kann beispielsweise der Kunsthistoriker Jacob Burckhardt das von allen Ständen gemeinsam gefeierte Fest der italienischen Renaissance als erhöhten Moment im Dasein des ganzen Volkes beschreiben, „wobei die religiösen, sittlichen und poetischen Ideale des letztern eine sichtbare Gestalt annehmen.“ (Burckhardt 1997, orig. 1860, 397) Allegorische, mythologische oder religiöse Darstellungen vermittelten in der Renaissancegesellschaft Botschaften, die über das Leben des einzelnen Individuums hinaus auf eine höhere (göttliche) Ordnung verwiesen. Damit verkörperten und reproduzierten die inszenierten Ereignisse die soziale Ordnung und dienten der kollektiven Selbstvergewisserung.

Die kulturellen Symbole wurden bei den Feierlichkeiten der Renaissance von Ausstattungselementen, Dekorationen und Kostümen übermittelt. Burckhardt bezeichnet diese „Zeichenträger“ in seiner Abhandlung über die Kunst der Renaissance poetisch als „Dekorationen des Augenblicks“ (Burckhardt 1997, orig. 1967, 925ff.), zur Zeit der italienischen Renaissance nannte man die ephemeren Konstruktionen *apparati*. Eigens für szenische Aufführungen und Umzüge wurden kunstvolle temporäre Bauten und Dekorationen geschaffen, die das ideologische Programm der Spektakel, das *concetto*, vermittelten und im Raum erfahrbar machten: Bühnenkonstruktionen, Tribünen und Logen für die Zuschauer, Triumphbögen, Skulpturen und Feuerwerksaufbauten.

In ganz Europa blühten in der Renaissance Mysterienspiele, bei denen religiöse Stoffe auf öffentlichen Plätzen vor großem Publikum dargestellt wurden. Die poetische Grundlage der Mysterien waren jedermann bekannte religiöse Themen. Als Bühne dienten Gerüste, die eine oben vom „Paradies“ und unten von der „Hölle“ gerahmte *scena* bildeten und auf denen die Stationen des Geschehens nebeneinander dargestellt wurden (Burckhardt 1997, orig. 1860, 403). Die Texte der Mysterien waren Burckhardt zufolge zwar meist ein „sehr dürftiges dramatisches Gewebe“ (Burckhardt 1997, orig. 1860, 404f.). Doch die emotionale Wirkung auf das Publikum war groß, vor allem wenn das Mysterienspiel wie 1448 in Perugia „Rührungsmittel (...) aus dem Gebiet des herbsten Naturalismus“ wie etwa einen Blut schwitzenden Christusdarsteller aufwartete – „nur wenige Personen traten auf, aber das ganze Volk weinte laut.“ (Burckhardt 1997, orig. 1860, 405)

Während die christlichen Stoffe der Mysterienspiele in ganz Europa Allgemeingut waren, war nur in den italienischen Städten der Renaissance eine humanistische Bildung in antiker Mythologie, Allegorie und Geschichte bei Adel und Bürgertum gleichermaßen vorhanden. Hier waren Poesie und Literatur, z. B. von Dante, ein bekanntes Kulturgut, wie Jacob Burckhardt beschreibt (Burckhardt 1997, orig. 1860, 148ff.) Daher konnte ein breitgefächertes Repertoire von allegorischen und mythologischen Bezügen bei festlichen Inszenierungen aufgegriffen werden, etwa bei den *trionfi*, Zügen von Kostümierten zu Fuß und auf dem Wagen mit zunächst geistlichem, später überwiegend weltlichem Gehalt. Die Umzüge waren gestalterisch dem Vorbild des römischen Imperatorenzuges nachempfunden, den man von Reliefs und aus den Werken von Schriftstellern kannte. Inhaltlich bediente man sich aus der Poesie, Allegorie und Mythologie: „Da kommen die vier Elemente, Temperamente, Jahreszeiten, Weltalter oder Erdteile (dem



„Feuerwerksdekoration vor dem Hôtel de Ville in Paris anlässlich des Freudenfestes zur Einnahme des Hafens Mahon, 1756“ (Stich von Dumesnil).



„Prächtiger Einzug König Ludwigs XIV. und der Königin in Paris am 26. August 1660“ (Flugblatt eines anonymen Künstlers).

fünftens verweigerte das Symmetriebedürfnis noch die Anerkennung), die fünf Sinne, die sieben Planeten, Tugenden oder freien Künste (...), um in ihrer Vollzähligkeit in immer neuen Wendungen das eine zu demonstrieren, daß es nicht weniger als die ganze Welt ist, die dem Triumphator zu Füßen liegt.“ (Alewyn 1985, 23f.)

Vergleichbar den ideologischen Programmen der Renaissancefeste basierten auch die höfischen Spektakel des Barocks auf allegorischen Leitideen und humanistisch geprägten Bildprogrammen, die in Form von zumeist ephemeren Festdekorationen räumlich dargestellt wurden.⁴⁸ Im Barock wurde der König als Inkarnation der göttlichen Ordnung verstanden und sein Stellenwert im Rückgriff auf die mythologischen Götter legitimiert. Die allegorischen Motive und Anspielungen besaßen damit eine tief reichende Bedeutung: „Es ist nichts weniger als der Ausdruck eines gesellschaftlichen und politischen Anspruches. (...) Es ist eine hochpathetische Demonstration, bei der die Gesellschaft alle rhetorischen Metaphern, mit denen sie sich gern feierte, nun wirklich als Maske benutzt und diese Maskerade in den Stand der Mythologie erhebt.“ (Alewyn 1985, 16) Der

⁴⁸ Die Verwendung z.B. von Triumphbögen ist von der italienischen Tradition der *apparat* inspiriert. Diese Einflüsse sind auf die dynastische Verbindung zwischen Florenz und Frankreich zur Zeit Catharinas de' Medicis zurückzuführen (Kunstabibliothek Berlin 1987, 2).

barocke Einzug, die *entrée solennelle*, vereinte Elemente der in Frankreich seit frühchristlicher Zeit verbreiteten kirchlichen Umgänge mit dem *trionfo* der italienischen Renaissance (Kunstbibliothek Berlin 1987, 2). Dabei zogen ausgewählte Delegationen aus einer Stadt dem Würdenträger entgegen und begleiteten ihn nach einer feierlichen Begrüßung in einer prächtigen Prozession in die Stadt hinein. Mit allegorischen Anspielungen geschmückte, ephemere Triumphbögen, Obelisken, Lauben, Brunnen und Türme säumten den Weg des Zuges, die mythologischen und allegorischen Bezüge wurden vor Ort in Versen erläutert.

Die im Barock und in der Renaissance verbreiteten allegorischen und mythologischen Motive sind in der zeitgenössischen Gesellschaft allenfalls noch einigen wenigen Spezialisten ein Begriff. An ihre Stelle ist eine Fülle von fluktuierenden Zeichensystemen getreten, die sich nur noch zum Teil aus dem überlieferten kulturellen Fundus speist, sondern beispielsweise dem Fernsehen oder Kino, der Produktwerbung oder Sport-, Freizeit- und Musikstilen entstammt. Die meisten dieser kurzlebigen Zeichensysteme und damit verknüpften sozialen Muster werden nur noch von eng umrissenen Teilgruppen der Gesellschaft verstanden, meist bestimmten Alters- und Lebensstilgruppen, wie am Beispiel von Events aus der HipHop- oder Techno-Szene deutlich wird. Zudem steht bei den zeitgenössischen inszenierten Ereignissen, wie bereits im Zusammenhang mit der Erlebnisgesellschaft ausführlich erläutert wurde, nicht mehr die Vermittlung eines Sinnes oder einer Ideologie im Vordergrund, sondern das angenehme Erlebnis für die Individuen und ihre Teilhabe an einem bestimmten Lebensstil. „Dass aber in das Zentrum moderner Feste immer mehr die Suche nach dem individuellen Vergnügen, nach emotionaler Hochgestimmtheit in Form von Spaß und Nervenkitzel rückt, lässt sich freilich kaum bestreiten. Dies gilt selbst für jene Feste und Feiern, denen ein expliziter politischer oder karitativer Zweck zugrunde liegt.“ (Gebhardt 2000, 25) Ist vor diesem Hintergrund die Bezeichnung von heutigen Events als kulturelle Performances noch gerechtfertigt? Dafür spricht, dass diese trotz des dominanten Spaßfaktors nicht vollends auf kommunizierbare Botschaften bzw. Inhalte in Form von Symbolen verzichten können. Diese sind erforderlich, um den Teilnehmern gemeinsame Handlungsweisen und ein intensives Gemeinschaftserlebnis zu ermöglichen.

Formen der kulturellen Performance

Nach Victor Turner verfügt jede Epoche über eigene Formen der kulturellen Performance: bei Naturvölkern sei es das Ritual, in frühneuzeitlichen Gesellschaften der Karneval oder das Theater, in modernen und spätmodernen Gesellschaften Film, Theater oder Spektakel wie Festivals oder Freizeitparks, die unterschiedliche ästhetische Genres subsumieren (Turner zit. n. Bormann 2000, 143). Während Turner Rituale als kulturelle Performances von traditionellen Gesellschaftstypen, wie z.B. Naturvölkern, betrachtet, postulieren Wulf et al. (2001), dass auch unsere heutige Gesellschaft wesentlich durch kulturelle Performances mit rituellem Charakter geprägt sei. Die Ethnographengruppe untersucht die Bildung von Gemeinschaften über Rituale als performative Handlungsformen in der heutigen Gesellschaft:⁴⁹ „Unter Ritualen und Ritualisierungen werden hier wiederkehrende interaktive Handlungsmuster verstanden, die auf dem Wege des körperlich-sinnlichen Ausdrucks, stilisierter Gesten und szenischer Arrangements die jeweils

⁴⁹ Ziel der ethnographisch angelegten Studie ist es, zu zeigen, wie sich soziale Beziehungen in performativen Prozessen von Ritualen und Ritualisierungen bilden. Rituale werden dabei nicht - wie häufig üblich - ausschließlich mit Rigidität und Stereotypie in Zusammenhang gebracht, sondern es wird dargestellt, wie Rituale Gemeinschaften hervorbringen und gestalten. Die von den Autoren untersuchten Sozialisationsfelder umfassen u.a. den Lebensraum Familie, den Schulalltag und Medieninszenierungen. Unter einer „Gemeinschaft“ verstehen die Autoren dabei nicht eine organische oder naturgegebene Einheit, sondern einen ritualisierten Handlungs- und Erfahrungsraum, „der sich durch inszenatorische, mimetische, ludische und Machtelemente auszeichnet.“ (Audehm & Zirfas 2001, 40f.)

geltenden Grenzen, Ordnungen, Werte und Normen einer Gemeinschaft (...) konstituieren und confirmieren. (...) Ritualisierungen sind geprägt von kollektivem praktischem Mit- und Nachvollzug, von Wiederholungen und mimetischen Prozessen (...).“ (Göhlich & Wagner-Willi 2001, 120)

Wieso wird an dieser Stelle der Arbeit der Begriff des Rituals eingeführt und in welcher Beziehung steht er zur Vorstellung von Events als kulturellen Performances? Nicht alle inszenierten Ereignisse sind Rituale - Rituale teilen aber mit inszenierten Ereignissen wesentliche Gemeinsamkeiten: beide stiften als sinnlich erfahrbare Formen sozialer Interaktion Gemeinschaft und benötigen einen bestimmten Inhalt und eine zeitliche und räumliche Rahmung. Beide stellen symbolische Bedeutungsgefüge dar, die auf einem gemeinsamen kulturellen Wissensschatz basieren und damit gesellschaftlichen Verweisungscharakter besitzen. Als Darstellungen vor einem Publikum besitzen Rituale performativen Charakter. Sie sind „immer auch normierte und normierende Handlungsmuster (...). Rituale haben eine normative Ordnung, die in und durch formalisierte und repetitive Pragmatiken der Aufführung gewährleistet wird.“ (Audehm & Zirfas 2001, 49) Dieses Merkmal trifft auf viele inszenierte Ereignisse zu. Zwar gibt es Events, die tatsächlich nur ein einziges Mal stattfinden und damit keinen repetitiven Charakter aufweisen. Wie bereits im Zusammenhang mit der zeitlichen Rahmung von Ereignissen im Kapitel 2 erläutert wurde, werden indes viele Ereignisse mit weitestgehend formalisiertem Handlungsablauf in regelmäßigen Intervallen wiederholt und weisen in dieser Hinsicht rituelle Form auf. Während die Ritualisierung bei vielen traditionell verankerten Ereignissen, z.B. Prozessionen, religiös motiviert ist, folgt sie bei zeitgenössischen Ereignissen wie Kulturfestivals oder Sportveranstaltungen in der Regel wirtschaftlichen Erwägungen.

Ursprünglich standen in der Anthropologie die Rituale von Naturvölkern im Mittelpunkt des Forschungsinteresses; das Untersuchungsspektrum wurde jedoch im letzten Drittel des 20. Jahrhunderts auf hochentwickelte Industriegesellschaften ausgeweitet. Über Symbole, die sich zu einem bedeutenden Teil im Raum manifestieren, z.B. bei der Markierung der Schauplätze, wird ein Ritual für die Mitglieder einer Gesellschaft kommunizierbar; die Symbole als Bausteine der kulturellen Performance funktionieren dabei als Vehikel sozialer Reproduktion und Transformation. Rituale sind auf der einen Seite wesentlich an der Konstituierung und Erhaltung von sozialer Ordnung beteiligt, können auf der anderen Seite aber auch soziales Veränderungspotential, z.B. den Aufstieg des Einzelnen innerhalb einer sozialen Ordnung, ausloten (vgl. Wulf et al. 2001). Im Barock beispielsweise bezweckten inszenierte Ereignisse zum einen den Erhalt der höfischen Ordnung, zum anderen aber konnten diese für bestimmte Mitglieder der Hofgesellschaft mit einem Aufstieg in der sozialen Ordnung verbunden sein (Ritterschlag).

Eine weitere Eigenschaft von Ritualen, die sich auf viele Events übertragen lässt, ist ihr *ludischer* (spielerischer) Charakter. Das Ludische im Ritual steht nur auf den ersten Blick im Widerspruch zu dessen normierten und repetitiven Merkmalen, denn es erfolgt innerhalb definierter Grenzen. „Im ritualisierten Miteinander der (zuschauenden) Akteure ergeben sich Spielräume für spontanes und kreatives Handeln, in denen die gemeinschaftlichen Normen zeitweise außer Kraft gesetzt werden können, um sie dann - mittels spiele-

rischer Einübung - erneut in das Bewußtsein und die Körper der Beteiligten einzuschreiben; oder es werden mittels spielerischer Hinzunahme von neuen Themen und Handlungsformen in die Reinszenierung von Gemeinschaft Möglichkeiten der Kritik bestehender Zustände wie ihrer Veränderung und Subversion erprobt. Im Ludischen konvergieren Macht und Normativität mit Kritik und Kontingenz.“ (Wulf & Zirfas 2001, 341)

Als Inszenierungen von kulturellen Symbolen treten inszenierte Ereignisse in zwei grundlegenden Formen auf - als *Darstellung* und als *Wettkampf*. Diese beiden Typen differenziert bereits Alberti in seinen Ausführungen über Theater und Zirkus in der Antike: „Von den Schauspielen sind die einen beschaulicher, die anderen sportlicher Natur. Alles, was unsere Muße angenehm ausfüllt, sind Dichter, Musiker und Schauspieler. Was sich aber aufs Kriegshandwerk bezieht, ist der Ringkämpfer, der Faustkämpfer, der Kampfriemen, der Wurfspieß, der Rennwagen und alle derartigen Waffenspiele, die Plato jedes Jahr abhalten läßt, weil sie zum Heil des Staates und zur Zier der Stadt wunderbar beitragen. Hierzu sind verschiedenerlei Gebäude notwendig, die auch mit den verschiedensten Namen benannt werden.“ (Alberti 1975, 444) Darstellung und Wettkampf beschreibt auch Johan Huizinga in seinem Werk über den *homo ludens* als wesentliche Erscheinungsformen des Spiels (Huizinga 2001, orig. 1938). Deren Übertragung auf inszenierte Ereignisse erscheint aufgrund der weitreichenden Parallelen zulässig: Huizinga charakterisiert das Spiel als wesentliches kulturelles Element und soziale Aktivität innerhalb einer Gesellschaft; als solche ist es für ihn „eine bestimmte Qualität des Handelns (...), die sich vom ‚gewöhnlichen‘ Leben unterscheidet.“ (Huizinga 2001, orig. 1938, 12) Als abgeschlossene, begrenzte Einheit hebt das Spiel Huizinga zufolge für einen begrenzten Zeitraum die „gewöhnliche Welt“ auf und besitzt dabei „eine eigene und unbedingte Ordnung“ (Huizinga 2001, orig. 1938, 19).

Alle wesentlichen Formen von Events von religiösen Kulturen über szenische Darstellungen und politische Manifestationen bis hin zu Sportereignissen lassen sich auf die beiden Grundtypen der Darstellung und des Wettkampfes, oft in Mischformen, zurückführen. Sie sind jeweils mit charakteristischen Inszenierungs- und Erlebnisweisen und damit bestimmten Schauplätzen verbunden. Der Begriff der „Performance“ verweist darauf, dass inszenierte Ereignisse Darstellungen von bestimmten Inhalten sind. Besonders deutlich wird dies bei Kulturen, szenischen Aufführungen oder musikalischen Darbietungen. Daneben weisen manche Events eine antithetische Struktur auf und laufen in Form von Wettkämpfen ab, wie z.B. Sportveranstaltungen. Der Wettkampfcharakter trifft jedoch anders als der Aspekt der Darstellung nicht auf alle Events zu. Ereignisse wie Konzerte besitzen gar keinen Wettkampfcharakter; dagegen überlagern sich Darstellung und Wettkampf, wie Huizinga im Bezug auf das Spiel beschrieben hat (Huizinga 2001, orig. 1938, 22), wenn ein Ereignis wie ein Ritterturnier einen Kampf um etwas darstellt, oder aber ein Wettstreit um die beste Darstellung ist, z.B. ein Musikwettbewerb.

Darstellung

Das grundlegende Prinzip einer Darstellung besteht darin, dass einem Publikum etwas vorgeführt und darüber eine bestimmte Botschaft vermittelt wird. Selbst etwas „natürlich Gegebenes“ (Huizinga 2001, orig. 1938, 22),

wie beispielsweise die Schönheit eines Tiers, wird bei einer Performance Träger einer symbolischen Bedeutung. Ereignisse können so geplant werden, dass sie bestimmte Botschaften an die Teilnehmer übermitteln. Die zielgerichtete Inszenierung ist aber nur die eine Ebene der Darstellung. Denn über die von den Schöpfern intendierten Bedeutungen hinaus erlauben inszenierte Ereignisse wesentliche Rückschlüsse auf ihren kulturellen Kontext, den Stellenwert von bestimmten gesellschaftlichen Schichten oder das religiöse und philosophische Weltbild einer Zeit. Der englische Historiker Peter Burke hat auf diese zweite Ebene der Bedeutung von kulturellen Äußerungen im Zusammenhang mit der Eignung von Bildern als historische Quellen verwiesen (Burke 2003, 23ff.). Burke zeigt am Beispiel der Portraitmalerei, dass ein Künstler ein Bild gezielt mit Bedeutungen aufladen kann. Beispielsweise kann er dem Portraitierten Accessoires als „Requisiten“ im theatralischen Sinn zuordnen, um dadurch bestimmte Botschaften zu vermitteln: so galt in der italienischen Renaissance ein großer Hund als Symbol für Jagd und aristokratische Männlichkeit (Burke 2003, 28-30). Darüber hinaus könne ein Historiker, so Burke, den Details eines Bildes höchst aufschlussreiche Aspekte entnehmen, die dem Künstler nicht bewusst gewesen seien: „Bei Aussagen von Bildern - wie auch in vielen anderen Fällen - sind die Zeugen dann am glaubwürdigsten, wenn sie uns etwas erzählen, von dem sie - hier also die Künstler - gar nicht wissen, daß sie es wissen.“ (Burke 2003, 36) Dabei kann es erforderlich sein, weitere kulturelle Zeugnisse für die Deutung hinzu zu ziehen. Auch der Publizist und Filmhistoriker Siegfried Kracauer verweist darauf, dass die Analyse von beiläufigen „Oberflächenerscheinungen“ einer Zeit aufschlussreicher sein könne als die der bewussten Selbstzeugnisse: „Jene gewähren ihrer Unbewußtheit wegen einen unmittelbaren Zugang zu dem Grundgehalt des Bestehenden. An seine Erkenntnis ist umgekehrt ihre Deutung geknüpft.“ (Kracauer 1977, orig. 1927, 50)

Religiöse *Kulte* sind die ursprüngliche Form von sozialen Ereignissen mit darstellendem Charakter. Huizinga hat dargestellt, wie sich in religiösen Kulturen die Vorstellungen einer Gesellschaft von der Ordnung ihres Daseins auf eine symbolische Weise versinnbildlichen. „Der Kult ist eine Darstellung, eine dramatische Vorstellung, eine Verbildlichung, eine stellvertretende Verwirklichung.“ (Huizinga 2001, orig. 1938, 24) Religiöse Kulte waren in allen Kulturen immer mit weltlichen Elementen des ausgelassenen Festes vereint und standen damit im Spannungsfeld zwischen liturgischer Ordnung und saturnalischer Freiheit. Die Bräuche archaischer und antiker Völker beschreibt Huizinga wie folgt: „Das Volk, das sich zu seinen Heiligtümern aufmacht, macht sich zu gemeinsamer Freudenkundgebung auf. Weihung, Opfer, heilige Tänze, sakrale Wettkämpfe, Aufführungen, Mysterien, alles ist in den Rahmen des Festes einbezogen. Auch wenn die Riten blutig, die Prüfungen der Einzuweihenden grausam, die Masken schreckenerregend sind, das Ganze spielt sich als Fest ab. Das ‚gewöhnliche Leben‘ ist stillgelegt. Mahlzeiten, Gelage und allerlei Ausgelassenheit begleiten das Fest in seiner ganzen Dauer. Mag man nun an griechische oder an afrikanische Beispiele denken, es wird kaum möglich sein, eine scharfe Grenze zwischen Feststimmung im allgemeinen und heiliger Erregung über das zentrale Mysterium zu ziehen.“ (Huizinga 2001, orig. 1938, 30f.) Die geweihten Handlungen des religiösen Kults laufen nach Huizinga in Form eines Dramas ab, in dem die Vorstellung von einer höheren Ordnung der Dinge eine



In Spanien finden in der Karwoche (Semana Santa) bis heute prunkvolle Prozessionen statt.

„heilige“ Form annimmt. Diese Darstellung „wird gespielt, innerhalb eines tatsächlich abgesteckten Spielraums aufgeführt, als Fest, d.h. in Fröhlichkeit und Freiheit. Eine eigene, zeitweilig geltende Welt ist ihr zuliebe abgezäunt. Mit dem Ende des Spiels aber ist seine Wirkung nicht abgelaufen; es wirft vielmehr auf die gewöhnliche Welt da draußen seinen Glanz und bewirkt für die Gruppe, die das Fest gefeiert hat, Sicherheit, Ordnung und Wohlstand, bis die heilige Spielzeit wieder da ist.“ (Huizinga 2001, orig. 1938, 23)

Wesentliche Typen von kulturellen Performances wie Schauspiel, Musik und Tanz haben ihre Wurzeln in kultischen Formen. Den dramatischen Formen ist der Ursprung im Kult heute kaum mehr anzumerken, da sie sich bereits in der Antike zu eigenständigen literarischen und künstlerischen Gattungen entwickelten. Beispielsweise entstand im antiken Griechenland die attische Komödie aus den archaischen Bräuchen des Dionysosfestes heraus und entwickelte sich erst allmählich zum literarischen Kunstwerk. „Die alte Komödie gehört mit ihrer öffentlichen Kritik und ihrem beißenden Spott ganz in die Sphäre der schmähenden und herausfordernden und trotzdem festlichen Wechselgesänge (...).“ (Huizinga 2001, orig. 1938, 159) Die griechische Tragödie diente in ihren Anfängen nicht der literarischen Widergabe von menschlichen Schicksalen, sondern war „ gespielter Gottesdienst“ (Huizinga 2001, orig. 1938, 159). Auch Musik und Tanz als wesentliche Bestandteile heutiger Events waren ursprünglich eng mit dem religiösen Kult verbunden: „Aller echter Kult wird getanzt, gesungen und gespielt.“ (Huizinga 2001, orig. 1938, 174) Die Griechen siedelten die Musik in einer Sphäre zwischen edlem Spiel und selbständigem Kunstgenuss an. Sie galt ihnen als eine mimetische Kunst, die ethische Gefühle nachzuahmen und beim Zuhörer wachzurufen verstünde. Dem schließt sich Huizinga an: „Auch ohne Beziehung auf formulierte religiöse Vorstellungen fließen im Genießen von Musik das Empfinden des Schönen und das Gefühl der Weihe ineinander (...).“ (Huizinga 2001, orig. 1938, 174)

Die Merkmale des religiösen Kultes wurden vielfach auf politisch motivierte Ereignisse übertragen, wie z.B. der barocke Kult um den Sonnenkönig, der NS-Führerkult, der bei den Reichsparteitagen zelebriert wurde (vgl. hierzu Kapitel 3.2), oder auch sozialistische Paraden beweisen. Sie alle bedienen sich szenischer Mittel, die ursprünglich religiösen Festen entstammen (Paraden, Umzüge, Musik, Illumination).

Wettkampf

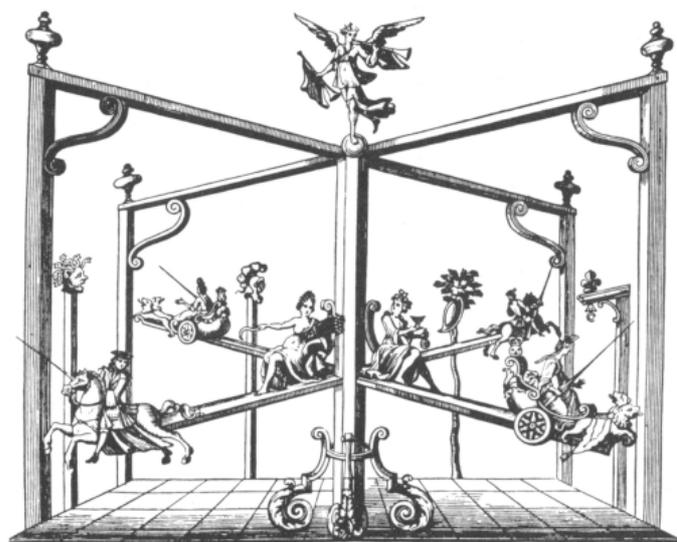
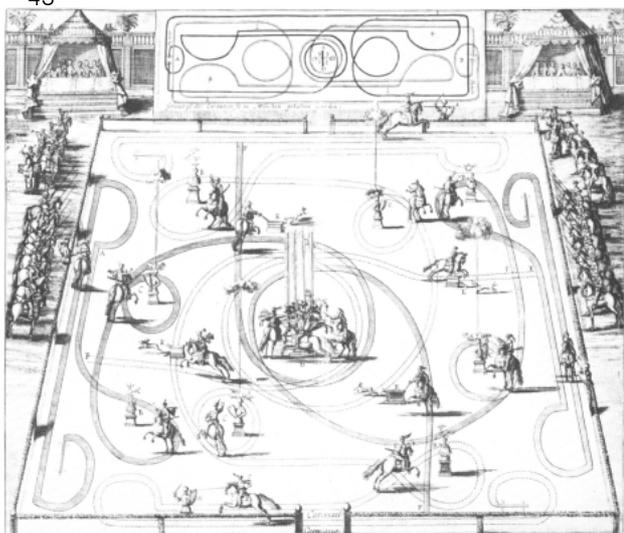
Im Mittelpunkt der bisherigen Beschreibungen von Ereignissen stand ihr darstellender Charakter. Im folgenden wird nun als zweiter wichtiger Gesichtspunkt die antithetische Struktur vieler historischer und zeitgenössischer Ereignisse erörtert, die als Wettkämpfe zwischen konkurrierenden Gruppen und Einzelpersonen ablaufen. Beispiele dafür sind u.a. die griechische Olympiade, die römischen Gladiatorenkämpfe, Pferderennen und Stierkämpfe, die mittelalterlichen Ritterturniere und zeitgenössische Sportveranstaltungen oder Musikwettbewerbe. Nicht wenige der im vorigen Abschnitt erläuterten Darstellungen - selbst religiöse Feste - weisen innerhalb ihres Rahmens Teilaspekte des Wettkampfes auf, z.B. in Form von Geschicklichkeitsspielen oder Kämpfen. Im Zentrum des antithetischen Ereignisses steht sowohl für das Publikum als auch für die Teilnehmer der unmittelbare Ablauf des Wettkampfes, bei dem die Teilnehmer bestimmte

Regeln einhalten müssen. Die Regeln spiegeln sich im eigens für eine bestimmte Art von Wettkampf gestalteten Schauplatz wider.

Für die Teilnehmer geht es beim Wettkampf um die wechselseitige Erprobung von Geschicklichkeit, Kraft, Mut oder besonderen Kenntnissen. Ihr Ziel besteht darin, den oder die Gegner zu schlagen oder sich in einer Rangliste der Teilnehmer möglichst weit oben zu platzieren, z.B. bei einem sportlichen Wettkampf. Dadurch entsteht für das Publikum Spannung. Um am Ereignis teilhaben und „mitfiebern“ zu können, muss auch das Publikum die Regeln des Wettkampfes verinnerlicht haben. „Der Ausgang eines Spiels oder eines Wettkampfes wird nur für die wichtig, die sich als Mitspieler oder Zuschauer - wenn nicht persönlich, dann vielleicht als Zuhörer am Radio oder sonstwie - in die Sphäre des Spiels begeben und seine Regeln angenommen haben.“ (Huizinga 2001, orig. 1938, 60)

Die wesentlichen Prinzipien des Wettkampfes lassen sich am Beispiel des ritterlichen Turniers zeigen, das im Lauf der Zeit wesentliche Bedeutungsverschiebungen durchlief. Ritterturniere stellten vom Mittelalter über die Renaissance bis zum Barock wesentliche Bestandteile von höfischen Feierlichkeiten dar. In ihren Ursprüngen dienten die Turniere als Wettkämpfe unter Gleichen dem Ausfechten einer höfischen Rangordnung und der Ausbildung der jungen Ritter im Umgang mit Waffen und Pferd. Das Turnier war ein Kräftemessen zwischen zwei gleichstarken Mannschaften, das Lanzenstechen dagegen ein Zweikampf von Rittern. Die Wettkämpfe fanden auf eigenen Turnierplätzen nahe der Adelssitze statt. Die doppelt umfriedeten Turnierplätze wiesen in der Mitte eine 1,50 m hohe Barriere auf, die Feldgröße war abhängig von der Zahl der Turnierteilnehmer. An der Breitseite befanden sich Tribünen, die das Publikum aufnahmen. Bauten und Tribünen waren in der Regel temporär und mit Fahnen und Teppichen geschmückt (Viollet-le-Duc zit. n. Daufresne 1994, 17).

In der Renaissance wurden die Ritterturniere des Mittelalters fortgeführt und entwickelten sich trotz vieler Unfälle mit tödlichem Ausgang von Kampfübungen zu beliebten „Sonntagsvergnügen“. Catherina de´ Medici allerdings verbot das Kampfspiel, nachdem ihr Gatte Heinrich II. bei einem Turnier umgekommen war. In der Folge wurde das echte Kampfgetümmel durch das weniger gefährliche Lanzen- und Kopfstechen ersetzt, bei denen Reiter im vollen Galopp der Kopf einer Türkenpuppe oder ein Medusenhaupt aufnehmen oder mit einer Lanze in das Innere eines Rings treffen mussten (Kunstabibliothek Berlin 1987, 4). Im Barock büßten die Turniere ihre Rolle als Kräftemessen unter Gleichen vollends ein und verwandelten sich in kunstvolle Spiele und gefahrlose Geschicklichkeitsproben, die sogenannten *Carrousel*s. Dabei kam es vor allem auf Geschick und Grazie an: „An Stelle von Mut und Kraft treten Geschicklichkeit und Eleganz als die Tugenden, die den Preis gewinnen. Der Ritter weicht dem Kavalier.“ (Alewyn 1985, 20) Das Turnier verwandelte sich in eine kunstvolle Darstellung in Form eines minutiös geplanten Balletts zum Ruhme des Sonnenkönigs. Die adeligen Teilnehmer wurden „(...) in Reihen oder Trupps, nach Farben und Kostümen unterschieden, wie Tänzergruppen behandelt. Die vorgeschriebene Bewegung nur gelegentlich durch ein Stechen oder Knallen unterbrechend, beschreiben sie anmutige Muster oder tiefsinnige Figuren auf der Reitbahn: (...) eine unendliche Melodie bewegten Ornaments, die unablässig neue Formen gebiert und verschlingt.“ (Alewyn 1985, 21) Von 1700 an wurde das Carousselreiten bei



links:

Im Barock entwickelte sich das Turnier zum kunstvollen Ballett („Grundriß des Carousels so in München gehalten worden“, 1729, Kupferstich).

rechts:

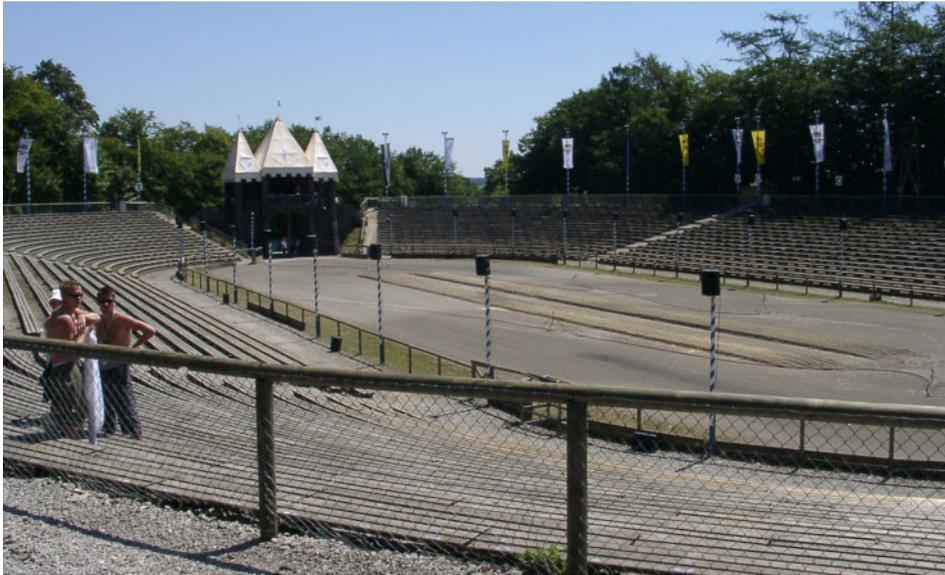
Das Ringel- und Kopfstechen bei Hofe wurde in Form der Karussells sukzessive vom Bürgertum übernommen („Le Jeu de la Bague Symbolique“, Holzschnitt von Jean Papillon).

Hofe zunehmend durch eine mechanische Drehvorrichtung ersetzt, von der aus man auf hölzernen Pferden sitzend mit der Lanze Ringe oder Holzköpfe anvisierte (Ringelspiel, Kopfstechen) - damit war die frühe Form des heutigen Karussells geboren. Diese zunächst höfische Vergnügungseinrichtung, die beispielsweise auf Schlossansichten von Michael Wening in unmittelbarer Nähe der Schlösser zu sehen ist, entwickelte sich seit der ersten Hälfte des 18. Jahrhunderts zur Attraktion in den Vergnügungsparks für das Volk (Dering 1986, 27ff.). Das erste öffentliche Karussell wurde 1766 im Wiener Prater aufgestellt.

Während die Abstammung der Karussells vom Turnier sich heute nicht mehr unmittelbar ablesen lässt, werden wieder Ritterturniere möglichst detailgetreu nach historischen Vorbildern veranstaltet. Sie sind die Attraktionen von zahlreichen Mittelalterfestivals wie den Kaltenberger Ritterturnieren. Allerdings besitzen diese Veranstaltungen keinen echten Wettkampfcharakter mehr, sondern haben sich in musikalisch untermalte Schaukämpfe und damit unterhaltsame „Darstellungen“ verwandelt, in denen mittelalterliche Rittertugenden wie Mut und Kraft von Schauspielern in einer perfekten Choreographie „gespielt“ werden.

Damit ist die kulturanthropologisch und ethnographisch begründete Betrachtung von Events als kulturellen Performances abgeschlossen. Sie basierte auf der Annahme, dass inszenierte Ereignisse in einer Gesellschaft bestimmte kulturelle Werte und soziale Handlungsmuster auf symbolische Weise öffentlich darstellen und sie für die Mitglieder der Gesellschaft im Raum sinnlich erfahrbar machen. Es wurde gezeigt, dass kulturelle Performances ihren Teilnehmern die Möglichkeit der kulturellen Selbstvergewisserung bezüglich kultureller Werte und normativer Vorstellungen bieten. Damit dienen sie der Selbstdarstellung innerhalb einer Gesellschaft und der Bestätigung der existierenden gesellschaftlichen Situation, aber auch der Entwicklung alternativer Handlungsformen.

Mit Bezug auf Clifford Geertz konnte dargestellt werden, dass Events als symbolische Inszenierungen von kulturellen Inhalten und komplexe Formen von sozialem Handeln begriffen werden können, die auf dem Miteinander der Teilnehmer an herausgehobenen Schauplätzen und inner-



halb definierter Zeiträume basieren. Goffman dagegen trug zur Ableitung des Performancebegriffes seine dramaturgische Sichtweise auf das soziale Leben bei. Er begreift alle Interaktionen in der sozialen Welt – sowohl Alltagshandlungen als auch besondere Ereignisse – als „Performances“ auf einer „Bühne“ vor einem „Publikum“ und betont die Bedeutung der „Kulissen“ und „Requisiten“ bei der sozialen Interaktion. Auch die Betrachtung von Ritualen als performative Handlungen trug dazu bei, die „zeitlosen“ Aspekte von Events herauszuarbeiten. Als Gemeinsamkeiten zwischen Ritualen und inszenierten Ereignissen wurde dargestellt, dass beide als sinnlich erfahrbare Formen sozialer Interaktion Gemeinschaft stiften und symbolische Bedeutungsgefüge darstellen, die auf einem gemeinsamen kulturellen Wissensschatz basieren. Wie Rituale werden auch viele Events mit weitestgehend formalisiertem Handlungsablauf in regelmäßigen Intervallen wiederholt. Weiterhin konnte gezeigt werden, dass das ludische Moment im Ritual nur auf den ersten Blick im Widerspruch zu dessen normierten und repetitiven Merkmalen steht, da es innerhalb definierter Grenzen stattfindet. Mit der Darstellung und dem Wettkampf wurden daraufhin die grundlegenden Erscheinungsformen der kulturellen Performance beschrieben, über die Gesellschaften kulturelle Symbole und soziale Handlungsmuster in Szene setzen und reproduzieren. Damit konnte in diesem Abschnitt gezeigt werden, dass die mit inszenierten Ereignissen verknüpften Zeichensysteme nicht nur auf dem gegenwärtigen Erlebnismarkt Bedeutung als Materiallieferanten für die Lebensstile der Individuen haben, sondern auch in früheren Zeiten wesentlich an der Konstitution der Gesellschaft beteiligt waren.

Turnierplatz und Szene des „Kaltenberger Ritterturniers“, 2003

4.4 Event – Akteure

*Die Bühne und der Saal,
die Schauspieler und die Zuschauer
machen erst ein Ganzes.*

Johann Wolfgang von Goethe

Sowohl die soziologische Perspektive auf Events als Angebote auf dem zeitgenössischen „Erlebnismarkt“ als auch die anthropologische Perspektive auf inszenierte Ereignisse als soziale Situationen mit theatralem Charakter haben deutlich gemacht, dass Events ein Zusammenspiel von zwei unterschiedlichen Typen von Akteuren sind – den *Produzenten*, also den „Regisseuren“ oder Veranstaltern auf der einen Seite und den *Konsumenten*, dem „Publikum“, auf der anderen Seite. Das besondere Ereignis entsteht unmittelbar im gemeinsamen Handeln der Teilnehmer, betont Hitzler (2000, 404f.): „In einer verwickelten Dialektik des Miteinander-Machens (...) aller Beteiligten wird das Event als ein räumlich, zeitlich und sozial besonderes Ereignis `in situ` konstruiert.“ Die eine Gruppe von Akteuren bereitet Atmosphären und Erlebnisangebote vor, die von der anderen Gruppe sinnlich wahrgenommen werden. Nachdem in den bisherigen Ausführungen das Event und sein gesellschaftlicher Stellenwert im Mittelpunkt standen, sollen nachfolgend die Event-Akteure hinsichtlich ihrer Motive und ihrer spezifischen Art der Teilhabe an inszenierten Ereignissen differenziert betrachtet werden. Dabei kann nicht unmittelbar auf eine bereits existente, umfassende Theorie zurückgegriffen werden. Vielmehr werden Ausführungen zur Geschichte des religiösen und weltlichen Festes mit Beispielen von historischen und zeitgenössischen Ereignissen und anthropologischen Erkenntnissen verknüpft. Die separate Darstellung der beiden Typen von Event-Akteuren erlaubt es dabei, ihren *unterschiedlichen Handlungsrationalitäten* gerecht zu werden.

Dass Produzenten und Konsumenten von Events unterschiedlichen Handlungsrationalitäten folgen, erbrachten bereits die Ausführungen zu Events auf dem sogenannten Erlebnismarkt im Abschnitt 4.2. „Während die Erlebnisanbieter versuchen müssen, den Zielhorizont ihrer Klientel möglichst gut zu erfassen, brauchen die Erlebnismachfrager nur zu wissen, wo ihnen was wofür geboten wird“ (Schulze 1996, 423). Mit Bezug auf Schulze wurde deutlich, dass der Event-Produzent strategisch und zweckgebunden handelt, indem er mit seinem Angebot klar definierte, *außenorientierte* Zielsetzungen verfolgt. Meist unterliegt die Veranstaltung von Events ökonomischen Motiven, etwa bei Konzertveranstaltern. Besonders deutlich wird die ökonomische Ausrichtung von Events auch beim Eventmarketing, das das Image einer Marke oder eines Unternehmens mittels Inszenierung von Events in „reales Leben und Erleben“ (Willems zit. n. Etscheid 2001, 36) übersetzen und damit den Absatz der Produkte erhöhen soll. Aber auch die Vermittlung von Informationen oder Propaganda über eine Institution oder Firma können als Zielsetzungen im Mittelpunkt von inszenierten Ereignissen stehen, z.B. bei Parteiveranstaltungen. Bei manchen Events geht es auch um die Inszenierung bzw. „Bespielung“ von Räumen, etwa zur Imagepflege einer Stadt oder zur Aufwertung von öffentlichen Straßen- oder Platzräumen. Beispielsweise projizieren Citymanager im innerstädtischen Freiraum Konzerte, Sportveranstaltungen oder Märkte, um die Attraktivität von Einkaufszonen zu erhöhen. Die Inszenierung von Events an besonderen Schauplätzen und

ihre Ausgestaltung mit bestimmten atmosphärischen Qualitäten ist also kein Selbstzweck, sondern auf die mit Events verbundenen Zielsetzungen abgestimmt. Das erfordert von den Veranstaltern eine planmäßige, strategische Vorgehensweise, bei der möglichst kein Detail dem Zufall überlassen bleibt (vgl. Interview Schenk 2003). Vor allem müssen die Veranstalter ihre eigentlichen Motive in Erlebnisangebote „verpacken“, um das anvisierte Publikum anzusprechen. Dieses nämlich folgt bei der Teilnahme an Events im Gegensatz zu den Veranstaltern überwiegend *innenorientierten* Motiven.

Wie mit Bezug auf Schulze (1996) dargestellt wurde, sucht das Publikum Events in der Regel aufgrund ihrer Erlebnisqualitäten auf, etwa wegen der Anwesenheit von Stars, oder um einer bestimmten kulturellen Darbietung beizuwohnen. Daneben werden bestimmte Arten von Ereignissen, wie mit Bourdieu (1994) erläutert wurde, von den Teilnehmern auch aus Gründen des Statusgewinns und der sozialen Distinktion und damit aus eher zweckorientierten Motiven heraus besucht. Die bereits erläuterten außenorientierten Zielsetzungen des Veranstalters sind für das Publikum jedoch in der Regel von untergeordneter Bedeutung. Eine Ausnahme bilden religiöse oder politische Veranstaltungen, deren Besuch in der Regel nicht primär dem individuellen Lustgewinn geschuldet ist. Die Anziehungskraft der meisten Events besteht aber überwiegend aus der körperlich-sinnlichen Teilhabe an einem Massenerlebnis. „Worum es dabei geht, ist die momentane suggestive Überwältigung durch die Masse, an der man selbst als Partikel beteiligt ist. Auf diese Weise transformieren sich Nachricht, Kunst, Religion, Gemeinschaft in Aktualitätsgefühl, Kunsterlebnis, religiöse Empfindung, Massenschauer.“ (Schulze 1999, 100, Hervorh. i. Orig.) Bei der `Blade-Night` beispielsweise, die in München von dem ökologisch orientierten Verein `Green City` organisiert wird, nimmt allenfalls eine Minderheit der Freizeitsportler aus stadtökologischen Motiven an der Veranstaltung teil, während für die Mehrheit der persönliche Spaß an der Bewegung unter Gleichgesinnten in den sonst nicht zur Verfügung stehenden Verkehrsräumen im Mittelpunkt steht.

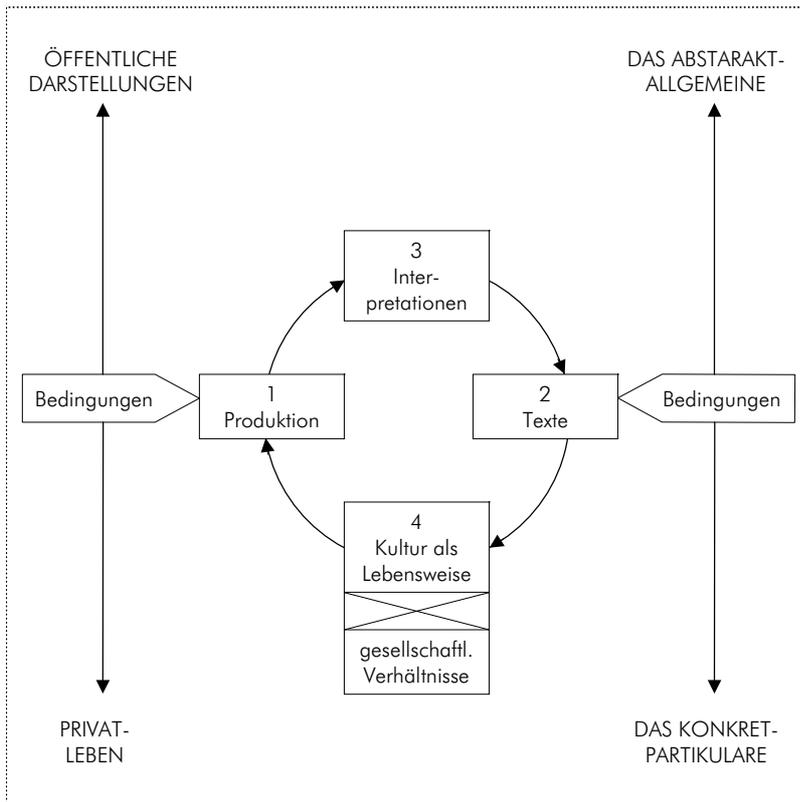
Bei den Akteuren von Events stehen sich damit die zweckrationale Planung von Erlebnisrahmen in Form von Atmosphären auf der Produzentenseite und die emotional-sinnliche Wahrnehmung von Atmosphären auf der Rezipientenseite gegenüber. Welche Theorien sind geeignet, um die entgegengesetzten Handlungsrationitäten der Event-Akteure erfassen zu können? Die planmäßige Vorgehensweise der Veranstalter legt einen strukturalistischen Blickwinkel auf Events als Zeichensysteme nahe, bei denen die Organisatoren den Teilnehmern Botschaften und Erlebnisreize vermitteln wollen und dazu gezielt bestimmte Strategien einsetzen. Diese Perspektive nimmt Schulze (1996) bei seiner Diagnose einer fortschreitenden Ästhetisierung des Alltagslebens ein, wie in Abschnitt 4.2 im Zusammenhang mit dem Erlebnismarkt bereits skizziert wurde. Unter Alltagsästhetik versteht Schulze, dass Produkte vom Hersteller als Zeichen kodiert und vom Konsumenten als Zeichen dekodiert werden. „Alltagsästhetik wird als ein Verhältnis von Zeichen und Bedeutung modelliert. Was Gegenstand alltagsästhetischer Episoden ist, von der Mondscheinsonate bis zum Autozubehör, erscheint aus der Perspektive des semantischen Paradigmas als Zeichen, dessen Gehalt Erlebnisse sind.“ (Schulze 1996, 96) Die Mechanismen der Alltagsästhetisierung können Schulze zufolge mit Hilfe einer sozialen Semiotik beleuchtet werden.

Die *Semiotik* ist als Lehre von den Zeichen in visuellen und verbalen Sprachen aus dem Strukturalismus hervorgegangen. Den Grundstein für den *Strukturalismus*, dessen methodisches Instrumentarium seit den 1960er Jahren Eingang in zahlreiche geisteswissenschaftliche Disziplinen fand, legte zu Anfang des 20. Jahrhunderts Ferdinand de Saussure in den Sprachwissenschaften. Er begriff Sprache als ein strukturiertes Zeichensystem und entwickelte Methoden zur Erfassung ihrer Gesetzmäßigkeiten.⁵⁰ Die Semiotik gliedert sich, so Max Bense (1975), in die *Syntaktik* (die Beziehungen der Zeichen untereinander), die *Semantik* (die Beziehungen zwischen Bezeichnetem und Zeichen) und die *Pragmatik* (die Beziehungen zwischen Bezeichnetem, Zeichen und Benutzer). Die Semiotik basiert auf der Annahme, dass alle Kulturphänomene als kommunikative Prozesse und Zeichensysteme untersucht werden können. Die Produktion und Vermittlung von Bedeutungen im Kommunikationsprozess folgt nach semiotischer Auffassung den Regeln einer „Sprache“; kulturelle Artefakte werden als „Texte“ interpretiert, die nach den Regeln einer „Sprache“ geschaffen werden.

Als Grundlage jeder Kommunikation setzt die Semiotik die Existenz von sprachlichen Konventionen, den sogenannten *Codes* voraus. Jeder Code ist ein „System von Symbolen, welches durch vorherige Übereinkunft dazu bestimmt ist, die Information zu repräsentieren und sie zwischen Quelle und Bestimmungsort zu übertragen.“ (Miller zit. n. Eco 1971, 19) Damit vermittelt der Code eine bestimmte Bedeutung. Basierend auf dem Code als Schlüssel zum Sinn überträgt die Semiotik das ursprünglich innerhalb der Nachrichtentechnologie entwickelte Kommunikationsmodell auf alle Bereiche der Kultur: ein Sender gibt in Form von Signalen eine Botschaft weiter, die in einem Code verschlüsselt (kodiert) ist. Der Empfänger entschlüsselt (dekodiert) die Signale und reagiert durch entsprechendes Verhalten auf die Botschaft des Senders. Die Voraussetzungen für das Funktionieren dieses Systems sind ein gemeinsames Repertoire von Wahrnehmungsweisen und Codes bei Sender und Empfänger sowie die störungsfreie Übertragung der Nachricht.

Der Untersuchung von kulturellen Phänomenen als „Zeichenträger“ in einem Kommunikationsprozess widmen sich unter strukturalistischem Einfluss auch Vertreter der Cultural Studies. Wie in Abschnitt 4.2 bereits dargestellt, fokussieren sie sich bei der Untersuchung von Textproduktion und -rezeption auf die Rolle der Zeichensysteme im Ringen gesellschaftlicher Gruppen um soziale Positionen. Dabei entwickelten Stuart Hall (1999, orig. 1980) und Richard Johnson (1999, orig. 1983) das der Nachrichtentechnik entstammende Kommunikationsmodell entscheidend weiter, indem sie die Komplexität der Produktion und Konsumtion von Kulturprodukten berücksichtigen. Beide kritisieren die strukturalistische Reduktion des Kommunikationsprozesses auf den linearen Bezug Sender - Nachricht - Empfänger in Form einer Rückkoppelung, da dabei eine strukturelle Verknüpfung der einzelnen Elemente zu einer komplexen Beziehungsstruktur unterbleibe. „Doch ist es denkbar und auch sinnvoll, diesen Prozeß als eine Struktur aufzufassen, die durch die Artikulation miteinander verbundener, aber eigenständiger Momente produziert und aufrechterhalten wird: Produktion, Zirkulation, Distribution/Konsum, Reproduktion. Dies hieße, den Prozess als `komplexe, dominante Struktur´ zu verstehen, die durch die Artikulation miteinander verbundener Praktiken entsteht, von denen jede in

⁵⁰ De Saussure differenzierte zwischen dem individuellen Sprechen (*langue*) und einem überindividuellen Wertesystem (*parole*), das als soziale Institution der Sprachgemeinschaft dient und die Sprache entscheidend prägt (Halder & Müller 1988, 289f.).



Kreislauf der Produktion, Zirkulation und Konsumtion kultureller Produkte (Schema nach Johnson 1999, 148)

ihrer Unverwechselbarkeit erhalten bleibt und ihre spezifische Modalität, ihre eigenen Existenzformen und -bedingungen hat.“ (Hall 1999, orig. 1980, 92f.)

Wie sinnvoll die Betrachtung von Kodierungs- und Dekodierungsprozessen als verbundene Systeme mit jeweils eigenen Modalitäten ist, zeigt sich daran, dass beide in Realität nicht immer symmetrisch zueinander verlaufen. So kann es vorkommen, dass die vom Sender verschlüsselte Botschaft vom Empfänger in einem ganz anderen Sinn interpretiert wird. Jede Gesellschaft besitzt ihre eigenen Bedeutungssysteme. Ihre Kenntnis ist die Voraussetzung dafür, einen „Text“, etwa ein Gemälde, im Sinne des Künstlers deuten zu können, wie der Kunsthistoriker Peter Burke mit einem von Erwin Panofsky stammenden Beispiel verdeutlicht: „Ein australischer Buschmann wäre nicht in der Lage, das Motiv des letzten Abendmahls als solches zu erkennen; ihm würde es lediglich die Vorstellung eines Essens in lebhafter Runde vermitteln.“ (Panofsky zit. n. Burke 2003, 39) Was Panofsky hier beschreibt, ist ein klassisches „Missverständnis“ im Kommunikationsprozess. Es rührt daher, dass der Buschmann einen anderen gesellschaftlichen Hintergrund hat als der abendländische Künstler und das Abendmahl deshalb nicht als religiöses Zeichen deuten kann. Die Ursachen für derartige kommunikative Missverständnisse verdeutlicht Richard Johnson im untenstehenden Schema. Es veranschaulicht, dass die Produktion, die Texte selbst und ihre Interpretation im Kommunikationsprozess zwar in engem Zusammenhang in Form eines Kreislaufes stehen, dass aber Produktion und Interpretation jeweils eigenen Bedingungen unterliegen. Für die Interpretation von Zeichensystemen bedeutet das, dass man, selbst wenn man deren Produktionsbedingungen kennt, nicht notwendigerweise auf eine dementsprechende Rezeption des Zeichensystems schließen kann.

Überträgt man Johnsons Modell auf inszenierte Ereignisse, so können diese zusammen mit ihren Schauplätzen als „Texte“ begriffen werden, die von Veranstaltern oder Organisatoren „produziert“ und vom Publikum „interpretiert“ werden. Die verwendeten Zeichen sind meist nicht nur visueller, sondern auch akustischer und anderer Art (z.B. Musik, Ansprachen). Die Produzenten schöpfen bei der Kodierung aus einem kulturellen Bedeutungsfundus, den das Publikum durch seine Teilhabe am Ereignis reproduziert und in das eigene Leben inkorporiert.⁵¹ Dies gilt sowohl für historische Ereignisse, die auf religiöse oder mythologische Bedeutungskomplexe zurückgriffen, als auch für zeitgenössische Events, die sich aus den Zeichenwelten der Populär- oder Szenekultur bedienen. Beispiele für Zeichensysteme aus der Renaissance und dem Barock wurden in Abschnitt 4.3 mit Bezug auf Burckhardt und Alewyn ausführlich erläutert. Dabei wurde deutlich, dass ein umfassendes Wissen in der christlichen Schöpfungslehre und in antiker Mythologie unabdingbar ist, um die von diesen Ereignissen erhaltenen Kupferstiche und Schilderungen deuten zu können.

Ein Beispiel für einen zeitgenössischen, weithin bekannten Zeichenkosmos ist die Welt von Walt Disney, die in Comics und Zeichentrickfilmen entwickelt und verbreitet wurde. Wie bereits im Zusammenhang mit der „Arena“ in Abschnitt 3.1 dargestellt wurde, wird sie in Erlebnisparks, die Events in Permanenz darstellen, in gebaute Erzählungen umgesetzt. Das Zentrum der Disneyparks bildet die „Main Street U.S.A.“, ein Straßenzug, der von einer idealisierten amerikanischen Kleinstadt der Jahrhundertwende inspiriert ist und in dessen Gestaltung Walt Disney seine eigenen Kindheitserinnerungen einfließen ließ. Mit ihren „viktorianischen“ Fassaden verkörpert die „Mainstreet U.S.A.“ eine nostalgische Idealstadt, die es so zwar nie gegeben hat, die beim Besucher (aus der amerikanischen Mittelschicht) offensichtlich jedoch die von Disney gewünschten Assoziationen von heilem Familienleben und Sicherheit wachzurufen vermag.

Die angeführten Beispiele haben den zeichenhaften Charakter von inszenierten Ereignissen und Erlebniswelten deutlich gemacht. Auch Gernot Böhme (1995) setzt sich im Zusammenhang mit dem Begriff der Atmosphäre mit Ästhetisierungserscheinungen auseinander. Im Gegensatz zu Schulzes semiotischer Sichtweise der Alltagsästhetisierung und Erlebnisorientierung stellt er jedoch die Betrachtung von kulturellen Phänomenen als Zeichensysteme in Frage. Böhme begründet seine Position damit, dass man auf strukturalistischem Weg die atmosphärischen Merkmale der kulturellen Phänomene nicht erfassen könne. So sperre sich etwa die zeitgenössische bildende Kunst entschieden gegen eine semiotische Interpretation als „Text“, denn nicht jeder Künstler wolle dem Rezipienten etwas mitteilen, was als „Zeichen“ gedeutet werden könne. Als Beispiel nennt Böhme den Lichtkünstler James Turrell, der keine zeichenhaften Werke, sondern atmosphärisch getönte Räume schaffe (Böhme 1995, 7ff.). „Wir haben mit Bildern zu tun, die nichts darstellen, nichts sagen und nichts bedeuten. Gleichwohl sind an ihnen wichtige, bisweilen dramatische Erfahrungen zu machen.“ (Böhme 1995, 8) Derartigen Werken könne man nicht gerecht werden, wenn man sie in der Tradition der Semiotik als „Schema von Sprache und Kommunikation“ (Böhme 1995, 23) interpretiere.

Wie in Abschnitt 3.2 dargestellt, fokussiert sich Böhme anstelle von Daten und Zeichensystemen auf Atmosphären als primären Wahrnehmungs-

⁵¹ Wie Johnson betont, muss man sich allerdings dessen bewusst sein, dass etwa Kenntnisse über die Intentionen eines Künstlers bei der Gestaltung eines barocken Festes nicht automatisch den Rückschluss erlauben, dass die enthaltenen Botschaften vom Publikum genauso interpretiert wurden. Aufgrund der begrenzten Quellenlage zu inszenierten Ereignissen, die wesentlich mehr Informationen zur Organisation als zur Rezeption bereithält, kann diese Problematik im Rahmen der Arbeit allerdings nur begrenzt berücksichtigt werden.

gegenstand, betont aber neben der Wahrnehmbarkeit von Atmosphären auch deren Herstellbarkeit. Den Mechanismen der Produktion widmet sich Böhme in seinen Analysen von Atmosphären in der Natur, Kunst oder Warenproduktion allerdings kaum. Er begründet dies damit, dass das Wissen um die Herstellbarkeit von Atmosphären - mit Ausnahme von C.C.L. Hirschfeld - nur selten explizit zu Tage trete. Es sei vielmehr ein implizites Knowhow bestimmter Berufssparten, das „kaum durch Worte, sondern vielmehr durch Vormachen in Lehrer-Schüler-Verhältnissen“ (Böhme 1995, 36) weitergegeben werde. Dabei übersieht Böhme, dass die Herstellung von Atmosphären nicht nur auf der Kenntnis szenischer Funktionen von Gütern basiert, sondern auch auf Zeichen-Bedeutungskomplexen. Wenn Hirschfeld, wie bereits dargestellt, von Urnen oder Tempeln spricht, die eine bestimmte Atmosphäre in einer Landschaft hervorbringen bzw. steigern können, dann benennt er Zeichen, die für den Betrachter mit einer bestimmten Bedeutung verknüpft sind. Deutlich wird der Einfluss von Zeichen auf Atmosphären auch dann, wenn bestimmte Aspekte das Gesamtbild einer Atmosphäre stören, wie es nicht selten bei Events der Fall ist. Als Beispiel hierfür lässt sich die im Sommer 2003 in Gut Kaltenbrunn am Tegernsee veranstaltete „Italienische Nacht“ anführen, die von mir im Rahmen von Recherchen besucht wurde. Das Konzept der Veranstaltungsagentur bestand darin, eine musikalische Darbietung mit einem entsprechenden kulinarischen Angebot und einem dazu passenden Veranstaltungsort zu einer atmosphärischen Einheit zu verschmelzen (vgl. Interview Gnauert 2003). Zum „italienischen“ Flair der Musikveranstaltung im Gutshof der Wittelsbacher sollten sowohl die Auswahl des Programms (populäre Opernarien) als auch italienische Gaumenfreuden und die malerische Beleuchtung und Akzentuierung der Natursteinfassaden beitragen, die dem Hof tatsächlich den Charakter einer südlichen Kleinstadt verliehen. Die angestrebte Atmosphäre wurde damit durch den Einsatz von Zeichen unterstrichen, die üblicherweise mit Italien, seinen Städten und seiner Lebensart verknüpft sind. Während der warme Sommerabend zur gewünschten Atmosphäre beitrug, wurde der Gesamteindruck in seiner Glaubwürdigkeit durch den japanischen Solisten im kleinen Ensemble empfindlich gestört. Seine Gesichtszüge stellten einen Code dar, das nicht in das Zeichensystem „Italien“ passte.

Während Böhmes Fokussierung auf die sinnliche Wahrnehmung von Atmosphären nicht wesentlich dazu beitragen kann, die Produzentenseite von Events zu erhellen, scheint sie die Rezipientenseite wesentlich besser zu charakterisieren. Denn der Zugang zu Events erfolgt für das Publikum über die sinnliche Wahrnehmung und bestimmte Erlebnisweisen. Bei näherem Hinsehen zeigt sich jedoch, dass sich Atmosphären auch von Seiten der Wahrnehmenden nicht nur als synästhetische Eigenarten von Objekten oder Umgebungen darstellen, sondern durchaus auch zeichenhafte Aspekte aufweisen. Dies trifft vor allem dann zu, wenn die Teilnehmer an Events diese als Mittel der Distinktion nutzen und dazu die mit Events verknüpften Zeichensysteme einsetzen, z.B. bestimmte Marken, die bei einer Veranstaltung präsentiert werden.

Mit Bezug auf Löw (2001) wurde in Kapitel 3.3 dargestellt, dass die Wahrnehmung von Atmosphären nicht losgelöst von der gesellschaftlichen Stellung des Wahrnehmenden betrachtet werden kann. Wenn man Löws Kritik an Böhme weiterdenkt, so verweist der Einfluss sozialer Aspekte auf

die Wahrnehmung darauf, dass Atmosphären – anders als von Böhme behauptet – durchaus auch zeichenhafte Aspekte aufweisen: So erzeugt die Einrichtung des von Böhme erwähnten Wohnzimmers nicht nur eine bestimmte Atmosphäre, sondern ist zugleich zeichenhafter Ausdruck eines Lebensstils, der für die einen „kleinbürgerlich“ und für die anderen „gemütlich“ ist. Und auch die Raumkonfiguration und Ausschmückung einer Kirche rufen nicht nur eine feierliche Stimmung hervor, sondern symbolisieren eine bestimmte religiöse Orientierung. Auch die Atmosphären bei Events speisen sich aus bestimmten Zeichenwelten, die vom Publikum interpretiert und eingeordnet werden müssen. Deutlich wird dies daran, dass bestimmte Zeichenkomplexe, z.B. die der HipHop- oder Snowboard-Kultur, nur von eng begrenzten Schichten und Altersstufen dekodiert werden können. Der Zugang zu bestimmten Zeichensystemen ist jedoch erforderlich, damit sich dem Teilnehmer die Atmosphäre derartiger Events erschließt.

Die Betrachtung der Alltagsästhetisierung aus den Blickwinkeln von Schulze und Böhme hat für die Beschäftigung mit Events erbracht, dass die strukturalistische Vorstellung von inszenierten Ereignissen als Zeichensysteme in besonderem Maße für die Produzentenseite, aber auch für die Konsumentenseite Erklärungswert besitzt. Während die Produzenten überwiegend rational an Events herangehen und Zeichensysteme strategisch einsetzen, erfolgt der Zugang der Konsumenten zu Events wesentlich auf emotional-sinnlichem Weg. Im Gegensatz zu den Konsumenten ist den Teilnehmern an Events die Rolle von Zeichensystemen meist nicht bewusst. In den nun folgenden Abschnitten sollen die Besonderheiten der Produzenten- und der Konsumentenseite von Events herausgearbeitet werden.

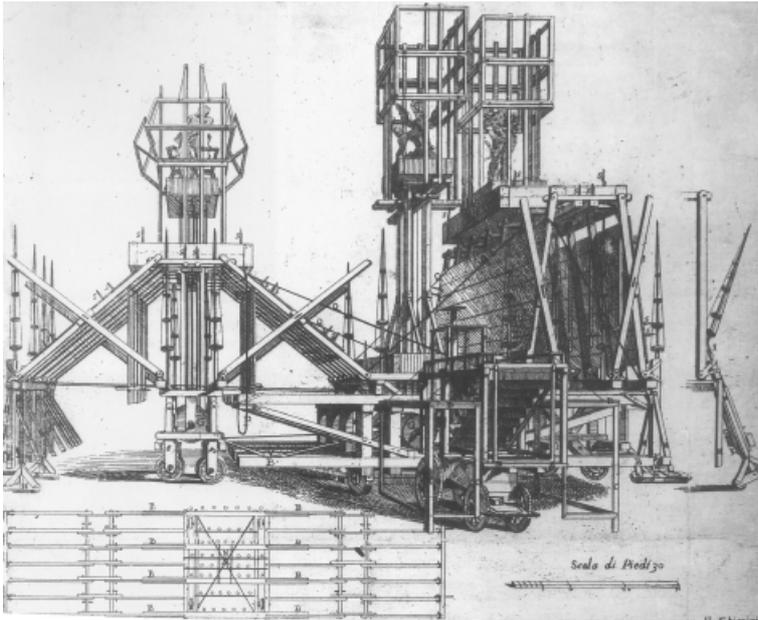
Die Produktion von Events

Sowohl den Veranstaltungen vergangener Zeiten als auch heutigen Events gehen aufwendige Planungsphasen voraus, in denen die Produzenten das Programm und die Dramaturgie eines Events konzipieren und einen geeigneten Schauplatz auswählen. Wie bereits erläutert, folgt die Event-Produktion definierten Zielsetzungen und richtet sich gezielt an ein bestimmtes Publikum. In der Regel bleibt nichts dem Zufall überlassen - eine eigene „Organisationselite“ ist für die Planung und Durchführung von Ereignissen zuständig. Daneben sorgt eine „Reflexionselite“ für die gesellschaftliche Einordnung und Rekonstruktion der Ereignisse (Gebhardt 2000, 19).

Die Organisationselite

Welche Auftraggeber hinter inszenierten Ereignissen stehen, ist abhängig vom politischen System der jeweiligen Zeit. Vor dem Aufkommen kommerzieller Events besaßen nur weltliche und geistliche Potentaten oder andere hochrangige Mitglieder der Gesellschaft, z.B. einflussreiche Beamte, die erforderliche Macht und die Mittel, um Ereignisse für ihresgleichen oder für das Volk zu inszenieren. Heute dagegen stellt sich das Spektrum der Veranstalter auf dem „Erlebnismarkt“ mit einer Fülle von staatlichen Institutionen, gemeinnützigen Verbänden und kommerziellen Unternehmen äußerst vielfältig dar.

In aller Regel übernimmt der Auftraggeber einer Veranstaltung, ob es dabei um einen barocken Monarch oder ein zeitgenössisches Unternehmen handelt, die Organisation nicht selbst, sondern beauftragt Spezialisten



„Verwandlungsmaschine für das Fest der Porchetta in Bologna, 1683“ (Radierung von Marco Antonio Chiarini)

mit der Umsetzung seiner Ziele und Vorstellungen, der Auswahl und der Ausgestaltung des Veranstaltungsortes. In der Renaissance galt das Festwesen als eigene Kunstform, und die adeligen Auftraggeber betrauten mit der Organisation und Gestaltung die bedeutendsten Künstler ihrer Zeit. Von Florenz ausgehend bereisten eigene Festkünstler, *festaiuoli*, das Land (Burckhardt 1997, orig. 1860, 399). Im Auftrag italienischer Renaissancefürsten kümmerten sich Künstler wie Leonardo da Vinci und Brunellesco um das Programm von Festen, ihre Dekorationen und raffinierte *apparati* (Burckhardt 1997, orig. 1860, 404). „In Mailand leitete Lionardo da Vinci (sic!) die Feste des Herzogs und auch diejeniger anderer Großen; eine seiner Maschinen (...) stellte in kolossaler Größe das Himmelssystem in voller Bewegung dar; jedesmal, wenn sich ein Planet der Braut des jüngern Herzogs, Isabella, näherte, trat der betreffende Gott aus der Kugel hervor und sang die vom Hofdichter Bellincioni gedichteten Verse (1489).“ (Burckhardt 1997, orig. 1860, 409) Auch im Barock wurden namhafte Architekten, Komponisten, Bühnenbildner und Choreographen mit der Ausgestaltung der höfischen Feste betraut: in Versailles waren es Lully, Le Brun, Racine, Molière, Quinault und Benserade, in anderen europäischen Ländern Rubens, Bernini, Velázquez und Inigo Jones. Sie waren entweder an bestimmten Höfen fest beschäftigt oder wurden zwischen ihnen herumgereicht (Tipton 2003, 45).

Heute wird die Veranstaltung von Festen nicht mehr den schönen Künsten zugerechnet. Neben den Kulturveranstaltern hat sich mit den an mehreren Stellen der Arbeit bereits erwähnten Eventmanagern eine eigene Berufssparte für die Konzeption, Vermarktung und Durchführung von Ereignissen entwickelt. Eventagenturen vereinen gestalterische und betriebswirtschaftliche Aspekte der Veranstaltungsorganisation unter einem Dach und ziehen je nach Aufgabe bildende Künstler, Architekten, Designer, Musiker oder Floristen hinzu. Das Angebotsspektrum der Eventmanager reicht von der Entwicklung von Veranstaltungskonzepten und Mottos gemeinsam mit dem Kunden, z.B. bei Produktpräsentationen, über die Suche nach besonderen Schauplätzen durch sogenannte *location scouts* bis hin zur detailgenauen Gestaltung und

Durchführung der kompletten Veranstaltung mit Dekorationen, Musik und Bewirtung (vgl. Dohmen 2000, 73).

Die außenorientierten Zielsetzungen der Organisatoren von Events auf dem zeitgenössischen Erlebnismarkt wurden bereits erwähnt: direkt oder indirekt geht es dabei meist um Gewinnmaximierung. Nachfolgend soll anhand von Beispielen aus dem antiken Rom, dem höfischen Barock und der heutigen Gesellschaft gezeigt werden, dass auch inszenierte Ereignisse in anderen Epochen in der Regel keine selbstlosen Wohltaten für das Volk waren, sondern dem Erhalt und der Festigung von gesellschaftlichem oder politischem Einfluss des Auftraggebers dienen.

Die römische Republik basierte auf dem Grundsatz der *libertas*, dem offen ausgetragenen Widerstreit der Meinungen und der Bewerbung um politische Ämter. In diesem System unterstand den Beamten die Organisation von Spielen, Theateraufführungen und Schaukämpfen, *panem et circenses* für das Volk. Cicero zufolge galt damals die von Veranstaltungen genährte *laetitia popularis*, die fröhliche Stimmung im Volk, als eine Triebfeder der Demokratie (André 2002, 143f.) Da die staatlichen Zuschüsse für die Veranstaltungen in der Regel nicht ausreichten, übernahmen die Beamten einen Teil der Kosten. Ihre Beweggründe dafür liegen auf der Hand: „Das eifrige Bemühen um Popularität muß in einem System, in dem das politische Fortkommen auf Gunst beruht, zu einer gegenseitigen Überbietung von Ausgaben führen; davon hängt der *cursus honorum* (die Ämterlaufbahn) ab.“ (André 2002, 143, Hervorh. i. Orig.) Caesars Ansehen beim Volk beispielsweise gründete sich zu Anfang wesentlich auf der Wirkung der von ihm zahlreich organisierten Schauveranstaltungen. Auch unter den veränderten politischen Bedingungen im Kaiserreich behielt die Organisation von Spielen und Volksvergnügungen ihre zentrale Bedeutung. Nun verkörperte der kaiserliche Herrscher in seiner Person die politischen Aufgaben des Staates gegenüber dem Volk und übernahm folgerichtig auch dessen Pflichten: „Für den kaiserlichen Evergetismus ist die Beibehaltung der republikanischen Feste und Spiele ebenso Voraussetzung wie die Erhaltung der Gebäude aus der Vergangenheit.“ (André 2002, 203) Um der Masse zu gefallen, vermehrten die Kaiser die Anzahl und Dauer der Feste noch, wie der Ältere Plinius beschrieb (André 2002, 204). Der strategische Einsatz der Schauspiele hatte den politischen Konsens und die Befriedung des Volkes zum Ziel, die unter der Bezeichnung *pax romana* firmierten (André 2002, 208). „Das Schauspiel mit seiner Anziehungskraft und eine unermeßliche Zahl von Wettkämpfen sind an die Stelle von Gewalt getreten (...).“ (Aelius Aristides zit. n. André 2002, 208) Fronto, Lehrer des Mark Aurel, kritisierte allerdings, dass „die Staatsmacht genauso viel Billigung durch Vergnügungsveranstaltungen erfährt wie durch ernsthafte Errungenschaften“, etwa die Errichtung von Straßen oder Wasserleitungen, „die seriösen Vorhaben zu vernachlässigen ist zwar schädlicher, aber die Vergnügungen zu vernachlässigen ist unpopulärer“ (Fronto zit. n. André 2002, 207).

Auch im Barock unterstand die Festkultur gottgleich herrschenden Monarchen. Ihr Höhepunkt wird mit Ludwig XIV. in Versailles verbunden. Die vom Sonnenkönig am Hofe veranstalteten, prachtvollen Feiern dienten vordergründig der „feinsinnigen Unterhaltung der Hofgesellschaft“ (Kunstabibliothek Berlin 1987, 1). Das eigentliche Ziel der Unterhaltung allerdings bestand in der Machtdemonstration des Herrschers und dem Erhalt der

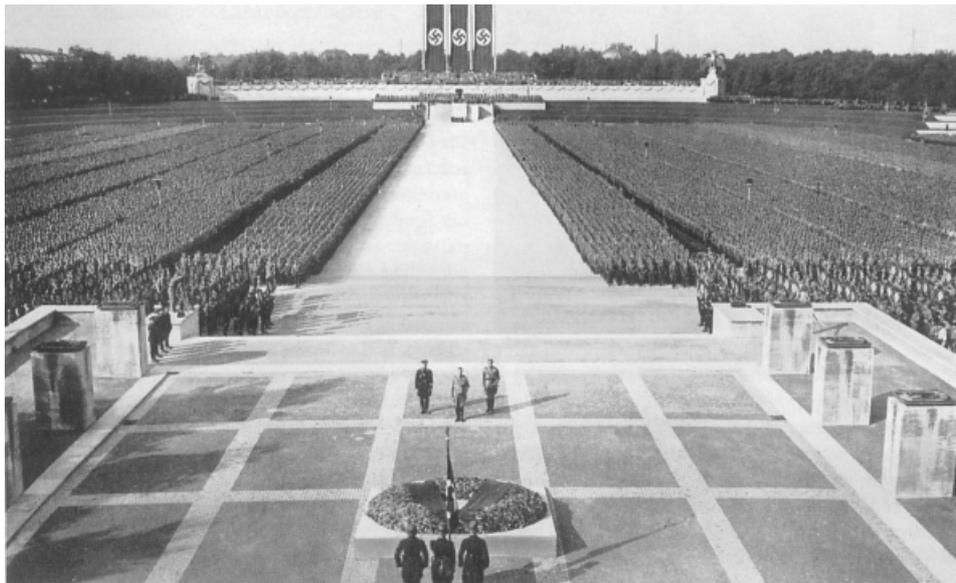
politischen Ordnung. Die Feste für den Hofstaat, bei denen das höfische Zeremoniell zu voller Entfaltung kam, stabilisierten das politische System, indem sie den seines politischen Einflusses beraubten Adel mit spektakulären Effekten ablenkten und bei Laune hielten. Ausländischen Gästen demonstrierten die Feste durch ihre Prunkentfaltung die königliche Macht; zudem waren z.B. Hochzeiten ein bevorzugtes Mittel der Außenpolitik zur Stärkung dynastischer Beziehungen (Tipton 2003, 42). Die Spektakel, bei denen König und Volk in den Straßen aufeinander trafen, z.B. die prächtigen Einzüge, verherrlichten die Macht der königlichen Familie und sollten das Volk beeindrucken. Ludwig XIV. selbst drückte es wie folgt aus: „Les peuples se plaisent au spectacle, par là, nous tenons leur esprit et leur coeur.“ (Ludwig XIV. zit. n. Daufresne 1994, 10) Die Festvorbereitungen liefen im Barock in atemberaubender Schnelligkeit ab, und dem Aufwand waren keine Grenzen gesetzt. Die vergängliche Pracht basierte freilich auf einer unerbittlichen Ausbeutung des Volkes, das sich für die despotischen Herrscher meist unentgeltlich abrackern musste (Görgmeier 1973, 37). „Häuser sind errichtet, Berge versetzt, Wälder gepflanzt und Teiche ausgehoben worden. Tausende von Arbeitern sind Hunderttausende von Stunden beschäftigt gewesen - und das alles, um vielleicht in einer einzigen Nacht vergeudet zu werden.“ (Alewyn 1985, 14)

Ein vergleichbarer Aufwand wurde im totalitären System des Nationalsozialismus bei der Inszenierung von Politik und Herrschaftsanspruch auf den Reichsparteitagen getrieben, für die in Nürnberg teils von Zwangsarbeitern monumentale Veranstaltungsbauten errichtet werden mussten (vgl. hierzu auch Ausführungen in Kapitel 3.2). Die Schauplätze und die Veranstaltungen dienten der Selbstdarstellung des NS-Regimes im In- und Ausland. Die Teilnehmer, „Nürnberg-Fahrer“ genannt, reisten aus dem ganzen Land an. Die Anwesenheit von ausländischen Diplomaten bei den Reichsparteitagen brachte dem Regime zusätzlichen Prestigegewinn. Das Ziel der pompösen Massenveranstaltungen bestand zum einen darin, die Macht der Nationalsozialisten zur Schau zu stellen und deren Ideologie zu verbreiten. Zum anderen sollten der zu einem Messias erklärte „Führer“ und die gleichgeschaltete „Volksgemeinschaft“ über ein mitreißendes Gemeinschaftserlebnis zu einer Einheit verschmolzen und die Identifikation der Bevölkerung mit dem NS-Regime gestärkt werden (Dietzfelbinger & Liedtke 2004, 83f.)

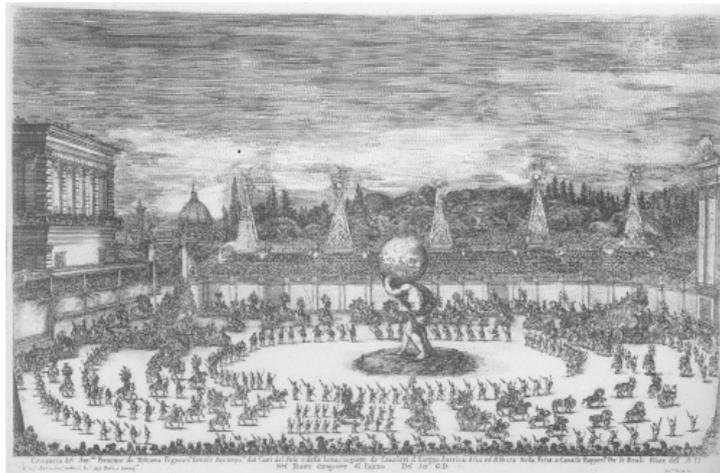
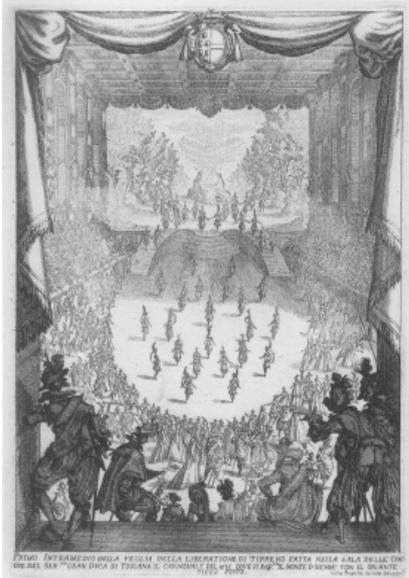


Der „Lichtdom“ als propagandistische Inszenierung beim nationalsozialistischen Reichsparteitag in Nürnberg, 1937

*Totenehrung in der Luitpoldarena
beim nationalsozialistischen
Reichsparteitag in Nürnberg, 1934*



In der zeitgenössischen Gesellschaft sind die früher dominierenden politischen und religiösen Feierlichkeiten von einer Fülle von Veranstaltungen verschiedenster Akteure abgelöst worden, die mit kulturellen Mitteln um politischen und wirtschaftlichen Einfluss ringen oder mit Veranstaltungen Geld verdienen und dafür um die Aufmerksamkeit des Publikums kämpfen. Sowohl im Bereich der öffentlichen Kulturpolitik als auch auf dem gewinnorientierten Freizeit- und Veranstaltungssektor kommt in Zeiten knapper Kassen medienwirksamen, spektakulären Ereignissen eine besondere Rolle zu. Derzeit müssen die öffentlichen Kultureinrichtungen empfindliche finanzielle Einbußen hinnehmen, die vor allem kulturelle Nischen und weniger etablierte Ereignisse betreffen (vgl. SZ 3.3.2003, 9). Parallel dazu lässt die Großzügigkeit von Unternehmen bei der Vergabe von Sponsorengeldern nach. Wenn überhaupt, bevorzugen sie medientaugliche, aufsehenerregende Ereignisse. Das verbindet sie mit den Kulturveranstaltern und Eventmanagern, die mit Veranstaltungen Gewinn erwirtschaften oder werbewirksame Aufmerksamkeit für ein Unternehmen erregen wollen (oder beides zusammen). Auf der Suche nach Aufsehen kommt es zu engen Verflechtungen zwischen öffentlichen und privaten Organisatoren, Künstlern und Marketingspezialisten, kulturellem Anspruch und vordergründigen Effekten. Deutlich wird dies etwa bei der bereits erwähnten Einweihungsfeier für den Salzburger Hangar-7 (vgl. Kapitel 2.2). Die Aufführung von Karlheinz Stockhausens „Helikopter Streichquartett“ war eine „Produktion der Salzburger Festspiele in Zusammenarbeit mit Red Bull“, wie im Werbeflyer zu erfahren war. Ohne finanzielle Unterstützung aus der „Portokasse“ des Brausefabrikanten, wie die Süddeutsche Zeitung süffisant vermerkt (SZ 25.8.2003, 8), wäre die bereits mehrfach verschobene Uraufführung von Stockhausens kostspieligem Projekt wohl nicht möglich gewesen. Im Gegenzug verschafften das spektakuläre Vorhaben des renommierten Komponisten und das „Gütesiegel“ der Salzburger Festspiele den Sponsoren und der Flugzeugausstellung Aufmerksamkeit von Seiten der Medien und der Prominenz.



Die Reflexionselite

Die Reflexionselite übernimmt die Dokumentation und Deutung von Ereignissen und hält das vergängliche Geschehen für die Nachwelt fest. Durch die Berichterstattung in Form von Bildern oder textlichen Beschreibungen erhält ein Ereignis über den vor Ort anwesenden Zuschauerkreis hinaus Bedeutung. Die Reflexionselite hat wesentlichen Einfluss auf die Rezeption eines Ereignisses. Dabei ist ihr Blickwinkel auf die inszenierten Ereignisse selten neutral, sondern - abhängig von ihrem Verhältnis zur Organisationselite - von bestimmten Interessen geleitet. Das Spektrum reicht von den vom Veranstalter selbst beauftragten Dokumentationen, die meist seine Perspektive wiedergeben und ihm als Propagandawerkzeug dienen können, bis hin zum unabhängigen Kritiker, der sich im Idealfall frei von Repressionen des Auftraggebers über die künstlerische Qualität oder den Nutzen von inszenierten Ereignissen äußern kann.

Eine besonders eindrückliche Wiedergabe von Ereignissen bieten bildliche Darstellungen. „Im Zeitalter des Films konnten sich die Zuschauer einbilden, sie erlebten den Aufstieg Hitlers unmittelbar mit. Vor der Erfindung der Kamera waren es Holzschnitte und Stiche, die bereits ähnliche Funktionen erfüllten.“ (Burke 2003, 158) Ob im Fernsehen oder in Form von Holzschnitten, Stichen oder Gemälden - Bilder können die Rolle von „Agenten“ übernehmen, indem sie Ereignisse nicht nur dokumentieren, sondern auch ihre Lesart steuern (Burke 2003, 164). Daher ist die Perspektive, aus der heraus Bilder geschaffen wurden, von großer Bedeutung bei deren Interpretation. So prägt der Blickwinkel der Künstler etwa die Dokumentation von Ereignissen in der Renaissance und im Barock entscheidend. Viele der bis heute erhaltenen textlichen und bildlichen Darstellungen von Ereignissen aus dieser Zeit stammen von Künstlern, die vom Hofe entweder als Chronisten von Ereignissen oder als Festkünstler beauftragt wurden.⁵² Sie sind daher meist keine wirklichkeitsgetreuen Dokumentationen des tatsächlichen Ablaufes von Ereignissen an bestimmten Schauplätzen, sondern geschönte Darstellungen mit teils propagandistischem Charakter. Viele Bilder von Spektakeln nehmen den Blickwinkel des fürstlichen Auftraggebers ein, dessen herausgehobener Platz die beste Sicht auf die

Die Perspektive des fürstlichen Auftraggebers offenbart sich in beiden Darstellungen, links „Intermedio I aus `La liberazione di Tirreno e d'Arnea`, (Radierung von Jacques Callot, 1617) rechts eine Radierung aus der Festbeschreibung „Il mondo festeggiante“ (Stefano della Bella, 1661)

⁵² Diesen offiziellen Festberichten, Gemälden sowie noch erhaltenen Flugblättern sind wesentliche Erkenntnisse über das Programm und den Ablauf der Feste in Renaissance und Barock zu verdanken, da sich die Dekorationen nicht erhalten haben. Diese waren in der Regel aus vergänglichem Material wie Holz, Pappmaché oder Stoff und wurden zudem häufig als Höhepunkt und Abschluss der Inszenierung verbrannt. Wie Richard Alewyn betont, ist die Aussagekraft der bildlichen und textlichen Quellen allerdings eingeschränkt, da sie keinen Eindruck von den körperlich-sinnlichen Erlebnissen zu geben vermögen: „Weder das starre Bild noch das blinde Wort sind vermögend, den Zauber zu vermitteln, den eine Nacht gebar und verschlang.“ (Alewyn 1985, 9)

Bühne bot und zugleich den Überblick über die Hofgesellschaft erhielt (Lange 2003, 54). So versetzt Callots Darstellung aus dem 17. Jahrhundert von einer Aufführung im Uffizientheater in Florenz den Betrachter in die Fürstenloge. Andere wie etwa Stefano da Bellas Ansichten des Turniertheaters von 1661 in den Boboligärten in Florenz entsprechen „dem Blick des Choreographen oder Architekten, der den Effekt des Massenspektakels von unterschiedlichen Standpunkten aus vorweg zu planen versteht.“ (Tipton 2003, 46)

Die Berichterstattung über inszenierte Ereignisse setzte lange vor dem Zeitalter von Film und Fotografie ein. Seit dem 16. Jahrhundert wurden in Italien Kuperstiche und Texte zu Festberichten zusammengefasst und an ausländische Höfe gesandt, die nicht selbst an den Festen teilgenommen hatten, aber einen Eindruck von Prachtentfaltung und Macht erhalten sollten (Küster 2003, 103). Die Tradition der begleitenden Festberichte wurde im französischen Barock in Form von prachtvollen großformatigen Stichwerken weiterentwickelt, die während der Spektakel an die Besucher verteilt und im Anschluss an die Feierlichkeiten in ganz Europa verbreitet wurden, um vom Prunk am französischen Hofe zu künden. Einen anderen Standpunkt als die in den Foliobänden transportierte offizielle Lesart der Spektakel nahmen die Kritiker ein, die sich auch im absolutistischen System des Barocks zu Wort meldeten. Überliefert sind „bittere Kritik von Zeitgenossen an Aufwand und Verschwendungssucht des Fürsten, (...) Warnungen der Finanzverwaltung angesichts leerer Kassen und der zynische Kommentar politischer Beobachter angesichts des allzu offensichtlichen Auseinanderklaffens von Schein und Sein.“ (Tipton 2003, 46)

Im 20. Jahrhundert setzte das nationalsozialistische System von der Presse über den Rundfunk und den Film bis hin zum technisch noch unausgereiften Fernsehen alle damals vorhandenen Massenmedien zur Berichterstattung über die Reichsparteitage ein (Dietzfelbinger & Liedtke 2004, 80ff.). Die Zeitungen berichteten in Extraausgaben über das „Erlebnis von Nürnberg“. Der Rundfunk sendete Reportagen über die Veranstaltungen im In- und Ausland. Besondere propagandistische Bedeutung jedoch kam dem Film zu. Eine zentrale Rolle spielte dabei die Regisseurin Leni Riefenstahl mit ihrem perfekt arrangierten Propagandafilm über den Reichsparteitag von 1934, „Triumph des Willens“, der mit seiner spezifischen Ästhetik das geläufige Bild der Masseninszenierungen um Hitler als „Star“ prägte.

Heute stehen der Reflexionselite mit den zeitgenössischen Massenmedien breitgefächerte Möglichkeiten der Aufnahme und Wiedergabe von Bild, Ton und Text zur Verfügung, die für die sachliche Berichterstattung und Kommentierung eingesetzt werden. Anders als es die historischen Dokumentationsformen zuließen, können bedeutende Ereignisse heute in großem Umfang aufgezeichnet und sogar live übertragen werden, was eine „Verdoppelung der Beobachtung“ (Knoblauch 2000, 45) bewirkt. Durch die dokumentatorische „Konservierung“, merkt Knoblauch an, werde zwar die Einmaligkeit eines Ereignisses aufgehoben. Dennoch gewannen Events durch die Aufzeichnung noch an Bedeutung: „Für die Beteiligten verstärkt die Aufzeichnungswürdigkeit zum einen die Herausgehobenheit des Events aus dem Fluss der Alltagserfahrung, sie erzeugt also sozusagen eine soziale ‚Denkwürdigkeit‘. Zum anderen und wichtiger noch: die Beobachtung von außen erzeugt eine fundamentale soziale Verweisungsstruktur zwischen

denen, die leibhaftig am Event beteiligt sind und jenen, die nicht am Event teilnehmen.“ (Knoblauch 2000, 45) ⁵³

Während im Kommentar oder im Feuilleton der persönliche Blickwinkel des Autors deutlich zutage tritt, wirken Dokumentationsformen wie Nachrichten zwar auf den ersten Blick sachlich; allerdings implizieren auch sie eine Wertung. Beispielsweise wählen Journalisten bestimmte Bilder aus und lassen andere weg. Unter Umständen können sie auch von außen unter Druck gesetzt werden, „sei es in Form politischer Pressionen seitens des Zensors oder ökonomischer Erwartungen seitens der Produktionsfirma.“ (Burke 2003, 178)

Die Teilnahme an Events

In der Wahrnehmung des Publikums gehen bei einem Event die Darbietung, der Schauplatz und die anderen Teilnehmer am Ereignis eine Einheit ein. Wie im Zusammenhang mit dem Begriff der kulturellen Performances bereits erläutert wurde, können im Fokus von inszenierten Ereignissen sowohl Darstellungen als auch Wettkämpfe stehen (Kapitel 4.3). Die Aufmerksamkeit des Publikums richtet sich allerdings nicht nur auf den Inhalt eines Ereignisses, sondern auch auf die anderen Teilnehmer. An ihnen orientiert sich das Publikum an einem Event in seinen Verhaltensweisen. „Das, was im Event-Fokus steht, und diejenigen, die diesen Fokus konstituieren, müssen in einer Art von kommunikativer Verbindung stehen, die es ihnen wechselseitig ermöglicht, zu verstehen, was sie machen.“ (Knoblauch 2000, 42f.)

Im Sinne des Interaktionssoziologen Erving Goffman (2002, orig. 1983) können Veranstaltungen als *social occasions*, als soziale Anlässe betrachtet werden, in denen Menschen miteinander interagieren und sich in ihrem Handeln aneinander orientieren. Interaktion ist nach Goffman „der wechselseitige Einfluß von Individuen untereinander auf ihre Handlungen während ihrer unmittelbaren physischen Anwesenheit“ (Goffman 2002, orig. 1983, 18). Was darunter im Bezug auf Ereignisse zu verstehen ist, soll am Beispiel von Sportveranstaltungen veranschaulicht werden. Das Stadion dient als Schauplatz, der den Zuschauern die Konzentration auf den Wettkampf als



Zuschauer beim Finale der Fußball-Weltmeisterschaft 2002 im Englischen Garten, München

⁵³ Dies zeigt sich auch bei den mittlerweile verbreiteten „Live“-Schaltungen zu Kriegen oder Katastropheneignissen wie den Terroranschlägen des 11. September 2001 in den USA oder den Überschwemmungen in Deutschland 2002. Ein derartiges „Brennpunkt-TV“ lässt sich, unterstellt man ihm nicht die reine Erfüllung der menschlichen Sensationslust, als Versuch der kulturellen Verarbeitung von „unfassbaren“ Ereignissen begreifen. Vgl. hierzu auch Anmerkung 9.

gemeinsamem Fokus ermöglicht. Sie ergreifen dort für unterschiedliche Seiten Partei, jubeln oder bekunden ihren Unmut über den Verlauf des Wettkampfes. Wesentlich ist dabei nicht nur der Wettkampf und damit der Inhalt des Ereignisses, sondern auch, dass sich die Teilnehmer am Schauplatz gegenseitig wahrnehmen und so in ihren Handlungsweisen beeinflussen. Das erklärt, weshalb die Zuschauer eine „Welle“ durch ein Stadionrund wandern lassen können. Hierfür muss sich das Publikum keineswegs persönlich kennen, vielmehr teilt es „anonyme Ähnlichkeiten“ (Knoblauch 2000, 47), wie z.B. als Bürger eines Landes oder als Anhänger eines Fußballvereins.

Das Ereignis als *social situation* im Sinne Erving Goffmans, in der die Menschen auf konkrete Weise miteinander interagieren, basiert wesentlich auf der *Partizipation* des Publikums. „Nicht das Soziale im Abstrakten ist kennzeichnend für das Event - es ist die körperliche Ko-Präsenz.“ (Knoblauch 2000, 35) Die Mitwirkung des Publikums an Ereignissen lässt sich in zwei unterschiedliche Ausprägungen differenzieren, zwischen denen allerdings fließende Übergänge bestehen. Auf der einen Seite sind Darbietung und Publikum klar voneinander getrennt und das Publikum nimmt die Rolle des *Zuschauers* ein. Auf der anderen Seite gibt es auch Events, bei denen Publikum und Darbietung miteinander verschmelzen und bei denen das Publikum selbst als *Darsteller* unmittelbar in das Ereignis eingebunden ist. Beide Formen der Partizipation sind mit charakteristischen räumlichen Anordnungsmustern an den Schauplätzen der Ereignisse verbunden.

Das Publikum als Zuschauer

Bei Ereignissen wie Konzerten oder Wettkämpfen sind Darbietung und Publikum in der Regel voneinander getrennt, und das Publikum sieht und hört zu. Die Grenze zwischen Darbietung und Publikum ist in der Regel räumlich markiert und spiegelt sich in der Architektur des Schauplatzes wider, z.B. in einer vom Zuschauerraum getrennten und erhöhten Bühne oder in Absperrungen. Diese sollen unerwünschte Eingriffe des Publikums in das Geschehen verhindern und für dessen reibungslosen Ablauf sorgen. Über Beifalls- oder Missfallensbekundungen allerdings können die Zuschauer auf das Ereignis Einfluss nehmen, z.B. Wettkämpfer anfeuern oder Zugaben von Musikern fordern. Die Art der Partizipation und die Einflussmöglichkeiten der Zuschauer auf das Geschehen sind jedoch nicht beliebig, sondern bewegen sich je nach Veranstaltungstyp in einem definierten Rahmen. Ob das Publikum seine Affekte, z.B. in Form von begeistertem Schreien, offen zur Schau stellen darf oder ob körperliche Reaktionen sanktioniert sind, hängt im wesentlichen vom sakralen oder profanen Charakter einer Veranstaltung und ihrem Stellenwert in der Gesellschaft ab. Wenn sich die Bedeutung eines Veranstaltungstyps und damit sein Charakter im Laufe der Zeit veränderte, hatte dies stets auch Auswirkungen auf die Partizipation der Zuschauer.

Bei Wettkämpfen hat diese sich im Lauf der Zeit nicht wesentlich gewandelt. Lautstarkes Mitfieberten und Anfeuern der Konkurrenten sind angefangen von den antiken Gladiatorenkämpfen bis hin zu den zeitgenössischen Fußballspielen und Boxkämpfen weitgehend üblich. Anders im Theater. Die Wurzeln der frühen antiken Theateraufführungen liegen in sakralen Riten, die strengen Regeln unterworfen waren und feierliches Verhalten erforderten. Wie Livius berichtet, wurden die Spiele im frühen Rom daher bei Nachlässigkeiten



William Hogarth:
„Das lachende Publikum“,
Radierung, 1736

oder Übertretungen unterbrochen und von Neuem begonnen, um die Gottheiten nicht zu irritieren (André 2002, 139).

Später differenzierte sich der Charakter der Aufführungen, und bei Schauspielen profanen Inhalts wie Komödien durfte das Publikum stärker aus sich herausgehen. Auch im Mittelalter war das Theater von religiöser Thematik und meist in die christliche Liturgie eingebettet. Aus den Kirchen wanderte das bereits erwähnte Mysterienspiel zunächst vor das Kirchenportal und dann auf den Marktplatz, wo es sich zu einem groß angelegten Passionstheater mit teils volksfestartigem Charakter entwickelte (Kathrein 1981, 35). Daneben florierte ein weltliches Theater der Schwänke und Fasnachtsspiele, das auf vorchristliche Umzüge, Frühlingsreigen und Maskenspiele zurückging, und in seiner Derbheit und Ausgelassenheit vielfach den Charakter von Zoten annahm (Kathrein 1981, 36). Dementsprechend war das Benehmen des Publikums.

Noch im 18. Jahrhundert wurde die Darbietung von den Theaterzuschauern eher beiläufig aufgenommen. „Im Publikum herrschte große Unruhe und jeder tat, was ihm beliebte. Zwischen 1750 und 1820 mehren sich Berichte der Theaterdirektoren, die die Nebenabsichten der Besucher kritisierten und mit den Gastronomen und Prostituierten um Gewerberechte feilschten. Das Geschehen auf der Bühne war, wenn auch nicht zur Nebensache, so doch nur zu einem Anlass des Theaterbesuchs geworden. Während die prunkvollen Foyers die Rahmen für gesellschaftliche Zusammenkünfte gaben, traf man sich in den Redoutensälen zum Tanz und zum Glücksspiel, das eine nicht unwesentliche Einnahmequelle für die Theaterbetreiber bedeutete.“ (Küster 2003, 94)

Heute dagegen zählen Theateraufführungen (mit Ausnahme von einigen Formen des experimentellen oder Improvisationstheaters) zu den anspruchsvollen Ereignissen der Hochkultur, die an einen strengen Verhaltenskodex geknüpft sind. Die Teilnahme daran erfordert konzentrierte Versenkung, und das Publikum hat dem bürgerlichen Ethos folgend seine körperlichen

Regungen zu unterdrücken. Auch der Applaus ist streng reglementiert; wer im falschen Moment klatscht, stellt sich bloß. Mit der Beherrschung dieser Verhaltensregeln unterstreicht das gebildete Publikum im Sinne Pierre Bourdieus seine kulturelle Überlegenheit gegenüber der Masse der nicht Eingeweihten (Bourdieu 1994).

Während in der Hochkultur eine aktive und körperbetonte Partizipation durch Mitsingen, Pfeifen oder Tanzen undenkbar ist, wird sie bei Rock- und Popkonzerten, ursprünglich als Ausdruck der Rebellion gegen etablierte, bürgerliche Verhaltensweisen, nicht nur geduldet, sondern ist für die besondere Atmosphäre dieser Ereignisse sogar erforderlich. Erst wenn die Massen aus der Reserve gelockt werden, toben, mitsingen und tanzen, gilt ein derartiges Konzert als geglückt. Die Partizipation der Teilnehmer ist hier stark durch ihre Körperlichkeit geprägt: „Das Ereignis ist nicht nur mit Tönen, Bildern und Bewegung erfüllt, auch die Präsenz der Menschen ist körperlich evident: im Riechen, Stinken, Spüren usw.“ (Knoblauch 2000, 43) Wie diese Beispiele für die gegensätzlichen Verhaltensspielräume bei Ereignissen der zeitgenössischen Hochkultur und Populärkultur zeigen, können gesellschaftliche Gruppen durch besondere Arten der Partizipation an Veranstaltungen ihre gesellschaftliche Stellung unterstreichen und bestimmte Positionen öffentlich zur Schau stellen.

Umgekehrt können die politischen Eliten die Partizipationsmöglichkeiten des Publikums an inszenierten Ereignissen auch instrumentalisieren, indem sie dem Volk auf diesem Wege politischen Einfluss suggerieren oder tatsächlich einräumen. Deutlich wird dies an Beispielen aus dem alten Rom. Dem römischen Zirkuspublikum wurde zum einen zugestanden, durch seine Meinungsäußerungen den Verlauf der Spektakel zu steuern, etwa einen besiegten Gladiator zu begnadigen oder in den Tod zu schicken. Zum anderen erlaubten Theater- und Zirkusaufführungen dem Volk, wenn auch in eng begrenztem Rahmen, einen gewissen Einfluss auf die politischen Geschehnisse zu nehmen. In der römischen Republik setzten staatliche Würdenträger Ereignisse gezielt dazu ein, um ihre Popularität beim Volke zu steigern. Dementsprechend „konnte das beim Schauspiel versammelte Volk diesem oder jenem Herrscher seine Popularität bekunden.“ (André 2002, 210) Der republikanische Freiheitsgedanke, die *libertas*, erlaubte es dem Volk zudem, bei Veranstaltungen im Zirkus oder im Amphitheater Einspruch gegen politische Zustände zu erheben. Im Kaiserreich reduzierten sich die Partizipationsmöglichkeiten des Volkes am politischen Leben vollends auf Schauspiele und Wettkämpfe. „Theater, Zirkus und Amphitheater liefern den situativen Rahmen für Meinungsäußerungen, für Zustimmung und Beschwerden.“ (André 2002, 189f.) So sind Proteste im Zirkus gegen den Getreide- und Weinpreis oder gegen überhöhte Steuerforderungen des Caligula überliefert.

Das Publikum als Akteur

Die vorangegangenen Ausführungen haben aufgezeigt, wie die Zuschauer durch ihre Teilhabe am Geschehen gewissermaßen zu „Mitspielern“ eines Ereignisses werden. An dieser Stelle besteht ein fließender Übergang zum zweiten Typus von Ereignissen, bei denen das Publikum (oder ein Teil von ihm) nicht nur die Rolle des Zuschauers einnimmt, sondern als Akteur unmittelbar am Geschehen mitwirkt. Dies ist bei vielen Festen und Umzügen der Fall. Je nach dem Charakter von Veranstaltungen ist die Partizipation des



teilnehmenden Publikums entweder feststehenden Regeln und Normen unterworfen oder erlaubt umgekehrt das Übertreten von Regeln der Alltagswelt, wie es im Bezug auf das Ritual bereits beschrieben wurde (vgl. Kapitel 4.3). In beiden Fällen prägt die besondere Art der Partizipation der Teilnehmer den Charakter der inszenierten Ereignisse entscheidend.

Szenen der Basler Fastnacht

Viele Ereignisse folgen minutiös geplanten, ritualisierten Abläufen, bei denen jeder Teilnehmer eine exakt definierte Rolle auszufüllen hat. Die Partizipation der Teilnehmer bewegt sich damit innerhalb eines eng gefassten Rahmens. Bis heute prägen rituelle Handlungen beispielsweise feierliche religiöse Zeremonien, die wesentlich durch Beten, Knien oder Schreiten, z.B. bei Umzügen und Prozessionen, gestaltet werden. Das Prinzip einer Prozession besteht darin, dass sie zu einem heiligen Bezirk zieht oder diesen Bezirk - begleitet von feierlichen Riten - umfährt, umreitet, umschreitet oder umtanzt. Die Begehung hat zum Ziel, die heilige Macht in diesem Bereich zu bannen, zu verbreiten oder diesen vor dämonischen Einflüssen zu schützen. In der christlichen Kirche sind Prozessionen seit dem 3./4. Jahrhundert, ursprünglich zur Überführung von Reliquien, überliefert und bis heute ein wesentlicher Bestandteil der Liturgie. Beim christlichen Bittgang an den Tagen vor Christi Himmelfahrt beispielsweise wird um Schutz für Feld und Flur gebeten. Karprozessionen werden bis heute besonders prunkvoll in südeuropäischen Ländern begangen, beispielsweise in der Semana Santa in Spanien, bei der Laienbruderschaften mit skulpturalen Darstellungen des Leidens Christi feierlich durch die Straßen ziehen.

Viele christliche Ereignisse wie Patronatsfeste, Kirchweihen und die bereits erwähnten Mysterienspiele waren bereits in ihren Ursprüngen eng mit weltlichen Elementen in Form ausgelassener Volksfeste und Märkte verbunden. So entstand ein „Gegenüber und Zusammenhang von Kult und Volksbelustigung, Sakrament und Bierausschank, liturgischer Hochstimmung und vitalem Übermut, von Strenge der Zeremonien und Leichtigkeit des Vergnügens.“ (Martin 1973, 18) Darüber hinaus gab es im christlichen Festkalender lange auch Veranstaltungen heidnischen Ursprungs, in deren Mittelpunkt exzessives, rauschhaftes Gebaren und Rollentausch standen, und die damit den bereits erwähnten ludischen Aspekt des Rituals widerspiegeln. Indem sie den Teilnehmern gestatteten, in ihrem Verhalten über die Stränge zu schlagen und straffrei die Grenzen des Alltagslebens zu überschreiten, erfüllen sie eine wichtige gesellschaftliche Ventilfunktion. Bei christlichen

Festen wie dem Narrenfest, das sich in Frankreich bis ins 18. Jahrhundert hinein verfolgen lässt, konnte das Volk über Emanzipationsmittel wie Spiele, Parodien und Imitationen ungestraft und ausgelassen Kritik an der Obrigkeit üben. Der Zeitpunkt des Narrenfestes Ende Dezember bzw. Anfang Januar ist auf die heidnischen Saturnalien im antiken Rom zurückzuführen, bei denen sich die Sklaven ohne Folgen über ihre Herren lustig machen durften. Beim Narrenfest verkleidete sich das Volk mit Tiermasken und berauschte sich, in den Kirchen wurden die Rollen zwischen Geistlichen und Volk getauscht und parodierte Lesungen gehalten. Selbst bei den darauffolgenden Prozessionen wurden Exzesse geduldet (Martin 1973, 18f.).

Das Element der Maske spielt hierbei eine bedeutende Rolle. Seit dem frühen Mittelalter waren Prozessionen Anlässe zur Maskierung als Propheten, Apostel und Prediger, Gläubige, Bekehrte und Ketzer. Der Verkleidete schlüpft aus seinem Alltag in eine andere Rolle, und die Gesetze der gewöhnlichen Welt mit ihren Standesgrenzen sind für einen begrenzten Zeitraum außer Kraft gesetzt. „Kinderschreck, ausgelassene Lustigkeit, heiliger Ritus und mystische Phantasie gehen in allem, was Maske und Verkleidung heißt, unauflösbar durcheinander.“ (Huizinga 2001, orig. 1938, 22). Die Maske ist bis heute ein wesentliches Element des Karnevals, der auf spätantik-römische und byzantinische Winter- und Frühlingsfeste zurückgeht, und ebenfalls ein Ausbrechen aus den geregelten Bahnen des Alltagslebens ermöglicht. Seine Bezeichnung kommt vom *carrus navalis*, dem Schiffskarren, der ursprünglich dem ägyptischen Isiskult entlehnt ist, und bei den Umzügen mitgeführt wurde (Burckhardt 1997, orig. 1860, 411). Die Wurzeln des Karnevals sind religiöser und politischer Art. Ein wesentliches religiöses Motiv besteht darin, dass der Karneval den Gläubigen die Gelegenheit zu Ausschweifungen vor den bevorstehenden Wochen der Enthaltsamkeit in der Fastenzeit bot.⁵⁴ Mancherorts dienten furchteinflößende Masken auch der Austreibung des Winters. In politischer Hinsicht erlaubte der Karneval seit der Mitte des 15. Jahrhunderts, im Gewand des Narren ungestraft die weltlichen und geistigen Oberhäupter zu verspotten. Diese Funktion hat sich bis heute erhalten. Im Rheinland ist der Karneval mit seinen Umzügen und Kostümen bis heute ein zentrales gesellschaftliches Ereignis, bei dem die gewohnte gesellschaftliche Ordnung und das geregelte Alltagsleben außer Kraft gesetzt und Politiker nach Herzenslust verspottet werden.

Zwischen Gemeinschaftsgefühl und Distinktion

Mit der Teilnahme an einer Veranstaltung entsteht beim Publikum eine besondere Art von Gemeinschaftsempfinden, die in der Soziologie als *Communitas* bezeichnet wird. „Die *Communitas* ähnelt durchaus dem, was Simmel (1970) im Deutschen als ‚Geselligkeit‘ bezeichnet, also jener situativen Gemeinschaftlichkeit, die Standesgrenzen, Klassen- und Schichtunterschiede für ihre Dauer ignoriert, ja: transzendiert.“ (Knoblauch 2000, 40) Was das Publikum für die Dauer eines Ereignisses zusammenschweißt, ist die unmittelbare, körperliche Teilhabe - das besondere Erlebnis - sowie die Fokussierung auf die Inhalte des Ereignisses und die anderen Teilnehmer. *Communitas* entsteht deshalb sowohl beim Mitfieberten während eines Gladiatorenkampfes im antiken Rom als auch bei einem zeitgenössischen Fußballspiel, sie wird von den ausgelassenen Teilnehmer eines mittelalter-

⁵⁴ Die Dauer des Karnevals dehnte sich immer weiter aus. Ursprünglich beschränkte sich der Karneval auf den Abend vor der Fastenzeit. Seit dem 15. und 16. Jahrhundert umfasste er die drei Tage vor Aschermittwoch, seit dem 19. Jahrhundert den Zeitraum von Dreikönig bis Aschermittwoch.

lichen Volksfestes ebenso empfunden wie von den ekstatischen Ravern bei der Loveparade.

Das als *Communitas* bezeichnete Gemeinschaftsgefühl der Teilnehmer bei inszenierten Ereignissen steht nur auf den ersten Blick im Widerspruch zum Distinktionspotential von Events, das mit Bezug auf Bourdieu (1994) bereits erläutert wurde. Denn die *Communitas* stellt ein subjektives Gemeinschaftsgefühl der Teilnehmer dar und bedeutet nicht, dass bestehende Klassen- oder Schichtgrenzen für die Dauer von Ereignissen tatsächlich fallen. Bis heute gibt es nur wenige Ereignisse, die allen gesellschaftlichen Schichten offenstehen und bei denen die soziale Differenzierung des Publikums von untergeordneter Bedeutung ist. Dazu zählen in ihrem Ursprung die Volksfeste⁵⁵, von denen die älteren auf die kirchlichen Patronatsfeste zurückgehen, eine große Zahl jedoch im 19. Jahrhundert von bürgerlichen Gruppierungen wie z.B. Schützenvereinen gegründet wurde. Zeitgenössische Beispiele dafür sind die kostenlosen Kultur- oder Sportereignisse im öffentlichen Raum wie das Nürnberger „Bardentreffen“ oder die Münchner „Blade Night“.

Dagegen sind die meisten inszenierten Ereignisse mit der gesellschaftlichen Einordnung des Publikums verbunden. Sie dienen den Teilnehmern zur Positionierung innerhalb einer gesellschaftlichen (Rang)Ordnung oder der Abgrenzung von anderen; gelegentlich sind sie auch mit dem Aufstieg bestimmter Teilnehmer in eine höhere soziale Position verbunden. Letzteres trifft beispielsweise auf die barocken *entrées solennelles* zu, bei denen der einziehende Monarch veranlassen konnte, dass bestimmte Teilnehmer im Verlauf der Feierlichkeiten in Orden, Akademien oder in den Ritterstand aufgenommen wurden (Kunstabtheke Berlin 1987, 2). In ihrer sozialen Zusammensetzung und räumlichen Anordnung spiegeln inszenierte Ereignisse die ihnen zugrundeliegende gesellschaftliche Struktur, die in engem Bezug zum politischen und ökonomischen System steht. Die Darstellung der gesellschaftlichen Rangordnung kann ein wesentlicher Teil der Inszenierung sein, wie am Beispiel des römischen und des barocken Theaters noch zu zeigen sein wird. Sie ist aber im Sinne Peter Burkes (2003) aber auch dann zu erkennen, wenn dies den Organisatoren oder Teilnehmern nicht bewusst ist. So gibt die räumliche Anordnung der Teilnehmer am Schauplatz Auskunft über ihre soziale Hierarchie.

André (2002) hat den Zusammenhang zwischen Gesellschaftsordnung und Sitzordnung für das römische Theater dargestellt. Im republikanischen Rom hatte das einfache Volk im Theater freie Platzwahl; davon ausgenommen waren allerdings die für die Senatoren reservierten Reihen, die sich zwischen der Bühne und dem Podium der ersten Stufen befanden. Im Jahr 67 wurde zudem ein Gesetz verabschiedet, das dem Ritterstand die vierzehn folgenden Stufen zusprach (André 2002, 147). Zu Beginn der römischen Kaiserzeit wurden in den Theatern systematische Platzreservierungen eingeführt. Augustus wies den Senatoren erneut die ersten Stufen im Theater zu und bestärkte damit ihren privilegierten Status; zudem erneuerte er die republikanische *lex roscia*, die den Rittern die nächsten vierzehn Ränge reservierte. Die soziale Bedeutung der Theaterordnung zeigt sich insbesondere darin, dass die in der *lex roscia* festgelegten Vorrechte der Ritter, die Ausdruck des sozialen Aufstiegs waren, von den Herrschern immer wieder neu bestätigt werden mussten. Für den Zirkus setzte erst Nero den Vorrang des Ritterstandes vor der Plebs durch. In der Folge versuchten nicht wenige,

⁵⁵ Ein Gegenbeispiel ist das Münchner Oktoberfest mit seinen VIP-Bereichen in den Festzelten. Die Wurzeln dieses Volksfestes liegen in einem 1810 anlässlich der Vermählungsfeier des Kronprinzen Ludwig von Bayern mit Prinzessin Therese von Sachsen-Hildburghausen veranstalteten Pferderennen.

Die hierarchische Staffelung der Zuschauer im barocken Theater veranschaulicht Philippe de La Guépières „Entwurf einer Oper am Stuttgarter Schlossplatz, Schnitt und Ansicht des Zuschauerhauses“, 1758.



„sich um dieses Vorrecht willen in den Ritterstand einzuschleichen.“ (André 2002, 215) Unter Kaiser Domitian begannen Hochstapler ungeniert damit, die den Rittern zugewiesenen Ränge einzunehmen, wurden vom Kaiser aber auf die Plätze verwiesen. So versinnbildlicht der Kampf um die Sitzordnung im Theater das Streben um Einfluss in der römischen Gesellschaft und stellt nach außen hin ein getreues Spiegelbild der politischen Ordnung dar. Dieses demonstrierten die Imperatoren Fremden und „Barbaren“ bevorzugt bei geführten Besichtigungen durch vollbesetzte Theateraufführungen (André 2002, 216).

Auch das barocke Hoftheater spiegelt in der Anordnung der Zuschauer deren gesellschaftliche Positionen wider. Dem Herrscher vorbehalten war die von einem Baldachin gekrönte, frontal zur Bühne gelegene Hofloge. Der übrige Zuschauerraum gliederte sich in die einfacheren Plätze im Parkett und die privilegierten, übereinandergestapelten Logen, die seitlich bis an die Portalbühne reichten, und versinnbildlicht damit die soziale Schichtung „von oben nach unten“. Heute dagegen gehören die seitlichen Logen zu den schlechteren Plätzen im Theater. Vermutlich greift die Raumkonfiguration des Theaters die Anordnung des Publikums bei früheren Aufführungen unter freiem Himmel auf: „In der Architektur verfestigte sich, was zuvor spontan passierte: Die einen blickten von den Fenstern ihrer Häuser, die anderen schauten auf der Straße und von der Piazza zu.“ (Lange 2003, 54) Die räumliche Gliederung in Parkett und Logen war bereits in den ersten öffentlich zugänglichen, kommerziellen Theatern der italienischen Renaissance gepflegt worden; im Stehparkett kam das einfachere Volk zusammen, während Adelige oder reiche Kaufleute Inkognito-Logen mieteten oder erwarben, in denen sie beim Zuschauen nicht selbst gesehen werden konnten. Die privilegierten Logen gestatteten den Höhergestellten damit eine Form der Distinktion, „die in der Möglichkeit des Ausblicks und Einblicks, des Sehens

und Gesehenwerdens, im Getrenntsein und im Zusammensein ein räumliches Verhältnis von öffentlichem und privatem Leben konfiguriert.“ (Lange 2003, 54) Dass die Sicht auf die Bühne von den seitlichen Logen äußerst eingeschränkt war, war unerheblich, da das Bühnengeschehen ohnehin den gesellschaftlichen Aspekten des Theaters untergeordnet war.

Auch die barocke *entrée solennelle* spiegelt die Machtpositionen innerhalb der Staatshierarchie und die gesellschaftliche Schichtung des Volkes wider, deutlich abzulesen an Darstellungen vom feierlichen Einzug Ludwig XIV. in Paris (1660), mit dem dieser seinen Herrschaftsanspruch öffentlich bekräftigte. Vor der Stadt nahmen die Honoratioren von den Geistlichen über die Zivilbehörden bis hin zu den Universitäten den Zug in Empfang. Die nach Zünften gegliederte Bürgerschaft stand Spalier. An den Straßenrändern salutierte die Bürgergarde, dahinter erhoben sich bis zum ersten Stockwerk die mit Bürgern besetzten Tribünen; die Adeligen sahen aus den Fenstern und von Balkonen zu. „Die Untertanen stellen sich somit dem König hierarchisch gestaffelt dar; sie sind ein Abbild der damaligen Ständeordnung.“ (Kunstabibliothek Berlin 1987, 2)

Die VIP-Lounges in zeitgenössischen Sportstadien und bei kulturellen Events weisen deutliche Parallelen zu den privilegierten Rängen des Barocktheaters auf. Auch sie demonstrieren gesellschaftlichen Status und finanzielle Potenz und heben das dortige Publikum aus der Masse heraus. Die soziale Staffelung des Publikums bei zeitgenössischen Events erfolgt, wie bereits erläutert (vgl. Kapitel 2.2), über die Höhe der Eintrittsgelder und sozialen Status, wie etwa die soziale Differenzierung des Publikums in Fußballstadien zwischen VIP-Bereichen, Haupttribüne und Fanblocks verdeutlicht.

4.5 Dritte Zwischenbilanz

Im zurückliegenden Kapitel ging es um die Darstellung des gesellschaftlichen Substrates, von dem aus Events auf Räume einwirken. Die entscheidenden Aspekte des gesellschaftlichen Kontextes von Events sollen nachfolgend zusammengefasst und in ihrer räumlichen Relevanz präzisiert werden. Den Ausgangspunkt des ersten Abschnittes bildete der Begriff des *Erlebnisses*. Dies wurde damit begründet, dass der Zugang zu Events unmittelbar über sinnliche Erlebnisse erfolgt. Das Erlebnis wurde sowohl als grundlegende Form der Welterfahrung und psychophysischer Prozess und damit in seiner Funktion für das einzelne Individuum dargestellt, als auch hinsichtlich seiner Rolle in der Gesellschaft beleuchtet. Während das Erlebnis zu Anfang des 20. Jahrhunderts als Reaktion auf eine rationalisierte und „entzauberte“ Welt galt, rückte es Gerhard Schulze Anfang der 1990er Jahre in den Mittelpunkt einer Gesellschaft, in der die Menschen ihr Leben erlebnisorientiert gestalten würden. Die „Erlebnisgesellschaft“ bot ein auf den ersten Blick einleuchtendes Erklärungsmodell für den gegenwärtigen gesellschaftlichen Stellenwert von Events. Da Schulzes Untersuchung allerdings auf der zweifelhaften Annahme einer saturierten Wohlstandsgesellschaft basiert, wird die Erlebnisorientierung darin auf den individuellen Lustgewinn reduziert und so das Distinktionspotential von Genuss und Erlebnis im sozialen Kontext negiert. Letzteres steht bei Bourdieu im Mittelpunkt. Mit Bezug auf Bourdieu konnte nachgewiesen werden, dass Erlebnisse nicht nur in der individuellen Lebensgestaltung Bedeutung besitzen, sondern dass die von Events vermit-

telten Erlebnisse im Ringen um sozialen Status und um die Verfügungsgewalt über Räume innerhalb einer Gesellschaft eingesetzt werden können. Dies kann zum Beispiel dazu führen, dass die Schauplätze von Ereignissen nur für bestimmte gesellschaftliche Gruppen zugänglich sind.

Nach der grundsätzlichen Klärung des gesellschaftlichen Stellenwertes von Erlebnissen rückte das Event selbst in den Mittelpunkt der Betrachtung. Um das vielschichtige soziale Phänomen umfassend darstellen zu können, erfolgte die Betrachtung von Events aus drei unterschiedlichen Blickwinkeln. Im zweiten Abschnitt wurden Events unter *soziologischer* Perspektive als Konsumprodukte auf dem zeitgenössischen Erlebnismarkt und Bestandteil von Lebensstilen dargestellt. Dabei konnten vor allem die ökonomischen Gesetzmäßigkeiten herausgearbeitet werden, denen die Produktion und der Konsum von Events heute unterliegen. Da Events zahlreiche Gemeinsamkeiten mit inszenierten Ereignissen aus anderen Epochen aufweisen, wurde im dritten Abschnitt eine *anthropologische* Sichtweise auf Events eingenommen. Sie wurden dabei als kulturelle Performances dargestellt, in denen Institutionen und Organisationen kulturelle Symbole dramatisch inszenieren und sie auf diesem Weg für die Mitglieder der Gesellschaft sinnlich erfahrbar machen. Diese Perspektive erlaubte es, die grundlegenden Gemeinsamkeiten von Events mit inszenierten Ereignissen anderer Epochen herauszuarbeiten. Im vierten Abschnitt fokussierte ich mich mit den Produzenten und den Konsumenten auf die bei Events beteiligten *Akteure*. Damit konnten unterschiedliche Handlungsrationaltäten im Bezug auf Events differenziert werden.

Die *sozialwissenschaftlich* fundierte Betrachtung von Events als innenorientierte Produkte, die auf dem sogenannten „Erlebnismarkt“ angeboten und nachgefragt werden, bezog sich in wesentlichen Aspekten abermals auf Schulze. Als innenorientiert wurden Produkte bezeichnet, bei denen nicht primär die Erfüllung einer bestimmten Funktion im Mittelpunkt steht, sondern deren Zweck vorwiegend ästhetischer oder erlebnisorientierter Natur ist. Als wesentliches Merkmal des Erlebnismarktes wurde mit Bezug auf Schulze angenommen, dass dieser als gleichberechtigtes Zusammenwirken von Anbietern und mündigen Konsumenten funktioniert, die sich gegenseitig in ihren Handlungsweisen beeinflussen. Diese Sichtweise konnte mit dem seit Ende der 1980er Jahre vor dem Hintergrund von gesellschaftlichen Individualisierungs- und Pluralisierungsprozessen entwickelten Modell der Lebensstile in Verbindung gebracht werden. Das Lebensstilkonzept basiert auf der Annahme, dass die Menschen als mündige Konsumenten selbstbestimmt mit innenorientierten Produkten und Erlebnisangeboten umgehen und sie als Bestandteile ihrer Lebensführung zur Verortung innerhalb der Gesellschaft nutzen könnten. Nicht nur mit Bezug auf Böhme wurde im Kontrast dazu auf die in Konsumprodukten enthaltenen Manipulationsmöglichkeiten verwiesen. Auch in früheren Schriften über den Massenkonsum setzten sich Autoren wie Kracauer, Debord und Vertreter der Cultural Studies mit dem manipulativen Charakter von Konsumprodukten und Massenvergnügungen auseinander. Die Darstellung dieser beiden gegensätzlichen Positionen machte den Transformationsprozess deutlich, dem die sozialwissenschaftliche Einordnung von Konsumprodukten unterlag. Zugleich wurde die gesellschaftliche Bedeutung von Events und anderen innenorientierten Konsumgütern als Bestandteile der Lebensführung auf der Konsumentenseite und als Mittel gesellschaftlicher Einflussnahme auf der Produzentenseite herausgearbeitet.

Die geschilderten Entwicklungen wirken sich auch auf den Raum aus. Räume können Angebote auf dem Erlebnismarkt darstellen, entweder als Schauplätze von Events, deren Merkmale in Kapitel 3 ausgeführt wurden, oder in Form von Räumen, die den Konsumenten bestimmte Erlebnisse in Aussicht stellen, wie Freizeitparks, Hotels oder Kultureinrichtungen.

Im Gegensatz zur sozialwissenschaftlichen Betrachtungsweise löste der *kulturanthropologisch* geprägte Blickwinkel auf Events als kulturelle Performances diese bewusst von zeitgebundenen Gesellschaftsdiagnosen ab. Damit konnten die Merkmale von Events als grundlegende Formen von sozialer Interaktion herausgearbeitet werden. Als kulturelle Performances stellen inszenierte Ereignisse in einer Gesellschaft bestimmte Werte und soziale Handlungsmuster auf symbolische Weise öffentlich dar und machen sie für die Mitglieder der Gesellschaft im Raum erlebbar. Der performative Charakter von Events besteht darin, dass Institutionen und Organisationen über sie kulturelle Symbole dramatisch inszenieren können. Damit bieten diese dem Publikum die Möglichkeit der Selbstvergewisserung hinsichtlich kultureller Werte und normativer Vorstellungen. Mit Bezug auf Clifford Geertz wurde aufgezeigt, dass Events als symbolische Inszenierungen von kulturellen Inhalten und komplexe Formen von sozialem Handeln begriffen werden können, die sich als Interaktionen der Teilnehmer an herausgehobenen Schauplätzen und innerhalb definierter Zeiträume darstellen. Goffman hingegen trug zum Begriff der kulturellen Performance eine dramaturgische Perspektive auf das soziale Leben bei. Er begreift alle sozialen Interaktionen von Alltagshandlungen bis hin zu besonderen Ereignissen als „Performances“, die im Raum auf einer „Bühne“ mit „Kulissen“ und „Requisiten“ vor einem „Publikum“ stattfinden. Auch die Betrachtung von Ritualen als performative Handlungen erwies sich als fruchtbar für die Darstellung der „zeitlosen“ Aspekte von Events. Als Gemeinsamkeiten zwischen Ritualen und Events wurde festgehalten, dass beide als sinnlich erfahrbare Formen von sozialer Interaktion Gemeinschaft stiften und symbolische Bedeutungsgefüge darstellen, die auf einem gemeinsamen kulturellen Repertoire basieren. Mit der Darstellung und dem Wettkampf wurden nachfolgend zwei grundlegende, auch für Events gültige Erscheinungsformen kultureller Performances differenziert, über die Gesellschaften kulturelle Symbole und soziale Handlungsmuster reproduzieren.

Der anthropologische Blickwinkel auf inszenierte Ereignisse führte zu der Erkenntnis, dass inszenierte Ereignisse nicht nur auf dem gegenwärtigen Erlebnismarkt als Komponenten von Lebensstilen Bedeutung besitzen, sondern in Form von Ritualen oder Kulturen auch in früheren Zeiten wesentlich an der Konstitution der Gesellschaft beteiligt waren. Dabei kam und kommt räumlichen Aspekten eine wesentliche Bedeutung zu. Jede kulturelle Performance benötigt einen Schauplatz als „Bühne“ im Sinne Goffmans, die mittels gegenständlicher und symbolischer Markierungen von der „Außenwelt“ abgegrenzt ist und eine oder mehrere Darbietungen und das Publikum aufnimmt, das seine Aufmerksamkeit auf die Darbietungen richtet oder an ihnen mitwirkt. Die Performance und die (Selbst)Darstellung des Publikums finden grundsätzlich im Raum statt; die Abgrenzung der Schauplätze von der Umgebung trägt dazu bei, das Geschehen als besonderes Ereignis zu markieren.

Sowohl beim soziologischen als auch beim anthropologischen Blickwinkel auf Events wurde zwischen den Produzenten auf der einen Seite und den Konsumenten auf der anderen Seite unterschieden. Beide Typen von Event-Akteuren wurden im vierten Abschnitt des zurückliegenden Kapitels detailliert betrachtet, um ihre unterschiedlichen Rationalitäten erfassen zu können. Als grundlegender Unterschied zwischen den Akteuren wurde herausgearbeitet, dass die Produzenten mit Events primär außenorientierte Zielsetzungen verknüpfen, während die Konsumenten ihren Erlebnisbedürfnissen und damit innenorientierten Motiven folgen. Bei Events treffen diese unterschiedlichen Rationalitäten aufeinander, wobei Events sowohl Teilaspekte von Atmosphären im Sinne Böhmes als auch von strukturalistischen Zeichensystemen aufweisen. Hierbei spielen räumliche Aspekte eine wesentliche Rolle. Die Inszenierung von Atmosphären und Zeichensystemen findet im Raum statt, wo die Organisatoren von Ereignissen mittels „Requisiten“ und „Bühnenbildern“ - angefangen von den *apparati* der Renaissance bis zu den zeitgenössischen Kulissen der Videoleinwände und Werbebanner - symbolische Bedeutungen vermitteln und Atmosphären einrichten können. Auch die Partizipation des Publikums an Events wird wesentlich durch die Art des Schauplatzes geprägt, da durch materielle und symbolische Markierungen der Zugang zu Ereignissen geregelt wird und da die Schauplätze je nach ihrer räumlichen Konfiguration unterschiedliche Formen der Nähe oder Distanz zwischen Publikum und Darbietung sowie der Partizipation oder Interaktion des Publikums zulassen oder verhindern. Zudem veranschaulichen die Schauplätze von inszenierten Ereignissen die soziale Struktur der Teilnehmer, etwa in Form einer hierarchischen Staffelung des Publikums.

Damit sind erste Verknüpfungen zwischen den in Kapitel 3 abgeleiteten Schauplatztypen „Arena“ und „Möglichkeitsraum“ sowie den Atmosphären der Schauplätze und den in Kapitel 4 beschriebenen sozialen Funktionen von inszenierten Ereignissen formuliert. Sie vermitteln einen Eindruck davon, dass die beiden separat dargestellten Facetten von inszenierten Ereignissen eng zusammenhängen; das Verständnis der einen Ebene wäre unvollständig ohne die Einbeziehung der anderen. Die Querbezüge zwischen Raum, Ort und Ereignis sollen daher im Mittelpunkt des nachfolgenden Kapitels stehen.

5 Event – Raum – Ort

Die in Kapitel 3 und 4 dargestellten Perspektiven auf inszenierte Ereignisse – zum einen von ihren räumlichen Ausprägungen, zum anderen von ihren sozialen Charakteristika aus – sollen nachfolgend miteinander in Beziehung gesetzt werden. Dabei sollen die beiden zentralen Fragestellungen der Dissertation geklärt werden: Im ersten Teilabschnitt dieses Kapitels soll aufgezeigt werden, wie inszenierte Ereignisse als soziale Interaktionen Räume konstituieren und prägen. Der zweite und der dritte Teilabschnitt hingegen werden sich der Frage zuwenden, auf welche Weise inszenierte Ereignisse zur Transformation und Markierung von besonderen Orten beitragen können.

Die Differenzierung zwischen einer raumbezogenen und einer ortsbezogenen Betrachtung von Events dominierte bereits das Kapitel 3 über die Schauplätze von inszenierten Ereignissen. Dort wurden zunächst „Arena“ und „Möglichkeitsraum“ als grundlegende Erscheinungsformen von inszenierten Ereignissen und Events im gegenständlichen Raum unterschieden und hinsichtlich der Gemeinsamkeiten in ihren räumlichen Konfigurationen, etwa bei der Zuordnung von Publikum und Darbietung, beschrieben. Vor allem bei den „Arenen“ waren dabei weitgehende Übereinstimmungen zu konstatieren, während „Möglichkeitsräume“ in Abhängigkeit vom jeweiligen Ort stärker variierten. Daran anknüpfend wurde gezeigt, dass die Schauplätze von Ereignissen neben den verallgemeinerbaren räumlichen Merkmalen abhängig vom jeweiligen Ort auch eine besondere Atmosphäre aufweisen können, die auf Ereignisse zurückstrahlen kann. Dies trifft sowohl auf „Arenen“ als auch auf „Möglichkeitsräume“ zu. So macht es einen großen Unterschied für die Atmosphäre eines Events, ob dieses in einer neutralen Halle oder an einem symbolisch besetzten Ort, in einer Industriebrache, in einem Park oder auf einem historischen Platz stattfindet. Wie in Kapitel 2 bereits dargestellt, machen sich dies Veranstalter und Eventmanager bei der Auswahl besonderer Schauplätze zunutze.

Während also der Begriff des Raumes zur Beschreibung verallgemeinerbarer räumlicher Muster von inszenierten Ereignissen herangezogen wurde, bezog sich der Begriff der Atmosphäre auf den Ort als einzigartigen Schauplatz von Ereignissen. Diese Differenzierung soll nachfolgend vertieft und mit Erkenntnissen aus Kapitel 4 über die sozialen Aspekte von Ereignissen in Beziehung gesetzt werden. Hierzu ist es erforderlich, die beiden zentralen Begriffe „Raum“ und „Ort“, deren Bedeutung sich bislang aus dem jeweiligen Kontext heraus erschloss, mit Bezug auf Erkenntnisse aus unterschiedlichen Wissensgebieten zu präzisieren. Im nachfolgenden Abschnitt soll zunächst der Frage nachgegangen werden, wie Events und inszenierte Ereignisse auf Räume einwirken.

5.1 Event und Raum

Bei den Schauplätzen von Events als einer besonderen Form von sozialer Interaktion handelt es sich um gegenständliche und nicht um abstrakte wirtschaftliche, politische oder philosophische Räume.⁵⁶ Wissenschaften wie die Mathematik, Physik und Philosophie haben von der Antike an ihre eigenen Raumbegriffe entwickelt.⁵⁷ Da allerdings die Gestaltung und Wahrnehmung von gegenständlichem Raum das zentrale Thema der Architektur ist, soll der Begriff des Raumes zunächst aus architektonischer Perspektive näher beleuchtet werden.

⁵⁶ Ein jüngeres Beispiel für die Auseinandersetzung mit politischem und wirtschaftlichem Raum stellt die Studie der Soziologin Saskia Sassen (1997) über die von der ökonomischen Globalisierung ausgelösten Neuorganisation von Raum auf städtischer, staatlicher und globaler Ebene dar.

⁵⁷ Eine umfassende Darstellung zum Raum in der Philosophie liefert Alexander Gosztanyi (1976). Verknüpfungen von physikalischen und philosophischen Raumvorstellungen werden etwa bei Martina Löw (2001) erläutert.

Wie der Architekt Jürgen Joedicke dargestellt hat, ist architektonischer Raum etwas von einer Begrenzung Umschlossenes. „Wenn ein Architekt Räume schafft, ordnet er Massen in festgelegten Relationen an. Was so umgrenzt wird, bezeichnet er als Raum.“ (Joedicke 1985, 20) Zugleich ist der architektonische Raum nicht per se vorhanden, sondern an den Menschen und seine Wahrnehmung gebunden. „Wenn vom Raum als etwas Umschlossenem gesprochen wird, so ist diese Aussage die Folge einer Wahrnehmung. Wir können also vom architektonischen Raum als einem Wahrnehmungsraum sprechen. Der Raum ist wahrnehmbar an seiner Begrenzung; wäre keine Begrenzung vorhanden, könnte auch kein Raum wahrgenommen werden. Das, was wir als Raum in der Architektur bezeichnen, ist also erst dann für den Betrachter existent, wenn die Begrenzung errichtet und wahrgenommen werden kann.“ (Joedicke 1985, 9) Architektonische Räume sind auf der einen Seite materiell gestaltet, weisen eine objektiv ermittelbare Geometrie auf und werden auf der anderen Seite durch die Raumwahrnehmung und das Raumerlebnis konstituiert. Daher muss zwischen der Raumgeometrie und der Raumwahrnehmung unterschieden werden. „Die Raumwahrnehmung ist abhängig vom jeweiligen Standpunkt des Wahrnehmenden und verändert sich gemäß den Änderungen des Standpunktes; die Raumgeometrie dagegen ist unabhängig vom zufälligen Standpunkt und gibt ein `objektives Bild` der Beziehungen zwischen den architektonischen Körpern.“ (Joedicke 1985, 21)

Was die materielle Gestaltung betrifft, so differenziert Joedicke zwischen zwei Grundtypen von architektonischem Raum, die sich hinsichtlich der Raumbegrenzung voneinander unterscheiden. Beim *Raumbehälter*, den Joedicke am Beispiel von Goethes Gartenhaus in Weimar erläutert, sind Inneres und Äußeres durch eine weitgehend geschlossene Abgrenzung deutlich voneinander getrennt. Derartige Raumbegrenzungen erfüllen das Bedürfnis nach einem abgeschlossenen Innenraum, nach Schutz vor Witterung und Verschleißbarkeit (Joedicke 1985, 12). Bei den Schauplätzen von inszenierten Ereignissen stellen „Arenen“ wie Stadien oder Theater Raumbehälter dar, aus denen die Abläufe des Alltagslebens, aber auch äußere Einflüsse wie Lärm oder Witterungseinflüsse ausgeblendet werden sollen. Auch die Kontrolle über die Zugänglichkeit des Schauplatzes durch eine verschließbare Begrenzung ist bei inszenierten Ereignissen ein wesentlicher Aspekt.

Im Gegensatz zum Raumbehälter ist die Raumbegrenzung beim *Raumfeld*, für das Joedicke den Barcelona-Pavillon von Mies van der Rohe als Beispiel anführt, kein umschlossenes Kontinuum (Joedicke 1985, 11ff.). Vielmehr besteht das Raumfeld aus einzelnen Körpern, zwischen denen sich ein Raum aufspannt. Dabei lässt sich keine klare Grenze zwischen Innen und Außen bestimmen, beide gehen ineinander über. Bei den Schauplätzen von inszenierten Ereignissen ist dies vor allem in „Möglichkeitsräumen“ zu beobachten, etwa wenn Elemente aus der Umgebung (z.B. Gebäude- oder Gehölzkulissen) als Bestandteile in die Raumanordnungen von Ereignissen mit einbezogen werden.

Als architektonische Räume begriffen werden die angeführten Formen der Umgrenzung erst durch ihre Wahrnehmung über die menschlichen Sinne und ihre Weiterverarbeitung zu Raumerlebnissen (Joedicke 1985, 9). Mit seinem Grundorientierungssystem vermag der Mensch zwischen oben und unten,

vorn und hinten, rechts und links zu differenzieren. Der Sehsinn erlaubt ihm die Wahrnehmung von räumlicher Nähe, Ferne und Raumtiefe. Zudem registriert der Mensch Geräusche bzw. Musik, Gerüche, die Anwesenheit anderer Menschen, Wärme und Kälte und verbindet diese mit Räumen. Während seiner Bewegung durch einen Raum wiederum nimmt der Mensch die Arbeit seiner Muskeln und Gelenke wahr. Dabei ist der Wahrnehmungsraum nicht objektiv, sondern lediglich ein Ausschnitt partieller Wahrnehmungen, die nacheinander – also in der Zeit – erfolgen. Die Verarbeitung der vielfältigen Sinnesreize zu Raumeindrücken ist zum einen abhängig von persönlichen Erinnerungen und der individuellen Entwicklung des Einzelnen (Ontogenese). Zum anderen wirken sich auch kulturelle oder geographische Einflüsse auf das Raumerlebnis aus (Phylogenese).

Wie die Ausführungen zum architektonischen Raum zeigen, ist die Erzeugung von Raum damit nicht allein Sache von Planern, wie (Landschafts)Architekten, Ingenieuren oder, auf die Thematik der vorliegenden Arbeit bezogen, Eventmanagern, die gegenständliche Räume entwerfen, erbauen oder inszenieren. Zur Konstitution von Raum tragen wesentlich die Wahrnehmungen und Bewegungen derer bei, die sich im Raum aufhalten und seine Materialität und Atmosphäre in sich aufnehmen. Die Nutzer und Betrachter von gebauten Räumen sind damit keine passiven „Vollstrecker“ der planerischen Vorarbeit, sondern sie übernehmen einen aktiven Part bei der Raumkonstitution. Diese Position bezeichnet die Stadtplanerin Sophie Wolfrum für den städtebaulichen Kontext mit dem von Otto Friedrich Bollnow entlehnten Begriff des „gelebten Raumes“: „Städtische Räume sind genuin gelebte Räume. Erst in ihrem vielfältigen Gebrauch durch Individuen, Gruppen und städtische Gesellschaft entfalten sie sich als Räume. Und gleichzeitig erzeugen sie durch ihren Charakter, ihre Atmosphäre, ihre Farbe und Form und ihre Stimmung Situationen, Szenen, Verhalten.“ (Wolfrum 2003, 7, Hervorh. i. Orig.) Folgt man dieser Darstellung, so wird Raum im Handeln und Wahrnehmen der Subjekte existent und nimmt wiederum auf die Handlungen und Wahrnehmungen der Subjekte Einfluss – gebauter und gelebter Raum stellen eine Einheit dar.⁵⁸

Wie wirken sich vor diesem Hintergrund Events auf Räume aus? Auf der einen Seite werden für Events und inszenierte Ereignisse spezifische Formen von architektonischen Räumen geschaffen, umgestaltet oder inszeniert.



*Picknick im Landschaftspark
Duisburg-Nord*

⁵⁸ Als Beispiel für die Hervorbringung von Raum mittels ästhetischer Wahrnehmung kann auch die Konstruktion der Landschaft als „angeschauter, schöner Naturraum“ angeführt werden (Piepmeier 1980, 8). Landschaft wird heute allgemein als kulturbedingtes Wahrnehmungskonstrukt und Sichtweise von Natur und nicht als objektive naturräumliche Tatsache begriffen (Hard 1991, 13). „Denn wenn wir auch gewohnt sind, Natur und menschliche Wahrnehmung in zwei Bereiche zu scheiden, sind sie in Wirklichkeit nicht voneinander zu trennen. Bevor die Landschaft je ein Refugium für die Sinne werden kann, ist sie schon das Werk des Geistes.“ (Schama 1996, 16)

Diesen Zusammenhang machten die Ausführungen zu den Schauplatztypen „Arena“ und „Möglichkeitsraum“ bereits deutlich. Eigens für Ereignisse werden Räume geplant und erbaut oder temporär in Besitz genommen - Stadien, Gärten und Theater errichtet, Bühnen, Tribünen und Absperrungen auf Straßen und Plätzen aufgestellt und wieder abgeräumt, Fahnen, Blumenschmuck und Transparente angebracht. Für Ereignisse gilt damit, was der Geograph Alain Lipietz für alle sozialen Prozesse beschreibt: „Sie erfolgen nicht `in` einem Raum: Sie sind der Raum, sie weben ihren Raum, zumindest den menschlichen Raum, den der menschlichen Geographie und auf alle Fälle den städtischen Raum.“ (Lipietz 1991, 131) Die gegenständlichen Raumstrukturen wirken sich auf die Handlungs- und Erlebnisspielräume der Teilnehmer bei Events aus. Abgrenzungen und Ausstattungen mit Symbolwirkung dienen bei inszenierten Ereignissen nicht nur der räumlichen Markierung des außeralltäglichen Geschehens, der Inszenierung der Darbietungen und der Anordnung von Publikum und Darbietung, sondern stecken zugleich die (Spiel)Räume für die Wahrnehmungsweisen und Handlungsmuster der Teilnehmer ab. Auf der anderen Seite rufen inszenierte Ereignisse bei den Teilnehmern bestimmte Handlungs- und Erlebnisweisen hervor, die sich mit den Räumen verknüpfen und die Wahrnehmung von Räumen prägen können. So vermittelt ein städtischer Platz in nächtlichem, unbelebtem Zustand eine gänzlich andere Raumwirkung als während eines Musikereignisses oder Volksfestes.

Damit wird der enge Zusammenhang zwischen Räumen und sozialen Handlungsweisen deutlich. Räume werden durch Handlungen, etwa von Architekten oder Landschaftsarchitekten, und Wahrnehmungen hervorgebracht und wirken sich ihrerseits auf das Handeln der sich in ihnen aufhaltenden Menschen aus. Um die Handlungsdimension von Räumen näher zu beleuchten, sollen nachfolgend sozialwissenschaftliche Erkenntnisse zur Konstitution von Raum hinzugezogen werden. Diese fußen auf Raumvorstellungen aus der Philosophie und Physik (vgl. hierzu Läßle 1991, 38f.; Löw 2001, 17ff.). Die Auseinandersetzung mit dem Phänomen des Raums hat in den Sozialwissenschaften im Vergleich zur Architektur keine lange Tradition. Dass Raum überhaupt zu einem sozialwissenschaftlichen Forschungsgegenstand geworden ist, ist ein vergleichsweise junges Phänomen, das als „spatial turn“ bezeichnet wird.⁵⁹ Bis Mitte der 1980er Jahre fokussierten sich die Soziologen überwiegend auf die Kategorie der Zeit, die für Fortschritt und Entwicklung stand, während der Raum das „tote Gewicht der Dinge“ (Lipietz 1991, 130) verkörperte. Folglich wurde dem Raum in soziologischen Untersuchungen – wenn überhaupt – lediglich der Rang einer nicht weiter bemerkenswerten Umweltbedingung für das soziale Prozesse beigemessen (Löw 2001, 9f.).⁶⁰ Durch sekundenschnelle Kommunikation und Datenübertragung, durch moderne Transporttechnologien und durch das Internet ist es mittlerweile allerdings zu weitreichenden Transformationen im Raum-Zeit-Gefüge gekommen (Löw 2001, 69ff.). Dadurch ist die Selbstverständlichkeit des Raumes in den Sozialwissenschaften in eine Krise geraten. Die Vorstellung von einem die Menschen einschließenden, kontinuierlichen „Behälterraum“ kann diskontinuierliche, auf Verknüpfungen basierende Raumgebilde nicht erklären. Vor diesem Hintergrund wurde der Prozess der Konstitution und Transformation von Raum durch soziale Interaktionen zu einem Thema sozialwissenschaftlicher Forschung.

⁵⁹ Der „spatial turn“ hat mittlerweile selbst die Geschichtswissenschaften als Inbegriff einer zeitorientierten Disziplin erreicht. So propagiert der Osteuropahistoriker Karl Schlögel in seinem jüngsten Werk „Im Raume lesen wir die Zeit (...)“ eine Hinwendung der Geschichtswissenschaften zum Raum und die Verknüpfung von Raum, Zeit und Handlung (Schlögel 2003).

⁶⁰ Zurückführen lässt sich dies auf die negative Besetzung des Raumbegriffes, die von den territorialen Expansionsbestrebungen des Kolonialismus und vor allem des Dritten Reiches herrührt (Lipietz 1991, 130; Löw 2001, 11). Wohl um der Verdächtigung einer „Volk ohne Raum“ – Argumentation zu entgehen, dauerte die Tabuisierung von Raumphänomenen in der Soziologie und Philosophie weit über den deutschen Sprachraum hinaus von der Nachkriegszeit bis in die 1970er Jahre an (Löw 2001, 11). Als eine der wenigen Ausnahmen begriff Michel Foucault lange vor dem „spatial turn“ das 20. Jahrhundert als „Epoche des Raumes“. Er setzt sich in seinem Werk durchgängig mit Raumphänomenen auseinander und begriff dabei Raum als „Form von Lagerungsbeziehungen“ (vgl. Foucault 2001, orig. 1984, 23). Bereits in den 1970er Jahren befasste sich zudem Henri Lefèbvre mit der sozialen Produktion des Raumes (vgl. Lefèbvre 1991, orig. 1974). Aus einem neomarxistisch geprägten Blickwinkel heraus postuliert er, dass sich der Kapitalismus von der Produktion von Dingen der Produktion von Räumen zugewandt habe. Nicht mehr die Analyse von Kapital und Arbeit, so Lefèbvre, könne die Tendenzen der gesellschaftlichen Entwicklung aufzeigen, sondern die von räumlicher Planung, Konsum und Spektakel (vgl. hierzu auch Prigge 1991).

Sozialwissenschaftler wie Martina Löw (2001) begreifen Raum als Zusammenwirken von räumlich-physischen Strukturen, Handeln und Symbolik und damit zugleich als *Rahmenbedingung* und als *Produkt* von sozialem Handeln. Im Unterschied zur Architekturtheorie wird Raum in den Sozialwissenschaften damit nicht als etwas von einer Begrenzung Umschlossenes gedacht und bezieht sich auch nicht ausschließlich auf gegenständliche Räume, sondern vielfach auf abstrakte Konstruktionen, z.B. politischer oder wirtschaftlicher Art. Im Rahmen dieser Arbeit soll dennoch versucht werden, die sozialwissenschaftliche Perspektive auf den Raum auf die gegenständlichen Schauplätze von inszenierten Ereignissen zu übertragen. Anders als in der sozialwissenschaftlichen Freiraumplanung der 1970er und 1980er Jahre verbindet sich damit allerdings nicht die Zielsetzung, auf sozialwissenschaftlich fundiertem, empirischem Wege Vorgaben für die Planung von Freiräumen ermitteln zu wollen.⁶¹ Vielmehr soll die Vorstellung von Raum als Wechselwirkung von Struktur und Handeln zum Verständnis beitragen, wie die Konstitution und Transformation von Raum in einem komplexen gesellschaftlichen Miteinander abläuft.

Die bislang umfassendste Darstellung einer handlungsorientierten Vorstellung von Raum findet sich bei Martina Löw (2001). Sie postuliert, dass Raum fortlaufend durch Alltagshandlungen und in Ereignissen mittels materieller und symbolischer Platzierungen produziert wird. Damit erfasst sie den Raum als ein dynamisches Gebilde und begegnet der auch im architektonischen Raumbegriff thematisierten Herausforderung, dass Räume auf der einen Seite materiell gestaltet sind, auf der anderen Seite jedoch über Konstruktionsleistungen und Wahrnehmungsprozesse von Menschen zu Räumen synthetisiert werden (Löw 2001, 139). Löw charakterisiert Raum als „eine relationale (An)Ordnung von Körpern (...), welche ständig in Bewegung sind, wodurch sich die (An)Ordnung selbst ständig verändert.“ (Löw 2001, 153) Die Soziologin verwendet bewusst die Schreibweise „(An)Ordnung“, um auf zwei Aspekte zu verweisen: zum einen auf die gesellschaftliche Ordnung, die durch Räume erzeugt wird, und zum anderen auf die Handlungsdimension des Anordnens (Löw 2001, 131 u. 166). Unter „Körpern“ versteht Löw auf der einen Seite *soziale Güter*, auf der anderen Seite *Lebewesen* wie Menschen und Tiere.

Die sozialen Güter charakterisiert Löw mit Bezug auf Reinhard Kreckel als „Produkte gegenwärtigen und vor allem vergangenen materiellen und symbolischen Handelns“ (Kreckel zit. n. Löw 2001, 153). Bei den Schauplätzen von Ereignissen beispielsweise sind es Bühnen oder Tribünen, Abgrenzungen oder Dekorationen, die als gegenständliche Markierungen Räume abstecken. Löw differenziert die sozialen Güter weiter in „primär materielle“ und „primär symbolische“ Güter (Löw 2001, 153). Erstere sind z.B. Gegenstände wie Gebäude oder Möbel, letztere dagegen Vorschriften, Regeln oder Normen. Mit dem Zusatz „primär“ verweist Löw darauf, dass Güter nie ausschließlich eine materielle oder eine symbolische Bedeutung haben, sondern beide Aspekte in unterschiedlicher Gewichtung aufweisen. „Angeordnet werden also Güter in ihrer materiellen Eigenschaft, verstanden können diese Anordnungen jedoch nur werden, wenn die symbolischen Eigenschaften der sozialen Güter entziffert werden.“ (Löw 2001, 153) Als Beispiel dafür beschreibt Löw die Beschilderung des öffentlichen Raums, die im Raum zwar gegenständlich in Form von Verkehrsschildern oder

⁶¹ Der basisdemokratisch motivierten, bedürfnisorientierten Freiraumplanung ging es um die emanzipative Erweiterung der Handlungsspielräume der Menschen im Raum (vgl. Gröning & Nohl 1972). Ihr zentrales Ziel bestand in der Erhöhung des Nutzungspotentials von Freiräumen, die allen Bevölkerungsschichten, insbesondere aber unterprivilegierten Gruppen, ein Höchstmaß an Handlungsfreiheit und Emanzipationsmöglichkeiten bieten sollten. Werner Nohl entwickelte mit seiner „emanzipatorisch orientierten Freiraumarchitektur“ das Modell einer Planungspraxis, bei der die Gestaltungsvorgaben für Freiräume aus den empirisch ermittelten Bedürfnissen der Nutzer abgeleitet werden sollten (Nohl 1980). Anders als erhofft, führte die von Nohl propagierte Verwertung empirischer sozialwissenschaftlicher Erkenntnisse in der Freiraumplanung allerdings nicht zu planerischer Innovation. Zurückzuführen ist dies zum einen darauf, dass die Auswertung empirischer Untersuchungen „im besten Fall repräsentative Ergebnisse“ (Körner 2001, 447) und damit allgemeine Durchschnittswerte erbringen und folglich keine neuen Entwurfsansätze provozieren kann. Zum anderen verbarg sich hinter der emanzipatorisch orientierten Planung trotz expliziter Ablehnung einer planerischen „Expertenherrschaft“ nach wie vor ein konservativer bildungsbürgerlicher Erziehungsauftrag (vgl. Körner 2001, 327ff. mit Bezug auf Orzechowski 1991, 540ff.). Die von Nohl empirisch ermittelten Ansprüche der Nutzer an Freiräume unterschieden sich kaum von tradierten bürgerlichen Verhaltensmustern und Bedürfniskategorien, da Nohls studentische Versuchsgruppen überwiegend der bürgerlichen Mittelschicht entstammten.

Wegweisern erfolgt, aber hinsichtlich der symbolisch enthaltenen Vorschriften interpretiert werden muss (Löw 2001, 154).

Anders als dies in der Architektur gebräuchlich ist, zählt Löw neben den unbelebten Gütern auch Lebewesen (Menschen und Tiere) zu den raumkonstituierenden „Körpern“. Dies begründet sie damit, dass Lebewesen „nicht nur Räume schaffen, sondern auch Elemente dessen sein können, was zu Räumen zusammengefaßt wird.“ (Löw 2001, 155) Wie die Anwesenheit von Menschen auf die Konstitution von Räumen Einfluss nimmt, zeigt etwa das Beispiel eines Stadtplatzes, der sich in nächtlich verlassenem Zustand als ein anderer Raum präsentiert als tagsüber, wenn er von lebhaftem Markt- oder Verkehrstreiben erfüllt ist. Dass das Wesen von Räumen auf dem Zusammenwirken gegenständlicher Aspekte, wie Abgrenzungen oder Materialien, und Menschen basiert, wird auch bei den Schauplätzen von inszenierten Ereignissen deutlich. Sie konstituieren sich durch raumprägende Figurationen wie ein Stadionoval, Bühnen oder Tribünen auf der einen Seite und die sozialen Interaktion von Teilnehmern und Publikum auf der anderen Seite. Die Rauminszenierung vieler Schauplätze wie Stadien, Aufmarsch- oder Festplätze ist auf die Anwesenheit großer Zuschauermengen und die Inszenierung der Darbietung ausgerichtet; in leerem Zustand weisen diese Räume daher eine andere Raumwirkung auf als während eines Ereignisses.

Wie aber läuft die Konstitution von Raum ab? Löw zufolge erfolgt sie in zwei miteinander verwobenen Prozessen: Erstens werden Räume durch das gegenständliche und symbolische Platzieren, Anordnen oder Positionieren von sozialen Gütern und Lebewesen gebildet. Diesen Aspekt der Raumkonstitution bezeichnet Löw als *Spacing*. Das Bauen oder Errichten von Räumen in der Architektur stellt eine Form des Spacings dar; bei Events umfasst es beispielweise die Markierung eines Veranstaltungsortes durch Absperrungen und Dekorationen (z.B. Fahnen, Projektionsflächen) oder die räumliche Zuordnung von Bühne und Publikum im Stadion oder Theater. Zweitens basiert die Konstruktion von Raum neben der gegenständlichen Platzierung wesentlich auf den *Syntheseleistungen* der beteiligten Menschen.

Wahrnehmungs-, Vorstellungs- oder Erinnerungsprozesse ermöglichen die Synthese von Gütern und Menschen zu Räumen (Löw 2001, 158f.). Wie es auch für den architektonischen Raum dargestellt wurde, erlauben es die Syntheseleistungen, Ensembles aus Objekten und Menschen in der Wahrnehmung zu einer Einheit zusammenzufassen und im Gedächtnis zu speichern. So verbinden sich bei einem gelungenen Event die Darbietung, der Schauplatz und die gemeinsam mit anderen erlebte Atmosphäre für den Zuschauer zu einer Einheit.

Im alltäglichen Handeln, das durch repetitive Muster geprägt ist, unterliegt die Konstitution von Raum Routinen, also gewohnheitsbedingten Handlungsmustern, die bei vielen Menschen übereinstimmen. Durch regelmäßige soziale Praktiken werden institutionalisierte Raumanordnungen reproduziert, die ihrerseits bestimmte soziale Praktiken ermöglichen oder verhindern. „Institutionalisierte Räume sind demnach jene, bei denen die (An)Ordnung über das eigene Handeln hinaus wirksam bleibt und genormte Syntheseleistungen und Spacing nach sich zieht.“ (Löw 2001, 164) Als Beispiele führt Löw die weitgehend vergleichbare Raumkonfiguration von Bahnhöfen, Fußgängerzonen oder Supermärkten an. Löw bezieht sich in ihren Ausführungen explizit auf Raumanordnungen, die alltäglichen

Routinen entsprechen. Nun sind inszenierte Ereignisse und Events gerade das Gegenteil von Alltagshandlungen, da sie - im Idealfall - aus dem alltäglichen Einerlei herausragen. Trotzdem gehen auch inszenierte Ereignisse mit institutionalisierten Raumanordnungen einher, wie die Ausführungen zu den Schauplatztypen in Kapitel 3 deutlich gemacht haben. Besonders deutlich wird dies bei den „Arenen“, die als stabile Formen der Raumanordnung über die Dauer von einzelnen temporären Veranstaltungen hinaus bestehen. Sie basieren in ihrer Konfiguration auf weitgehend übereinstimmenden Mustern, die das Miteinander von Darbietung und Publikum organisieren. So folgt die Zuordnung von Darstellung und Publikum, etwa im Stadion oder Theater, bewährten Schemata. Die Wahrnehmung des Geschehens durch das Publikum hängt davon ab, in welchem Verhältnis Performance und Publikum zueinander stehen, ob eine klare Trennung vorliegt oder das Publikum räumlich und in partizipatorischer Hinsicht in die Darbietung integriert wird. Die Verhaltens- und Partizipationsweisen des Publikums variieren je nachdem, ob das Publikum sitzt oder steht und welche räumliche Nähe oder Distanz zwischen den Zuschauern herrscht.

Die Ausführungen zur Institutionalisierung verweisen auf die *Dualität* von Raum: Der gegenständliche Raum wird durch Handlungen hervorgebracht und strukturiert seinerseits das Handeln, indem er es in bestimmten Ausprägungen ermöglicht oder verhindert; er ist also zugleich Rahmenbedingung und Produkt von sozialen Handlungsweisen. Dies gilt sowohl für Alltags- als auch für Ereignisräume. „Institutionalisierte Räume sichern die geregelte Kooperation zwischen Menschen. Sie bieten Handlungssicherheiten, schränken jedoch auch Handlungsmöglichkeiten ein. Beides zusammen, die Routinen des alltäglichen Handelns und die Institutionalisierung von sozialen Prozessen, gewährleisten die Reproduktion gesellschaftlicher (also auch räumlicher) Strukturen.“ (Löw 2001, 172) Über institutionalisierte Formen sozialen Handelns werden im Raum Machtverhältnisse abgesteckt. Bei inszenierten Ereignissen offenbart sich dieser Aspekt in der hierarchisierten Sitzordnung im Theater oder im Stadion, die die soziale Rangordnung des Publikums widerspiegelt, und im Ringen um die eigene Platzierung innerhalb dieser Ordnung, wie im Kapitel 3.1 am Beispiel des römischen Amphitheaters dargestellt wurde. „Zusammenfassend kann man festhalten, dass die Konstitution von Raum Verteilungen zwischen Gesellschaften und innerhalb einer Gesellschaft hervorbringt. In hierarchisch organisierten Kontexten sind dies zumeist ungleiche Verteilungen bzw. unterschiedliche Personengruppen begünstigende Verteilungen. Diese (An)Ordnungen haben Inklusions- und Exklusionseffekte. Räume sind daher oft `Gegenstände` sozialer Auseinandersetzungen. Verfügungsmöglichkeiten über Geld, Zeugnis, Rang oder Assoziation sind daher ausschlaggebend, um (An)Ordnungen durchsetzen zu können, so wie umgekehrt die Verfügungsmöglichkeit über Räume zur Ressource werden kann.“ (Löw 2001, 217f.)

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass Raum im zurückliegenden Abschnitt sowohl aus architektonischer als auch aus sozialwissenschaftlicher Perspektive beleuchtet wurde, um umfassend zu untersuchen, wie Ereignisse auf Räume einwirken. Dabei konnte als gemeinsame Kernidee beider Raumauffassungen herausgearbeitet werden, dass Raum vom Menschen aus gedacht und der Betrachter bzw. Nutzer als Voraussetzung von Raum begriffen wird. Zudem stellte sich heraus, dass Raum sowohl in

der Architektur als auch in den Sozialwissenschaften als Synthese aus einer materiellen Ebene und einer Wahrnehmungsebene konzipiert wird. Mit Bezug auf den Architekten Joedicke wurde Raum als etwas von gegenständlichen Körpern Umschlossenes geschildert, das erst in der Wahrnehmung und über das Raumerlebnis des Betrachters zu einem Raum wird. Unter Heranziehung des Raummodells der Soziologin Löw wurde Raum hingegen als Rahmenbedingung und zugleich Produkt von sozialem Handeln dargestellt. Bei Löw setzte sich die Konstitution von Raum aus der gegenständlichen Platzierung von Objekten und Menschen (Spacing) sowie Wahrnehmungs- und Konstruktionsprozessen (Syntheseleistungen) zusammen, über die Ensembles aus Objekten und Lebewesen zu räumlichen Einheiten verknüpft werden. Die Querbezüge, die zwischen diesen beiden Raumkonzepten und Events als sozialen Handlungs- und Erlebnisweisen hergestellt wurden, machten deutlich, dass Events Räume in zweifacher Hinsicht prägen. Auf der einen Seite sind inszenierte Ereignisse neben Alltagshandlungen eine Form von sozialem Handeln, für die gegenständliche, häufig institutionalisierte Räume geschaffen oder inszeniert werden. Auf der anderen Seite eröffnen Events mit ihren Interaktionsmustern und Erlebnisweisen den Teilnehmern spezifische Raumerlebnisse und -wahrnehmungsweisen.

5.2 Event und Ort

Nachdem der Zusammenhang von Events und Raum beleuchtet wurde, soll sich die Arbeit nun Ereignissen zuwenden, die neben einem Raumbezug auch den Bezug zu einem besonderen Ort als Schauplatz des Geschehens aufweisen. Damit rücken nun Events in den Mittelpunkt des Interesses, deren Schauplätze besondere Orte darstellen, und bei denen Raum und Ort eine (oftmals untrennbare) Einheit eingehen. Dies trifft in besonderem Maße auf traditionelle Ereignisse zu. Ritualen vergleichbar werden sie periodisch an denselben Orten mit weitgehend übereinstimmendem Ablauf veranstaltet, wie etwa Volksfeste, die Wagner-Festspiele auf dem „Grünen Hügel“ in Bayreuth oder der päpstliche Ostergottesdienst auf dem Petersplatz in Rom. Derartige Spektakel sind mit ihren Schauplätzen in der Regel untrennbar verbunden, ihre Verlegung würde einer „Entwurzelung“ gleichkommen.⁶²

Auch manche Typen von Wettkämpfen sind eng an bestimmte Orte geknüpft, wie die emotional aufgeladene Beziehung vieler Fußballfans zu den heimatlichen Stadien ihrer Mannschaften zeigt. Doch sind nicht alle Typen von Ereignissen fest an einem speziellen Ort verwurzelt. Im Gegensatz zu den genannten Beispielen gibt es mit einer langen Tradition auch Ereignisse, die gerade durch ihre in einem bestimmten Turnus oder in unregelmäßigen Abständen stattfindende Verlagerung von einem Schauplatz zum nächsten gekennzeichnet sind, etwa große Sportveranstaltungen (Olympische Spiele, Weltmeisterschaften). Dies bedeutet allerdings nicht, dass die Schauplätze hier gänzlich austauschbar wären – denn auch bei den zirkulierenden Ereignissen entfaltet sich das Geschehen im Zusammenwirken mit der Atmosphäre der jeweiligen Orte.

Viele zeitgenössische Events besitzen schon allein mangels Tradition keinen lokalen Bezug. Veranstaltungen wie Konzerte, Musicals oder Produktpräsentationen können prinzipiell an jedem Ort stattfinden, der die entsprechenden räumlichen Voraussetzungen wie z.B. eine Bühne, einen Zuschauerraum entsprechender Größe, einen günstigen Verkehrsanschluss

⁶² Zwar werden mittlerweile traditionell ortsgebundene Ereignisse wie das Münchner Oktoberfest oder der Nürnberger Christkindlesmarkt in aller Welt kopiert. Da die ursprünglichen Orte aber nicht einfach austauschbar sind, sind die Kopien trotz aller Bemühungen um „Authentizität“ nicht dieselben Ereignisse.

bzw. Parkplätze bietet. Oft handelt es sich bei den Schauplätzen um uniforme „Arenen“, in die auf die jeweiligen Events abgestimmte Inszenierungen implementiert werden. Hier bringen die Events gleichsam ihre eigenen Orte mit, die mit den vorhandenen Eigenschaften der Schauplätze häufig nur bedingt zu tun haben. Rock- und Popstars beispielsweise veranstalten bei Konzerttourneen in der Regel überall die gleiche Show, unabhängig von der Stadt und der Kulisse, vor der sie auftreten. Sie mieten dafür entweder „Arenen“, meist Bauten einer bestimmten Größe und Lage, oder bisweilen auch „Möglichkeitsräume“, wie etwa den Münchner Königsplatz. Da die Show in der Regel bis ins Detail vorstrukturiert ist, bleibt der Bezug zu den Eigenheiten der jeweiligen Orte gering.

Dass auch bei den nicht traditionell verorteten zeitgenössischen Events die Bedeutung von besonderen Orten zunimmt, ist vor allem auf das gegenwärtige Überangebot an austauschbaren Events wie Open Air-Konzerten oder Kinoabenden, Parties oder Werbeveranstaltungen zurückzuführen. Längst haben deren Veranstalter das Potential symbolträchtiger oder ausgefallener *locations* erkannt, die Events eine besondere Atmosphäre und damit einen letzten Rest an Außeralltäglichkeit verleihen und sie so von vergleichbaren Veranstaltungen abheben sollen (vgl. Kapitel 2). Obwohl bei Konzert- oder Werbeveranstaltungen, anders als bei den erwähnten traditionellen Ereignissen, keine dauerhafte Verbindung von Ereignis und Werbeevent zu erwarten ist, machen die kontroversen Diskussionen über die Ereignisnutzung von prominenten Orten wie der Zugspitze (vgl. Schneider 2004) oder des Münchner Königsplatzes (vgl. Lungwitz 2004) deutlich, dass Ereignisse trotz ihres temporären Charakters erheblich auf Orte einwirken und sie transformieren können. Wie diese Wirkungen aussehen und worauf sie zurückzuführen sind, soll im Mittelpunkt der nachfolgenden Ausführungen stehen.

Hierfür ist es erforderlich, zunächst den Begriff des Ortes in Relation zum bereits dargestellten Verständnis von Raum zu definieren. Raum wurde im vorangegangenen Abschnitt mit Bezug auf architektonische und sozialwissenschaftliche Vorstellungen als Konstrukt aus unbelebten Körpern und Lebewesen beschrieben, die über Handlungs- und Wahrnehmungsweisen von Individuen und gesellschaftlichen Gruppen zu Räumen synthetisiert werden. Für die Definition des in der Architekturtheorie, Kunst, Soziologie und Anthropologie mit unterschiedlichen Bedeutungen belegten Begriffes „Ort“ wird erneut an das sozialwissenschaftliche Raumkonzept von Martina Löw angeknüpft, bei dessen Ableitung sie sich auch mit dem Ort auseinandersetzt. Für Löw stellen Orte konkrete Lokalisierungen von abstrakten Raumkonstruktionen dar. Die Platzierung von Menschen oder Gütern und damit die Konstitution von Raum erfolge schon allein aus funktionalen Gründen an konkreten Orten, geographisch definierten „Plätzen“, die eigene, unverwechselbare Eigenschaften aufweisen und namentlich benannt sind (Löw 2001, 199). „Läßt sich keine Lokalisierung bestimmen, dann wird der Raumbegriff nur metaphorisch benutzt.“ (Löw 2001, 201) Während der Raum für Löw also eine abstrakte Kategorie ist, begreift sie Orte als konkret und einzigartig, oder wie es die Stadtplanerin Sophie Wolfrum ausdrückt, als „Horte des Spezifischen“ (Wolfrum 2003, 3). Damit beschreibt Löw Orte auf der einen Seite als unabdingbare *Voraussetzung* für die Herausbildung von gegenständlichem Raum und die Lokalisierung von Funktionen und Symbolen.⁶³ Auf der anderen Seite stellen Orte aber auch

das *Resultat* von Platzierungen dar, denn Raumanordnungen können ihrerseits Orte markieren. Damit verweist Löw auf die symbolische Dimension von Orten in einer Gesellschaft. „Die Konstitution von Raum bringt damit systematisch auch Orte hervor, so wie Orte die Entstehung von Raum erst möglich machen.“ (Löw 2001, 198)

Auf Events übertragen bedeutet dies: Auf der einen Seite dienen einzigartige Orte als Lokalisierungen von Events und ihren Raumanordnungen (die Zugspitze als Werbekulisse), und auf der anderen Seite markieren Events mit ihren Schauplätzen selbst besondere Orte (der „Grüne Hügel“, das „Olympiastadion“, die „Wiesn“). Ebenso wie Events von der Atmosphäre und Symbolik besonderer Orte profitieren, können also - abhängig vom gesellschaftlichen Stellenwert einer Veranstaltung - auch die Schauplätze von Ereignissen zu besonderen Orten für die gesamte oder Teilgruppen der Gesellschaft werden. Die hier skizzierte Wechselbeziehung zwischen Ort und Ereignis soll zunächst im Hinblick auf den Ort als besonderen Schauplatz und danach auf den Schauplatz als besonderen Ort einer differenzierten Betrachtung unterzogen werden.

Der besondere Ort als Schauplatz

Wenn man Orte als konkrete Lokalisierungen von Geschehnissen oder Raumkonstruktionen begreift, dann weisen prinzipiell alle inszenierten Ereignisse einen Ortsbezug auf, da sich an definierten, benannten Plätzen im gegenständlichen Raum manifestieren. Dies gilt sowohl für „Arenen“ als auch für „Möglichkeitsräume“, vom Gladiatorenkampf im römischen Colosseum über den Palio auf dem Campo in Siena bis hin zum Kino-Open Air auf dem Münchner Königsplatz oder einer Operninszenierung im Landschaftspark Duisburg-Nord. Doch ist ein Ort mehr als die vergleichsweise banale Lokalisierung von Funktionen, wie im Zusammenhang mit dem Begriff der Atmosphäre in Kapitel 3.2 bereits skizziert wurde. Ein Ort ist auch nicht nur „eine Totalität, die aus konkreten Dingen mit materieller Substanz, Form, Oberfläche und Farbe gebildet wird“ (Norberg-Schulz 1982, 7), sondern er besitzt eine symbolische Dimension: Er ist ein besonderer Platz, an den Geschichte geknüpft ist und mit dem die Menschen kollektive oder individuelle Bedeutungen, Assoziationen und Erinnerungen, Geschichten und Bilder verbinden. Orte können damit als Verknüpfungen von räumlich-physischen und sozialen Aspekten begriffen werden. Der Ethnologe Marc Augé (1994) definiert den Begriff des Ortes „als die partiell materialisierte Vorstellung, die seine Bewohner sich von ihrem Verhältnis zum Territorium, zu ihren Angehörigen und den anderen machen.“ (Augé 1994, 68) Ein Ort vermittelt seinen Bewohnern Sinn und ermöglicht ihnen soziale Beziehungen. Dabei zeichnet er sich Augé zufolge durch drei wesentliche Merkmale aus: Er ist identisch, relational und historisch (Augé 1994, 64). „Identisch“ bedeutet für Augé, dass ein Ort mit der Identität der ihn bewohnenden Menschen untrennbar verbunden ist. Mit dem Begriff „relational“ beschreibt der Ethnologe, dass eine Gruppe von Menschen einen Ort teilt und dort zueinander in Beziehungen tritt. Die „historische“ Dimension des anthropologischen Ortes wiederum besteht darin, dass dieser geschichtliche Stabilität aufweist und das Leben eines einzelnen Menschen überdauert (Augé 1994, 66).⁶⁴ Diese materiellen und symbolischen Aspekte tragen zur spezifischen Atmosphäre von Orten bei, die von den Menschen wahrgenommen werden

⁶³ Demgegenüber begreifen andere Autoren den Ort auch als eine metaphorische Kategorie, wie etwa das Beispiel des literarischen Ortes deutlich macht (vgl. z.B. Black et al. 1989).

⁶⁴ Einen zentralen Stellenwert in Augés Auseinandersetzung mit dem anthropologischen Ort nimmt seine Kritik an den austauschbaren, global geprägten Orten in der gegenwärtigen Gesellschaft, wie Einkaufszentren, Großflughäfen, internationalen Restaurant- und Hotelketten, Freizeitparks, aber auch Flüchtlingslagern und Slums ein. Sie alle bezeichnet er als „Nicht-Orte“, da sie den Menschen keine identischen, relationalen und historischen Bezüge mehr ermöglichen würden. Augés Begriffspaar von „Orten“ und „Nicht-Orten“ wird in der zeitgenössischen Architekturtheorie und Stadtsoziologie bevorzugt dazu herangezogen, um gegenwärtige städtebauliche Fehlentwicklungen zu kritisieren (u.a. Hauser 2000, Marquart 1999). Dabei wird allerdings übersehen, dass Augés klischeehafte Beschreibung der „Nicht-Orte“ die Menschen auf passiv konsumierende Subjekte in anonymen und transitorischen Funktionswelten reduziert und dabei vernachlässigt, in welchem Maß Orte an soziale Interaktionen und die Wahrnehmung durch Individuen gebunden sind (vgl. hierzu Pelzer & Sedlmaier 2000).

kann (vgl. Kapitel 3.2), und sie interessieren im Rahmen dieser Arbeit besonders. Denn darauf nehmen die Veranstalter von Events Bezug, wenn sie als Kulissen von Ereignissen Orte wählen, die eine besondere Atmosphäre ausstrahlen und die bereits mit bestimmten Bedeutungen, Assoziationen und Vorstellungen besetzt sind. Von ihnen sollen die Events profitieren. Vielfach werden daher besonders prominente, markante oder symbolisch aufgeladene Orte als Kulissen ausgewählt, wie etwa das Brandenburger Tor, das Symbol der deutschen Wiedervereinigung, als Hintergrund für Veranstaltungen oder die Zugspitze, der höchste Berg Deutschlands, als Location für Werbeaktionen zeigen. Die Herausgehobenheit derartiger Schauplätze soll den Veranstaltungen die öffentliche Aufmerksamkeit sichern. Dem besonderen Ort kommt dabei die Rolle einer spektakulären Kulisse zu, die dem Ereignis etwas Neues hinzufügt und ihm einen eigenen Charakter verleiht.

Das Verhältnis zwischen Ereignis und Ort kann vom harmonischen Einklang bis zum kalkulierten Bruch reichen. Zur stimmigen Unterstreichung von Events werden in den meisten Fällen Orte ausgewählt, die innerhalb der anvisierten Zielgruppe anerkannt und positiv besetzt sind. Dabei sollen sich die angenehme Atmosphäre und symbolische Bedeutung der Orte auf die Veranstaltungen übertragen und den Besuchern besondere Erlebnisse vermitteln. Von diesem Kalkül zeugen beispielsweise Kulturveranstaltungen in den prachtvollen Kulissen von historischen Plätzen (z.B. Odeonsplatz in München) oder in Schlossanlagen und -gärten (z.B. Ludwigsburger Schlossfestspiele). Diese Events leben weniger von berühmten Namen und außergewöhnlichen Programmen als von der besonderen Atmosphäre der Orte, die mit den Darbietungen verschmilzt und durch Stilmittel, die aus der höfischen Festkultur hinlänglich bekannt sind, wie Beleuchtung, Dekorationen oder Feuerwerke „ins rechte Licht gerückt“ wird (Interview Gnauert 2003). Auf diese Weise sollen elitäre, überwiegend vom Bildungsbürgertum konsumierte Kunstformen für ein breiteres Publikum interessant gemacht werden. Veranstaltungsagenturen wie „KulturGipfel“ aus München haben sich eigens auf die Kombination von „unverbrauchten“ Schauplätzen in besonderer landschaftlicher Lage wie Schlössern, Klöstern oder Landgütern, und thematisch darauf abgestimmten Programmen spezialisiert – das besondere Ereignis soll hier aus der Verbindung von Natur, historischen Orten und klassischer Musik hervorgehen.

Die Verlagerung etablierter Veranstaltungsformen an atmosphärische Orte hat im Theater Tradition. Bereits zu Anfang des 20. Jahrhunderts experimentierte Max Reinhardt mit neuen Aufführungsorten. 1910 inszenierte er Shakespeares „Sommernachtstraum“ im Seidl-Park in Murnau, wo er den See und ein Birkenwäldchen als Environment bespielte (Fischer-Lichte 2000, 107). Reinhardt verfolgte damit das Ziel, Menschen unterschiedlicher Klassen und Schichten anzusprechen. Ihm schwebte ein „Theater der Fünftausend“ vor, das anders als das bürgerliche Theater nicht mehr beherrschenden Charakter haben, sondern von Zuschauern und Schauspielern gemeinsam als „festliches Spiel“ erlebt werden sollte. Hierzu integrierte er in seine Aufführungen neben Massenchoreographien auch theatrale Beleuchtungseffekte, Geräusche sowie Elemente aus der Volkskultur (z.B. Kino, Zirkus, Sport). „Mit ihnen gelang es ihm nicht nur, neue Formen von Sinnlichkeit, eines motorischen und vitalen Körpers, ‚zerstreuter‘ und ‚zerstreuender‘ Wahrnehmung hervorzubringen, sondern die Aufführungen

auch als festliche Ereignisse sich vollziehen zu lassen, die für die Angehörigen der unterschiedlichsten Klassen und Stände Anziehungskraft besaßen und ihren Reiz entfalteten.“ (Fischer-Lichte 2000,108) ⁶⁵ Besondere Bedeutung kam dem Ort bei Reinhardts Inszenierung von Shakespeares „Kaufmann von Venedig“ in den realen Kulissen der Stadt zu, bei der er 1934 Venedig zur Bühne und zugleich zu einem Hauptdarsteller des Stückes machte. „Eine derartige Bespielung des Environments bot den Sinnen der Zuschauer, vor allem ihren Augen, Ohren und Nasen, bedeutend mehr als die vorhergehenden Inszenierungen. Sie forderte sie auf, ihre Augen über, durch das und im Environment wandern zu lassen, wie dies niemals vor einer Guckkastenbühne möglich gewesen wäre. Die Zuschauer befanden sich mitten im Environment. Dies verstärkte den `Stimmungszauber´ erheblich und ließ Spieler und Mit-Spieler (Zuschauer) in dieselbe Atmosphäre eintauchen. Und es betonte und verstärkte die Theatralität der Aufführung ebenso wie die der Stadt.“ (Fischer-Lichte 2000, 132)

Mit ähnlichen Zielsetzungen werden bis heute Theaterprojekte an besonderen Orten oder „Originalschauplätzen“ außerhalb der bürgerlichen Spielstätten inszeniert. Derzeit haben die Theatermacher vor allem verlassene, in der Schwebelage hängende Räume ins Visier genommen. Die bloße Ortsveränderung allein garantiert allerdings noch keine innovative oder berührende Inszenierung, denn es „hat immer etwas Parasitäres, wenn das Theater sich in Fabrikrüinen, ausrangierten U-Bahnhöfen, wasserlosen Hallenbädern oder im Naturhistorischen Museum einnistet und wie ein Vampir Stimmungswerte aus Orten saugt, die das Leben verlassen hat. Oft bleibt von diesem Vampirismus nur eine chic, blasierte Geste.“ (Müller 2002) Besondere Theatererlebnisse entstehen jedoch dann, wenn Stück und Ort eine spannungsvolle Einheit eingehen. Ein eindrucksvolles Beispiel hierfür ist die seit 1999 in Bremen laufende Theaterinszenierung von Karl Kraus´ „Die letzten Tage der Menschheit“, einem monumentalen und sperrigen Werk über das Grauen des Ersten Weltkrieges. Für die Bühnenfassung des mit den Mitteln der Montage, Satire und Grotteske arbeitenden und von Kraus ursprünglich als Lesedrama konzipierten Stückes wählte der Dramaturg Johann Kresnik den Bremer U-Boot-Bunker Valentin als Schauplatz, einen „Ort des Schreckens und der überwältigenden Bilder“ (Burkhardt 2003). Der monströse, 450 Meter lange und 57 Meter breite Bunker wurde ab 1943 von Zwangsarbeitern, KZ-Häftlingen und Kriegsgefangenen unter menschenverachtenden Bedingungen errichtet und nach seiner Beschädigung durch einen Bombenangriff der Alliierten nie in Betrieb genommen. Heute ist der Klotz am Ufer der Weser ein Mahnmal, „und wer heute im Gegenwärtigen

⁶⁵ Reinhardts Konzeption eines Volkstheaters wurde in den 1920er Jahren von der Arbeiterbewegung aufgegriffen, die Theateraufführungen zu einem Bestandteil von Gewerkschaftsfesten, Maifeiern oder Arbeiter-Sportfesten machten. Ab den 1930er Jahren hingegen missbrauchten die Nationalsozialisten Reinhardts Bühnenarchitekturen, Massenchorographien und Beleuchtungseffekte in ihrem Thingspieltheater und bei den Reichsparteitagen zur Inszenierung der Volksgemeinschaft (Fischer-Lichte 2000, 109).

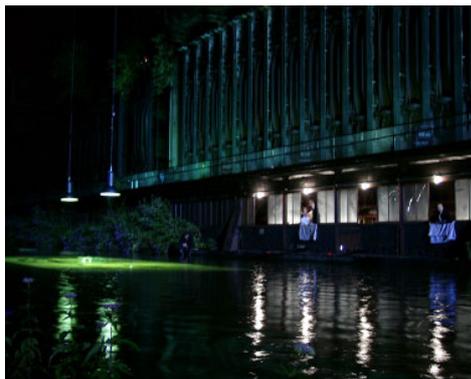
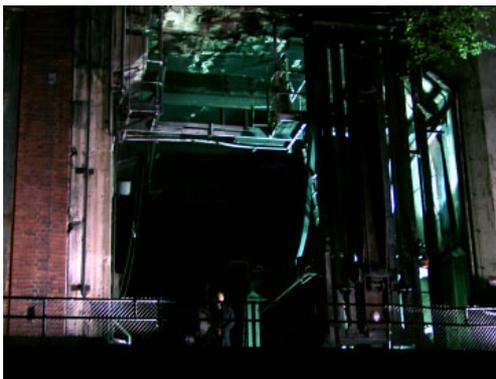


Vergangenes sucht, findet es, finster und auch erhellend, an diesem Ort auf mehreren Ebenen.“ (Burkhardt 2003) Die ebenso sakrale wie unheimliche Atmosphäre des Bunkers und die dort selbst im Sommer herrschende feuchte Kälte bezog Kresnik in seine Inszenierung ein. Die apokalyptische Stimmung und monumentale Dimension des Ortes prägen die 39 teils grotesken, teils grausamen Szenen der Theateraufführung, zu denen die Zuschauer von den Schauspielern wie in einem Prozessionstheater oder Stationendrama geleitet werden (Bremer Theater 2000). Diese eindringliche Symbiose von Ereignis und Ort hat sich mit bis dato über 100 Aufführungen in sechs Jahren als ungemein erfolgreich erwiesen.

Auch das von Stephan Stroux 2003 nacheinander an vier deutschen Schauplätzen der Industriekultur veranstaltete Theaterstück „Union der festen Hand“ ist ein Beispiel für die gegenseitige Steigerung von Ort und Inszenierung, weil darin „der Ort selber zum Akteur wird, indem er `seine Authentizität einbringt´.“ (Höge 2003). Das Stück ist die Dramatisierung eines Industrieromans, den Hermann Dannenberger, langjähriger Mitarbeiter der Presseabteilung im Essener Kruppkonzern, 1931 unter dem Pseudonym Erik Reger veröffentlichte. Reger beschreibt am Beispiel der Stahlwerke Risch-Zander, hinter denen sich die Kruppwerke verbergen, die sozial- und wirtschaftspolitischen Konflikte zwischen den Industriemagnaten, der Arbeiterschaft und der Politik in den 1920er Jahren und damit die Vorgeschichte für den Aufstieg des NS-Regimes. Im Mittelpunkt von Regers Kritik steht zum einen die Zusammenarbeit von Schwerindustrie und NSDAP in der Weimarer Republik, zum anderen aber auch das Versagen der Arbeiterschaft und ihrer Interessenvertreter, deren Entpolitisierung und Korrumpierung den Nährboden für die Ideologie des Nationalsozialismus bildeten (Stroux 2003, 9ff.).

Stroux interpretierte die vier Spielorte seiner Inszenierung nicht nur als skurrile Kulissen, sondern als „Originalschauplätze“ des Dramas (Stroux 2003, 7), um den Weg von Kohle und Stahl und die Bedeutung der Eisenbahn als Triebkraft der Industrialisierung nachzuzeichnen. Das Stück begann im Berliner Reichsbahnausbesserungswerk an der Warschauer Straße, das für Stroux die Bedeutung der Eisenbahn als Transportmittel und zugleich Produkt der Stahlindustrie symbolisiert, und zog dann an drei Orte aus der Produktionskette der Schwerindustrie weiter: in das Bergwerk Rammelsberg in Goslar, in dem 3000 Jahre lang Erz gefördert wurde, in das erst im Jahr 2000 stillgelegte Steinkohlebergwerk Göttelborn im Saarland, unlängst noch eine der modernsten Förderanlagen Europas, und in die Zeche Zollverein am Kruppstandort in Essen, eine von den Architekten Fritz Schupp und Martin Kremmer als Gesamtkunstwerk konzipierte Anlage. Sie alle sind Orte,

*Szenen der Theateraufführung
„Union der festen Hand“ in der
Essener Zeche Zollverein, 2003*



„in denen der Traum vom industriellen Fortschritt, von Aufschwung und Vollbeschäftigung noch nachhallt“ und befinden sich zugleich „in einem Schwebezustand zwischen Vergangenheit und Zukunft“ (Stroux 2003, 7): Rammelsberg und Zollverein sind als Industriedenkmäler mittlerweile zum Weltkulturerbe erklärt und aufwändig saniert worden, das Berliner Bahnausbesserungswerk ist zum Abriss freigegeben und Götterborn soll künftig zu einer „neuen Stadt“ mit einem Miteinander aus Kunst, Ökonomie und Wissenschaft entwickelt werden. Für Stroux erzählen alle diese Orte eindringlich von ihrer Vergangenheit: „Überall kleben die Geschichten der Menschen, die hier gearbeitet haben – kleben die Weltentwürfe, die das Leben der Menschen verbessern sollten – kleben die Spuren von rücksichtslosem Geld. Hier triumphiert der Schmerz und der Stolz der kleinen Erlebnisse.“ (Stroux 2003, 2) Er nutzt die mit Geschichten erfüllten industriellen Orte als „Spannungsrahmen“, an denen sich die Theaterinszenierung mit ihren eigenen Bildern und Geschichten reibt. Wie bei Kresniks „Letzten Tagen der Menschheit“ wurde das Publikum auch hier von den Schauspielern durch eine Fülle von Szenen geleitet, bei denen die funktionslos gewordenen industriellen Strukturen und eigenartigen Räume durch Beleuchtung, Klänge, minimalistische Requisiten und nicht zuletzt durch die Anwesenheit der Schauspieler zu Bühnensituationen umdefiniert wurden. Die Rolle des Publikums reichte dabei von Zuschauern vor einer distanzierten Guckkastenbühne bis hin zur Einbeziehung als Mitspieler in das Environment der Aufführung.

Die angeführten Beispiele machten deutlich, wie Inszenierungen durch die Einbeziehung von möglichst stimmigen Orten in ihrer Wirkung intensiviert werden können. Allerdings ist auch die gegensätzliche Strategie zu beobachten – die Inszenierung von Veranstaltungen in ausdrücklichem Kontrast zu den vorhandenen Eigenarten von Orten. Vor allem im Bereich des Eventmarketings erfreut sich die damit verbundene kalkulierte Provokation in den letzten Jahren großer Beliebtheit, denn der Bruch zwischen dem zu bewerbenden Objekt und der Umgebung ist mit einer ungleich höheren Werbewirksamkeit und Medienresonanz verbunden. Besonders beliebt ist die Gegenüberstellung von hochwertigen Produkten, die für einen luxuriösen Lebensstil stehen, und (ehemaligen) Orten harter und schmutziger Arbeit oder „unberührten“ Orten, die Assoziationen von Wildnis und Freiheit hervorrufen. So haben in den letzten Jahren Modeschöpfer und Autohersteller Präsentationen immer wieder in aufgegebenen Werkshallen verlegt – Mercedes etwa stellte seine S-Klasse im ehemaligen Hüttenwerk in Duisburg-Nord zur Schau, während Porsche die Erhabenheit des Schweizer Jungfraujochs vorzog. Auch im Sport ist mittlerweile die Kontrastierung von Veranstaltungen mit besonderen Schauplätzen abseits der „Arenen“ zu beobachten, etwa wenn ein Langlaufrennen auf der Düsseldorfer Rheinpromenade dieser Sportart ein öffentliches Forum verschaffen soll (vgl. Hartmann 2002).

Zusammenfassend lässt sich für alle geschilderten Beispiele feststellen, dass hier Orte, die bereits eine besondere Atmosphäre ausstrahlen und/oder eine symbolische Bedeutung besitzen, die Rolle von ausdrucksstarken Kulissen bzw. Darstellern bei Ereignissen übernehmen. Dabei werden bestimmte materielle und immaterielle Merkmale der Orte, etwa ihre Geschichte oder Dimension, durch die Inszenierungen hervorgehoben, z.B. mittels Beleuchtung oder Dekoration, andere dagegen gezielt ausgeblendet. Inszenierte Ereignisse gehen also immer auch mit einer Interpretation

von bestehenden Orten einher. Orte sind mehr als Lokalisierungen von Ereignissen, denn zum einen beziehen Ereignisse aus den Eigenheiten von Orten entscheidende Impulse, und zum anderen schreiben die Inszenierungen den Orten eigene Deutungen und Bedeutungsschichten ein. Dabei gehen Ort und Ereignis eine – zumindest temporäre, je nach Bedeutung des Ereignisses auch untrennbare – Einheit ein, wie vor allem die eingangs geschilderten traditionellen Ereignisse deutlich machten. Vor diesem Hintergrund können die Schauplätze von inszenierten Ereignissen ihrerseits zu besonderen Orten werden. Auf welche Weise Ereignisse besondere Orte hervorbringen und markieren können, wird im Mittelpunkt des nächsten Abschnittes stehen.

Der Schauplatz als besonderer Ort

Inszenierte Ereignisse vermitteln den Menschen als kulturelle Performances in Form von Erlebnissen, Wahrnehmungs- und Handlungsweisen Zugang und Bezug zu Orten. Auf diesem Wege können Ereignisse Orten eine symbolische Bedeutung verleihen, ihnen eine „Geschichte“ einprägen, die auch nach dem Ablauf des eigentlichen Geschehens mit dem betreffenden Ort verknüpft bleiben kann. Inszenierte Ereignisse können damit zur Markierung von besonderen Orten beitragen. Die Art des Ortsbezuges wird durch die Inszenierung vorstrukturiert. Wie bereits in Kapitel 4 dargestellt, richten sich Ereignisse stärker noch als an den Intellekt über sinnlich erfahrbare Eindrücke vor allem an die Emotionen der Menschen. Die positiven oder negativen Eindrücke von einem Ereignis werden von den Teilnehmern bzw. Betroffenen als Bilder, Erinnerungen und Assoziationen mit dem Ort als Schauplatz verbunden. Dadurch verleihen Ereignisse Orten semantischen Gehalt und Atmosphäre. Die dem zugrunde liegenden Syntheseleistungen, etwa Erinnerungen oder Assoziationen, sind auf der einen Seite sehr persönliche, individuelle Konstruktionen der an einem Ereignis unmittelbar Beteiligten, die ihre Erlebnisse und daraus gewonnenen Assoziationen in den eigenen Lebenslauf einbetten und über Erzählungen oder Beschreibungen bis zu einem gewissen Grad an Dritte weitervermitteln können. Auf der anderen Seite werden Ereignisse in einer langen Tradition „aufgezeichnet“, also bildlich und textlich dokumentiert, und erhalten damit eine Bedeutung über die eigentliche Dauer des Ereignisses hinaus (vgl. hierzu auch die Ausführungen zur Reflexionselite in Abschnitt 4.4). In der Dokumentation verschmelzen das Ereignis, die Teilnehmer und der Schauplatz zu einer Einheit, die sich auch diejenigen in einer Gesellschaft vermitteln kann, die dem Ereignis selbst nicht beiwohnten. Die Fernsehbilder von den Wiedervereinigungsfeiern in Berlin als positiv besetztem Ereignis und von den Terroranschlägen des 11. September 2001 als Katastrophe sind Beispiele dafür.

Wenn die Materialität des Räumlichen mit symbolischen Aspekten eine Verbindung eingeht, werden die Schauplätze von Ereignissen zu bedeutungsvollen Orten und damit in der Gesellschaft „verortet“. Dies gilt sowohl für geplante als auch für nicht geplante Ereignisse. So wurde das Brandenburger Tor in Berlin als Zentrum der Feierlichkeiten zur deutschen Wiedervereinigung zu einem symbolträchtigen Ort für die deutsche Gesellschaft. Als nicht geplante Ereignisse prägen auch Katastrophen ihre Schauplätze lange über das eigentliche Katastrophenereignis hinaus und werden von Menschen der Erinnerung halber aufgesucht. Der Bau von Gedenkstätten an den Orten

von Kriegsverbrechen, Verkehrskatastrophen oder Terroranschlägen (z.B. in Auschwitz, Eschede, Oklahoma) und die Benennung der Unglücksorte (z.B. „Ground Zero“) unterstreichen deren hohe symbolische Bedeutung als Orte des Gedenkens. Selbst wenn alle unmittelbaren Spuren von Ereignissen verschwunden sind, können deren Schauplätze als bedeutsame Orte überdauern. Dies zeigt sich z.B. bei Schlachtfeldern, bei denen das historische Geschehen noch Jahrhunderte später im Gedächtnis der Gesellschaft eine untrennbare Verbindung mit dem Ort aufweist, die durch Gedenk-einrichtungen und Feiern zusätzlich gefestigt wird.

Die hier umrissene Verknüpfung von Ort und Gedächtnis hat der Soziologe Maurice Halbwachs in ihrer gesellschaftlichen Bedeutung dargestellt (Halbwachs 1985, 127ff.). Ihm zufolge orientieren sich das kollektive und das individuelle Gedächtnis grundlegend an Orten: „Gefühle, Überlegungen müssen sich durchaus wie alle beliebigen Ereignisse in einen Ort eingliedern, an dem ich mich zu diesem Zeitpunkt aufgehalten habe oder durch den ich zu diesem Zeitpunkt gekommen bin und der immer noch existiert.“ (Halbwachs 1985, 162) Halbwachs erklärt die Bindung des Gedächtnisses an Orte damit, dass diese eine höhere Kontinuität und Stabilität aufweisen als das schnelllebige soziale Geschehen. Zwar seien auch Orte einem gewissen Wandel unterworfen, insgesamt jedoch bildeten sie einen vergleichsweise stabilen Rahmen für das Leben der Menschen: „Eine Gruppe, die in einem bestimmten räumlichen Bereich lebt, formt ihn nach ihrem eigenen Bild um; gleichzeitig aber beugt sie sich und paßt sich denjenigen materiellen Dingen an, die ihr Widerstand leisten. Sie schließt sich in den Rahmen ein, den sie aufgestellt hat.“ (Halbwachs 1985, 129) Aus diesem Grund vermögen Orte Halbwachs zufolge jenen Eindruck von Permanenz und Sinnhaftigkeit zu vermitteln, den die Menschen benötigten, um soziale Veränderungen aushalten zu können. „Jeder Aspekt, jedes Detail dieses Ortes hat selber einen Sinn, der allein für die Mitglieder der Gruppe wahrnehmbar ist, weil alle räumlichen Bereiche, in denen sie gelebt hat, einer bestimmten Anzahl verschiedener Aspekte der Struktur und des Lebens ihrer Gesellschaft entsprechen (...).“ (Halbwachs 1985, 130)

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass inszenierte Ereignisse, Feste, Rituale und Kulte neben den Aktivitäten des Alltagslebens, wie dem Wohnen oder Arbeiten, grundlegende Formen der Inbesitznahme und Markierung von Orten sind. Ereignisse können zur Markierung besonderer Orte beitragen, indem sie den Menschen herausgehobene Erfahrungen und Erlebnisse vermitteln. Diese schreiben sich einem Ort als individuelle oder kollektive Bilder und Geschichten ein, die je nach ihrer gesellschaftlichen Bedeutung dokumentiert und weitervermittelt werden können und darüber im Gedächtnis der gesamten oder von Teilen der Gesellschaft mit dem Schauplatz eine Einheit bilden. Die Verbindung von Ort und Ereignis in der individuellen oder kollektiven Erinnerung kann auch lange nach dem Ablauf eines Ereignisses erneut abgerufen werden.

Während dieser Zusammenhang bei den dargestellten einschneidenden Ereignissen und Katastrophen auf der Hand liegt, stellt sich die Frage, ob auch zeitgenössische Spektakel und Events, die als Massenprodukte auf dem „Erlebnismarkt“ ihre Außeralltäglichkeit weitgehend eingeübt haben und die in der Regel keine gesamtgesellschaftliche Bedeutung besitzen, besondere Orte markieren können. Dass dies in bestimmten Fällen durchaus

der Fall ist, soll im weiteren Verlauf dieser Arbeit anhand von Beispielen für Events aufgezeigt werden, deren wesentliches Ziel in der Markierung oder Transformation von Orten besteht. Dabei wird deutlich werden, dass der soeben beschriebene Zusammenhang zwischen Ort und Ereignis von den Veranstaltern instrumentalisiert werden kann, beispielsweise zur Aufwertung oder Inszenierung von Orten.

Der Darstellung der hierbei eingesetzten Strategien und Inszenierungsweisen soll ein Exkurs in ausgewählte Strömungen der bildenden Kunst des 20. Jahrhunderts vorangestellt werden, in denen entweder die Auseinandersetzung mit dem besonderen Ort oder aber das Ereignis als künstlerische Ausdrucksform im Mittelpunkt stehen. Denn die nachfolgend beschriebene, künstlerische Auseinandersetzung mit Orten und Ereignissen prägte – neben den bereits ausführlich dargestellten traditionellen Formen der Festkultur – viele der heute gängigen Inszenierungsweisen und Ausdrucksformen von ortsbezogenen Events.

Ort und Ereignis in der Kunst

Vor allem zwei Strömungen sind in diesem Zusammenhang zu nennen: die eine ersetzte – erstmals in den 1920er Jahren und verstärkt seit 1960 – das Kunstobjekt durch Aktionen und Ereignisse, und die andere nahm gegen Ende der 1960er Jahre die Auseinandersetzung mit dem besonderen, einzigartigen Ort als Gegenstand der Kunst auf. Wie noch darzustellen sein wird, existieren zwischen den Strömungen der „Ereigniskunst“ und der „ortsbezogenen“ Kunst spannungsvolle Schnittstellen, bei denen das Verhältnis von Ort und Ereignis im Mittelpunkt steht. Viele der von einer künstlerischen Avantgarde ursprünglich als Provokationen entwickelten Ansätze wurden seitdem von Kulturveranstaltern und Eventmanagern aufgegriffen, massentauglich gemacht und für ökonomische Zwecke instrumentalisiert, weshalb bei zahlreichen zeitgenössischen Events Kunst und Kommerz nahtlos ineinander übergehen. Nachfolgend sollen diese Wurzeln der ortsbezogenen Events anhand der künstlerischen Auseinandersetzung mit dem Ereignis auf der einen Seite und dem besonderen Ort auf der anderen Seite beleuchtet werden.

Das Ereignis als Kunstform

Mit dem *Dadaismus* entstand um 1918 eine frühe Form der Aktionskunst, die Kunstobjekte durch künstlerische Aktionen ersetzte und z.B. mit Geräuschkonzerten, Lautgedichten und literarischen Montagen die bildungsbürgerliche Kunstrezeption herausforderte, etwa im „Cabaret Voltaire“ in Zürich. In der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts avancierten Aktionen und Ereignisse in der bildenden Kunst zu verbreiteten Ausdrucksformen, die von den frühen Formen des *Happening*, *Environment* und *Fluxus* bis hin zu den *Performances* reichen, die in den 1970er Jahren zunächst von den USA ausgingen. Die Grenzen zwischen diesen Richtungen sind fließend, sie alle eint jedoch, dass es primär nicht mehr darum geht, „einen Kunstgegenstand herzustellen, sondern einen Prozeß darzustellen, der die Grenzen der kunsttheoretisch begründeten Kunstgattungen und ihrer ästhetischen Systematik überschreitet.“ (Schröder 1990, 1) Im Mittelpunkt steht dabei die Thematisierung von Wahrnehmungsprozessen und die Reintegration der Kunst in den gesellschaftlichen Kontext. Die Ausdrucksformen der „Ereigniskunst“ speisen sich

aus vielfältigen Quellen, angefangen von Kunstgattungen wie der Malerei, Skulptur, Musik, Tanz, Theater und Literatur bis hin zu den gesellschaftlichen Feldern der Religion (z.B. Prozessionen), der Politik (z.B. Demonstrationen), der Arbeitswelt (z.B. Streikposten) und der Industrie (z.B. Ausstellungen).

Gegen Ende der 1950er Jahre kamen die miteinander in enger Beziehung stehenden Strömungen *Happening* und *Environment* auf, bei denen Alltagsgegenstände und Zuschauer gleichsam das „Material“ künstlerischer Auseinandersetzung darstellten. Diese Formen der Aktionskunst wollten die Grenzen zwischen Kunst und Leben aufheben und erhoben die Zeit zu einem ihrer zentralen Elemente. Ihre bedeutendsten Vertreter sind in den USA Allan Kaprow und in Deutschland Wolf Vostell. Das Ziel von Happenings bestand darin, unter aktiver Einbeziehung der Zuschauer überraschende Erlebnisse zu erzeugen. So sperrte Kaprow bei „A Spring Happening“ sein Publikum in einem engen Raum ein, bedrohte es dort mit Maschinen und traktierte es mit extremen Geräuschen. Anders als die traditionelle Kunst versuchten Happenings gar nicht erst, sich von der äußeren Wirklichkeit zu distanzieren. „In ihrer Totalität dem Alltagskontext ähnlich, sprechen Happenings nicht mehr nur wie Kunstwerke einen Sinn des Menschen an, sondern alle Sinne zugleich. Dies überforderte die Fähigkeit bürgerlicher Kunstbetrachtung, jeweils einen Sinn differenziert einem Werk einer einzigen Gattung zuzuwenden. Beanspruchte das Zusammenwirken verschiedener Gattungen im Gesamtkunstwerk schon äußerste Akzeptanz, wurde der traditionell Gebildete durch Happenings, die ihn physisch vereinnahmen wollten, brüskiert.“ (Schröder 1990, 43)

Environments bestanden aus räumlich definierten Anordnungen von Objekten, die den Betrachter unmittelbar einbeziehen sollten. So gestaltete Allan Kaprow 1958 in New York eine Ausstellung in Form eines Labyrinthes aus von der Decke hängenden, sich überlappenden Plastikfolien mit daran befestigten Gegenständen. Durch dieses Labyrinth von Überraschungen bewegte sich der Zuschauer und wurde dabei selbst zu einem Teil des *Environments*. Darüber wollte Kaprow die Besucher in die Ereignisse einbeziehen, die ihn zu dem *Environment* veranlasst hatten (Schröder 1990, 20). Parallel zu *Happening* und *Environment* entstand die *Fluxus*-Bewegung, die vor allem von Joseph Beuys' rituellen Aktionen, den musikalischen Experimenten von John Cage und den Installationen von Nam June Paik getragen wurde. Die *Fluxus*-Künstler wollten über ihre Aktionen aktuelle Veränderungsprozesse als wesentliche Prinzipien der Realität sichtbar machen und dabei ebenfalls die Grenzen zwischen den einzelnen Kunstrichtungen, aber auch zwischen Künstler und Publikum aufheben.

Seit den 1970er Jahren wurden die frühen Formen der Aktionskunst ausgehend von den USA weitgehend von der *Performance*-Bewegung abgelöst. Bei *Performances* bleiben Künstler und Publikum im Gegensatz zu *Fluxus* und *Happening* in der Regel getrennt, und im Mittelpunkt der Darbietung steht der menschliche Körper: „Künstler benutzen ihren Körper und die Körper von Modellen, um die Grundlagen der Kunst an ihrer Wurzel neu zu bestimmen. Der Körper erweist sich bei *Performances* als eine subjektive und objektive Basis der Rekonstruktion und Konstruktion eines Menschenbildes und als Werkzeug im künstlerischen Prozeß des Formens und Verstehens.“ (Schröder 1990, 206) Als Ausdrucksformen der *Performance* dienen den Künstlern häufig die Mittel des experimentellen Theaters oder des modernen

Tanzes. Auch Film und Video werden eingesetzt und ersetzen bisweilen sogar die Originalperformance. Im Mittelpunkt von Performances stehen die Erfahrungen und Erlebnisse, die sie beim Künstler und Publikum hervorrufen. „Die Wirkung einer Performance ist nicht als Leistung meßbar oder als Produkt zu bewerten, sie zeigt sich beim Publikum und beim Künstler als evidente Erfahrung. Entweder wird eine Erfahrung gemacht, oder die Performance geht an den Beteiligten vorbei. Die Voraussetzung für den Erfolg einer Performance liegt daher in der Bereitschaft des Rezipienten, sich auf eine unerwartete, nicht-profitträchtige und nicht freizeitgemäße Erfahrung einzulassen. Sofern sich dabei das Konzept der Vermittlung von Kunst und Leben, der Transformation realisieren soll, setzt das die absolute Aufmerksamkeit des Rezipienten und seine Bereitschaft, die gewohnten Zeitdimensionen zu vergessen, voraus.“ (Schröder 1990, 215) ⁶⁶

Bei den meisten Performances tritt der Ort vollständig hinter dem überwiegend körperzentrierten Geschehen zurück. Allerdings gibt es auch Künstler, in deren performativem Schaffen dem Ort des Geschehens eine entscheidende Bedeutung zukommt. Die in den 1970er und 1980er Jahren in Los Angeles tätige Performancegruppe Asco ist ein Beispiel dafür (vgl. hierzu Chavoya 2000). Asco heißt auf Spanisch Übelkeit bzw. Ekel und steht damit für die Provokation, um die es dieser Gruppe aus vier Chicanos, mexikanischstämmigen Amerikanern, in ihrer Kunst ging. Aus ihrer eigenen gesellschaftlichen Außenseiterposition heraus thematisierten die Mitglieder von Asco durch eine politisch motivierte Form von urbaner Konzeptkunst die Diskriminierung der Chicanos in der amerikanischen Gesellschaft und ihre Verdrängung aus dem normierten öffentlichen Alltagsraum. Der Auslöser für die Performances waren die gewaltsam niedergeschlagenen Protestmärsche der Chicanos in Los Angeles zwischen 1968 und 1973 und der sich formierende Widerstand gegen den Vietnamkrieg. Bei den öffentlichen Spektakeln der Gruppe, die sich zwischen Spiel und Provokation bewegten, spielten sowohl die Körper der Künstler als Medien der Performance als auch der besondere Ort als Schauplatz des Geschehens eine wesentliche Rolle. Ihre Körper setzten die Mitglieder von Asco bei den Performances als Bedeutungsträger ein. Mit karnevalesken Mitteln wie Masken, religiösen Symbolen und mit Elementen von Paraden und Prozessionen griffen sie tradierte Formen und Stilmittel von Festen und Spektakeln auf, übersteigerten diese ins Groteske und schufen damit Anti-Spektakel, die die Alltagsabläufe im öffentlichen Raum stören und Passanten irritieren sollten. Dem Ort kam bei den Performances eine zentrale Bedeutung zu, da die Gruppe damit gezielt Schauplätze der subtilen oder offensichtlichen Unterdrückung der Chicanos besetzte. Mit ihrer performativen Form des symbolischen Widerstands machte Asco die diesen umkämpften Orten eingeschriebenen Machtstrukturen öffentlich sichtbar. Als Schauplatz von blutigen Straßenkämpfen zwischen protestierenden Chicanos und der Polizei bildete der Whittier Boulevard im Barrio East L.A. das Zentrum von Ascos Aktionen. Unter anderem veranstaltete die Gruppe am Weihnachtsabend 1974 auf einer Verkehrsinsel im Kreuzungsbereich Whittier Boulevard und Arizona Street die Performance *First Supper*. Mit einer makabren Interpretation von Christus' letztem Abendmahl besetzten die Künstler einen zentralen Schauplatz der Straßenkämpfe, der im Rahmen eines Stadterneuerungsprogramms „entschärft“ werden sollte, um in Zukunft Demonstrationen dort gar

⁶⁶ Das ursprünglich kritische Potential der Aktionskunst allerdings wurde durch die Zunahme an spektakulären Ereignissen aufgeweicht, die sich als überaus geeignet erwiesen, um den Künstlern die Aufmerksamkeit des Kunstmarktes zu sichern. Da sich die Massenmedien als Instanzen der Kunstvermittlung etabliert hatten, brachten spektakuläre Auftritte Künstlern Öffentlichkeitswirkung ein. „Spektakuläre Auftritte und öffentliche Manifestationen von Künstlern waren durch Happenings nicht nur `salonfähig` geworden, sondern wurden zur Selbstbehauptung auf dem Kunstmarkt auch notwendig.“ (Schröder 1990, 26)

nicht erst aufkommen zu lassen. Mit ihrem Anti-Spektakel, in das die Künstler auch Elemente mexikanischer Allerheiligenbräuche einbezogen, wollten sie sich der geplanten, städtebaulichen Verharmlosung des Ortes entgegenstellen (Chavoya 2000, 196). Zugleich forderten die Künstler damit sowohl die traditionelle Hochkultur als auch die Ethnokunst heraus.

Das Ziel von Ascos Aktionen lag nicht im aufsehenerregenden Spektakel an sich. Vielmehr setzte Asco dieses als ein Mittel ein, um die bestimmten Orten immanenten gesellschaftlichen Machtssysteme zu lokalisieren, sichtbar zu machen und Widerstand gegen die Reglementierung des öffentlichen Raumes durch normierende Regel- und Ordnungssysteme zu leisten. Hierfür bediente sich die Künstlergruppe tradierter Elemente und Ausdrucksformen religiöser und weltlicher Festkulturen, persiflierte diese jedoch durch groteske Übertreibungen und verfremdete sie durch ihre demonstrative Übertragung an scheinbar banale Alltagsorte, wie z.B. eine Verkehrsinsel. Damit kehrten die Performances von Asco die hinter räumlichen und ästhetischen Aspekten zumeist verborgenen sozialen Dimensionen von Orten auf irritierende Weise nach außen.

Der Ort als Gegenstand der Kunst

Während der Ort nur von wenigen Performance-Künstlern thematisiert wurde, rückte er gegen Ende der 1960er Jahre in Strömungen wie dem Minimalismus und der Land Art in den Mittelpunkt der künstlerischen Auseinandersetzung (vgl. Kwon 2000, Meyer 2000). Dabei bildeten sich zwei unterschiedliche Umgangsweisen mit dem Ort heraus, bei denen in einigen Fällen auch Ereignisse und Performances als künstlerische Ausdrucksformen zum Einsatz kommen. Bei der ersten Richtung stellt der Ort den Auslöser für das künstlerische Schaffen dar. Er wird als konkretes und dauerhaftes Substrat begriffen, auf das die Kunst mit gegenständlichen Setzungen reagiert; dabei handelt es sich in der Regel um skulpturale oder architektonische Mittel, seltener um inszenierte Ereignisse unterschiedlicher Dauer. Dies ist bei der anderen Richtung genau umgekehrt. Auch sie bezieht sich bisweilen auf einen physischen Ort; dieser wird jedoch nicht als stabil begriffen, sondern als ein temporäres soziales bzw. kulturelles Konstrukt, dessen Produktions- und Rezeptionsformen mit prozesshaften, performativen und häufig antivisuellen Mitteln, wie z.B. Texten, sichtbar gemacht werden sollen. Hier ist der Ort nicht mehr Voraussetzung, sondern Ergebnis künstlerischen Schaffens.

Die erstgenannte Auffassung trifft vor allem auf die Anfänge der ortsbezogenen Skulptur zu. Während die Skulptur der Moderne den Bezug zu einem bestimmten Ort negiert hatte, transportabel und selbstreferentiell war, entsprangen ortsbezogene Arbeiten ganz einem einzigartigen Ort, wurden *in situ* aus seinen besonderen räumlichen und materiellen Bedingungen heraus entwickelt. Der neutrale Raum der Moderne wurde ersetzt durch die Materialität realer Orte in der Landschaft oder in städtischen Alltagsräumen. Die Hinwendung zum besonderen Ort als Ausgangspunkt und Zentrum des künstlerischen Schaffens weist Parallelen zur antiken Vorstellung des *genius loci* auf, die bis heute auch in der Architektur und Landschaftsarchitektur gepflegt wird. Zunächst die Griechen, später auch die Römer, gaben der Landschaft Sinn und Struktur, indem sie in ihr Orte mit eigenem „Wesen“ entdeckten und markierten (Jellicoe 1988, 122). Mit diesem „Wesen“ hatten sich die Menschen zu arrangieren: „Seit alters wurde der *genius loci*, der

Geist, `der an einem Ort herrscht`, als konkrete Realität angesehen, der der Mensch in seinem täglichen Leben gegenübersteht und mit der er zu Rande kommen muß.“ (Norberg-Schulz 1982, 5, Hervorh. i. Orig.) Dem Geist des Ortes erwiesen die antiken Baumeister Respekt und Referenz, er war die Richtschnur für die Platzierung von Bauwerken in der Landschaft. „Wiederentdeckt“ wurde der *genius loci* im englischen Landschaftsgarten des 18. Jahrhunderts. Wie im antiken Griechenland richteten die Gestalter der frühen Landschaftsgärten, etwa William Kent, ihr Augenmerk auf den „Geist“ eines Ortes, um dessen wesenhafte Qualitäten entdecken und sie durch gestalterische Kunstgriffe unterstreichen zu können. Diese subtile Vorgehensweise wich in späteren Landschaftsgärten zunehmend einer pragmatischen „Verwertung“ der *capabilities* (Möglichkeiten) eines Ortes, beispielsweise in den Werken eines Lancelot Brown, der nicht zuletzt deshalb unter dem Spitznamen „Capability“ Brown bekannt wurde (vgl. Kröniger 1997, 16ff.).

An die Tradition des *genius loci* anknüpfend, ist das Prinzip, einen Ort durch räumliche Gestaltung nicht zu überformen, sondern vielmehr die ihm eigenen Qualitäten aufzuspüren und herauszuarbeiten, in Teilen der Architektur und Landschaftsarchitektur bis in die heutige Zeit hinein virulent geblieben. Für den Architekturtheoretiker Christian-Norberg Schulz ist dieser Anspruch die Kernaufgabe der Architektur: „Architektur bedeutet also Visualisierung des *genius loci*, und Aufgabe des Architekten ist es, sinnvolle Orte zu schaffen (...).“ (Norberg-Schulz 1982, 5, Hervorh. i. Orig.) Auch der Architekt Rafael Moneo postuliert: „Der Ort ist immer erwartungsvolle Realität. Er wartet auf das Ereignis des Bauens, durch das seine sonst verborgenen Eigenschaften manifest werden.“ (Moneo zit. n. Wolfrum 2003, 3) Innerhalb der Landschaftsarchitektur warnt der französische Künstler und Landschaftsgestalter Bernard Lassus davor, einem Ort gleich einer *tabula rasa* einen neuen Charakter aufzuprägen, bevor man sein eigentliches Wesen eingehend studiert hat. Erst dabei werde „deutlich, welchen Gesichtspunkten man den Vorzug geben muß, dann treten die Mikro-Landschaften und die sie verbindenden Perspektiven in Erscheinung, man erspäht und erprobt die visuellen und taktilen Abstufungen... und befragt gleichzeitig das Gedächtnis des Geländes, seine Ortsnamen, seine lokalen Erzählungen und Legenden, seine Geschichten und seine Geschichte.“ (Lassus 1991, 136)

Wie die Architektur und Landschaftsarchitektur zeichnet sich auch die ortsbezogene Kunst der 1970er und 1980er Jahre dadurch aus, dass der Ort nicht als *tabula rasa* behandelt wird. Den Ausgangspunkt der künstlerischen Auseinandersetzung bildeten meist die physischen Eigenschaften der Orte, wie ihre Topographie, Dimension, Räumlichkeit und Materialität. Bei den Orten handelte es sich zunächst um die „white cubes“ der Museen, später dann um unberührte Landschaften und öffentliche Stadträume. Künstler wie Richard Serra, Daniel Buren oder Hans Haacke nutzten die Auseinandersetzung mit Orten außerhalb der Museen, um die traditionelle Bindung der Kunst an die Institution der Museen als Ort ihrer Zurschaustellung zu durchbrechen und die Skulptur über den Weg der Kontextverschiebung zu reformieren; die Einzigartigkeit des jeweiligen Ortes sollte sich auf das Kunstwerk übertragen und ihm Originalität und Authentizität verleihen (Tiberghien 1995, 20). Zugleich sollte diese Form der Kunst die herrschenden kapitalistischen Marktmechanismen unterlaufen, denn die

Ortsbezogenheit von Werken verhinderte ihre Zirkulation als Waren auf dem institutionalisierten Kunstmarkt (Kwon 2000, 39). Viele ortsbezogene Werke wiesen monumentale Dimensionen auf und wollten nicht gefällig und dekorativ sein, sondern unbequem und verstörend. Diese Form der ortsbezogenen Kunst erforderte die körperliche Anwesenheit des Betrachters vor Ort und seine sinnliche Erfahrung der Objekte. Dabei wurde der Bezug zwischen Ort und Kunstwerk häufig, aber nicht in allen Fällen, auf Dauerhaftigkeit ausgelegt. „Site specificity used to imply something grounded, bound to the laws of physics. Often playing with gravity, site-specific works used to be obstinate about ‘presence’, even if they were materially ephemeral, and adamant about immobility, even in the face of disappearance or destruction.“ (Kwon 2000, 38) 1969 ließ Michael Heizer für seine Freiraumskulptur *Munich Depression* am Rande der im Bau befindlichen Trabantenstadt München-Neuperlach eine kegelförmige Mulde mit einem Durchmesser von 30 Metern und einer Tiefe von fünf Metern ausgraben, die mit dem Fortgang der Bautätigkeit wieder überbaut wurde (vgl. Vöckler 1998). Während die Zerstörung Heizers Werk von Anfang an immanent war, legt Richard Serra seine Arbeiten im öffentlichen Raum auf Permanenz aus. Mit dem Ziel, den Platz vor dem Federal Plaza Building in New York als einen besonderen Ort zu definieren, errichtete Serra dort 1981 die Skulptur *Tilted Arc*, eine 36 Meter lange und 3,50 Meter hohe, gekrümmte und geneigte Stahlwand. Gegen die auf gerichtlichem Wege erwirkte Entfernung des umstrittenen Werkes von der Plaza wehrte sich Serra heftig, wenn auch letztlich vergebens. *Tilted Arc* sei ein Werk, das in seiner Maßstäblichkeit und Räumlichkeit im Bezug auf die Eigenarten seines Standortes entwickelt worden sei. Die Skulptur sei als Bestandteil des Platzes konzipiert und wirke sowohl auf seine Konfiguration als auch auf seine Wahrnehmung ein. Sie könne nicht einfach an einen anderen Ort versetzt werden, ohne das Werk zu zerstören (vgl. Kwon 2000, 39; Meyer 2000, 24).

Parallel zur monumentalen und auf Permanenz ausgerichteten Auseinandersetzung mit dem Ort entwickelte sich ausgehend vom kontextuellen Denken des Minimalismus und von der Konzeptkunst eine andere Form der ortsspezifischen Kunst, in der der Ort nicht primär als physikalische oder räumliche, sondern als kulturelle und soziale Struktur thematisiert wird (Kwon 2000, 40 ff.). Künstler wie beispielsweise Michael Asher, Marcel Broodthaers, Robert Smithson und Mierle Laderman Ukeles stehen für diese Auffassung. Die Dematerialisierung des Ortes geht hier vielfach mit einer Deästhetisierung des Kunstschaffens einher. Ähnlich wie bei der bereits dargestellten Performancekunst von Asco werden nicht mehr Werke oder Objekte an Orten platziert, sondern diskursive Prozesse und kulturelle Debatten initiiert, die die Wahrnehmung der Betrachter auf die soziale Konstruiertheit von Orten lenken sollen. „Furthermore, unlike previous models, this site is not defined as a precondition. Rather, it is generated by the work (often as ‘content’), then verified by its convergence with an existing discursive formation.“ (Kwon 2000, 44, Hervorh. i. Orig.) Mit anti-visuellen und immateriellen Ausdrucksformen, z.B. über Informations- oder Textmittel oder mit Performances und Events als didaktischen Formen wird die Rolle des Kunstwerks auf dem Kunstmarkt in Frage gestellt. Dabei werden auch soziale Aspekte wie die Klassenzugehörigkeit, die Rasse oder das Geschlecht des betrachtenden Subjekts thematisiert. Die Schauplätze

der Kunst verlagern sich von der Landschaft hin zu öffentlich zugänglichen Orten, z.B. Hotels, Siedlungen, Straßenräumen, Supermärkten oder Krankenhäusern (Kwon 2000, 44). Neben der Ausweitung der Schauplätze bezieht diese Form der ortsspezifischen Kunst wesentliche Inspirationen aus Disziplinen wie der Anthropologie, Soziologie, Psychologie, aus den Natur- und Kulturwissenschaften, der Literaturkritik, Architektur, Stadtplanung, Computerwissenschaften, Politologie und auch aus der Populärkultur wie der Mode, Musik, Werbung, aus Kino und Fernsehen. Die Beziehung zwischen konkretem Ort und Kunst wird nicht mehr auf Dauer ausgelegt, vielmehr werden Orte temporär markiert und wieder aufgegeben. Sie sind Palimpseste aus Texten, Fotografien, Videos, konkreten Orten und Objekten, und ihr Verschwinden ist in der Kunst impliziert (Meyer 2000, 25).

Eine Zwischenstellung innerhalb der beiden geschilderten Formen von ortsspezifischer Kunst nimmt das Schaffen von Christo und Jeanne-Claude ein, das sich auf gegenständliche Weise mit Orten auseinandersetzt und zugleich Eventcharakter aufweist. Die Flüchtigkeit ist ein zentrales Merkmal ihrer Kunst: „Die Vergänglichkeit eines Kunstwerks kreiert ein Gefühl der Fragilität oder auch Verletzlichkeit und einen Drang, gesehen zu werden; durch die ist das Fehlen präsent, weil wir wissen, dass es schon morgen nicht mehr da ist.“ (Christo & Jeanne-Claude zit. n. Chernow 2000, 479) Jedes Projekt findet einmalig und an einem bestimmten Ort statt. Oftmals nehmen Christo und Jeanne-Claude dabei auf bereits besetzte Orte von hohem Bekanntheitsgrad und öffentlicher Bedeutung Bezug, etwa bei der Verhüllung des Berliner Reichstages oder des Pariser Pont-Neuf. Durch die Verhüllung fügen sie diesen Orten eine besondere Komponente hinzu, die für die begrenzte Dauer des Ereignisses vom Publikum direkt vor Ort erlebt und mittels Ausstellungen und Dokumentationen auch über das Ereignis hinaus nachempfunden werden kann. Demgegenüber suchen die Künstler für ihre Interventionen in der Landschaft, wie z.B. *Valley Curtain* oder *Running Fence*, gezielt Räume einer bestimmten Gestalt und Topographie aus, die erst durch das Ereignis zu besonderen Orten werden.

Die Arbeitsweise der Künstler ist gegenständlich. Sie nehmen meist auf die sichtbaren, konkreten Merkmale von Räumen, ihre Topographie und Gestalt, Bezug und transformieren oder überhöhen sie durch temporäre Installationen oder Verhüllung. Dadurch soll die gewohnte Wahrnehmung



„*Wrapped Pont Neuf*“
von Christo und Jeanne-Claude,
Paris 1975-1985

dieser Orte herausgefordert werden. Das Projekt *Valley Curtain* beispielsweise bestand aus einem mächtigen, leuchtend orangefarbenen „Vorhang“, der als temporäre Barriere in einem Tal nahe Rifle in Colorado installiert wurde. Christo selbst wollte den Vorhang als Aufforderung verstanden wissen, „die Barriere eines Zauns oder Vorhangs zu überwinden, die Oberfläche zu berühren, nachzusehen, was darunter oder dahinter liegt. (...) Ich liebe es, Raum zu manipulieren, indem ich eine sanfte Störung in Gang setze, eine neue Grenze schaffe.“ (Christo zit. n. Chernow 2000, 268f.) Das Ausgangsmaterial vieler Projekte sind scheinbar banale Alltagsobjekte, die Christo und Jeanne-Claude in großer Anzahl oder monumentaler Dimension an eigens dafür ausgewählte Orte transferieren. Der scheinbar dem Meer entsteigende kilometerlange Zaun *Running Fence* bei Petaluma in Kalifornien beispielsweise war von Schneefangzäunen inspiriert.

Seit den 1970er Jahren befassten sich Christo und Jeanne-Claude immer wieder mit der Verhüllung von Bodenoberflächen und verwandelten damit die Alltagserfahrung des Gehens in ein besonderes Erlebnis: „Geht man über vertraute Oberflächen wie Fußböden, Treppen, Pfade, Rasen oder Felsen auf einladendem Tuch, so verwandelt sich der Akt selbst nur unmerklich, aber die Seh- und Tasterfahrungen verändern sich dramatisch. Interieurs, Landschaften und Fußwege werden durch Tuschichten verklärt. Im Ergebnis verwischt sich die Grenze zwischen Kunst und Nichtkunst und erlaubt die Koexistenz von erfahrbarer Welt und Mysterium.“ (Chernow 2000, 266) Beim Projekt *Wrapped Coast* verhüllte Christo einen kompletten Küstenabschnittes auf dem Gelände eines australischen Krankenhauses mit einer Haut aus reflektierendem, strohfarbigem Polyestergewebe, über das die Besucher spazieren konnten. „Der Gang entlang der gut eineinhalb Kilometer langen Parzelle dauerte fast eine Stunde. Jeder Schritt über gewebeverhüllte Felsen, Gestrüpp und Felsen war ein Balanceakt voller Überraschungen. Die eigenartige Kunstlandschaft schien teils surreal, teils wie eine Mondlandschaft, teils wie die Ausläufer einer unwirklichen Welt.“ (Chernow 2000, 258)

Die Verhüllung von Objekten oder Landschaften mit kunstvoll drapierten, im Licht schimmernden Materialien und die Überhöhung alltäglicher Orte durch das Hinzufügen von Objekten sind von einer unbestreitbaren vergänglichen Schönheit. Doch würde es zu kurz greifen, Christos und Jeanne-Claudes Auseinandersetzung mit Orten in Stadt und Landschaft auf ihre ästhetische Dimension zu reduzieren. Denn die Spektakel weisen auch gesellschaftliche Komponenten auf. Diese bestehen zum einen in ihrem Ereignischarakter und in den Reaktionen, die die Aktionen bereits im Vorfeld bei Behörden und Grundstückseigentümern und während der Ereignisse beim Publikum auslösen - die Spektakel setzen soziale Prozesse in Gang. Zum anderen verweisen die den Ereignissen vorausgehenden, langwierigen Planungsprozesse und die Durchführung der Aktionen in einem gemeinschaftlichen Arbeitsprozess auf die politischen und gesellschaftlichen Strukturen, denen die von den Künstlern auserkorenen Schauplätze unterliegen. Christo selbst beschreibt als wesentliches Charakteristikum seiner Kunst, „(...) dass wir uns Raum ausborgen, der bislang nie Teil eines Kunsterlebnisses war. In einer Galerie oder einem Museum ist dieser Raum ganz selbstverständlich gegeben. Draußen in der realen Welt aber gehört alles immer irgendjemandem. Rund um die Uhr werden wir durch eng kontrollierten Raum geschleust, den Stadtplaner oder Politiker entworfen haben. Dieser Raum

gehört vielen Leuten und untersteht vielerlei Befehlsgewalten. Wir lieben diesen Raum und möchten ihn uns für einen kurzen Augenblick ausborgen, um eine sanfte Beunruhigung zu erzeugen.“ (Christo zit. n. Chernow 2000, 336)

In Paris fand 1962 das *Rue Visconti Project*, Christos erste Intervention im öffentlichen Raum in Form einer aus Ölfässern errichteten Straßensperre, noch ohne Genehmigung statt, nachdem Christo und Jeanne-Claude vergeblich bei den Behörden um die Erlaubnis für eine zeitweilige Sperrung der Straße ersucht hatten. „Der erste Polizist erschien, während Christo und seine Helfer noch die Fässer abluden. (...) Als der Polizist befahl, mit der Arbeit aufzuhören, verlangte Jeanne-Claude nach seinem Vorgesetzten. Als er mit mehreren Polizeioffizieren wiederkam, war die Lage bereits außer Kontrolle geraten. Der Lkw war weggefahren, eine gutgelaunte, festliche Menge hatte sich eingefunden, die Presse hatte ihr gefundenes Fressen, und eine neue französische Barrikade machte Geschichte.“ (Chernow 2000, 159) Bei den späteren Projekten wurde das Ringen mit Behörden und Privatpersonen um die Genehmigungen, sich anderweitig besetzte Orte zeitweilig für die Kunst „ausborgen“ zu dürfen, zu einem integralen Bestandteil der Arbeiten. Für *Running Fence* beispielsweise suchte Jeanne-Claude alle 150 betroffenen Farmer persönlich zu auf, um sie für das Vorhaben zu werben. Unzählige Behörden waren für die erforderlichen Genehmigungen zuständig, und die Künstler beschäftigten zeitweilig bis zu sechzehn Anwälte für die Vertragsgestaltung. Für die Planung und Durchführung der meisten Großprojekte gründet das Künstlerpaar jeweils eigene Unternehmen, unter deren Dach die erforderlichen Genehmigungsverfahren, Vertragsabschlüsse, die Finanzierung durch Sponsoren und den Verkauf von Arbeitsskizzen, die technische Planung und die Logistik für die Durchführung der aufwändigen Vorhaben koordiniert werden. Auch der Aufbau der Installationen ist ein wesentlicher Teil des Spektakels. An der Durchführung der Projekte sind oft mehrere Hundert Helfer beteiligt. Nur dadurch war es beispielsweise möglich, die lediglich vier Tage dauernde Installation des *Running Fence* so zu choreographieren, dass sich die Segel an der Küste fast gleichzeitig erhoben. „Schlagartig verbanden sich die in der Nacht zuvor an der Steilküste inszenierten Paneele mit dem Segment im Ozean. Das Schauspiel vermittelte die Illusion, als erhebe sich ein Zaun aus den Wogen oder versinke darin.“ (Chernow 2000, 326) Ausgestattet mit T-Shirts, Helmen und Taschenlampen mit dem *Running Fence*-Logo wurden die Helfer zu Teilchen eines Gesamtkunstwerks, das die Besucher polarisierte. Viele der zunächst skeptischen Farmer freundeten sich schlussendlich mit der zwölf Tage dauernden Installation an und betätigten sich auf ihren Grundstücken sogar als Fremdenführer. „Ein großartiges Pandämonium aus Touristen, Presseleuten, Arbeitern, vorbeikommenden Autofahrern, Radfahrern und Anwohnern machte dies zu dem Schauspiel, als das es sich uns allen darstellte“. (Whitney zit. n. Chernow, 329) Die Medien übertrugen das Ereignis in alle Welt, in Büchern, Fotos, Filmen und einer Ausstellung wurde es dokumentiert. Das Beispiel macht den gesellschaftlichen Charakter von Christos Projekten deutlich, den der Künstler selbst wie folgt beschreibt: „Je weniger politisch, gesellschaftlich und wirtschaftlich eine Kunst ist, desto weniger verdient sie die Bezeichnung zeitgenössische Kunst. Meine Kunst ist vielschichtig und vieldeutig. Das amerikanische System, die Gesellschaft, die ganze riesige Maschinerie – ich kann sie



„Rue Visconti Project“
von Christo und Jeanne-Claude,
Paris 1961-1962



Szenen von Christos und Jeanne-Claudes Projekt „*Wrapped Reichstag*“, Berlin 1971-1995

perfekt in meine Projekte einbauen. In Amerika habe ich gelernt, die amerikanische Gesellschaftsstruktur zu nutzen. Meiner Meinung nach entspringt die ganze Ausdruckskraft der Kunst dem wirklichen Leben; das Kunstwerk muss untrennbarer Teil des Alltags sein. *Running Fence* ist so stark, weil er im täglichen Leben wurzelt.“ (Christo zit. n. Chernow, 319)

Christos und Jeanne-Claudes Installationen sind keine Auftragskunst, sondern erfordern von den Künstlern im Gegenteil langwierige und nicht immer von Erfolg gekrönte Überzeugungsarbeit bei Politikern, Behörden und Grundstückseigentümern. „Es gibt sie nicht, weil irgendein Staatspräsident oder Oberbürgermeister oder eine nationale Kunststiftung sie haben möchte. Sie existieren, weil wir es so wollen. (...) Sie atmen die totale Freiheit. Deswegen können sie nicht von Dauer sein. Weil Freiheit der Feind des Besitzes ist, denn Besitz bedeutet nun mal Dauerhaftigkeit. Freiheit erträgt keine Fesseln. Darum zahlen wir unsere Projekte selbst.“ (Christo zit. n. Chernow 2000, 336) Während also die Künstler im Vorfeld ihrer Projekte meist mit massiven Vorbehalten und Ablehnung konfrontiert sind, erweisen sich die Ereignisse im Nachhinein in aller Regel als Publikumserfolge und verschaffen ihren Schauplätzen die Aufmerksamkeit von Millionen Menschen. Schon das australische Projekt *Wrapped Coast* war für das Prince Henry Hospital ein wirtschaftlicher Volltreffer; Tausende von Schaulustigen zahlten Eintritt, um das Werk erleben zu können. Die politisch umstrittene Verhüllung des Reichstags schließlich zog fünf Millionen Besucher an (Balder 2002, 15) und erwies sich für die Stadt Berlin als touristischer Magnet sondergleichen. Die beiden Beispiele machen deutlich, was als Wechselbeziehung zwischen Ereignissen und Orten bereits charakterisiert wurde: Ebenso wie Christos und Jeanne-Claudes Werke die Reibung mit bestimmten Orten und ihren physischen, gesellschaftlichen und politischen Bedingungen benötigen und aus dem besonderen Potential der Orte schöpfen, „adelt“ die Kunst umgekehrt ihre Schauplätze, indem sie den Orten eine neue Bedeutungsebene einschreibt und sie gleichermaßen zu Ikonen der zeitgenössischen Kunst stilisiert. Als besondere Orte werden diese von Besuchermassen aufgesucht und in Form von Bildern und Dokumentationen einem Millionenpublikum zugänglich. Dabei wirkt die begrenzte Dauer der Spektakel der Abnutzung der ästhetischen Effekte und Erlebnisse entgegen und verstärkt die für Besucher und Medien attraktive Aura von Einzigartigkeit. Gerade massenkom-

patible Kunstaktionen wie die von Christo und Jeanne-Claude erregen großes öffentliches Interesse und verleihen ihren Schauplätzen für einen bestimmten Zeitraum ästhetische Qualitäten, die sie von vergleichbaren Orten abheben. Durch das von ihnen hervorgerufene Aufsehen können sie das Bild einer Stadt nach innen und außen prägen, auch wenn dies für Christo und Jeanne-Claude nicht im Mittelpunkt steht. In weniger offensichtlichen Maße trifft dies auch auf unbequemere Formen der Kunst zu, etwa auf die bei der Bevölkerung häufig unpopulären Installationen bei den Kasseler documentas, deren Wirkung der Soziologe Detlev Ipsen beschreibt: „Die Stadt gewinnt, wenn dies oft auch erst viel später begriffen wird, durch die Werke der Künstler, die in dieser Stadt gezeigt werden, an Bedeutung und positivem Image; zugleich fühlen sich viele BürgerInnen und Politiker provoziert und kritisiert.“ (Ipsen 1997, 78) Indem die Kunst Orte außerhalb der etablierten Kunsttempel besetzt und auf ihre Weise interpretiert, nimmt sie auf deren Wahrnehmung und gesellschaftliche Einschätzung Einfluss: „Die Masse der Menschen sieht und bewertet den Raum der Stadt im Rahmen alltäglich konventioneller Sichtweisen. Die Avantgarde der Künstler und die Ausstellungsmacher wählen andere Rahmen oder sie verschieben die gewohnten. Mit dem veränderten Rahmen verschieben sich die Perspektiven und impliziten Bewertungen und Werte.“ (Ipsen 1997, 79) Wenn sich die Kunst aus dem geschützten Raum der Museen in einen lebenspraktischen Zusammenhang stellt, kann sie also unmittelbaren gesellschaftlichen Einfluss ausüben: „Sie schärft nicht nur indirekt den Realitätssinn, sondern dient unmittelbar als Waffe im Daseinskampf, indem sie als Mittel der Magie, des Ritus oder der Propaganda eingesetzt wird.“ (Ipsen 1997, 80)

Damit erweist sich die Kunst, vor allem wenn sie in Form von aufsehen-erregenden Ereignissen auftritt, als ein probates Mittel zur Profilierung von Orten und zur Erzeugung von unterscheidbarer städtischer Identität. Wie im nachfolgenden Abschnitt noch zu zeigen sein wird, wird sie von Kommunen oder Projektentwicklern in der Tat zur „Image-Politur“ und Inszenierung von Orten instrumentalisiert und ist dabei in der Regel weitaus öffentlichkeitswirksamer als das meist weniger spektakuläre Schaffen von Architekten, Landschaftsarchitekten oder Stadtplanern. Dabei kommt es zu einer Überschneidung von ortsbezogenen Kunstereignissen und Massenevents. So sind letztere nicht nur von traditionellen Formen der Festkultur geprägt, sondern in sie sind auch ursprünglich von der Avantgarde geprägte Inszenierungstechniken eingeflossen; häufig werden Kunstaktionen auch als Teilprojekte in Events integriert. Die Eindrücke bei den Events werden von den Teilnehmern als Bilder, Erinnerungen und Assoziationen an den Ort als Schauplatz geknüpft. Dabei verschmelzen die symbolischen und sozialen Aspekte der Ereignisse mit den Orten. Die Veranstalter von Events können sich dies zunutze machen, indem sie Orte über Events auf besondere Weise inszenieren und darüber auf ihr Erscheinungsbild und Image, ihr Nutzungsspektrum und ihre Wahrnehmung Einfluss nehmen.

5.3 Die Inszenierung von Orten zwischen Kunstereignis und Massenevent

Im Mittelpunkt des nun folgenden Abschnittes sollen aus der gegenwärtigen Fülle von Erlebnisangeboten gezielt Events herausgegriffen werden, bei denen die Orte von den Ereignissen und ihren Inszenierungsweisen profitieren sollen. Die oben beschriebenen Auswirkungen von Ereignissen auf ihre Schauplätze sind damit nicht nur ein interessanter Nebeneffekt wie bei den beschriebenen Theaterprojekten oder bei den Kunstwerken von Christo und Jeanne-Claude, sondern bilden den Eventfokus. Anhand ausgewählter Beispiele von Orten in unterschiedlichen Arten von „Möglichkeitsräumen“ – öffentlichen und postindustriellen Räumen – soll nachfolgend erläutert werden, wie inszenierte Ereignisse strategisch dazu eingesetzt werden, um Orte zu markieren bzw. zu transformieren. Gezielt werden damit Räume herausgegriffen, die derzeit sowohl in der sozialwissenschaftlichen Debatte um die Zukunft der Stadt als auch in der räumlichen Planung zentrale und viel diskutierte Felder darstellen, und um deren Stellenwert, Nutzung und Gestalt eine Vielzahl von gesellschaftlichen Akteuren ringt. Wie alle Events unterliegen auch diese Ereignisse den Gesetzmäßigkeiten des Erlebnismarktes (vgl. Kapitel 3.4) – sie sollen ein Publikum anziehen und ihm außergewöhnliche Erlebnisse vermitteln. Für die Veranstalter steht dabei allerdings nicht die Bereitstellung von Erlebnisangeboten oder die Vermarktung von Produkten im Mittelpunkt. Vielmehr sollen Events und die mit ihnen verknüpften Bilder Veränderungsprozesse anstoßen und Transformationsmöglichkeiten von Orten aufzeigen, aber auch dem Verlust von identifizierbarer Lokalität in den Städten entgegenwirken. Mit ihrem Bezug auf besondere Orte nutzen diese Ereignisse den bereits beschriebenen Umstand, dass inszenierte Ereignisse eine Form von sozialer Interaktion sind, die den Menschen einen gemeinsamen Bezug zu Orten im Sinne von Marc Augé (1994, vgl. Kapitel 5.2) eröffnen und damit über die eigentliche Dauer des Ereignisses hinaus zu deren Identität, Relationalität und Historizität beitragen kann.

Der Bezug auf den besonderen Ort eint derartige Events mit der räumlichen Planung, wenn sich diese bei der Gestaltung von Orten auf den *genius loci* bezieht. Sowohl die räumliche Planung als auch inszenierte Ereignisse können als Werkzeuge zur Markierung besonderer Orte eingesetzt werden. Allerdings unterscheiden sich beide hinsichtlich der eingesetzten Mittel, es sei denn, es handelt sich um die in der Einleitung bereits erwähnte Markierung von Orten durch „Event-Landschaftsarchitektur“ in Form von temporären Garten- oder Kunstinstallationen in Innenstädten oder industriell überformten Landschaften (vgl. Kapitel 1). Während die planerische Arbeit auf Langfristigkeit ausgelegt ist und Veränderungen daher nur sehr langsam sichtbar werden, eignen sich inszenierte Ereignisse durch ihre ungleich plakativeren Mittel und ihre sofortige Wirkung besonders zum „schnellen Sichtbarmachen bestimmter Zusammenhänge“ (Latz zit. n. Weilacher 1996, 132).

Die bei Events erzeugten Erlebnisangebote und Bilder richten sich an das unmittelbar anwesende Publikum, lassen sich aber in Form von Aufzeichnungen und Dokumentationen auch medial weitervermitteln. Meist handelt es sich um bereits erprobte und massentaugliche Ausdrucksformen, deren Rezeption dem Publikum von anderen Kontexten geläufig ist und die ihm daher einen unmittelbaren Zugang zum Geschehen eröffnen, z.B. Lichtinstallationen oder Konzerte. Oft gehen dabei Kunst und Masseneignis

ineinander über. Eine Minderheit von Events bezieht die vorhandenen Eigenarten und Potentiale von Orten ein und fügt ihnen neue ästhetische und/oder soziale Aspekte hinzu, z.B. durch die Inszenierung charakteristischer räumlicher Gegebenheiten oder durch spezifische Möglichkeiten der sozialen Interaktion, Nutzung und Inbesitznahme. Demgegenüber nehmen die meisten Events auf einprägsame „Geschichten“ und übertragbare Bilder Bezug. Damit besteht ein fließender Übergang zu den in Kapitel 3.2 dargestellten Strategien des Theming, mittels derer nahezu beliebige und von lokalen Gegebenheiten unabhängige Orte reproduziert werden können.⁶⁷

Anhand von Beispielen werden nachfolgend die mit den Ereignissen verbundenen *Zielsetzungen im Bezug auf den Ort* und die *Akteure* bzw. Organisationstrukturen beleuchtet. Zudem wird untersucht, auf welche Weise die Ereignisse mit einem Ort *interagieren* bzw. auf welche Aspekte sie Bezug nehmen. Hierbei wird die Frage nach den verwendeten Bildern und Inszenierungstechniken einen zentralen Raum einnehmen. Auch wird betrachtet, in welchem *Verhältnis Ereignis und räumliche Planung* zueinander stehen: kommt die Planung vor dem Ereignis oder soll umgekehrt das Ereignis die Planung einleiten? Kann die räumliche Planung sogar Anregungen aus inszenierten Ereignissen ziehen? Den Ausführungen liegen keine quantitativen, sondern qualitative Untersuchungen zugrunde, die auf Literaturrecherchen, dem Besuch von Ereignissen und Experteninterviews der Verfasserin basieren.⁶⁸

Die Bespielung öffentlicher Stadträume

Die öffentlichen Räume der Städte, wie Straßen und Plätze, wurden in Kapitel 3.1 als „Möglichkeitsräume“ beschrieben, die sowohl Alltagsnutzungen als auch besondere Ereignisse aufnehmen können. Seit Jahrtausenden werden hier religiöse und weltliche Ereignisse inszeniert (Karneval, Prozessionen, Märkte, Volksfeste). Viele dieser Veranstaltungen weisen, wie historische Darstellungen zeigen, einen besonderen Ortsbezug auf, indem sie beispielsweise auf Plätzen mit symbolisch aufgeladenen Monumenten oder bedeutsamen angrenzenden Bauten stattfinden. Zu den traditionellen Veranstaltungen kommen heute Konzerte, Sportereignisse, Werbeveranstaltungen, Versammlungen und Demonstrationen hinzu. Mittlerweile hat ihre Zahl so überhand genommen (Franke 2004, Rost 2004), dass Anwohner zunehmend über die Begleiterscheinungen, wie Belästigungen durch Lärm und Müll, Einschränkungen und Verlegungen von Alltagsnutzungen klagen (vgl. auch Kapitel 2.2). Neben Beeinträchtigungen für die Stadtbewohner kann es sich auch für das Image der Stadt und für den Tourismus negativ auswirken, wenn „Buden, Aufbauten und Werbung mit zum Teil marktschreierischer Aufmachung“ (Franke 2004) immer öfter den freien Blick auf kulturhistorische Sehenswürdigkeiten und damit die Besonderheiten der Orte verdecken. Auch ob bestimmte Arten von Events, wie z.B. Popkonzerte, der historischen Bedeutung von Orten, etwa dem Münchner Königsplatz mit seiner klassizistischen Kulisse und seiner NS-Vergangenheit, angemessen sind, ist immer wieder Gegenstand kontroverser Debatten (vgl. Lungwitz 2004, Kotteder 2004). Angesichts der großen Nachfrage von Firmen und Veranstaltern haben Städte wie etwa München und Nürnberg Kriterienkataloge und Richtlinien für die Art und Häufigkeit von Veranstaltungen an Stadtplätzen und in Parks entwickelt, um ein Zuviel an Eventkultur zu verhindern (Franke 2004).

⁶⁷ Wie am Beispiel der Erlebnisparks bereits dargestellt wurde, sind diese vielfach klischeehafte Stereotypen, die Orten übergestülpt werden und deren vorhandene Eigenarten nivellieren. Zudem lassen die durch Theming erzeugten Orte in ihrer plakativen Eindeutigkeit kaum Spielraum für vielschichtige, phantasievolle Interpretationen der Menschen zu.

⁶⁸ Ergänzend sei darauf verwiesen, dass es sich nicht bei allen vorgestellten Orten um reine Freiräume handelt, sondern diese stellen teilweise Zwitter zwischen Gebäude und Freiraum oder Gebäude dar.

Umgekehrt setzen die Stadtverwaltungen selbst, oft in Kooperation mit dem Handel oder Interessenverbänden, bestimmte Arten von Ereignissen dazu ein, um Stadträume zu beleben und die Unverwechselbarkeit der Städte durch die Inszenierung besonderer Orte öffentlichkeitswirksam herauszustellen. Dabei steht in der Regel das Stadtzentrum im Mittelpunkt, das symbolische Herz der Städte, das seine früheren politischen und ökonomischen Funktionen heute weitgehend eingebüßt hat. Die Inszenierung besonderer Orte durch Events dient der gezielten Profilierung der Städte im Wettbewerb mit anderen Kommunen. Events stellen wie PR-Kampagnen, Beteiligungsverfahren und städtebauliche Programme öffentlichkeitswirksame Instrumente des sogenannten Stadt- oder Citymarketing dar. Neben der klassischen Planung hat sich das Stadtmarketing seit Mitte der 1980er Jahre angesichts öffentlicher Förderprogramme, leerer städtischer Kassen und der Einbrüche im Einzelhandel zu einem Werkzeug städtischer Entwicklung etabliert, „bei dem sich Private und die öffentliche Hand zu einer längerfristigen Zusammenarbeit zur Initiierung und Durchführung von Aktivitäten zur Entwicklung der Stadt zusammenfinden.“ (Junker 1999, 5; vgl. hierzu auch Springer 1999 sowie Wagner 1999).

Events sind ein im Vergleich zu dauerhaften baulichen Maßnahmen vergleichsweise kostengünstiger Weg, um den Freizeitwert der Städte und ihre Attraktivität für Touristen und Bewohner kurzfristig zu erhöhen. Hinzu kommt die Außenwirkung der Spektakel, die den Orten ein bestimmtes Image und zugleich Medienpräsenz verschaffen und so zu ihrer Positionierung im Wettkampf als Wohn- und Wirtschaftsstandort beitragen soll. Meist handelt es sich bei den „bespielten“ Räumen um Orte in den Innenstädten, die mit der Einrichtung von Fußgängerzonen und der einseitigen Ausrichtung auf den Konsum vor allem abends und an den Wochenenden verödeten. Zugleich haben Malls und Einkaufszentren „auf der grünen Wiese“ wie das CentrO in Oberhausen begonnen, als künstliche Orte ihrerseits „urbanes“ Flair und Erlebnisreichtum zu inszenieren, und ziehen Kunden aus den Stadtzentren ab. Daher besitzen neben den Stadtverwaltungen selbst vor allem die in den Innenstädten ansässigen Geschäftsleute ein besonderes Interesse daran, die öffentlichen Räume durch „Bespielung“ zu beleben und für Bewohner und Touristen attraktiv zu gestalten. Vor diesem Hintergrund werden geeignete Ereignisse aus „Arenen“ wie Stadien, Theater- und Konzerthäusern in die städtischen Freiräume verlagert. Als Themengeber und Anlässe für Events dienen dabei bevorzugt Geschehnisse aus der Stadtgeschichte, berühmte Persönlichkeiten und Jubiläen, für die lokale Festtraditionen wiederbelebt oder auch neu „erfunden“ werden.

Die dahinter stehende Vorstellung von der Stadt als einer Bühne, auf der sich urbanes Leben und Erleben inszenieren lässt, diagnostiziert der Architekt Werner Durth bereits in der Stadtplanung im Deutschland der 1960er und 1970er Jahre (Durth 1977, 36ff.). In seiner Abrechnung mit den Hintergründen und Motiven der damals propagierten, sozialwissenschaftlich untermauerten Stadtgestaltung kritisiert Durth, dass sich Kommunen und Politik auf spektakuläre Aktionen und Öffentlichkeitsarbeit anstelle langfristiger Maßnahmen zur Verbesserung von Missständen fokussieren würden, „um Enttäuschungen zu dämpfen und auch jene bei Laune zu halten, die sonst nichts zu lachen haben.“ (Durth 1977, 99) Durths Ausführungen machen deutlich, dass die heute unter dem Begriff Stadtmarketing geführte

„Arbeit am `Produkt` Stadt“ (Junker 1999, 7), die in jüngeren Veröffentlichungen als (Mode)Erscheinung der 1990er Jahre, „neue Facette der Stadtplanung“ oder „neuer kommunalpolitischer Ansatz“ (vgl. Kunze 1999, 3f.) behandelt wird, viel weiter zurückreicht. Bereits gegen Ende der 1960er Jahre begannen Durth zufolge sowohl die Politik als auch die Planer als Reaktion auf die in die Kritik geratene „betonierte Uniformität“ (Durth 1977, 32) des funktionalistischen Wiederaufbaus die Stadt nicht mehr nur als einen technisch-ökonomischen Funktionszusammenhang zu begreifen, sondern als eine „Kette subjektiv erfahrener Erlebnisbereiche (...), bei der das je Hinzugedachte und Hineingedeutete einen wesentlichen Bestandteil städtischer Lebensqualität ausmachen.“ (Durth 1977, 23) Eine Vorstellung von lebendiger Urbanität, die vom Idealbild der historischen Stadt als buntem Markttreiben ausging, wurde „dem grauen Schreckbild einer `funktionalistischen` Kasernenarchitektur“ (Durth 1977, 29) als positives Leitbild gegenübergestellt. Eng verknüpft war die Vorstellung von Urbanität mit dem Lebensstil „des flanierenden Bürgers, der unbelastet von Arbeit und Hast seine Umwelt aus der Touristenperspektive wieder schätzen lernt.“ (Durth 1977, 29) Die Umgestaltung der Innenstädte in Fußgängerzonen und Einkaufsbereiche folgte diesem Leitbild und zugleich den werbepsychologischen Gesetzmäßigkeiten der Verkaufsförderung. Die in repräsentative Umgebungen für Warenpräsentation und Konsum verwandelten Innenstädte sollten als Träger von Lebensqualität und Lebensstil zur Positionierung der Städte im Wettbewerb um zahlungskräftige Kunden und Arbeitskräften beitragen: „Wichtig ist, daß `das Gefühl` bestärkt wird, `in einer Stadt zu leben, die einen bestimmten Lebensstil erlaubt`, der an einem anderen Ort nicht besser zu realisieren wäre. `Stadt` soll sein, was sich erleben läßt. Denn wo `verkauft` werden soll, muß `Erleben` mitgeliefert werden. Als urbane Gegenwelt zur Enge und Routine des Alltagslebens wurde das spielerische Flanieren, Sich-Darstellen und kultivierte Genießen gesetzt, an dem angeblich jeder teilnehmen kann, wenn er nur die richtigen Angebote wahrnimmt und auch die Konfrontation mit Ungewohntem nicht scheut.“ (Durth 1977, 84)

Durth stellt dar, wie die Stärkung der Identifikation mit dem Ort sich angesichts der Abwanderung zahlungskräftiger Teile der Bevölkerung ins Umland und den daraus resultierenden finanziellen Einbußen zu einer wesentlichen kommunalpolitischen Aufgabe entwickelte. Die Unverwechselbarkeit von Stadtbild und Stadtstruktur, schwerpunktmäßig in der City, sollte zur Identifikation der Bürger mit ihrer Stadt beitragen. Um am Stadtimage zu feilen und das Besondere der Stadtzentren herauszuarbeiten, begannen die Stadtverwaltungen daher bereits in den 1960er Jahren mit Verschönerungsaktivitäten und Imagekampagnen, die Maskottchen, Logos, Annoncen und kulturelle Aktionen bzw. Stadtteilstädte umfassten. Dabei wurden vor allem die historischen Bauten und Plätze und damit die besonders einprägsamen Orientierungs- und Identifikationspunkte der Städte in den Mittelpunkt gerückt. „Mit der Wiederbelebung lokaler Traditionen, Rituale und Festlichkeiten wird ein *community spirit* beschworen, der die Stadtgeschichte zur Familienchronik und die Bürgermeister zu besorgten Stadtvätern werden läßt (...).“ (Durth 1977, 99) Dass die Inszenierung der historischen Stadtmittel als „besonderer Ort“ mittels Veranstaltungen und Kampagnen bis heute

Bedeutung hat, soll nachfolgend anhand von Beispielen aus Nürnberg veranschaulicht werden.

Analog zu Durths Ausführungen lässt sich die „Bespielung“ historischer Orte in Nürnberg, die heute zur Imagepflege und Öffentlichkeitsarbeit eingesetzt wird, bis in die 1970er Jahre zurückverfolgen. Mit zeitlichem Abstand zu den von den Nationalsozialisten organisierten Aufmärschen vor der mittelalterlichen Kulisse der „Stadt der Reichsparteitage“ tauschte die Stadt, wie es Durth ausdrückt, den „Führer gegen Dürer“ aus (Durth 1977, 82). In etwa zeitgleich mit der Einführung der Fußgängerzonen in den 1970er Jahren begann die Nürnberger Stadtverwaltung, Veranstaltungen im historischen Stadtkern zu organisieren. „Lebendige Kultur“ (Interview Sikora 2003) sollte zum einen die abends und an den Wochenenden verödeten Plätze beleben und zum anderen die Aufmerksamkeit auf das mittelalterliche Erbe der Stadt lenken und dieses mit „mediterranem Flair“ (Interview Sikora 2003) in Szene setzen. Anlässlich des Hans-Sachs-Jahres wurde 1976 erstmals das „Bardentreffen“ veranstaltet, das in Anknüpfung an den Schuster und Poeten Hans Sachs als Protagonisten des mittelalterlichen Nürnbergs zunächst als Liedermacherwettbewerb begann, „ganz nach dem Vorbild von Richard Wagners `Meistersingern`, nur mit einem etwas anderen Sound.“ (Programm Bardentreffen 1995, 4). In den 1980er Jahren entschied man sich, den Wettbewerb für Amateure in ein Profi-Festival umzuwandeln, dessen Programm anfangs noch von den Liedermachern dominiert wurde und später alle wesentlichen Stilrichtungen von Chanson, Folk bis hin zu Rock, Pop, und Weltmusik widerspiegelte. In den ersten Jahren lagen die Besucherzahlen bei 20.000, 1994 bereits bei 70.000 und im Jahr 2002 bereits bei 200.000. Mittlerweile hat sich das „Bardentreffen“ zum größten für die Besucher kostenlosen Musik-Festival in Deutschland entwickelt. Zugleich ist es als „urbaner Lockruf“ (Programm Bardentreffen 2002, 4) in die historische Altstadt von Nürnberg konzipiert und bringt der Stadt alljährlich erhebliche mediale Aufmerksamkeit ein.

Als Spielorte dienen bis heute ausschließlich Orte innerhalb des Altstadtrings, die sich einerseits durch Zuschnitt, Dimensionierung und Zugänglichkeit für eine Bespielung eignen und die sich andererseits durch ihre besondere Atmosphäre und historische Kulisse auszeichnen. Dazu tragen touristische Hauptsehenswürdigkeiten wie die Burg, die großen Kirchen oder der „Schöne Brunnen“ bei. Im Gegensatz zu anderen Festivals, die sich durch Staraufgebote oder spezialisierte Programme zu profilieren versuchen, bietet das „Bardentreffen“ kaum hochkarätige Interpreten. Zwar steht das Programm alljährlich unter einem bestimmten Schwerpunktthema, im Mittelpunkt steht jedoch nicht der Musikgenuss an sich, sondern das Zusammenspiel von Musikerlebnissen und „Altstadtatmosphäre“. Geboten wird ein breites Angebot von kostenlosen Einzelveranstaltungen an mehreren im Stadtzentrum in fußläufiger Entfernung gelegenen Spielorten, zwischen denen die Besucher hin- und herflanieren. Die durch Bühnen, Besuchermassen, Straßenmusiker und Gaukler in eine große Freilichtbühne verwandelte Altstadt präsentiert sich während des Festivals nicht als austauschbare Einkaufszone, sondern als ein Ort, der den Besuchern Erlebnisse außerhalb der Alltagserfahrung vermittelt. „So lange ist es dabei gar nicht her, dass in Nürnberg der Lorenzer und Sebalder Platz bestenfalls Parkbuchten waren – für Autos, nicht für Menschen. Nun öffnet sich – beim Bardentreffen jedes



Jahr immer wieder neu zu bestaunen – die Stadt als Erlebnisraum, der in außergewöhnlicher Weise singt und klingt, summt und brummt.“ (Programm Bardentreffen 2002, 5)

Senen vom Nürnberger
„Bardentreffen“, 2003

Seit dem 950-jährigen Stadtjubiläum im Jahr 2000, das einen willkommenen Anlass bot, schwerpunktmäßig das mittelalterliche Stadtbild mit Kunstaktionen, Illuminationen und Großveranstaltungen künstlerisch in Szene zu setzen, unterliegt die Organisation von Veranstaltungen mit dem „Projektbüro Kulturprofile“ einer eigenen Abteilung in der Nürnberger Stadtverwaltung. Unter der Federführung des Projektbüros werden neben dem „Bardentreffen“ erfolgreiche Events aus dem Jubiläumsjahr weitergeführt, wie die „Blaue Nacht“. Dabei handelt es sich um die Nürnberger Variante der „Langen Nacht der Museen“, bei der die beteiligten Museen und Kultureinrichtungen durch ein Netz von Licht- und Kunstinstallationen miteinander verknüpft werden. Hinter dieser und weiteren Veranstaltungen steht das Ziel, Nürnberg im Wettbewerb mit anderen Großstädten werbewirksam zu positionieren, vorrangig indem das „historische“ Ambiente der wiederaufgebauten Altstadt mit Blick auf die Zukunft dargestellt wird (Interview Sikora 2003). Die von der Stadt organisierten Veranstaltungen richten sich an ein breites Publikum, allerdings mit dem Anspruch, mehr als gewöhnliche Eventkultur zu bieten. Als Themengeber bedient sich die Stadt dabei immer wieder eines ihrer berühmtesten Söhne, Albrecht Dürers. Da sich in der Stadt zwar Dürers Haus, aber kaum Originale des Künstlers befinden, kam man auf die Idee, die „runden Geburtstage“ von berühmten Werken Dürers an besonderen Orten im Stadtraum auf andere Weise zu begehen. Daher kam der Stadt im Sommer 2003 das Vorhaben des Konzeptkünstlers Ottmar Hörl gelegen, auf dem Hauptmarkt im Zentrum des historischen Nürnberg mit seiner Installation „Das große Hasenstück“ Dürers berühmte Darstellungen des Hasen und des „großen Rasenstückes“ zu thematisieren. Wie frühere Arrangements des Konzeptkünstlers basierte auch diese Installation Hörls auf der Idee des Seriellen, die neue Denk- und Sichtweisen auf die Kunstgeschichte ermöglichen und Kommunikationsprozesse auslösen soll. Mit 7000 auf einem Lattengerüst montierten Kunststoffmodellen des Dürerhasen in vier unterschiedlichen Grüntönen verwandelte Hörl den Nürnberger Hauptmarkt für zwei Wochen im August 2003 in einen künstlichen „Rasen“. „Aus dem zweidimensionalen, kostbaren Originalbild wird ein vervielfältigtes Kunst-Objekt zum Anfassen für alle. Jeder, der mit der Großskulptur in Berührung kommt wird automatisch Teil davon.“ (Projektbüro Kulturprofile



„Das große Hasenstück“ von Otmar Hörl, Nürnberg 2003

2003) Das begehbare Kunstwerk zu Füßen des „Schönen Brunnen“ eröffnete ungewohnte Perspektiven auf den ansonsten mit dem alltäglichen oder weihnachtlichen Markttreiben verknüpften Hauptmarkt. Zum künstlerischen Konzept (und zur Finanzierung des Projektes) gehörte auch der Verkauf der einzelnen Hasen als Abschluss der Installation und damit ihre „Verrückung vom öffentlichen in den privaten Raum“ (Hörl zit. n. Projektbüro Kulturprofile 2003). Während das Werk bei den Bürgern der Stadt ein geteiltes Echo hervorrief (vgl. Schmitt 2003), brachte es der Stadt eine weltweite und überwiegend positive Medienpräsenz ein, die nach Aussage des Projektbüroleiters durch Werbekampagnen und Anzeigen nicht zu erreichen und zu finanzieren gewesen wäre (Interview Sikora 2003).

Während sich das Veranstaltungskonzept der Stadt Nürnberg auf die Belebung und Imagepflege der im Alltag primär als Einkaufszone dienenden historischen Innenstadt fokussiert, können Events auch dazu eingesetzt werden, die Monofunktionalität von Verkehrsräumen für einen begrenzten Zeitraum öffentlichkeitswirksam aufzubrechen. In Zeiten der Eventkultur haben sich die autofreien Sonntage der 1970er Jahre in professionell organisierte Spektakel volksfestartigen Charakters verwandelt, die neben Konzerten und Informationen vielfältige Angebote von Freizeitaktivitäten und Trendsportarten bieten. Um größtmögliche Außenwirkung zu erzielen, werden auch hier als Schauplätze meist nicht beliebige Straßen in Vororten oder Wohngebieten ausgewählt, sondern bekannte und zentral gelegene Orte. Ein Beispiel dafür ist das im Sommer 2004 zum fünften Mal veranstaltete „Streetlife-Festival“ auf der Münchner Ludwig- und Leopoldstraße, dem die Idee eines europäischen autofreien Tages zugrundeliegt. Als Ort für das zweitägige Straßenfest, das von einer Kooperation aus Stadtverwaltung, Vereinen, Umweltverbänden und Bürgerinitiativen veranstaltet wird, dient mit der Leopold- und Ludwigstraße eine drei Kilometer lange historische Verkehrsachse Münchens, die gegenwärtig zugleich die beliebteste Auto-„Flaniermeile“ der Stadt darstellt. Die temporäre Verwandlung der Straße in einen „Erholungsraum“ erfolgt beim Festival durch die perlenschnurartige Aneinanderreihung von Freizeit- und Informationsangeboten sowie Bühnen in so großer Zahl, dass „sich die Besucher streckenweise anschreien müssen, um sich verständigen zu können.“ (Hölper 2004)

Im Gegensatz zu dieser bunten „Mischung aus Kultur, Kommerz und Kleinkunst“ (Süddeutsche Zeitung 5.9.2003) stand in Paris das Event „Paris

Plage“ mit dem Thema des „Strandes“ unter einem durchgängigen Motto, dem alle angebotenen Aktivitäten untergeordnet wurden. Mit den Ufern der Seine, die als historische Wiege der Stadt Paris gilt (vgl. Backouche 2000, 9), wählte die Pariser Stadtverwaltung einen besonders bekannten Ort im Herzen von Paris für das Spektakel aus: das Seineufer am Hôtel de Ville, gegenüber der Kathedrale Nôtre Dame. Wie in vielen anderen Städten widmeten Verkehrsplaner in den 1960er Jahren Teile der Seineufer trotz heftiger Proteste der Bevölkerung über in Hauptverkehrsadern für den Autoverkehr um, die vielerorts bis heute die Stadt vom Fluss und seinen Quaies abschneiden (Noir & White 1997, 72). Ihre Rolle als Orte vielfältigen städtischen Lebens haben die Seinequais seither eingebüßt (Backouche 2000, 10). Mit der Zunahme des Individualverkehrs stehen die Verkehrssysteme in Paris wie in den Zentren anderer europäischer Großstädte mittlerweile vor dem Kollaps – gefragt sind daher Strategien zur Eindämmung des Individualverkehrs. Der Pariser Bürgermeister Bertrand Delanoë, seit 2001 im Amt, thematisiert die Rückeroberung öffentlicher Räume für die Fußgänger und die Reduktion des Verkehrs in der Innenstadt mittels öffentlichkeitswirksamer Events wie „Paris Respire“ (Paris atmet auf) und „Paris Plage“ (Paris Strand). Diese Aktionen stellen keine dauerhaften Lösungen für die drängenden Verkehrsprobleme dar, sondern sind als Anstoß für spätere stadtplanerische Maßnahmen konzipiert. Sie sollen den Bewohnern durch die temporäre Schließung von wechselnden Hauptverkehrsstraßen an Wochenenden und zu Ferienzeiten die Möglichkeit geben, die öffentlichen (Verkehrs-) Räume zum Spazieren, Radfahren und für andere Freizeitnutzungen in Besitz zu nehmen (Horn 2003).

Für das Event „Paris Plage“ ließ das Bürgermeisteramt erstmals im Sommer 2002 mit Hilfe von einigen Hundert Tonnen Sand ein mehrere Kilometer langes Teilstück der heute täglich von 200.000 Autos befahrenen Voie Georges Pompidou am rechten Seine-Ufer für vier Wochen zu einem „Strand“ umbauen und sperrte dafür die täglich von bis zu 200.000 Pkws befahrene Schnellstraße: „Blaue Fahnen wehen im Sommerwind, 300 Liegestühle sind ständig besetzt, 80 Topfpalmen bemühen sich um Riviera-Atmosphäre. Nur baden darf niemand. Das Wasser ist zu schmutzig.“ (Chimelli 2002) Das Spektakel, das mit seinen zahlreichen Sport-, Freizeit- und Kulturangeboten bereits am ersten Sonntag 600.000 Bürger anlockte, wurde wegen des großen Erfolges im Jahr 2003 wiederholt und ausgebaut. Neben Möglichkeiten zum Flanieren auf einer Uferpromenade und Sonnenbaden im Sand wurden auf der Straßentrasse und an den Mauern zahlreiche weitere Freizeitaktivitäten wie Beachvolleyball oder Klettern sowie ein Kulturprogramm angeboten. Das breite Spektrum an Aktivitäten sollte alle Altersstufen und sozialen Schichten in der Bevölkerung ansprechen und richtete sich als überwiegend kostenloses Freizeitangebot primär nicht an Touristen, sondern – gleichsam als soziale Geste – an die in den Ferien daheimgebliebenen Bewohner der Stadt. Die öffentliche Hand teilte sich die Finanzierung mit Sponsoren, deren Logos die Aktion allerdings nicht dominieren sollten.

Mit dem Thema des palmengesäumten, feinsandigen „Strandes“ mit Sonnenschirmen, Liegestühlen und angrenzender Uferpromenade griff der beauftragte Szenograph kein für Paris und seine Geschichte oder für die seit dem 19. Jahrhundert von Quaiemauern eingefasste Seine typisches

Anlässlich des Events „Paris Plage 2002“ wurde ein Teil der vielbefahrenen Seinequais in eine palmengesäumte Promenade verwandelt.



Motiv auf. Stattdessen wählte er ein plakatives, populäres und mit positiven Assoziationen an Ferienerlebnisse und Freizeitvergnügen besetztes Bild, das für die meisten Menschen wie kaum ein anderes den Zugang zum Wasser symbolisiert und zugleich vielfältige Nutzungsmöglichkeiten impliziert. Es wurde kontrovers darüber diskutiert, ob das Motiv des Sandstrandes dem Charakter der seit 1992 unter dem Schutz des UNESCO-Weltkulturerbe stehenden, historischen Seinequais und seiner angrenzenden Monumente angemessen sei (vgl. www.ecoparis.org). In der Tat kontrastieren vor allem die trendorientierten Freizeit- und Spielangebote des Spektakels mit dem musealen und „versteinerten“ (Backouche 2000, 10) Charakter, den die Quaianlagen heute aufweisen. Im Gegensatz dazu waren die Seineufer in früheren Jahrhunderten bunte und belebte Stadträume - nicht nur Orte des Handels und Handwerks, sondern auch Schauplätze höfischer Feierlichkeiten wie Feuerwerke oder Wasserparaden und Orte volkstümlicher Zerstreuung mit Lanzenstechern auf dem Wasser sowie Gauklern, fliegenden Händlern und Prostituierten an den Ufern (Backouche 2000, 96f.). Vor diesem Hintergrund erscheint die Inszenierung eines bunten Strand- und Freizeittreibens nicht mehr gänzlich aus der Luft gegriffen. Zugleich trug der kalkulierte Kontrast zwischen „Rivieraatmosphäre“ und den berühmten Monumenten im Herzen des historischen Paris sicherlich ebenso zum Publikumserfolg der Inszenierung bei wie die Popularität des eingängigen Strandmotivs.

Dem Thema entsprechende räumliche Elemente wie Sand- und Rasenflächen, Palmen und Fahnen gliederten die Straßentrasse in Bänder für unterschiedliche Freizeitnutzungen und Geschwindigkeiten vom Ruhen bis zum Flanieren, Joggen, Radfahren und Skaten. Die angebotenen Aktivitäten und die Strandinszenierung ermöglichten den Menschen einen neuen Zugang und anderen Blickwinkel auf den im Alltag dem Verkehr gewidmeten Ort. Während die Unterbrechung der alltäglichen Verkehrsnutzung von den einen begrüßt wurde, rief sie vor allem bei den Pendlern Proteste hervor. Denn die Sperrung der viel befahrenen Schnellstraße verursachte trotz weiträumiger Verkehrsumleitungen vor allem im ersten Jahr auf den parallelen Ost-West-



Verbindungen kilometerlange Staus, wie zahlreiche Beiträge in einem Internet-Diskussionsforum (www.ecoparis.org) deutlich zeigen. Neben der geteilten Resonanz bei den Bewohnern brachte das Strand-Spektakel 2002 der Stadt Paris weltweite Publicity ein, da die Aktion wie etwa die Verhüllung des Pont Neuf durch Christo und Jeanne-Claude eine ungewöhnliche Perspektive auf den historischen Stadtkern eröffnete. Wie bei den Projekten der Künstler waren auch bei Paris Plage die Auswirkungen auf den Ort nicht von dauerhafter, sondern temporärer Art. Die Inszenierung zielte damit auf eine Veränderung in den Köpfen der Menschen. In diesem Sinne könnte das Event, wie von der Politik impliziert, durchaus als Experimentierfeld und Vorreiter für spätere Planungsaktivitäten funktionieren. In seinen plakativen Erscheinungsformen ist es allerdings auch nur als temporäre Erscheinung und nicht als Dauernutzung denkbar und kann daher die Suche nach einer planerischen Lösung für die „Rückeroberung“ des Straßenraums nicht ersetzen.

Die genannten Beispiele von Ereignissen in öffentlichen Stadträumen machten den Stellenwert von besonderen Orten als Schauplätzen von Events und die bereits in Kapitel 5.2 erläuterte Wechselbeziehung zwischen Ereignissen und Orten deutlich. Es wurde erläutert, dass und weshalb Ereignisse wie Paris Plage oder das Nürnberger Bardentreffen nicht an beliebigen Orten im Stadtkontext stattfinden, sondern sich auf Schauplätze beziehen, die bereits Orte mit einer besonderen historischen Bedeutung und zentralen Funktion sind. Aus der bestehenden und durch die Inszenierungen gesteigerten Atmosphäre dieser Orte beziehen sie einen wesentlichen Teil ihrer Attraktivität für das Publikum. Umgekehrt dienen die geschilderten Ereignisse den Veranstaltern als Werkzeuge, um die Schauplätze den unmittelbar anwesenden Menschen als besondere Orte (wieder) zugänglich und erlebbar zu machen und diese zugleich mit medientauglichen Bildern und Geschichten zu verknüpfen, die zu einem bestimmten Stadt-Image beitragen. Hierfür werden die alltäglichen Funktionen der Orte für den begrenzten Zeitraum der Ereignisse – nicht ohne Konflikte – außer Kraft gesetzt, wird beispielsweise die primär als Einkaufszone genutzte Nürnberger Altstadt in

Die Seineufer waren bereits in der Vergangenheit Schauplatz vielfältiger gesellschaftlicher Aktivitäten.

links:

„Ein Sonntag auf dem Square du Vert-Galant“ von Ferdinand Frambusch, 1907

rechts:

„Große Hinrichtung auf der Place de Grève“ von Hauffbauer, um 1740

einen von Musikern und Flaneuren belebten Stadtraum verwandelt oder werden die Schnellstraßen entlang der Seine in temporäre „Strandpromenaden“ mit Freizeitangeboten umgestaltet.

Die Freiraumplanung ist an den vorgestellten Inszenierungen nicht unmittelbar beteiligt. In Nürnberg folgen die Veranstaltungen der Vorstellung von der Stadt als einer „Bühne“, die von unterschiedlichen gesellschaftlichen Akteuren „bespielt“ wird. Bei den Schauplätzen handelt es sich um bereits gestaltete Orte, die durch ihre Lage, Raumkonfiguration und Materialität sowohl Alltags- als auch Ereignisnutzungen zulassen. Das Spektakel in Paris hingegen wurde von den Veranstaltern primär nicht als Bespielung von Stadt begriffen, sondern als aufsehenerregender, bildhafter und Menschenmassen mobilisierender Vorreiter für mögliche, spätere Planungsaktivitäten und damit dauerhafte Veränderungen in der Gestaltung und Nutzung der Schauplätze. Ob diese Verknüpfung tatsächlich funktionieren wird, war zum Zeitpunkt der Fertigstellung der Arbeit allerdings noch offen.

Die dem zugrundeliegende Vorstellung von inszenierten Ereignissen als Motoren und Experimentierfelder für die Gestaltung und Nutzung öffentlicher Räume haben sich nicht nur Stadtverwaltungen und Kulturveranstalter, sondern auch die mit Events arbeitenden Landschaftsarchitekten zueigen gemacht (vgl. Kapitel 1). Die seit 1997 von Daniel Sprenger an unterschiedlichen Orten in Berlin veranstalteten „Temporären Gärten“ beispielsweise „wollen zu wenig beachtete Orte im Berliner Stadtraum wieder ins öffentliche Bewusstsein bringen und aktuelle Positionen von Landschaftsarchitekten auf lebendige Art verdeutlichen.“ (Below 2001, 14) Zugleich sind die Aktionen auch als Marketinginstrumente für den Berufsstand gedacht, deren Wirksamkeit allerdings eher gering eingestuft wird (Hertlein & Schröder 2000, 16) Während das Pariser Event den „Strand“ als Aufenthaltsort thematisierte, ist es bei den Landschaftsarchitektur-Events das Motiv des „Gartens“, das in nicht selten sehr weit gefassten, „künstlerischen“ Interpretationen Nutzungsmöglichkeiten und Sichtweisen auf öffentliche Stadträume aufzeigen und zum Nachdenken anregen soll. Auch die von Landschaftsarchitekten organisierten und gestalteten Events richten sich nicht nur an das Fachpublikum, sondern an die breite Öffentlichkeit. Die Installationen begreifen sich als Auseinandersetzungen mit den Besonderheiten und dem „Genius loci“ des jeweiligen Schauplatzes. Wie bei so manch anderem Event im öffentlichen Raum führt jedoch das Bemühen um aufsehenerregende, modische Bilder auch hier nicht immer zu sensiblen und poetischen Interpretationen, sondern oft zu banalen Ausprägungen, wie z.B. Kuhschwänzen an Straßenlaternen oder Sonnenblumen in der Kanalisation bei den „Temporären Gärten“ 2001 in Berlin-Neukölln (vgl. Kasiske 2001, 7).

Die den dargestellten Events zugrundeliegenden, massentauglichen und übertragbaren Bilder, wie sie auch im Theming prägend sind, machen die beschriebenen Veranstaltungen kopierbar. Zum Ärger von Sprenger, der sich den Begriff „Temporäre Gärten“ als Marke schützen ließ, griffen mittlerweile andere Orte und Veranstalter das Konzept der experimentellen Garteninstallationen auf. Auch das in Paris thematisierte Bild des Strandes und die Idee, „mit aufgeschüttetem Sand, Liegestühlen und Strandkörben Urlaubsgefühle zu vermitteln“ (Wartmann 2004, 25) übernahmen im Sommer 2003 zahlreiche Gastronomen in mitteleuropäischen Städten und richteten an innerstädtischen Flussufern Strandbars ein. Während „Paris

Plage“ durch die temporäre Schließung der Schnellstraße zum Nachdenken über alternative Nutzungen von öffentlichen Räumen animieren wollte und als Experimentierfeld für spätere Planungsaktivitäten konzipiert war, diente dasselbe Motiv anderenorts dazu, gastronomische und Freizeiteinrichtungen mit einer besonderen Atmosphäre zu inszenieren. 2004 konkurrierten in Berlin bereits fast ein halbes Dutzend Strände gegeneinander, unter dem Motto „Rimini ist überall“ (Weindl 2004) folgten Hamburg, Köln, Düsseldorf, Frankfurt am Main und Mainz. Die Abnutzung der Idee durch ihre massenhafte Wiederholung ist damit wohl nur noch eine Frage der Zeit.

„Wenn die Arbeiter weg sind, kommen die Komödianten“⁶⁹ -
Postindustrielle Orte als Bühnen

Dass inszenierte Ereignisse in Straßen und auf Plätzen eine lange Tradition haben, wurde ausführlich dargestellt und mit den gegenwärtigen Intentionen und Strategien hinter der „Bespielung“ des öffentlichen Raumes in Beziehung gesetzt. Im Gegensatz zu den öffentlichen Räumen sind Ereignisse an Industriestandorten und in Produktionsanlagen – mit Ausnahme der Arbeiter- und Streikkultur – ein deutlich jüngeres Phänomen. Erst die Stilllegung von industriellen Arealen erlaubte es bildenden Künstlern, Theaterschaffenden, Musikern und Eventveranstaltern in größerem Umfang, „diese Räume zu betreten, zu empfinden, zu besetzen und gestalterisch zu erobern.“ (Kommission Industrieland Saar 2000, 65). Mittlerweile finden nicht nur Popkonzerte und Kinofestivals in den Hinterlassenschaften von Bergbaulandschaften, in ehemaligen Zechen oder Maschinenhallen statt, sondern auch Kunstausstellungen, Theaterprojekte und Konzerte der E-Musik. Wie weit der kulturell beförderte Imagewandel der einst verpönten Werkshallen und Brachflächen bereits gediehen ist, lässt sich auch daran ermesen, dass an industriellen Orte mittlerweile selbst Staatsempfänge, Firmenveranstaltungen und Produktpräsentationen stattfinden.

Wie in Kapitel 5.2 bereits dargestellt, inszenierte der Regisseur Stephan Stroux im Jahr 2003 an vier unterschiedlichen Schauplätzen des Industriezeitalters im Ruhrgebiet, im Saarland, in Berlin und Goslar das Theaterstück „Union der festen Hand“. Stroux bediente sich der „Authentizität“ und Symbolik dieser Orte, um die dramatische Wirkung des Stückes zu steigern, und fügte den Schauplätzen zugleich eine neue Bedeutungs- und Inszenierungsebene hinzu. Auch die knapp 300 Aufführungen der RuhrTriennale, eines von 2002 bis 2004 im Ruhrgebiet veranstalteten Festivals, fanden überwiegend nicht in den bestehenden Stadttheatern und Konzerthäusern statt, sondern an postindustriellen Spielorten wie etwa dem Landschaftspark Duisburg-Nord und der Bochumer Jahrhunderthalle. Mit der Verknüpfung von industriellem Erbe und anspruchsvoller Gegenwartskultur sollte das Festival unter der Intendanz von Gérard Mortier seine Identität aus der lokalen Geschichte und Arbeiterkultur beziehen und es zugleich im internationalen Vergleich mit traditionsreichen Veranstaltungen der Hochkultur wie den Salzburger Festspielen aufnehmen können (Struck-Schloen 2004): „Salzburg war gestern, jetzt heißt es: Glück auf im Ruhrgebiet.“ (Dössel 2002, 15) Seine Faszination für die postindustriellen Spielorte im Ruhrgebiet beschreibt der ehemalige Intendant der Salzburger Festspiele wie folgt: „Die Schwerindustrie hat etwas Philosophisches. Denn gearbeitet wurde mit den vier Elementen – Feuer, Wasser, Luft und Erde, und zwar verdichtet

⁶⁹ Vgl. Decker 2003.

und bis zum Extrem. Aber es geht auch um die Menschen, die dort gearbeitet haben mit ihren Leidenschaften, Sehnsüchten und Träumen.“ (Mortier zit. n. RuhrTriennale 2003, 30) Nach anfänglichen Auslastungs- und Akzeptanzproblemen endete das Festival 2004 als Publikumserfolg: „Im Ruhrgebiet entstand nach der positiven Wende der Ruhrtriennale eine nie gekannte Festspiel-Euphorie – ein Wir-Gefühl, das an Aufbruchgeist glauben ließ und der Region wohl (vor Köln) den Zuschlag für die Bewerbung zur Kulturhauptstadt 2010 einbrachte.“ (Struck-Schloen 2004)

Die dargestellten Beispiele machen das bereits in Kapitel 5.2 bei den Auführungen über Events und Orte angeklungene Potential von (post)-industriellen Räumen für Veranstaltungen und umgekehrt das Potential von Veranstaltungen für die (post)industriellen Räume deutlich. Zum einen bietet die Auseinandersetzung mit diesen symbolgeladenen und atmosphärischen Räumen den Kulturschaffenden Spielräume für Experimente und die Erneuerung etablierter kultureller Ausdrucksformen wie Theater und Konzert. Besondere Herausforderungen stellen dabei diejenigen Orte dar, die sich noch in einem Schwebestand zwischen Vergangenheit und Zukunft befinden. „An solchen ungenutzten alten Industrieorten entwickelt sich eine Spannung zwischen dem Gehäuse, das noch Geschichten von industrieller Herrschaft, von Ausbeutung, Lärm, Maloche und Widerstand erzählt, und den Nutzern, die eben dieser Herrschaft nicht mehr unterworfen sind und deshalb deren Räume als ihre Spiel- und Möglichkeitsräume uminterpretieren können. (...) Das Gehäuse einer vergangenen gesellschaftlichen Formation, das seine Zwecke überlebt hat und nun für ganz andere Zwecke in Dienst genommen wird, weist ökonomisch und symbolisch jene Überschüsse und Hohlräume auf, in denen sich Phantasie entfalten kann.“ (Siebel 2002, 39) Zum anderen lassen sich inszenierte Ereignisse als Pioniernutzungen oder Dauerbespielungen von Industrieräumen instrumentalisieren. Kunstereignisse und Events können nicht nur dazu dienen, Zugangs- und Wahrnehmungsweisen sowie Nutzungsperspektiven für ehemalige Industrieräume auszuloten, sondern werden dort aufgrund des Überangebotes an Flächen im Verhältnis zur Nachfrage häufig auch als Dauernutzungen etabliert: „Sentimental wird der `letzte Schichtwechsel` als kulturelle Wende verklärt, wird der Strukturwandel mangels anderer Alternativen theatralisch verklärt.“ (Mazzoni 2003)

Als „Möglichkeitsräume“ fordern industrielle Räume besondere Experimente heraus, denn anders als etwa bei den öffentlichen Räumen in den historischen Stadtkernen steht hier kein tradiertes Repertoire an Inszenierungsweisen zur Verfügung, auf das umstandslos zurückgegriffen werden könnte: Anlässe, Bilder und Geschichten für die Inszenierung der postindustriellen Orte müssen erst erfunden und mit Leben gefüllt werden. Dabei richten sich die Events mit ihren Erlebnisangeboten nicht nur an das unmittelbar anwesende Publikum, sondern verschaffen durch ihren oftmals spektakulären Charakter ihren Schauplätzen Medienpräsenz und erregen Aufsehen. Bei der Verwandlung der Hinterlassenschaften des Industriezeitalters in interessante „Adressen“ für Wirtschaft und Tourismus kommt künstlerischen Inszenierungen und Events eine wesentliche strategische Rolle in der Öffentlichkeitsarbeit und als touristische Glanzpunkte zu. Während in den Montanregionen einst die Kunst der florierenden Industrie nachfolgte, dient sie als „Nachmieter

der Schwerindustrie und ihr legitimer Nachfolger“ (Schmidt 2004) nun der Gewinnung von neuen Investoren und der Aufrechterhaltung der Standorte.

Viele inszenierte Ereignisse, vor allem wenn sie einen definierten räumlichen Rahmen oder Wetterschutz benötigen, finden im Inneren von Gebäuden statt. Industrieorte bieten ein großes Spektrum an intimen und übergroßen offenen Räumen, die als gigantische Stahl- oder Betonkonstruktionen mit eigenen ästhetischen Reizen aufwarten. Industriebauten wie Maschinenhallen und Gasometer stellen allein durch ihre Raumdimensionen außergewöhnliche Hüllen für Events dar. Ihre ungewöhnliche Akustik, die mangelnde Infrastruktur für Veranstaltungen bzw. der fehlende Komfort für das Publikum fordern unkonventionelle Präsentationsformen und eine intensive Auseinandersetzung mit den besonderen Qualitäten dieser Orte heraus (vgl. Kommission Industrieland Saar 2000, 66). Demgegenüber nutzen Open Air-Veranstaltungen die industriellen Orte stärker im Sinne von spektakulären Kulissen, die sich über Beleuchtung in Szene setzen lassen.

Als Pioniere der Inszenierung von Industrieorten können die Künstler gelten, die in den 1970er Jahren die geschützten Räume der Museen verließen und neben dünn besiedelten Landschaften und städtischen Räumen auch verwüstete Industrielandschaften und verlassene Fabriken mit ihrer besonderen Atmosphäre und Symbolik als spannungsvolle Orte für künstlerische Experimente entdeckten. Zunächst erfolgte die Annäherung an Industrielandschaften nicht in Form von inszenierten Ereignissen, sondern auf ortsbezogene, skulpturale Weise (vgl. hierzu auch die Ausführungen in Kapitel 5.2). Der amerikanische Land Art-Künstler Robert Smithson etwa begann zu Anfang der 1970er Jahre, sich für die ästhetischen Aspekte menschengemachter und natürlicher Zerstörung zu interessieren und devastierte Landschaften auf skulpturale Weise zu überformen (vgl. Weilacher 1996, 28f.). Aus Schlamm, Salz, Gestein und den Hinterlassenschaften ökonomischer und militärischer Ausbeutung errichtete er 1970 am Nordostufer des Großen Salzsees in Utah mit Hilfe von Bulldozern und Lkws die Skulptur „Spiral Jetty“ in Form einer 450 Meter langen spiralförmigen Mole. Mit ihrer archetypischen Form und ihrem beeindruckenden Raumerlebnis entwickelte sich diese Skulptur in der Folge zu einer Ikone der Land Art. Zugleich machte „Spiral Jetty“ das Potential künstlerischer Interventionen als Instrumente der Transformation und Inwertsetzung von industriellen Orten deutlich.

Bereits Ende der 1970er Jahre – und damit wesentlich früher als in Europa – wurde in den USA die Land Art als eine Form der Rekultivierung von Industrielandschaften populär, mittels derer sich Umweltzerstörung in Kunst verwandeln ließ. Für das Projekt „Earthworks: Land Reclamation as Sculpture“ in und um Seattle/ Washington lud die King County Arts Commission 1979 acht Künstler ein, die u.a. mehrere Kiesgruben, eine Schutthalde, einen stillgelegten Militärflughafen und einen erodierten Canyon künstlerisch überformten. Das Dilemma dieses Umgangs mit zerstörten und kontaminierten Landschaften beschreibt Weilacher wie folgt: „Die Kommunen waren begeistert über die künstlerische und kostengünstige Landschaftsreparatur, während die professionellen Landschaftsgestalter eher verärgert auf die Einmischung der Künstler reagierten. Was der Landschaftsarchitektur oft als `grüne Kosmetik` vorgeworfen wurde, geriet hier zum gefeierten, vermeintlich ökologischen Kunst happening.“ (Weilacher 1996, 29)

Seit den 1990er Jahren ist der Einsatz von Licht- und Land Art-Künstlern, aber auch von Musik- und Theaterschaffenden, Tänzern und Performancekünstlern in Industrielandschaften und aufgelassenen Fabrikgeländen auch in Deutschland zu einer populären Form der Pionier- oder Dauernutzung von aufgelassenen Industriestandorten avanciert. Dem voran ging der Niedergang der Montanindustrie, der zur Schließung weiträumiger Bergbau- und Industriegebiete führte und nicht nur Lösungen für die Nachnutzung der brachliegenden Areale, sondern Strategien für den wirtschaftlichen Strukturwandel ganzer Regionen erforderte. Bergwerke, Stahlwerke und Tagebaugelände waren mit einem Mal nicht mehr Kristallisationspunkte von Leben und Arbeit und Symbole für wirtschaftlichen Fortschritt und Wohlstand, sondern für den wirtschaftlichen Niedergang gesamter Regionen sowie für ungehemmte Naturzerstörung und Landschaftsverbrauch. Für die Industriebrachen, einst Orte harter und gefährlicher Arbeit, gilt es seither, neue Nutzungen, Zugangswege, Wahrnehmungsweisen und Bilder zu finden; sich selbst überlassene, „verbotene“ Areale voller nutzlos gewordener monströser Bauten, technischer Einrichtungen und giftiger Hinterlassenschaften sind wieder als Orte in der Gesellschaft zu verankern.

In diesem Zusammenhang nimmt das Schlüsselwort der „Industriekultur“ eine ebenso zentrale Bedeutung ein wie der Begriff des „Stadtmarketings“ im Bezug auf die Inszenierung der öffentlichen Stadträume. Der Begriff der „Industriekultur“ dient zum einen als Leitbegriff für den Strukturwandel in altindustriell geprägten Regionen. Zum anderen fungiert er bei Kulturveranstaltungen und in den Medien als Etikett für Kunst- und Kulturereignisse in postindustriellen Räumen. Für beide Bedeutungsebenen gilt, dass der Begriff „Industriekultur“ nicht mit der Vorstellung einer florierenden Industrie verknüpft ist, sondern für das steht, was nach ihrem Niedergang kommt. Nicht umsonst wurde die Bezeichnung im Ruhrgebiet geprägt und popularisiert. „Wir begegnen dem Begriff immer an Orten, an denen es keine Industrie mehr gibt“, konstatiert die Publizistin Ira Mazzoni, „in gespenstisch stillen Maschinenhallen, in Fabriken, die keine Arbeit mehr bieten. (...) Inzwischen ist Industriekultur ein Marketinginstrument der Kulturveranstalter und Tourismusbüros: Jedermann auf der Halde, Opern und Sinfonien in der Gebläsehalle, Ausdruckstanz zwischen Hochöfen, Neutöner im Gasometer.“ (Mazzoni 2003) Und der Journalist Andreas Rossmann vermerkt: „Seit ein paar Jahren hat `Industriekultur´ (nicht nur) im Ruhrgebiet und im Saarland Konjunktur, Strukturwandelstrategien wie Tourismusrouten werden daran geknüpft. (...) Aufgekommen ist der Topos bezeichnenderweise erst, als die große Industrie zu verschwinden begann, und wie diese an Bedeutung verliert, gewinnt er als Kennmarke. Der `Mythos Montan´ erfährt darin eine postmoderne Rekonstruktion, die als Kern regionaler Identität wie zur Standortbestimmung dient.“ (Rossmann 2003)

Die strategische Bedeutung des Begriffs „Industriekultur“ wird in den Konzepten für den wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Strukturwandel in den vom Niedergang der Montanindustrie besonders betroffenen Regionen Ruhrgebiet und Saarland deutlich. Bei der „Internationalen Bauausstellung IBA Emscher Park“, einer zehnjährigen „Werkstatt für die Zukunft von Industrieräumen“ mit insgesamt 120 Projekten (IBA 1999 a, 8), nahm der Begriff „Industriekultur“ neben dem der Nachhaltigkeit eine zentrale Position ein. Er steht für die Wertschätzung und Erhaltung der Hinterlassenschaften von

über 150 Jahren Industriegeschichte in der Region und deren zukunftsorientierte Inwertsetzung und Nachnutzung durch gestalterische Aufwertung des Bestehenden, die Ansiedlung von neuen Unternehmen und die Schärfung eines touristischen Profils. „Mit diesen Projekten werden unter Wahrung der historisch gewachsenen Identität der Region wertvolle Beiträge für die Gestaltung der Gegenwart und Zukunft geleistet. Sie sind längst nicht mehr nur Zeugen einer vergehenden Epoche und historisches Gedächtnis, sondern haben eine wichtige Funktion als Landmarken und Identifikationspunkte, als Veranstaltungs- und Spielorte, als Arbeitsstätten und Symbole für den Strukturwandel.“ (IBA 1999 a, 325f.) Die Profilierung der Industriekultur als „unverwechselbares Markenzeichen“ (IBA 1999 a, 327) über die Einbindung von Einzelprojekten in eine „Route der Industriekultur“ ist mit dem Ziel verbunden, das Ruhrgebiet als touristischen Anziehungspunkt zu etablieren und darüber zusätzliche Beschäftigungs- und Einkommenseffekte zu erzielen. „Mit dieser Zielsetzung wird die Tourismusförderung als eine wesentliche Aufgabe im Rahmen der regionalen Strukturpolitik verfolgt.“ (IBA 1999 a, 326f.)

Auch im Saarland, das sich bei seinem unter dem Namen „IndustrieKultur Saar“ firmierenden Umstrukturierungskonzept am Vorbild IBA Emscher Park orientiert ⁷⁰, stellt man das industrielle Erbe in den Mittelpunkt und versucht, davon ausgehend die wirtschaftliche und kulturelle Zukunft der Region zu entwickeln. „Das Gedächtnis an diese Zeit zu bewahren, ist die eine Aufgabe. Die andere gründet darauf: im Saarland die Bedingungen dafür zu schaffen, um markante Standorte zu entwickeln, die für neue Unternehmen und neue Produkte förderlich sind und zu weithin wahrnehmbaren Symbolen werden. Das ist die doppelte Botschaft, die hinter dem Begriff `Industriekultur` steht.“ (Kommission Industrieland Saar 2000, 13). Als historische Komponente umfasst der Begriff, der von der Kommission als Schlüsselwort für den zu bewältigenden Strukturwandel gewählt wurde, die Aufarbeitung und Präsentation des industriellen Erbes. Als Zukunftskomponente steht der Begriff für die Bündelung von zwei Strategien: der ökonomischen und sozialen Standortentwicklung auf der einen Seite und ihrer kulturellen Inwertsetzung durch öffentlichkeitswirksame Kunst- und Kulturereignisse auf der anderen Seite. Wie im Ruhrgebiet ist auch im Saarland die Etablierung eines industriekulturellen Tourismus anvisiert, der in ein industriekulturelles Netzwerk im Raum Saar Lor Lux eingebunden sein soll (Kommission Industrieland Saar 2000, 17f.).

Die Umsetzung der unter dem Begriff „Industriekultur“ geführten Strategien erfolgt sowohl im Ruhrgebiet als auch im Saarland auf mehreren Wegen. Eine zentrale Rolle spielt die räumliche Planung in unterschiedlichen Maßstabsebenen und Zeithorizonten, die von der Leit- und Rahmenplanung über die Bebauungsplanung bis hin zur Realisierung von Einzelprojekten reicht. Stadtplaner, Landschaftsarchitekten und Architekten entwickeln und begleiten im Auftrag von Kommunen und Entwicklungsgesellschaften auf langfristige Entwicklung angelegte Projekte. Sie verwandeln Werksgelände in Parks, sanieren Baudenkmäler, errichten Wohn- und Gewerbeansiedlungen auf brachgefallenen Industrieflächen. Mit dem Leitbild der „Industriekultur“ eng verknüpft ist die planerische Vorstellung, die verlassenen Orte der Industriekultur als besondere Orte zu begreifen und nicht gestalterisch zu überformen, sondern ihre Qualitäten aufzuspüren und in die Planung zu integrieren.

⁷⁰ Mit Karl Ganser wurde im Jahr 2000 der führende Kopf der IBA Emscher Park zum Vorsitzenden der „Kommission Industrieland Saar“ berufen.

Die räumliche Planung dient unter dem Leitbild der „Industriekultur“ als Instrumentarium, um die nutzlos gewordenen industriellen Räume mit neuen Funktionen und Nutzungsweisen wieder in das Alltagsleben der Menschen zu integrieren. Demgegenüber stehen Events und Kulturereignisse als zeitlich begrenzte, experimentelle und aufsehenerregende Spektakel für die Inszenierung des Außeralltäglichen in den industriellen Räumen. Sie erweisen sich in einer Gesellschaft, die ständig auf der Suche nach neuen Erlebnisreizen ist, als geeignet, um die erforderlichen Veränderungsprozesse mit Geschichten, Bildern und „Sehhilfen“ zu begleiten und in den von der Industrie geprägten Landschaften und stadtähnlichen Gebilden der Werksgelände den Menschen einen unmittelbaren, emotionalen Zugang zu „besonderen Orten“ zu verschaffen. „Der industriellen Revolution folgt an der Jahrtausendwende eine immaterielle Revolution mit Raum für neue Chancen und Visionen, indem alle Sinne für eine veränderte Wahrnehmung geschärft werden. (...) Die Kunst ist eingeladen, ihre Spuren zu hinterlassen, Marken zu setzen, die aufmerksam machen. Es sind dies die neuen Orientierungs- und Sehhilfen in einer Industrielandschaft im Umbruch, in der kaum etwas bleiben wird, wie es war.“ (IBA Emscher Park 1999, 357f.) Inszenierte Ereignisse sind – anders als die räumliche Planung – nicht auf Dauerhaftigkeit ausgerichtet, können daher mit reizintensiveren und spektakuläreren Mitteln arbeiten und so die flüchtige Aufmerksamkeit der Menschen in besonderem Maße auf sich ziehen. Gerade durch ihre zeitliche Begrenzung gewinnen inszenierte Ereignisse an Außeralltäglichkeit und Anziehungskraft.

Zwischen der räumlichen Planung und inszenierten Ereignissen bewegt sich die ortsbezogene Kunst. Ihre oftmals monumentalen Setzungen besitzen zwar langfristigen Charakter und weisen in ihren Ausdrucksformen vielfältige Überschneidungen mit der Landschaftsarchitektur und Architektur auf, heben sich aber als spektakuläre Zeichen ebenso wie die flüchtigen Kunstereignisse aus dem Alltagskontext heraus. Ortsbezogene Kunstsetzungen wurden beispielsweise im Rahmen der IBA Emscher dazu eingesetzt, um in der von Halden, Hochbehältern, Hochöfen und Bahntrassen geprägten Landschaft des Industriereviere „Landmarken“ zu markieren. Diese sollten Identifikationspunkte darstellen, neue Sichtweisen auf die industriellen Orte provozieren und die Sinne der Betrachter schärfen: „Die Landschafts-Kunstwerke verändern auch die Silhouette der Landschaft an Emscher und Ruhr. Sie gesellen sich zu den alten profilgebenden Architekturen der Zechen, Hüttenwerke und Gasometer wie eine Zutat, die lange fehlte.“ (IBA Emscher Park 1999, 365) Eine Reihe von Projekten überhöhte die künstlichen „Berge“ der Halden mit Bauwerken oder Skulpturen (Tetraeder von Wolfgang Christ, Bramme von Richard Serra auf der Schurenbachhalde). Andere Künstler setzten Zeichen in der „neuen Wildnis“, die sich auf den brachliegenden Werksgeländen zwischen den Ruinen der Industriegesellschaft ausbreitet, wie Ulrich Rückriem mit seinen Skulpturen in Zollverein. Lichtinszenierungen hingegen formten aus markanten Industriebauten „Großskulpturen“ und symbolträchtige Landmarken (Hüttenwerk in Duisburg-Meiderich von Jonathan Park, Illumination der Kokerei Zollverein).

Bei der Inwertsetzung von Industriebrachen und der Ansiedlung „neuer Inhalte in alten Hüllen“ (vgl. Kommission Industrieland Saar 2000, 5) kommen in der Regel sowohl die auf Dauer ausgerichtete räumliche Planung als auch temporäre Spektakel zum Zuge. In welchem Verhältnis diese beiden

Instrumente zueinander stehen, ist allerdings von Fall zu Fall unterschiedlich. Bisweilen dienen Kunstereignisse als Interims- und Pioniernutzungen vor der Umplanung von Industriebrachen. „Wo ihre behutsame Umwandlung in moderne Großraumbüros, Lofts und Läden noch nicht in Angriff genommen wurde, dürfen Kulturschaffende die leerstehenden Fabrikhallen so lange bespielen.“ (Höge 2003) Die Inszenierung von Stroux' „Union der festen Hand“ in dem zum Abriss freigegeben Reichsbahnausbesserungswerk an der Warschauer Straße in Berlin ist ein Beispiel dafür. Häufig jedoch verlaufen Planungsprozesse und Kunstprojekte bzw. Events im Rahmen der wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Umbau- und Umstrukturierungsprozesse parallel. In wieder anderen Fällen fungiert die räumliche Planung als Vorreiter und schafft die Dauerkonzepte, innerhalb derer dann inszenierte Ereignisse und Kunstprojekte ihren Platz finden. Die beiden letztgenannten Bezüge zwischen räumlicher Planung und inszenierten Ereignissen sind im Rahmen dieser Arbeit von besonderem Interesse, da beide hier in einem Spannungsfeld zueinander stehen. Anhand von Beispielen aus den ehemaligen Montanregionen Ruhrgebiet und Saarland sollen beide Varianten erläutert und zugleich aufgezeigt werden, welche Arten von inszenierten Ereignissen dabei zur Konstitution besonderer Orte beitragen.

„Zukunftsort Göttelborn“ zwischen Planung und Inszenierung

Ein Beispiel für den parallelen Verlauf von räumlicher Planung, Veranstaltungen und Kunstprojekten ist die Umstrukturierung des ehemaligen Verbundbergwerks Göttelborn im Saarland. Hier begleitet seit Sommer 2003 ein an unterschiedliche Bevölkerungsgruppen gerichtetes Kulturprogramm die langfristigen Planungsprozesse und die erwünschte Ansiedlung von zukunftssträchtigen Unternehmen. Göttelborn ist ein Industriestandort, der sich im Jahr 2004 noch in der Planungs- und Pionierphase der Nachnutzung und damit im schwierigen und spannungsvollen Umbruch von der industriellen zur postindustriellen Nutzung befand. Göttelborn stellte sich damit als ein „Möglichkeitsraum“ dar, dessen Zukunft – auch mangels ökonomischer Nachfrage – weitgehend offen war. Noch im Sommer 2003 zeigte sich der einstige Arbeitsort menschenleer und wie eben erst von den Bergleuten verlassen, da das größtenteils noch unter Bergrecht stehende Areal außerhalb von Veranstaltungen für die Öffentlichkeit noch nicht zugänglich war.

Förderturm und verschüttete Gleise in der Grube Göttelborn, 2003



In dieser Situation stellten inszenierte Ereignisse im ehemaligen Gruben-
gelände tatsächlich noch außeralltägliche Erscheinungen dar. Welche Arten
von Inszenierungen dort veranstaltet werden und was sich die Veranstalter
davon für den Ort erhoffen, soll im Mittelpunkt der nachfolgenden Ausführ-
ungen stehen.

Das stillgelegte Bergwerk Göttelborn befindet sich etwa 15 Kilometer
nördlich von Saarbrücken in ländlicher Lage im Zentrum des ausgedehnten
Kohlenfeldes der ehemaligen Saarbergwerke AG (vgl. Burgard 1993, 20ff.).
Bis zu 4.500 Menschen arbeiteten hier in Spitzenzeiten, der Großteil der
geförderten Steinkohle landete per Förderband direkt im benachbarten
Kraftwerk. Bereits vor 500 Jahren begann der Kohleabbau auf dem
heutigen Grubenfeld, die Gründungsphase der heutigen Grube Göttelborn
fiel in die Zeit der Hochindustrialisierung zu Ende des 19. Jahrhunderts.
Im 20. Jahrhundert wuchs das Bergwerk rasch. Nachdem die Zukunft der
Grube bereits in den Strukturkrisen der 1970er Jahre zur Debatte stand,
wurde in Göttelborn zwischen 1990 und 1995 für fast 500 Millionen DM
noch eine der modernsten Förderanlagen Europas errichtet, die täglich bis
zu 10.000 Tonnen Steinkohle fördern sollte. Diese Anlage war über einen
10 Kilometer langen Tunnel an die mittlerweile ebenfalls stillgelegte benach-
barte Grube Reden angeschlossen. Die Schließung der Grube Göttelborn
im September 2000 ließ nicht nur 2.500 Bergleute zurück, die umgeschult
oder in den Vorruhestand geschickt werden mussten, sondern auch ein 85
Quadratkilometer großes, unterminiertes Terrain mit Stollen, Schächten und
Gleisanlagen in bis zu 750 Meter Tiefe. Über Tage bedecken die Anlagen
des Bergwerks Göttelborn ein 115 Hektar großes Gelände, das sich mit
seinen Werksgebäuden und Türmen, Verkehrswegen und Plätzen als
komplexe, beinahe stadtähnliche Struktur darstellt. Das Areal wird über-
ragt von einem fast 100 Meter hohen, niemals in Betrieb genommenen
Förderturm, der als Beispiel für herausragende zeitgenössische Industrie-
architektur gerühmt wird und als imposante weiße Landmarke über der
schwarzen Halde weithin sichtbar ist. Je nach Sichtweise gilt der Turm aber
auch als „Mahnmal für falsche Zukunftsprognosen und eine verlogene
Politik“ (taz zit. n. Burgard 2003, 20).

Die saarländische Landesregierung deklarierte im Jahr 2000 in ihrem im
Rahmen dieser Arbeit bereits mehrfach zitierten Strukturkonzept neben dem
Weltkulturerbe Völklinger Hütte sowohl die ehemalige Grube Göttelborn
als auch Reden „wegen ihres außergewöhnlichen Erscheinungsbildes und
ihrer ehemaligen Bedeutung für die Region“ (IKS 2003) zu sogenannten
„Zukunftsstandorten“. Die Industriekultur Saar GmbH (IKS), eine 2001
gegründete Entwicklungsgesellschaft des Landes Saarland, wurde unter der
Leitung des aus dem Ruhrgebiet stammenden Karl Kleineberg mit der schwie-
rigen Aufgabe betraut, den „Zukunftsstandorten“ Göttelborn und Reden bis
zum Jahr 2012 „Impulse in den Bereichen Wirtschaft, Arbeit, Umwelt und
Kultur“ (IKS 2003) zu geben. Als Besonderheit der peripher gelegenen
Standorte hebt die IKS nicht nur deren ehemals zentrale wirtschaftliche
Bedeutung und landschaftlich-architektonische Gestaltung hervor, die „mit
beliebigen Gewerbebezonen und Konversionsgebieten nicht vergleichbar“ sei
(IKS 2003), sondern auch die Nähe zu den Wirtschaftsräumen Rhein/Main
und Main/Neckar, nach Frankreich und Luxemburg. In Göttelborn ist im
Gegensatz zur Völklinger Hütte keine industriegeschichtliche bzw. rein

museale Nutzung angestrebt, sondern ein kleinteiliger Nutzungsmix aus Büros, Ausbildungs- und Forschungseinrichtungen. Die Beplanung, Erschließung, das Marketing und die Vermarktung der Bergbaubrachten - also die klassische Standortentwicklung - gehört ebenso zu den Aufgaben der Industriekultur Saar GmbH wie die Durchführung von Kunstprojekten und Kulturveranstaltungen in den Arealen. Denn um wirtschaftliche Erneuerungsprozesse anzustoßen, ist laut IKS „ein veränderter Blick für und auf die Objekte und Orte der Industriegeschichte“ (IKS 2003) erforderlich: „Die künstlerische und kulturelle Auseinandersetzung ist hierbei ein unverzichtbares Element.“ (IKS 2003)

Für das Bergwerk Göttelborn ließ die Entwicklungsgesellschaft im Jahr 2003 vom Darmstädter Büro Mediadstadt einen städtebaulichen Rahmenplan erstellen. Unter der Maßgabe, die bestehende Architektur, Landschaft und die existenten sozialen Strukturen als besondere lokale Ressourcen zu begreifen und zu qualifizieren, interpretiert das Strukturkonzept das Gelände als sogenannte „Cité der Industriekultur“, die Altes mit neuen Strukturen überlagert. Als Leitmotive werden dabei die bereits bei Nachnutzungsprojekten im Ruhrgebiet erprobten Bilder „Stadt“, „Bühne“ und „Park“ zitiert: „Der ehemalige Platzbetrieb des Bergbaus wird zur `Bühne`, zur Ausstellungsfläche für anzusiedelnde Gewerbegebiete und öffentlichkeitswirksame Ausstellungen. Der Landschaftsbereich mit Bergehalde und Absinkweiher wird als `Park` begriffen. Die betriebliche Anlage erscheint als Ort mit typischen urbanen Merkmalen: räumlicher Dichte, komplexer Gebäude-typologie, vielfältigen Raumeindrücken und Bildqualität eines städtischen Zentrums. Dieses Potential gilt es zu pflegen und zu nutzen. Durch die Mischung von Funktionen im Sinne eines Miteinanders von Arbeiten und Wohnen, Forschung und Entwicklung, Ausbildung und Freizeit soll der Zukunftsstandort mit Leben gefüllt werden, so dass eine `Cité` entsteht.“ (IKS 2003) Parallel zum Strukturkonzept ließ die IKS vom Illinger Büro Argusplan einen Bebauungsplan ausarbeiten. Seit Juli 2003 besteht für den Eingangsbereich ein rechtskräftiger Vorhaben- und Erschließungsplan, das Bebauungsplanverfahren für den übrigen Bereich soll im Lauf des Jahres 2004 eingeleitet werden. Die ersten Umbaumaßnahmen und Firmenansiedlungen sind im Jahr 2004 angelaufen:

Die ehemalige Graukauve und die Elektrowerkstatt werden in eine „Werkstatt der Industriekultur“ umgebaut, die als Büro- und Veranstaltungshaus die Entwicklungsgesellschaft sowie ein Kommunikationszentrum beherbergen wird, daneben ist ein kleines Gästehaus im Bau. Neben der Ansiedlung von zwei ersten Betrieben in bestehenden Hallen und dem Umbau der ehemaligen Bergbau-Berufsschule in ein Büro- und Starterzentrum wird als weiterer Erfolg die Errichtung des laut IKS mit 50.000 Modulen größten Solarkraftwerkes der Welt auf dem Absinkweiher der Grube verbucht.

Kunst und Kultur dienen in diesem Kontext nicht nur der Unterhaltung des Publikums, sondern spielen bei der Kommunikation und Vermarktung des Standortes eine strategische Rolle als „Motor und Bindemittel dieses besonderen Strukturwandelprojektes“ (IKS 2003). Sie sind die Pioniere der Wiederinbesitznahme des Ortes und sollen als weiche Standortfaktoren dazu beitragen, Göttelborn als unverwechselbaren und für potentielle Investoren attraktiven Ort darzustellen, Kommunikationsprozesse zu aktivieren und überregionale Aufmerksamkeit zu erregen. Da nur eine begrenzte Anzahl

„Schicht-Wechsel“ -
Kulturveranstaltungen in der Grube
Göttelborn, 2004



von Besuchern die Veranstaltungen selbst erleben kann, ist in diesem Zusammenhang sowohl die Öffentlichkeitsarbeit im Vorfeld der Events in Form von Plakaten, Broschüren und Newslettern als auch ihre abschließende Aufarbeitung und Dokumentation durch die Entwicklungsgesellschaft (z.B. im Internet) und die externe Berichterstattung in den Medien von Bedeutung.

Mit ihrer Abteilung „Schicht-Wechsel“ betreibt die IKS in Göttelborn, Reden und einigen weiteren saarländischen Industriebrachen seit 2003 jeweils im Sommer eine eigene „Veranstaltungsreihe der Industriekultur“ (IKS 2003). „Das Projekt Schicht-Wechsel geht an verschiedene Orte der Industriekultur, erweckt sie zu neuem Leben und zeigt Wege in die Zukunft auf.“ (IKS 2003) Inhaltlich orientiert sich „Schicht-Wechsel“ an seinem von 1991 bis 2001 im heutigen Weltkulturerbe Völklinger Hütte erfolgreichen Vorläufer und führt dessen Konzeption der temporären Bespielung brachliegender Industrieanlagen schwerpunktmäßig in Göttelborn weiter. Die Philosophie der Veranstaltungsreihe beschreibt die Industriekultur Saar wie folgt: „Schicht-Wechsel, der Name der Veranstaltungsreihe ist programmatisch. Zunächst verweist er auf die ehemalige Arbeitswirklichkeit. Der Schichtwechsel war für die meisten Menschen in den Industrierevieren wesentlicher und bestimmender Bestandteil des Alltagslebens. Darüber hinaus ist er eine Metapher für die Dynamik und Veränderungen, die von diesen industriekulturellen Orten ausgingen und weiterhin ausgehen werden. Schicht-Wechsel versteht sich als eine kulturelle Veranstaltung, die Brücken zwischen gestern und morgen schlägt. Es betont durch seinen experimentellen Charakter den derzeitigen Schwebezustand industriekultureller Orte und unterstützt die Suche nach neuen Nutzungsmöglichkeiten im Kontext von Leben, Arbeiten und Wohnen.“ (IKS 2003)

Mit ihrer Programmvierfalt will die Veranstaltungsreihe möglichst breite Bevölkerungsschichten, von den Bewohnern der umliegenden Bergwerks-siedlungen bis hin zu kulturinteressierten Besuchern aus der Landeshauptstadt Saarbrücken, sowie unterschiedliche Altersgruppen ansprechen. „Schicht-Wechsel“ umfasst daher Geländeführungen und Veranstaltungen mit populärer Unterhaltungsmusik ebenso wie trendorientierte Kursangebote

für Jugendliche sowie avantgardistisch gestimmte Konzerte, Tanztheateraufführungen, Video- und Klangperformances und Lesungen. Auch die zumeist moderat gehaltenen Eintrittspreise oder kostenlosen Angebote sollen dazu beitragen, ein breites Publikum nach Göttelborn zu ziehen; für die Teilnehmer ist der Distinktionsgewinn der Veranstaltungen daher eher gering. Das Veranstaltungsspektrum eröffnet dem Publikum dafür vielfältige Partizipationsmöglichkeiten vom Gemeinschaftserlebnis mit beiläufigem Musikgenuss (bei Frühschoppen und Picknick) über konzentriertes und distanziertes Zusehen und Zuhören (bei Theater und Konzert) bis hin zum aktiven Mitmachen (bei Kursen und Musiksessions).

Bei der Zusammenstellung des Programms legt die IKS Wert darauf, dass die Events die industriellen Orte nicht als austauschbare Kulissen nutzen, sondern thematisch und formal zu ihnen passen und ihnen eine interessante Inszenierungsebene hinzufügen. So sollen die industriellen Orte Kleineberg zufolge keinesfalls zu Kulissen für eine „reine Eventkultur“ und zu „08/15 - Veranstaltungsräumen“ degradiert werden, sondern vielmehr selbst zum „Protagonisten der Werke“ (Interview Kleineberg 2003) werden. Künstler sollen *mit* dem Ort arbeiten, um seine besonderen Qualitäten aufzuspüren, herauszustellen und mit neuen Formen, Assoziationen und Bedeutungsebenen zu überlagern: „Künstler kreieren Orte, reagieren auf Orte, fixieren und maskieren Orte, machen Orte erlebbar, (re)aktivieren Un-Orte, definieren Orte und Räume neu, entwickeln schöpferische Potentiale in Innen- und Außen, in Um- und Zwischenräumen der Industrielandschaft und sind so unverzichtbarer Bestandteil eines nachhaltigen Strukturwandels an den Zukunftsstandorten.“ (IKS 2003)

Im ersten Jahr der Kulturreihe 2003 stellten inszenierte Ereignisse im ehemaligen Bergwerk Göttelborn Neuland dar, und es existierten dort noch keine etablierten „Schauplätze“. Dies stellte Veranstalter und Kulturschaffende vor die Herausforderung, für jede einzelne Veranstaltung aus der Vielfalt an vorhandenen Räumen einen hinsichtlich Atmosphäre, Dimensionierung und Zugänglichkeit geeigneten Spielort im Inneren von Gebäuden oder vor den Kulissen der Fördertürme auszusuchen, in Besitz zu nehmen und auf spezifische Weise zu inszenieren. In organisatorischer Hinsicht bedeutete dies, dass die nicht abgesicherten Areale mit temporären und möglichst kostengünstigen Mitteln als Veranstaltungsorte erschlossen werden mussten. Wie in Kapitel 3.1 im Zusammenhang mit den Ereignis-Schauplätzen bereits dargestellt wurde, umfasst dies nicht nur die Unterbringung von Darbietung und Publikum, etwa in Form von Bühnenaufbauten und Sitzmöglichkeiten, sondern auch die Bereitstellung technischer Infrastruktur und die Einrichtung und Sicherung von Zugängen und Fluchtwegen. Im Jahr 2004 begannen sich mit der Sortierhalle im Bergwerksgelände und der „Kaffeekisch“, der von den Einheimischen nach wie vor als Treffpunkt beliebten Gaststätte vor dem Werkstor, bereits die ersten für eine Bespielung geeigneten Schauplätze zu etablieren. Während die Sortierhalle als Backsteinbau den idealtypischen, morbiden Industriecharme aufweist, wird die „Kaffeekisch“ mit ihrem biedereren Kantinenambiente bei Jazzkonzerten in einen „Club“ umfunktioniert.

Die im Rahmen von „Schicht-Wechsel“ veranstalteten Ereignisse lassen sich in drei unterschiedliche Typen gliedern, die sich jeweils an ein bestimmtes Publikum richten und diesem auf eigene Weise Zugang und Bezug zu den Spielorten im ehemaligen Bergwerk vermitteln. Die erste Strategie besteht

darin, geeignete Orte im Bergwerksareal – als einstigem Ort der Arbeit – in kontrolliertem Rahmen für populäre Freizeitaktivitäten zu öffnen. Beispiele hierfür sind geführte Wanderungen durch die „Kathedralen“, „Straßen“ und „Plätze“ der Werksanlagen, auf den künstlichen „Berg“ der Halde oder den als beeindruckenden Aussichtspunkt nutzbaren Förderturm. Die dahinter stehende Interpretation der industriellen Orte als Topoi, die den Menschen aus ihrem städtischen oder landschaftlichen Umfeld vertraut und die mit positiven Konnotationen verknüpft sind, ist eine auch innerhalb der Landschaftsarchitektur populäre Strategie.⁷¹ Das Programm von „Schicht-Wechsel“ verknüpft diese Erkundungsmöglichkeiten oft mit tradierten Elementen von Volksfesten, Umzügen und aus der Arbeiterkultur, wie z.B. musikalisch untermalten Frühschoppen, die vom Festplatz vor die Kulissen der Fördertürme im Grubengelände verlagert werden. Veranstaltungsformen der Arbeiterkultur fanden in Teilen schon früher im Bergwerk statt und sind als gängige soziale Praktiken vor allem in der einheimischen Bevölkerung fest verankert. Da den Besuchern Form und Ablauf dieser Veranstaltungsarten sowie die dabei üblichen Partizipationsweisen geläufig sind, ermöglichen diese den Menschen die Erkundung der industriellen Orte von der Sicherheit bekannter Aktivitäten und Erlebnisangebote aus. Zudem erlauben derartige Veranstaltungen die aktive Einbeziehung lokaler Akteure und für das soziale Leben bedeutsamer Orte wie der noch immer als Treffpunkt genutzten „Kaffeekisch“ am Werkseingang. Die Verlagerung bürgerlicher Freizeitaktivitäten und volkstümlicher Veranstaltungstypen aus ihrem üblichen Rahmen in die Kulissen von Fördertürmen und stillgelegten Förderbändern fordert zunächst die Sehgewohnheiten des Publikums heraus, kann aber durchaus dazu dienen, um die Eignung bestimmter Orte für mögliche Nachnutzungen zu erproben.

Auch der Reiz des zweiten Veranstaltungstypus besteht in der Verlagerung bzw. Neukombination etablierter kultureller Ausdrucksformen an industriellen Orten: Veranstaltungen der Hochkultur, wie Theateraufführungen, Konzerte und Lesungen, richten sich im Vergleich zu den vorgenannten Freizeit- und Unterhaltungsangeboten jedoch stärker an ein überörtliches Publikum. Die Aufführung des Theaterstücks „Union der festen Hand“ als Theaterwanderung zu unterschiedlichen Spielorten im Inneren von Werkshallen und in Außenbereichen des Bergwerks, musikalisch untermalte Lesungen in der Sortierhalle sowie Jazzkonzerte in der „Kaffeekisch“ sind Beispiele für derartige Events in Göttelborn. Diese Veranstaltungen müssen mit Kulturangeboten in Saarbrücken oder in der Völklinger Hütte konkurrieren; „Premieren“ und „Uraufführungen“ sollen daher als zusätzliche Anreize die Aufmerksamkeit des Publikums auf das Programm lenken. Wie am Beispiel der Sortierhalle und der „Kaffeekisch“ bereits angedeutet wurde, kann die besondere Eignung bestimmter Orte als Schauplätze mit der Zeit dazu führen, dass diese auf Dauer als „Arenen“ etabliert werden.

Auch bei diesem Veranstaltungstypus greift das Publikum in der Regel auf ein bereits vorhandenes Repertoire an Seh- und Rezeptionsgewohnheiten zurück, das ihm den Zugang zu den Ereignissen und deren Schauplätzen erleichtert. Während Freizeitnutzungen eine aktive Aneignung des Geländes über eingeübte Sichtweisen und vertraute Handlungsweisen ermöglichen, eröffnen die Ereignisse der Hochkultur einen theatralen Blickwinkel auf die Hinterlassenschaften der Industrie, indem sie diese meist im Sinne von klassischen Aufführungssituationen inszenieren. Wesentlich trägt hierzu die

⁷¹ Ein Beispiel hierfür ist das Vorgehen von Peter Latz bei der Umgestaltung eines Hüttenwerkes in den Landschaftspark Duisburg-Nord, die weiter unten detailliert dargestellt werden soll. Zum Einsatz von Topoi in der Landschaftsarchitektur vgl. ausführlich Kröniger 1997.



„Schicht-Wechsel“ -
Kulturveranstaltungen in der
Grube Göttelborn, 2004

Selektion von Veranstaltungsorten bei, die eine Interpretation im Sinne von „Bühnen“ mit Podien, Rängen oder einer Guckkastensituation oder aber als „Konzerthallen“ aufgrund ihrer vorhandenen Raumkonfiguration und Ausstattung nahelegen. Hinzu kommt die nächtliche Verzauberung des Bergwerks in eine fremdartige Kulisse – erst die Magie der Ereignisse verwandelt technische Einrichtungen in geheimnisvolle Bühnen und Maschinenhallen in Konzertsäle, drängt die Fragen nach Funktionszusammenhängen in den Hintergrund.

Weitaus sperriger und schwieriger zugänglich als die beiden dargestellten Varianten sind ortsbezogene Performances als dritter Veranstaltungstypus. Wie in Kapitel 5.2 bereits erläutert, setzen sich diese aus unterschiedlichen Ebenen der Kunst und des Alltagslebens zusammen und fordern die Wahrnehmungsgewohnheiten des Publikums in der Regel mehr heraus als die beiden erstgenannten Veranstaltungsarten. Dafür können sie im Gegenzug besonders spannungsvolle und auch für den Planer überraschende Möglichkeiten der Interaktion mit den industriellen Orten bieten, abseits gängiger Nutzungsformen, etablierter kultureller Aufführungspraktiken und theatraler Interpretationen der industriellen Orte als „Bühnen“. Das erstmals im Sommer 2003 von dem Medienkünstler und Choreographen Johannes Birringer in Göttelborn veranstaltete „Interaktionslabor für Kommunikationstechnologien, interaktive Medien & virtuelle Räume“ ist ein Beispiel für die Annäherung an das stillgelegte Bergwerk in Form von ortsbezogenen Performances. An dem zweiwöchigen, international besetzten Workshop nahmen zwanzig Medienkünstler, Filmemacher, Komponisten, Programmierer und Tänzer teil, die sich in unterschiedlichen Konstellationen auf mediale Weise mit dem in Transformation befindlichen industriellen Ort auseinandersetzten. Der IKS, die die Initiative des aus dem Saarland stammenden und mittlerweile in den USA lebenden Birringer in finanzieller und organisatorischer Hinsicht unterstützte, war das Interaktionslabor nicht nur als temporäre künstlerische Belegung des Areals willkommen. Vielmehr ließ sich das Projekt mit seinem interdisziplinären Ansatz und seiner Fokussierung auf zukunftsweisende Technologien auch als experimentelle Vorwegnahme der erhofften



*Arbeitsprozess und Tanz-
Performance beim Interaktions-
labor in der Grube Göttelborn,
2003*

Ansiedlung von Netzwerken aus innovativen Unternehmen und Kreativen am „Zukunftsstandort“ Göttelborn interpretieren. Das Interaktionslabor wiederum profitierte vom Schwebezustand des Areal und der daraus resultierenden Freiheit in der künstlerischen Annäherung.

Das Ziel des Experimentes bestand nicht darin, konkrete Vorschläge für eine museale Nutzung des Geländes zu erarbeiten oder Orte in Göttelborn als Bühnen für Kulturereignisse in Szene zu setzen wie beim Programm von „Schicht-Wechsel“. Bei dem zweiwöchigen Workshop ging es vielmehr darum, über Computer, Sensoren und Mensch-Maschine-Interfaces Verknüpfungen zwischen realem und virtuellem Raum, menschlichem Körper und Umwelt, von Bewegung, Klang und Bild mit Orten in der postindustriellen Landschaft und Architektur Göttelborns herzustellen. Den Ort des Bergwerks interpretierten die Künstler dabei nicht im Sinne eines gegenständlichen, statischen Substrates für die künstlerische Auseinandersetzung, sondern sie begriffen ihn als Ausgangspunkt von Transformationsprozessen und als „materiell beweglich, vernetzt (als Interface oder Schnittstelle), flüssig und dennoch sinnlich erfahrbar“ (Birringer 2003). Diese Vorstellung entspricht in weiten Teilen derjenigen der prozesshaften ortsbezogenen Kunst, die in Kapitel 5.2 dieser Arbeit bereits ausführlich charakterisiert wurde.

Der Workshop begann mit der Annäherung der Künstler an das Werksgelände mit allen Sinnen und verschiedenen künstlerischen Mitteln; die eingenommenen Perspektiven umfassten dabei die Fokussierung auf visuelle und haptische Aspekte, etwa vorgefundene Materialien, Strukturen und Texturen, ebenso wie die Interpretation von Orten wie dem Eindicker als Raumkörper mit besonderer Form und Dimensionierung oder dem Fördermaschinengebäude als riesigem Resonanzkörper. Fotografie und Film dienten der Erfassung von Raumausschnitten und –eindrücken, Spuren und Strukturen in statischen und bewegten Bildern, der Tanz dagegen als Medium der körperlichen Erkundung von Orten, mit dem Bezüge zwischen menschlichem Körper und Raum hergestellt, der Raum durchmessen und temporär besetzt wurde. Im Gegensatz zur tänzerischen Erkundung und der Erfassung des Ortes mittels Klängen wiesen das fotografische und zeichnerische Aufnehmen von Spuren und das Sammeln von Geschichten durchaus Parallelen zur landschaftsarchitektonischen Annäherung an industrielle Orte auf.

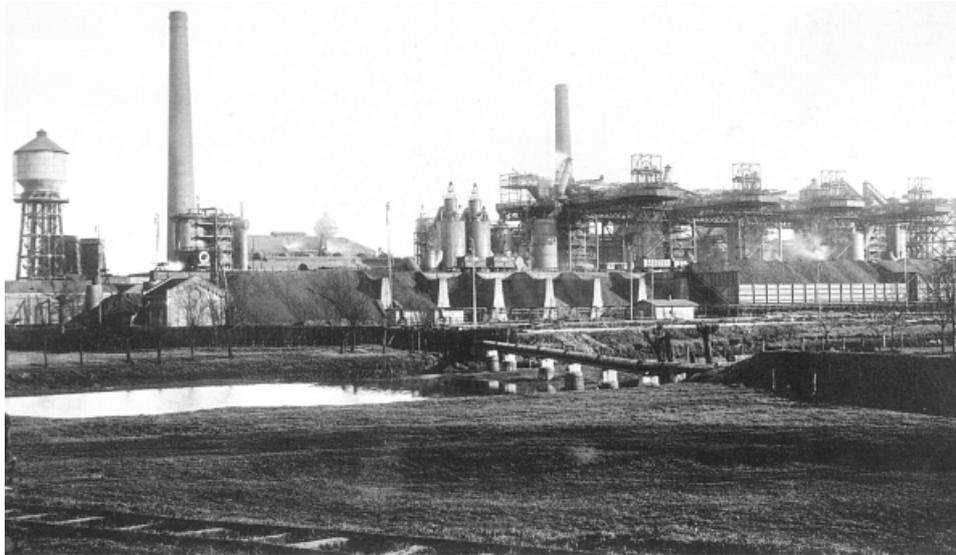
Aus dem gesammelten Material entwickelten und programmierten die Künstler in einem temporär im Kavegebäude eingerichteten Computerlabor

in interdisziplinären Teams zeitgebundene Transformationen der industriellen Orte in Form von Bild-Klang-Architekturen, Tanzperformances, Rezitationen und Installationen. Im Mittelpunkt standen dabei die Interaktionen zwischen Künstlern und Orten mittels Computer- und Sensortechnik. Mittels Erläuterungen und Performances, die zum Teil auch das Publikum als „Mitspieler“ einbezogen, wurden die Resultate und die prozessuale Auseinandersetzung der Künstler mit den industriellen Orten der interessierten Öffentlichkeit bei einem Abschlussevent vorgestellt. Diese Veranstaltung lebte von ihrer Verlagerung in die Dunkelheit, die die in Göttelborn noch präsenten Gesetzmäßigkeiten der Arbeitswelt außer Kraft setzte und den Besuchern die Interpretation des Areals als Kunstraum erleichterte. Mit der digitalen Verknüpfung von konkreten Orten und dem menschlichen Körper machten die Performances die in Kapitel 5.1. dieser Arbeit ausführlich erläuterte Gebundenheit des Raumes an menschliche Platzierungsaktivitäten und Wahrnehmungsweisen anschaulich – die Performances thematisierten den Raum als eine Überlagerung von Bildern, Vorstellungen und Erinnerungen mit dem Vorgefundenen.

Das Interaktionslabor lieferte mit seinen ortsbezogenen Performances, über die auch in den saarländischen Medien berichtet wurde, ein Repertoire an möglichen Sicht- und Interpretationsweisen der industriellen Orte, das sich für das Publikum allerdings als schwer zugänglich erwies. Zugleich wollte das Labor die nicht immer klar umrissenen Umstrukturierungspläne der IKS für Göttelborn in Forderung stellen und aufzeigen, dass künftige Investitionen in den Standort nicht nur mit der Verpflanzung von Kunst und Kultur in die alten Industrieanlagen einhergehen sollten, sondern interdisziplinäre Auseinandersetzungen zwischen Technologie, Kunst und Lebenswelt erfordern. Die mediale Auseinandersetzung mit Göttelborn wurde im Jahr 2004 in einem zweiten Interaktionslabor fortgesetzt.

Der Landschaftspark Duisburg-Nord als postindustrieller Freizeit- und Kulturort

Ob sich die ehrgeizigen, von der IKS auf planerischem und kulturellem Wege vorangetriebenen Vorhaben für die Reaktivierung des „Zukunftsstandortes“ Göttelborn im anvisierten Zehnjahreszeitraum realisieren lassen, wird sich erst erweisen müssen. Bereits erfolgreich vollzogen ist demgegenüber die Verwandlung eines aufgegebenen Hüttenwerkes in den von Latz + Partner Landschaftsarchitekten geplanten Landschaftspark Duisburg-Nord, eines der zentralen und wegweisenden Industriekulturprojekte im Ruhrgebiet. Die von der Betreibergesellschaft des Parks, der Landschaftspark Duisburg-Nord GmbH, planmäßig betriebene Ausrüstung und Vermietung von Industriehallen und Freiflächen innerhalb des Parks für Vereins-, Kultur- und Werbeveranstaltungen etablierte sich hier im Gegensatz zur Situation in Göttelborn erst zu einem Zeitpunkt, als die Transformation der einstmaligen Industriebranche in einen Park mit vielfältigen ökologischen, Freizeit- und Naherholungsfunktionen schon weit vorangetrieben worden war, die besonderen Qualitäten des industriellen Ortes vom Landschaftsarchitekten herausgearbeitet und die Weichen für die symbolische Inwertsetzung des Areals gestellt worden waren. Anders als in Göttelborn schuf die Realisierung planerischer Visionen damit die Voraussetzung für die kulturelle „Bespielung“ und Inszenierung des ehemaligen Hüttenwerkes. Nachfolgend soll dargestellt werden, welche Zielsetzungen sich mit den Ereignis- und Freizeitnutzungen im



Alte Emscher und Hüttenbetrieb in Duisburg-Meiderich, 1912

Landschaftspark Duisburg-Nord verbinden und in welchem Verhältnis diese zur landschaftsarchitektonischen Konzeption des Parks stehen.

Der Landschaftspark Duisburg-Nord umfasst ein 200 Hektar großes Gelände, das schrittweise von der Montanindustrie aufgegeben wurde. Das „Herz“ des Parks befindet sich am 1985 stillgelegten Hochofenwerk in Duisburg-Meiderich. Mit dem Bau dieses Werkes hatte August Thyssen 1901 zu einem Zeitpunkt der Hochkonjunktur in der deutschen Kohle- und Stahlindustrie begonnen, 1903 wurde die Produktion in dem nahe der ebenfalls Thyssen gehörenden Kohlefelder gelegenen Werk mit zunächst einem Hochofen aufgenommen. Bis 1912 waren insgesamt fünf Hochöfen in Betrieb. Eine Hängeseilbahn, die den Koks von der nahegelegenen Kokerei Friedrich Thyssen 4/8 zu den fünf Hochöfen in Meiderich transportierte, gewährleistete den Verbund von Kohle und Stahl. 1974 erreichte die Produktion ihren Höhepunkt (vgl. Ehmann 2003, 48; Landschaftspark Duisburg-Nord 2000). Noch Anfang der 1980er Jahre, als sich andererseits im Ruhrgebiet die anhaltende Stahlkrise in Form von Werksschließungen bereits gravierend auswirkte, investierte der Thyssen-Konzern einen zweistelligen Millionenbetrag in das Meidericher Hochofenwerk. Dennoch musste die Hütte 1985 im Zuge der Einführung der EU-Stahlquoten ihre Tore endgültig schließen. Als am 4. April 1985 die letzte Schicht gefahren wurde, waren im Hüttenwerk in 82 Jahren insgesamt 37 Millionen Tonnen Roheisen produziert worden, die überwiegend in den nahegelegenen Stahlwerken des Thyssen-Konzerns weiterverarbeitet wurden (Landschaftspark Duisburg-Nord 2000, 36). Den für die Eisenverhüttung erforderlichen Koks hatten die westlich des Hüttenwerks gelegene, ehemalige Schachanlage und Kokerei Friedrich Thyssen 4/8 geliefert, deren 35 Hektar großes Areal ebenfalls zum Landschaftspark Duisburg-Nord gehört. Die letzte Schicht auf der Schachanlage wurde bereits 1959 gefahren, 1977 schloss Thyssen auch die gleichnamige Kokerei. Im Gegensatz zum Hüttenwerk wurden sämtliche Industrie- und Förderanlagen auf dem Schacht- und Kokereigelände abgerissen. Seitdem siedelte sich auf den brachliegenden und mit Altlasten verseuchten Arealen eine fremdartige Vegetation von eigenartigem Reiz an, eroberten zahlreiche Pionierpflanzen aus aller Welt die technischen Strukturen, Schlackeböden und Erdmodellierungen.



Den nach der Schließung zunächst geplanten Abriss des vollständig erhaltenen Hüttenwerkes verhinderte nicht nur sein industriearchäologischer Wert, für den sich in der „Deutschen Gesellschaft für Industriekultur e.V.“ zusammengesessene Bürger und Historiker stark machten, sondern vor allem die Abrisskosten, die eine Expertenkommission 1991 mit 20 Millionen DM um ein Vielfaches höher schätzte als den für eine Grundsanierung aufzuwendenden Betrag von 1,5 Millionen DM. Damit bot sich für die Stadt Duisburg in enger Kooperation mit der Internationalen Bauausstellung (IBA) Emscher Park die Chance, die 200 Hektar große Industriebrache in Meiderich in einen „Park des 21. Jahrhunderts“ (Weilacher 1996, 122) zu verwandeln. Das Hüttenwerk stellt als lebendiges Industriedenkmal die Landmarke und das Kernstück des Parks dar, der „wesentlich zur Imageverbesserung des altindustriell gebeutelten Duisburger Nordens beiträgt: ein großer grüner Baustein innerhalb des IBA-Leitgedankens `Emscher Landschaftspark`, der auf den übergreifenden Wiederaufbau und die Vernetzung von Landschaft in der gesamten Region zielt.“ (IBA 1999 b) Im Rahmen eines internationalen Wettbewerbs mit vorgeschaltetem Bewerbungsverfahren erarbeiteten im Jahr 1990 fünf Landschaftsarchitekturbüros in einer sechsmonatigen Planungsphase vor Ort Vorschläge zur Entwicklung und Gestaltung eines „Landschaftsparks“. Wegen des behutsamen und spannungsvollen Umgangs mit den vorhandenen ästhetischen, ökologischen und sozialen Potentialen ging aus dem Verfahren das Team um Peter Latz als Sieger hervor und wurde vom Projektträger, der LEG (Landesentwicklungsgesellschaft) Nordrhein-Westfalen GmbH im Treuhandauftrag der Stadt Duisburg, mit der Planung und Durchführung des Projektes betraut (Landschaftspark Duisburg-Nord 2000, 36).

Das Meidericher Hüttenwerk als rostender Gigant, der allmählich von der Natur zurückerobert wird.

Für Peter Latz stellen die zerstörten Landschaften aufgelassener Industrieareale keine „Wunden in der Landschaft“ dar, sondern spannende Entdeckungsgebiete mitten in den Städten, die die Phantasie der Menschen in besonderem Maße herausfordern: „Diese zerstörten Orte bieten viel größere Handlungsfreiheit, nicht nur dem Landschaftsarchitekten, sondern vor allem auch dem Nutzer.“ (Latz zit. n. Weilacher 1996, 129) Mit seinem Konzept für den Landschaftspark Duisburg-Nord verfolgte Peter Latz die Sicherung und Herausarbeitung des *Genius loci* dieses von ihm als einzig-



*Gleissteig und Cowperplatz im
Landschaftspark Duisburg-Nord*



artigen Ort begriffenen Industriegeländes nicht mittels flächendeckender Interventionen, sondern durch punktuelle Eingriffe an besonderen Orten. Bei seiner Annäherung an das Hüttenwerk und seine Infrastruktur sah sich Peter Latz mit einem komplexen System aus industriellen Strukturen konfrontiert, die sich nur aus ihrer ehemaligen Funktionsweise innerhalb einer Massenproduktionsanlage heraus lesen und mit Bedeutungen verknüpfen ließen. Zugleich widersetzte sich das in eine fremdartige Vegetation eingebettete Geflecht von rostenden Hochöfen, Kranbahnen, Rohrleitungen, stillgelegten Schloten und Maschinenhallen allen tradierten Vorstellungen von Parks im Sinne bukolischer Ideallandschaften. „Keine der mit dem Begriff (Landschaftspark, B.K.) assoziierten Vorstellungswelten ist mit dem Zustand des Geländes zu vereinbaren. Ohne die Sinnfälligkeit von Produktionszusammenhängen werden die Häufung technischer Elemente und ihre verschiedenartigen, sich querenden und überschneidenden Anordnungsmuster als chaotisch empfunden.“ (Latz 1993, 25) Um den Menschen Zugang zu den komplexen industriellen Strukturen zu eröffnen, ohne die vorhandenen Brüche und Fragmente auf dem Gelände zu harmonisieren, interpretierte Peter Latz das Vorgefundene in weiten Teilen zu Funktionselementen und Bedeutungsträgern in einem neuartigen „Landschaftspark“ um, denn: „Eine Auswahl aus den vorhandenen, noch nicht erfaßbaren Systemen stückweise lesbar zu machen, könnte eine Chance sein, Räume zu entschlüsseln, Landschaft und Natur in neuen gedanklichen Verknüpfungen zu verdeutlichen.“ (Latz 1993, 25) Hierfür „zerlegte“ Peter Latz in einer strukturalistischen Vorgehensweise die auf dem Gelände vorhandenen technischen Systeme und fasste sie zu neuen, von den industriellen Funktionszusammenhängen losgelösten Informationsschichten zusammen: als Bahnpark, Wasserpark, Verbindungspromenaden und Vegetationsschollen. Diese Systeme arbeitete er mittels minimaler gestalterischer

Eingriffe als funktionale und ästhetische Strukturebenen des neuen Parks weitgehend unabhängig voneinander heraus und setzte sie nur an ausgewählten Orten über Verbindungselemente visueller, funktionaler oder ideeller Art wie Aussichtsgärten, Treppen oder Symbolgärten miteinander in Beziehung: „Auf diese Weise entstand aus dem vorhandenen System, das aus den früheren Produktionszusammenhängen gebildet wurde, ein neues System, das den zukünftigen Aufgaben des Parks gerecht wird.“ (Eiberle 1998, 218)

Die von Latz etablierten Strukturebenen, allen voran das über den Park in die umgebenden Siedlungen hinausgreifende Erschließungssystem, stellen das stabile Grundgerüst des Parks dar. In seinen Zwischenräumen kann und soll sich nach strukturalistischer Auffassung ein dynamisches System unterschiedlicher Sicht- und Nutzungsweisen frei entfalten. „Es entsteht ein flexibles System, das es dem Planer erlaubt, Planung als offenen Prozess mit offenem Ende zu verstehen. In diesem Sinne wird der Landschaftspark Duisburg-Nord auch nie fertiggestellt, sondern unterliegt der ständigen Veränderung durch seine Nutzer.“ (Eiberle 1998, 220) Das von Latz zugrunde gelegte strukturalistische Prinzip der Unfertigkeit und Deutbarkeit (vgl. Bartholmai 1992, 37) lässt damit die vom Planer nicht im Einzelnen vorbestimmte Aneignung des Raumes und die subjektive Interpretation der Elemente durch die Parkbesucher zu: „Im Wechsel der Jahreszeiten, Wetterlagen und Ereignisse sollen permanent andere Ausdrucksweisen entstehen.“ (Latz zit. n. Weilacher 1996, 130)

Peter Latz' Ansatz einer Planung mit offenem Ausgang, in dem der Landschaftsarchitekt zwar die rationale Struktur des Ganzen, nicht aber die Gestalt eines jeden einzelnen Teilraumes vorgibt, erleichterte die Berücksichtigung und Integration vielfältiger Ansprüche und Interessen von Bürgergruppen und Vereinen. Dies trug zu einer starken Verortung des Parks in der Bevölkerung bei. Interessierte Bürger, Naturschützer und Denkmalpfleger, Alpinisten und Taucher erfassten die Potentiale des Geländes mit seinen spannungsvollen Räumen und großen Handlungsspielräumen früh. Die LEG bezog Vereine und bürgerschaftliche Interessengruppen bereits in das sechsmonatige Wettbewerbsverfahren vor Ort ein, bei dem die Planer ihre Vorstellungen in fünf mehrtägigen Intensivphasen mit den Bürgern diskutierten. Als Ansprechpartner und vermittelnde Instanz zwischen Planern, Bürgergruppen und Planungsträger wurde die „Interessengemeinschaft Nordpark“ gegründet, ein Zusammenschluss aus Vereinen und Einzelpersonen, der während der Planung und Durchführung des Projekts die vielfältigen Interessen und Ansprüche bündelte und Anstöße für Aktivitäten und Veranstaltungen im Park, etwa das alljährliche „Hüttenfest“, gab. Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen bildeten weitere Formen der aktiven Bürgerbeteiligung bei der Realisierung des Parks; beispielsweise wurden Bau- und Pflegearbeiten im Park mit Qualifikationsmaßnahmen für Langzeitarbeitslose verknüpft (IBA 1999 b).

Mit seinem stabilen Strukturgerüst und der Vielfalt an offenen und geschlossenen, weiträumigen oder engen Raumsituationen und den industriellen Strukturen, die in besonderem Maße an die Entdeckerlust und Phantasie der Menschen appellieren, integriert der Park mittlerweile sowohl eine Vielzahl von Funktionen des Alltagslebens als auch besondere Ereignisse. Die Betreibergesellschaft Landschaftspark Duisburg-Nord GmbH, seit 1997 als Nachfolgerin der LEG mit der Verwaltung und Entwicklung des Parks betraut, beschreibt dessen zentrale Funktionen wie folgt: „Der Park soll



*Klettern im ehemaligen Erzbunker
im Landschaftspark Duisburg-Nord*

in vielfältiger Hinsicht durch die Bevölkerung genutzt werden können: Als Naherholungsgebiet mit diversen Freizeitmöglichkeiten, als Veranstaltungsort für kulturelle Aktivitäten wie Theater- und Konzertaufführungen und last not least als Bezugspunkt für die Rekonstruktion der Geschichte von Arbeit und Technik in der Eisenhüttenindustrie des Ruhrgebiets.“ (Landschaftspark Duisburg-Nord 2000, 39) Das Spektrum an gängigen und unkonventionellen Aktivitäten reicht u.a. von industriegeschichtlichen Informationen in Führungen und Ausstellungen über freie Nutzungsmöglichkeiten wie Spazierengehen und Radfahren in der weitläufigen Industrielandschaft oder Kinderspielangeboten in den Bunkertaschen. Auch Klettern an den Wänden der ehemaligen Möllerbunker oder Tauchen im wassergefüllten Gasometer sind möglich. Alle diese Aktivitäten gewinnen ihren Reiz aus dem Dialog mit den industriellen Orten und der zugrunde liegenden Neuinterpretation des Bestehenden, anstatt den Geist des Ortes mit normierten Elementen zu überformen.

Inszenierten Ereignissen kommt in diesem Rahmen laut der Landschaftspark Duisburg-Nord GmbH eine mehrfache Rolle zu (vgl. Interview Büsching 2003). Zum einen dienen sie als „Lieferanten“ spektakulärer und positiv besetzter Bilder und als Werkzeuge der Öffentlichkeitsarbeit. Anders als die Alltagsnutzungen im Park, die vor allem von den Anwohnern in Anspruch genommen werden, richten sich die Veranstaltungen als „außeralltägliche“ Ereignisse auch an ein überregionales Publikum. Anspruchsvolle Veranstaltungen sollen die industriellen Hinterlassenschaften in Meiderich als einzigartige Orte in Szene setzen und den Stellenwert des Parks als touristischen Anziehungspunkt im Rahmen der „Route der Industriekultur“ im Ruhrgebiet herausheben. Nicht nur der Park selbst, sondern auch der Standort Duisburg sollen in das Licht der überregionalen Öffentlichkeit gerückt werden. Wie es Dirk Büsching, der Geschäftsführer der Betreibergesellschaft, im Interview ausdrückt, lassen sich die von Kulturereignissen im Park, z.B. der RuhrTriennale, oder der von Jonathan Park entwickelten Lichtinszenierung des Hüttenwerks ausgehenden Werbeeffekte für die Stadt Duisburg „nicht in Geld aufwiegen“. Zur Öffentlichkeitswirkung tragen nicht nur der Allgemeinheit zugängliche Kulturereignisse bei, sondern vor allem auch Veranstaltungen renommierter Unternehmen wie Daimler-Chrysler oder der Dow Chemical Company, die den Bürgern zwar verschlossen bleiben, aber der krisengeschüttelten Stadt Büsching zufolge einen enormen Zuwachs an Selbstbewusstsein bringen. Durch die Vermittlung intensiver Erlebnisse sollen Events aber auch die Identifikation der Bürger mit dem Park als „Stück der eigenen Stadt“ (Interview Büsching 2003) stärken und ihnen „gefühlsmäßige Bindungen“ (ebd.) an den Park vermitteln. Diese Strategien stimmen weitgehend mit den Zielsetzungen des Kulturprogramms in der noch in Umstrukturierung befindlichen Grube Götterborn überein.

Im Gegensatz zum „Zukunftsstandort“ Götterborn, wo Events ein Zuschussgeschäft des Entwicklungsträgers IKS darstellen, dienen Ereignisse im Landschaftspark Duisburg-Nord neben ihrer Image- und Identifikationsfunktion auch als Einnahmequellen für die Betreibergesellschaft. Denn während die ökologischen und Naherholungsfunktionen des Parks allen Besuchern jederzeit zum Nulltarif offenstehen sollen, nimmt die Landschaftspark Duisburg-Nord GmbH mit der vorübergehenden Vermietung von Hallen und Freiflächen an Kulturveranstalter und Firmen sowie mit der dauerhaften



Die Kraftzentrale dient als großdimensionierte Veranstaltungshalle im Landschaftspark Duisburg-Nord

Vermietung an Vereine und Organisationen (Alpenverein, Tauchsportclub) Geld ein. Ziel ist eine Beteiligung an den anfallenden Kosten für den Erhalt und die Weiterentwicklung des Parks – mindestens ein Drittel des für den Unterhalt des Parks erforderlichen Budgets soll durch die Einnahmen der Betriebsgesellschaft gedeckt werden, den Löwenanteil übernehmen die Stadt Duisburg und das Land Nordrhein-Westfalen zu gleichen Teilen.

Bereits während der Planungsphase des Parks wurden Büsching zufolge sporadisch die ersten Kulturveranstaltungen, etwa Theateraufführungen, in den aufgelassenen Hallen veranstaltet; auch die Planungsergebnisse der Internationalen Bauausstellung wurden im Rahmen von Ereignissen präsentiert. Eine ABM-Kraft war bei der LEG für den Bereich der Veranstaltungen zuständig. Nach der „Übergabe“ des Parks an die Landschaftspark Duisburg-Nord GmbH professionalisierte diese die Veranstaltungsnutzung sukzessive und rüstete bestimmte Orte im Park – abgeschlossene Gebäude ebenso wie offene Freiflächen oder Zwitter zwischen beiden – in unterschiedlichen Ausbaugraden mit der für Veranstaltungen verschiedener Größenordnungen erforderlichen technischen Infrastruktur aus. Diese Qualifizierung der Schauplätze erhöhte Büsching zufolge nicht nur die Nachfrage nach den Spielorten, sondern brachte zudem eine erhebliche Qualitätssteigerung der Veranstaltungen mit sich und zog u.a. auch Mortiers RuhrTriennale an (Interview Büsching 2003). Mit den steigenden Ansprüchen an die Veranstaltungsorte wuchsen aber auch die Kosten für deren Instandhaltung, für den Personalbedarf und für die Reinigung des Parks nach Veranstaltungen, die die Betreibergesellschaft nur zum Teil auf die Mietkosten umlegen kann.

Als multifunktionaler Veranstaltungsort für bis zu 6.000 Gäste dient die *Kraftzentrale*. Mit ihrer enormen Dimension von 170 Metern Länge, 35 Metern Breite und einer Höhe von 20 Metern zählt die zwischen 1906 und 1911 errichtete Kraftzentrale zu den größten im Ruhrgebiet erhaltenen Hallen. Sie wurde bis 1965 zur Stromerzeugung und Hochofenwinderzeugung genutzt, um das Hüttenwerk und die benachbarte Werkssiedlung mit Strom zu versorgen (Ehmann 2003, 48). Im Jahr 2000 inszenierte die Deutsche Oper am Rhein hier den „Ring des Nibelungen“ - der Aufführung von „Rheingold“ folgte das Publikum von einer verschiebbaren Tribüne aus, die die Dimension der Halle zum dramaturgischen Element machte (Interview Büsching 2003). Auch Autohersteller wie Daimler-Chrysler und Opel nutzten das Ambiente und die Dimension der Halle bereits für große Produktpräsentationen.

Die zum Konzertsaal umgebaute
Gebläsehalle und die halboffene
Gießhalle im Landschaftspark
Duisburg-Nord



Die *Gebläsehalle* mit ihren neoromanischen Rundbogenfenstern und umlaufenden Ornamenten gehört zu den ältesten Bauten im Park. Hier wurde mit Gebläsen der für die Erzeugung des Roheisens nötige Hochofenwind erzeugt. Im Gegensatz zur Kraftzentrale, die sich auch nach dem Ausbau als offene, „rohe“ Industriehalle mit der nötigsten Infrastruktur darstellt, wurde die ursprünglich 25 Meter hohe Gebläsehalle vom Architekturbüro Ramsfjell durch den Einbau einer Zwischenebene mit Bühne und Tribüne für maximal 700 Zuschauer in ein veritables „Theater“ umfunktioniert (Ehmann 2003, 48). Der Theaterraum wurde oberhalb der erhaltenen Elektroturbogebläse und Schaltschränke platziert. Wie die Kraftzentrale bildete auch die Gebläsehalle einen zentralen Spielort der RuhrTriennale. Aber auch Konzerte, Kongresse und Firmenfeiern finden hier statt.

Ein Zwitter zwischen Freiraum und Gebäude ist hingegen die halboffene *Gießhalle* am erloschenen Hochofen 1. Hier wurde während des Hüttenbetriebs alle zwei Stunden „abgestochen“, strömte das flüssige Roheisen aus dem Hochofen in ein Bett aus Formsand und erstarrte dort zu Eisenbarren (Landschaftspark Duisburg-Nord 2000, 45). Bereits seit Mitte der 1990er Jahre wird die halboffene Halle für Theateraufführungen, Konzerte und Kino-Open Airs genutzt. Hierfür wurde eine massive Betontribüne an die Halle angelagert, die den Zuschauern zwar optimale Sicht auf die „Bühne“ unterhalb des Hochofens bietet, aber vergleichsweise stark in das vorhandene architektonische Gefüge eingreift. Sie bietet Platz für bis zu 1.000 Besucher und war bis 2003 nur in den vorderen Reihen überdacht. Um bei Veranstaltungen witterungsunabhängiger zu werden und die Nutzungsmöglichkeiten des Schauplatzes zu verlängern, ließ die Landschaftspark Duisburg-Nord GmbH im Jahr 2003 von planinghaus architekten und dem Darmstädter Büro für Industriearchitektur eine auf Schienen ausfahrbare Überdachung in Form einer Stahlkonstruktion mit transparenten Pneu über dem bislang ungeschützten Zuschauerraum anbringen.

Größere Freiluftveranstaltungen mit bis zu 20.000 Personen, wie Rock- und Popkonzerte, finden auf dem Bunkervorplatz am Klarwasserkanal statt,

der für den Zeitraum von Veranstaltungen temporär abgesperrt werden kann. Die Piazza metallica hingegen, die mehrfach als Schauplatz von Filmaufnahmen diente, ist für Aufführungen vor großem Publikum zu beengt; das alljährliche Hüttenfest jedoch findet u.a. auch hier statt.

Die Landschaftspark Duisburg-Nord GmbH ist an den genannten Schauplätzen mit Ausnahme des Kinofestivals nicht selbst als Veranstalterin tätig, sondern vermietet die Hallen und Freiflächen an Firmen und Kulturveranstalter weiter, die die industriellen „Hüllen“ weitestgehend nach ihren Vorstellungen inszenieren und bespielen dürfen. Für die Schauplätze wirbt die von der Betreibergesellschaft eigens eingerichtete Abteilung „Veranstaltungsmanagement“ im Internet, in Werbeproschüren und auf einschlägigen Messen. Die Werbung bedient sich in sprachlicher Hinsicht der für das Eventmarketing typischen Terminologie: „Wagner in der Werkshalle, der Untergang der Titanic vor dem Turm eines Hochofens, Produktpräsentationen im effektvollen Pumpenhaus, die Gala in der Gebläsehalle: Der Landschaftspark Nord funktioniert als Industrie-Location pur, gestaltet Erlebnisräume – zum Beispiel für ihre Performances im ausgewählten Kreis oder für Open-Air-Veranstaltungen mit rund 20.000 Besuchern. So werden Events zum Ereignis, Incentives aufreizend anregend.“ (Landschaftspark Duisburg-Nord GmbH Veranstaltungsmanagement o.J.) Anders als es die reißerische Wortwahl des Veranstaltungsmanagements befürchten lässt, ist die Betreibergesellschaft bestrebt, dem besonderen Charakter des Parks und seiner industriellen Vergangenheit bei der Auswahl von Veranstaltungen gerecht zu werden und Events mit „Ballermann-Charakter“ zu vermeiden – hierfür steht im Landschaftspark die fernab vom Hochofenensemble am Autobahnkreuz gelegene Diskothek Delta Music Park zur Verfügung (Interview Büsching 2003).

Dennoch bedeutet die Veranstaltungsnutzung des Parks und seiner Hallen eine Gratwanderung. Zwar stellen inszenierte Ereignisse neben den im Park möglichen Alltagsnutzungen eine Form von sozialem Leben dar, die sich in das als „Stadt“ interpretierte Hochofenwerk mit Aussichtsturm, Restaurant, Kino, Ausstellungsraum, Hotel, Freizeit- und Sportmöglichkeiten einfügt. Events machen wie die informellen und organisierten Alltagsnutzungen deutlich, dass das erloschene und ehemals unzugängliche Werksgelände in Gestalt eines Park wieder zu einem lebendigen Teil der Stadt Duisburg geworden ist. Sie ermöglichen den Menschen nicht nur die Aufnahme unmittelbarer und emotionaler Bezüge zu bestimmten Orten im Park, sondern dienen den Betreibern auch als Werkzeug der Öffentlichkeitsarbeit. Gut besuchte, hochkarätige Kulturveranstaltungen und Präsentationen renommierter Firmen wirken positiv auf das Image des Parks und des Standortes Duisburg zurück. In das strukturalistische Planungskonzept von Latz, das die Besonderheiten des industriellen Ortes in den Mittelpunkt stellt und in ein stabiles Gerüst von landschaftsarchitektonischen Interventionen einbindet, lassen sich sowohl vielfältige Alltagsnutzungen als auch Events und Inszenierungen, wie z.B. die Lichtinstallation von Jonathan Park, relativ reibungslos integrieren. Die Größe, Erschließung und Nutzungsvielfalt des Parks erlaubt den parallelen und – im Vergleich zu den vielfältig besetzten öffentlichen Räumen – weitgehend konfliktfreien Ablauf von unterschiedlichen Alltags- und Ereignisnutzungen. Die architektonische Dominanz des Hüttenwerks und die Robustheit der Flächen halten dabei vielen der mit Events einhergehenden Effekte und Einbauten stand.

Trotzdem besteht die Gefahr, dass der besondere Charakter des Ortes, der *Genius loci*, der dem Parkentwurf als konzeptionelle Leitlinie zugrunde liegt, durch zwei Begleiterscheinungen der Veranstaltungsnutzung überformt werden könnte: zum einen durch eine weitere Perfektionierung der Schauplätze als Einnahmequelle, denn mit der Einrichtung von „Arenen“ werden die Bauten des Hüttenwerks zur malerischen Kulisse, die mit wechselnden Inszenierungen bespielt wird, können das Unfertige und die Freiheit der „Möglichkeitsräume“ zumindest in Teilen verlorengehen. Zum anderen müssen die Art der Ereignisse und ihre Inszenierungen der besonderen Atmosphäre des Ortes entsprechen und dürfen diesen nicht im Sinne beliebiger Schauplätze interpretieren. Dies versucht die Betreibergesellschaft durch die Verhinderung nicht zum Industriecharakter des Ortes passender Veranstaltungen zu steuern. So fand im Landschaftspark Duisburg-Nord etwa eine Motorradmesse von Harley Davidson statt, während eine Erotikmesse für den Geschäftsführer der Betreibergesellschaft nicht vorstellbar wäre (Interview Büsching 2003). Bei den Inszenierungen selbst bleibt die Einflussmöglichkeit der Parkbetreiber indes begrenzt, da die mit den industriellen Räumen verbundenen, freien Entfaltungsspielräume das besondere Potential dieser Veranstaltungsorte im Vergleich zu herkömmlichen, stärker reglementierten Schauplätzen ausmachen.

Damit sind die Ausführungen zur kulturellen Bespielung postindustrieller Räume abgeschlossen. Sie führten vor Augen, dass Events in Industriearealen ebenso wie in den öffentlichen Stadträumen von den Veranstaltern dazu eingesetzt werden, ihre Schauplätze auch über die begrenzte Dauer der Ereignisse hinaus als besondere Orte in der Bevölkerung und in den Medien zu verankern. Allerdings können Veranstaltungen in öffentlichen Räumen auf langjährige Festtraditionen wie Märkte, Umzüge, Musik- und Theaterdarbietungen und die damit verbundenen, bekannten Inszenierungstechniken Bezug nehmen. Dies ist in Industriebranchen anders, wo sich inszenierte Ereignisse erst nach der Schließung der Areale als probate Formen der Zwischen- und Nachnutzung etablierten. Angesichts des Mangels an Veranstaltungstraditionen, aber auch aufgrund der spannungsvollen Raumangebote und der im Vergleich zum öffentlichen Raum geringeren Restriktionen und Nutzungskonflikte, provozieren die industriellen Orte in besonderem Maße experimentelle Formen der Auseinandersetzung. Stärker als im öffentlichen Raum kommen hier daher auch künstlerische Strategien zum Tragen, wie sie im Zusammenhang mit Ort und Ereignis als Themen der bildenden Kunst beschrieben wurden (vgl. Kapitel 5.2).

Die Ausführungen über die Instrumentalisierung von Ereignissen in öffentlichen und postindustriellen Räumen bestätigten die Erkenntnisse aus Kapitel 5.2 über das Verhältnis von Ort und Ereignis: Ebenso wie Ereignisse dazu beitragen können, ihre Schauplätze zu besonderen Orten zu machen, profitieren sie umgekehrt von der besonderen Atmosphäre oder dem symbolischen Stellenwert der Schauplätze. Inszenierte Ereignisse in öffentlichen Räumen greifen meist die Symbolik und Geschichte zentraler Orte mit historischer Bedeutung auf, überhöhen diese (vgl. Nürnberg) oder verfremden sie (vgl. Paris). Demgegenüber können sich Ereignisse in Industriebranchen, die zu Betriebszeiten nur den Beschäftigten offenstanden und nach ihrer Schließung meist „verbotene Orte“ mit negativem Image darstellten, in der Regel nicht auf eine bereits vorhandene gesellschaftliche Wertschätzung beziehen. Daher

dienen Events hier in besonderem Maße der Inwertsetzung, der Markierung von besonderen Orten und der Erkundung ihrer verborgenen Qualitäten. Indem sie als soziale Interaktionsformen unmittelbar an die Sinne der Menschen appellieren, ermöglichen Ereignisse den Menschen den Zugang zu diesen für viele fremdartigen Orten, lassen sie Bilder, Geschichten und Erinnerungen mit ihnen verbinden (vgl. auch Kapitel 5.2).

Im zurückliegenden Abschnitt wurde dargestellt, dass unter dem Leitbild der „Industriekultur“ sowohl die räumliche Planung als auch Veranstaltungen zur „Verortung“ postindustrieller Räume in der Gesellschaft und ihrer Transformation eingesetzt werden. Während die räumliche Planung als Instrumentarium geeignet ist, um frei gewordene industrielle Räume mit neuen Funktionen und räumlichen Qualitäten dauerhaft in das Alltagsleben der Menschen zu (re)integrieren, übernehmen zeitlich begrenzte Events und Kulturereignisse mittels öffentlichkeitswirksamer Bilder und intensiver Erlebnisangebote den Part des Außeralltäglichen: Sie liefern spektakuläre Effekte und sind zudem geeignet, Transformationspotentiale auf experimentellem Wege auszuloten, ohne langwierige Genehmigungsverfahren durchlaufen zu müssen. Im Sinne von Marc Augés Ortsbegriff können sowohl die räumliche Planung als auch Ereignisse dazu beitragen, dass Orte mit identischen, relationalen und historischen Qualitäten entstehen: Identisch bedeutet, dass sich die Menschen mit dem ehemaligen Industriestandort identifizieren, sich beispielsweise als „Gastgeber“ fühlen, wie es der Geschäftsführer des Landschaftsparks im Interview formulierte (vgl. Interview Büsching 2003). Relational heißt, dass die Menschen an den industriellen Orten wieder miteinander kommunizieren und zueinander in Beziehung treten, in Duisburg beispielsweise in Form von Freizeit- und Vereinsnutzungen. Historisch bedeutet, dass die Geschichte der Industrieorte sowohl in Götterborn als auch in Duisburg sichtbar bleiben soll, indem sie in der Planung erfasst und in der Nachnutzung respektiert wird, wenngleich nicht auf konservierend-museale Weise, sondern in der Überlagerung mit Neuem.

Während sich im „Zukunftsort“ Götterborn erst allmählich Spielorte zu etablieren beginnen, wurde in Duisburg die Veranstaltungsnutzung bereits professionalisiert, indem man einige Schauplätze in unterschiedlichen Graden bis hin zum Konzerthaus ausbaute und als „Locations“ für ein breites Spektrum von Veranstaltungen von Kulturereignissen bis hin zu Werbeveranstaltungen vermarktet. Die Institutionalisierung der Veranstaltungsnutzung und der damit einhergehende Ausbau der Schauplätze machen das in Kapitel 5.1 bereits beschriebene Verhältnis von Events und Raum deutlich: Events wirken sich auf Räume nicht nur in Form von spezifischen Blickwinkeln der Wahrnehmung und des Raumerlebnisses aus, sondern auch indem permanente Schauplätze („Arenen“) für sie geschaffen werden, also etwa Tribünen und technische Einrichtungen erstellt werden. Damit ist die Gefahr verbunden, dass subtilere Informationsschichten der Orte und ihre freie Interpretierbarkeit durch den Betrachter und Nutzer verlorengehen und die Eindeutigkeit von Events über die ursprünglich vielschichtigen Orte zu dominieren beginnt.

6 Zusammenfassung

Mit der Untersuchung der räumlichen Dimension von Events und inszenierten Ereignissen als sozialen Phänomenen bewegte sich die vorliegende Arbeit an der Schnittstelle zwischen der Freiraumplanung und den Sozial- und Kulturwissenschaften. Als zentrale Frage wurde in den zurückliegenden Kapiteln untersucht, auf welche Weise und warum Events und inszenierte Ereignisse als inszenierte Ereignisse ihre Schauplätze über ihre begrenzte Dauer hinaus nachhaltig prägen, transformieren und ihnen gesellschaftliche Bedeutung verleihen können. Abschließend wurde dargelegt, wie und vor welchem Hintergrund Events gegenwärtig zur Konstitution und Transformation von Orten eingesetzt werden und in welchem Verhältnis diese Strategien zur Freiraumplanung stehen.

Für die Auseinandersetzung mit den in der Einführung (Kapitel 1) formulierten Fragestellungen musste in einem ersten Schritt der weit gefasste und unterschiedlich bewertete Begriff „Event“ definiert werden. Unter Einbeziehung sozialwissenschaftlicher Erkenntnisse wurden Events in Kapitel 2 daher als inszenierte Ereignisse beschrieben, die einem Publikum besondere Erlebnisse und intensive Emotionen vermitteln sollen. Ein breites Spektrum von „Gesamtkunstwerken“ an der Schnittstelle von Hoch-, Populär- und Massenkultur wurde dem Begriff zugeordnet. Mit Bezug auf die ursprüngliche englische Wortbedeutung wurden Events daran anknüpfend als außergewöhnliche Ereignisse charakterisiert, die sich durch bestimmte Formen der Rahmung und situative Markierungen aus dem Alltagsleben herausheben: die Darbietung, das Publikum sowie die zeitliche und die räumliche Rahmung. Da angesichts des gegenwärtigen Überangebotes an Veranstaltungen die einst bedeutsame zeitliche Rahmung von Ereignissen ihre Signifikanz weitgehend verloren hat, weisen zeitgenössische Events zunehmend spektakuläre Darbietungen bzw. Inszenierungen, einen eingeschränkten Teilnehmerkreis und vor allem ausgefallene Schauplätze auf, um sich von anderen abzuheben. Damit kamen an dieser Stelle erstmals die Schauplätze von Events in das Blickfeld, und es kristallisierte sich eine grundlegende Wechselbeziehung heraus, die später noch vertieft werden sollte: Während viele Events ihre „Außeralltäglichkeit“ von besonderen Schauplätzen beziehen, schreiben umgekehrt die Events ihren Schauplätzen Geschichte(n) ein.

In Kapitel 3 rückten die Schauplätze von Ereignissen in den Mittelpunkt der Betrachtung, zunächst in Form ihrer verallgemeinerbaren räumlichen Merkmale sowie ihrer übereinstimmenden funktionalen und symbolhaften Anforderungen. Mit der „Arena“ und dem „Möglichkeitsraum“ wurden in Abschnitt 3.1 zwei Typen von Schauplätzen beschrieben, die sich dahingehend unterscheiden, ob sie ausschließlich der Inszenierung von Ereignissen dienen oder ob sie wechselweise Alltagsnutzungen und besondere Ereignisse aufnehmen. „Arenen“ sind in Form und Funktion gänzlich auf die Anforderungen von Spektakeln abgestimmt und häufig spezialisiert. Sie existieren seit Jahrhunderten in zwei grundlegenden Formen: auf der einen Seite als neutrale „Hüllen“ für Ereignisse, die sich als Archetypen ursprünglich aus temporären Strukturen heraus entwickelten, und auf der anderen Seite als „Skulpturen“, die als Event-Architekturen selbst Spektakelcharakter aufweisen. Demgegenüber sind die „Möglichkeitsräume“ keine spezialisierten Schauplätze, sondern Ereignisse unterbrechen die dort stattfindenden Alltagsnutzungen für definierte Zeitspannen. Die Abgrenzung und Hervorhebung

der Schauplätze erfolgt hier anders als bei den „Arenen“ auf temporäre Weise. Während die meisten „Arenen“ ihr Umfeld ausblenden, leben Spektakel in „Möglichkeitsräumen“ von der Einbeziehung ihrer Umgebung. Vor diesem Hintergrund ziehen viele Veranstaltungen trotz der Verfügbarkeit von hochgerüsteten und spezialisierten „Arenen“ gegenwärtig (wieder) in „Möglichkeitsräume“, oftmals öffentliche Freiräume, als Kulissen für inszenierte Ereignisse. Angesichts des bestehenden Überangebotes an Events sollen die Schauplätze dazu beitragen, Veranstaltungen wieder zu besonderen Ereignissen zu stilisieren. Dieses Phänomen kam bereits im zweiten Kapitel zur Sprache, als die Verlagerung von Events an ungewöhnliche Schauplätze als Strategie beschrieben wurde, um Events Außeralltäglichkeit zu verleihen. Mit dem Typus des „Möglichkeitsraumes“ konnte die Beobachtung aus Abschnitt 2.2 gedeutet werden.

Daneben verwiesen vor allem die Ausführungen über die vielgestaltigen „Möglichkeitsräume“ darauf, dass die Schauplätze von Ereignissen eben nicht nur durch funktionale und verallgemeinerbare Aspekte charakterisiert sind, sondern wesentlich durch die Atmosphären besonderer Orte. Deren Stellenwert bei inszenierten Ereignissen wurde daher im Abschnitt 3.2 einer differenzierten Betrachtung unterzogen. Dabei konnte mit Bezug auf Böhme und Löw aufgezeigt werden, dass Atmosphären zwei Facetten besitzen, die beide in Bezug auf Events und ihre Schauplätze von Bedeutung sind. Auf der einen Seite kann die vorhandene Atmosphäre von Orten dazu beitragen, inszenierten Ereignissen einen besonderen Charakter zu verleihen, indem sie auf die Ereignisse ausstrahlt und mit ihnen in der Wahrnehmung des Publikums eine Einheit eingeht. Die Veranstalter von Events nutzen vor diesem Hintergrund die Atmosphäre bestimmter Orte als Kulissen, etwa die stimmungsvolle Ausstrahlung historischer Bauten und Plätze oder den Charme des Verfalls in Industriebrachen. Auf der anderen Seite jedoch können Events ihrerseits auch Atmosphären hervorbringen oder verändern. Events können nicht nur temporär, sondern nachhaltig auf die vorhandene Atmosphäre von Orten Einfluss nehmen, indem sie auf gegenständliche Weise auf Orte einwirken oder aber die Wahrnehmung der Orte sowie Erinnerungen und Assoziationen der Teilnehmer prägen. Mit dem Böhme'schen Begriff der Atmosphäre konnte damit ein wesentlicher Aspekt der Auswirkung von Räumen auf Events und umgekehrt von Events auf Räumen beleuchtet werden.

Die Fokussierung von Kapitel 3 auf die Schauplätze von Events berührte zwar die sozialen Seiten von inszenierten Ereignissen nur am Rande, machte jedoch deutlich, wie eng räumliche und soziale Aspekte zusammenhängen. Daher widmete sich Kapitel 4 ausführlich dem gesellschaftlichen Kontext von Events in seinen vielfältigen Facetten. Da der Zugang zu Events unmittelbar über sinnliche Erlebnisse erfolgt, bildete der Erlebnisbegriff in Abschnitt 4.1 den Ausgangspunkt der Betrachtungen. Als grundlegende Form der Welt-erfahrung und psychophysischer Prozess wurde das Erlebnis hier sowohl in seiner Funktion für das einzelne Individuum beschrieben als auch hinsichtlich seiner gesellschaftlichen Rolle beleuchtet. Schulzes „Erlebnisgesellschaft“ wurde als Erklärungsmodell für den zeitgenössischen Stellenwert von Events in der Gesellschaft herangezogen, wengleich es aufgrund der fragwürdigen Annahme einer saturierten Wohlstandsgesellschaft das von Bourdieu thema-

tisierte Distinktionspotential von Erlebnissen negiert. Mit Bezug auf Bourdieu wurde dargestellt, dass die von Events vermittelten Erlebnisse im Ringen um sozialen Status und um die Verfügungsgewalt über Räume innerhalb einer Gesellschaft eingesetzt werden können.

Nach der Klärung des Erlebnisbegriffes wandte sich die Betrachtung dem Event selbst zu und nahm hierfür drei unterschiedliche Perspektiven ein. In Abschnitt 4.2 wurden Events aus soziologischem Blickwinkel als Konsumprodukte auf dem zeitgenössischen „Erlebnismarkt“ und Bestandteile von Lebensstilen betrachtet. Hier wurden die ökonomischen Gesetzmäßigkeiten offengelegt, denen die Produktion und der Konsum von Events folgen. Dabei wurde deutlich, dass auch Räume Angebote auf dem Erlebnismarkt darstellen können, entweder als Schauplätze von Events oder indem sie den Konsumenten Erlebnisse verschaffen, etwa Freizeitparks und Hotels.

Aufgrund der weitreichenden Parallelen zwischen Events und inszenierten Ereignissen in anderen Epochen wurde in Abschnitt 4.3 eine anthropologische Sichtweise auf Events eingenommen. Im Gegensatz zur sozialwissenschaftlichen Betrachtungsweise wurden Events hier von zeitgebundenen Gesellschaftsdiagnosen losgelöst und als kulturelle Performances interpretiert, in denen Institutionen und Organisationen kulturelle Symbole im Raum inszenieren und sie für die Mitglieder der Gesellschaft in Form von sozialen Handlungsmustern erlebbar machen. Als grundlegende Erscheinungsformen von kulturellen Performances wurde zwischen Darstellung und Wettkampf differenziert. Der anthropologische Blickwinkel auf inszenierte Ereignisse machte deutlich, dass diese nicht nur auf dem gegenwärtigen Erlebnismarkt als Bestandteile von Lebensstilen Bedeutung haben, sondern in Form von Ritualen oder Kulturen auch in früheren Zeiten wesentlich an der Konstitution der Gesellschaft mitwirkten. In räumlicher Hinsicht konnte die anthropologische Perspektive auf Events die vom Raum aus gewonnenen Erkenntnisse über die Schauplätze von Ereignissen (Kapitel 3) bestätigen und erklären: Jede kulturelle Performance findet auf einer „Bühne“ statt, die mit gegenständlichen und symbolischen Markierungen von der „Außenwelt“ abgegrenzt ist. Innerhalb dieser Markierungen nimmt der Schauplatz eine oder mehrere Darbietungen und das Publikum auf, das seine Aufmerksamkeit auf die Darbietungen richtet oder an ihnen mitwirkt. Dabei trägt die Abgrenzung des Schauplatzes von der Umgebung wesentlich dazu bei, das Geschehen als besonderes Ereignis zu markieren.

Sowohl der soziologische als auch der anthropologische Blickwinkel auf Events legten den Schluss nahe, dass Produzenten und Konsumenten von inszenierten Ereignissen unterschiedlichen Rationalitäten folgen. Daher wurden beide in Abschnitt 4.4 detailliert betrachtet und als grundlegender Unterschied zwischen ihnen herausgearbeitet, dass die Produzenten mit Events primär außenorientierte Zielsetzungen verknüpfen, während die Konsumenten ihren Erlebnisbedürfnissen und damit innenorientierten Motiven folgen. Events vereinen diese unterschiedlichen Rationalitäten in sich und weisen sowohl Teilaspekte von Atmosphären im Sinne Böhmes als auch von strukturalistischen Zeichensystemen auf. Auch in diesem Zusammenhang spielen räumliche Aspekte eine wesentliche Rolle. Die Organisatoren arbeiten in und mit dem Raum, indem sie mittels „Requisiten“ und „Bühnenbildern“ symbolische Bedeutungen vermitteln und Atmosphären einrichten. Auch die Partizipation des Publikums an Events hängt wesentlich vom Schauplatz ab.

Je nach ihrer räumlichen Konfiguration lassen die Schauplätze unterschiedliche Formen der Nähe oder Distanz zwischen Publikum und Darbietung sowie der Partizipation oder Interaktion des Publikums zu oder verhindern diese. Zudem wurde gezeigt, dass die Schauplätze von inszenierten Ereignissen, etwa in Form der hierarchischen Staffelung des Publikums, die soziale Struktur der Teilnehmer demonstrieren.

Die in den Kapiteln 3 und 4 separat entwickelten und dort nur partiell miteinander verknüpften Perspektiven auf die räumlichen Ausprägungen von Events und ihren gesellschaftlichen Kontext wurden in Kapitel 5 miteinander in Beziehung gesetzt. Dabei wurde die bereits in Kapitel 3 gezogene Differenzierung zwischen einer verallgemeinerbaren, raumbezogenen und einer ortsbezogenen Betrachtungsweise vertieft. Der Zusammenhang zwischen Raum und sozialen Handlungsweisen stand im Mittelpunkt von Abschnitt 5.1, in dem Raum als Synthese aus einer materiellen Ebene und einer Wahrnehmungsebene beschrieben wurde. Hierfür wurde die Raumvorstellung des Architekten Joedicke der Definition der Soziologin Löw gegenübergestellt. Während der Architekt Raum als etwas von gegenständlichen Körpern Umschlossenes begreift, das in der menschlichen Wahrnehmung zu einem Raum(erlebnis) wird, sieht die Soziologin Raum zugleich als Rahmenbedingung und Produkt von sozialem Handeln: In Form einer Wechselwirkung werde Raum durch Handlungen und Wahrnehmungsweisen hervorgebracht und wirke sich im Gegenzug auf die Handlungs- und Wahrnehmungsweisen der Menschen aus. Als Gemeinsamkeit beider Vorstellungen wurde herausgearbeitet, dass sie Raum vom Menschen, seinen Wahrnehmungs- und Handlungsweisen aus begreifen. Bezieht man die dargestellten Raumkonzepte auf Events, so wird deutlich, dass diese auf der einen Seite neben Alltagsabläufen eine Form von sozialem Handeln sind, für die gegenständliche Räume errichtet und institutionalisiert werden. Auf der anderen Seite erlauben Events mit ihren spezifischen Erlebnis- und Partizipationsweisen den Teilnehmern bestimmte Formen der Raumwahrnehmung.

Anknüpfend an diese Raumvorstellung wandte sich Abschnitt 5.2 erneut dem besonderen Ort als Schauplatz von Ereignissen zu. Im Gegensatz zum verallgemeinerbaren Raum wurde der Ort als konkreter, einzigartiger Platz definiert. Davon ausgehend wurde festgehalten, dass zwar alle Ereignisse einen Raumbezug aufweisen, aber nur manche den Bezug zu einem besonderen Ort, wie bereits in den Kapiteln 2 und 3 skizziert worden war. Die Ergebnisse dieser Kapitel vertiefend, wurde der Zusammenhang zwischen Ort und Ereignis nun als Wechselbeziehung beschrieben: Ebenso wie Events von besonderen Orten als Schauplätzen leben, können Ereignisse ihre Schauplätze zu besonderen Orten machen. Wie Beispiele von zeitgenössischen Kulturveranstaltungen deutlich machten, setzen zeitgenössische Events besondere Orte sowohl zur harmonischen Unterstreichung als auch als kalkulierten Kontrast ein. Umgekehrt jedoch können auch inszenierte Ereignisse ihre Schauplätze in besondere Orte verwandeln. Erklärt werden konnte dies damit, dass Ereignisse Orten über ihre eigentliche Dauer hinaus eine symbolische Bedeutung verleihen können, indem sie den Menschen emotionale Zugangswege zu Orten vermitteln. Beispiele aus der bildenden Kunst an der Schnittstelle zwischen Ereigniskunst und ortsbezogenen Arbeiten zeigten im

Anschluss daran, dass sich Kunstereignisse in diesem Zusammenhang als Mittel zur Markierung und Inszenierung von Orten eignen.

Vertieft wurde die Betrachtung von Events, die der Inszenierung und Transformation von Orten dienen sollen, in Abschnitt 5.3 anhand von Beispielen für Ereignisse in öffentlichen Stadträumen und postindustriellen Räumen. Die dargestellten Beispiele belegten die eingangs formulierte These, dass Ereignisse - obwohl oder gerade weil sie temporärer Natur sind – besondere Orte auch über ihre eigentliche Dauer hinaus markieren und transformieren können. Ortsbezogene Events können ebenso wie die Freiraumplanung bestimmte Qualitäten von Orten herausarbeiten und sogar auf eindrücklichere Weise als diese sichtbar machen. Dies beruht vor allem darauf, dass sie mit intensiven Bildern und Sinneseindrücken arbeiten, die ihre Wirkung auf das Publikum gerade wegen ihres temporären Charakters entfalten, jedoch in ihren plakativen Erscheinungsformen im gesellschaftlichen Kontext auch nur als „außeralltägliche“ Erscheinungen funktionieren. Wie ausführlich dargestellt wurde, sind Events wesentlich dadurch charakterisiert, dass sie mit ihren Inszenierungen die Erlebnisweisen und Partizipationsmöglichkeiten der Menschen mehr oder weniger raffiniert zu lenken vermögen. Wo dies erwünscht ist, etwa wenn es um kurzfristige Effekte, zielorientierte Experimente und wirksame Öffentlichkeitsarbeit geht, kann die auf Langfristigkeit ausgerichtete Landschaftsarchitektur mit den ihr eigenen Mitteln nicht mit erlebnisintensiven, organisierten Events mithalten. Ihre Stärke besteht im Gegensatz zur Dominanz und Eindeutigkeit inszenierter Ereignisse darin, dass sie Spielräume für vielschichtige Wahrnehmungs- und Benutzungsweisen von Freiräumen schaffen kann. Dabei kommt (Natur-) Ereignissen von subtiler Poesie eine wichtige Rolle zu: dem Reiz wechselnder Wetterbedingungen und besonderer Lichtstimmungen zu bestimmten Tages- und Jahreszeiten, der vergänglichen Sensation von Blüheffekten oder herbstlicher Laubfärbung. Auf dieses zeitlose Potential sollte sich die Landschaftsarchitektur besinnen, anstatt mit temporären Experimenten auf einem Feld mitzumischen, das Künstler, Werbe- und Kulturveranstalter besser beherrschen.

7 Literaturverzeichnis

- ALBERTI, Leon Battista 1975: Zehn Bücher über die Baukunst. Ins Deutsche übertragen, eingeleitet und mit Anmerkungen und Zeichnungen versehen durch Max Theuer 1912. Darmstadt.
- ALEWYN, Richard 1985: Das große Welttheater. Die Epoche der höfischen Feste. München. 2. erweiterte Auflage.
- ANDRÉ, Jean-Marie 2002: Griechische Feste, römische Spiele. Die Freizeitkultur der Antike. Leipzig.
- ANGÉLIL, Marc 2000: „Urbane Kartographie. Angélil/Graham/Pfenniger/Scholl adidas `World of Sports`, Herzogenaurach“. In: NEITZKE, Peter; STECKEWEH, Carl; WUSTLICH, Reinhart (Hrsg.) 2000: CENTRUM Jahrbuch Architektur und Stadt 2000-2001. Basel/ Berlin: 131-135.
- ARNU, Titus 2003: „Alles Knüller, oder was? In der Krise boomt etwas: Die Trash-Ästhetik der Werbung“. In: Süddeutsche Zeitung Nr. 247. 27.10.2003: 15.
- ARNU, Titus; BAUER, Antonie 2004: „Aus die Maus. Der Disney-Konzern auf der Suche nach der verlorenen Kundschaft: `Das Gefühl ist verschwunden`“. In: Süddeutsche Zeitung Nr. 37. 14./15.2.2004: 24.
- AUDEHM, Karin; ZIRFAS, Jörg 2001: „2. Familie als ritueller Lebensraum“. In: WULF, Christoph et al. 2001: Das Soziale als Ritual. Zur performativen Bildung von Gemeinschaften. Opladen: 37-118.
- BACKOUCHE, Isabelle 2000: La trace du fleuve. La Seine et Paris (1750-1850). Paris.
- BALDER, Hartmut 2002: „Schäden am Stadtgrün durch Großveranstaltungen“. In: Stadt+Grün 1/2002: 13-17.
- BARTHOLMAI, Gunter 1992: Strukturalismus und Landschaftsarchitektur. Dissertation am Lehrstuhl für Landschaftsarchitektur und Planung der Technischen Universität München. Freising.
- BECK, Roland 1997: „Eine Stadtwanderung durch die Gärten“. In: Basler Zeitung Nr. 136. 14./15.6.1997, Teil V.
- BECK, Ulrich 2001: „Individualisierung, Globalisierung und Politik. Eigenes Leben in einer entfesselten Welt“. In: arch+ 12/2001: 28-33.
- BEECK, Sonja 2001: „Theming: Mode oder Methode?“. In: BITTNER, Regina (Hrsg.) 2001: Die Stadt als Event. Zur Konstruktion urbaner Erlebnisräume. Frankfurt am Main/ New York: 245-255.
- BELOW, Sally 2001: „Temporäre Gärten®. Ein Beispiel erfolgreicher Öffentlichkeitsarbeit für Landschaftsarchitektur“. In: Deutsches Architektenblatt 7/2001: 14.

- BIRTINGER, Johannes 2003: Workshop – Forschungslabor Kommunikationstechnologien, interaktive Medien & virtuelle Räume. <<http://www.alienationcompany.com/gallery/gbesch.htm>> Rev. 2003-07-08.
- BITTNER, Regina 2001: „Paradiese der Moderne - zu schön, um wahr zu sein?“. In: Dies. (Hrsg.) 2001: Urbane Paradiese. Zur Kulturgeschichte modernen Vergnügens. Frankfurt am Main: 16-25.
- BITTNER, Regina 2002: „Die Stadt als Event“. In: Dies. (Hrsg.) 2002: Die Stadt als Event. Zur Konstruktion urbaner Erlebnisräume. Frankfurt am Main: 15-24.
- BLACK, David W.; KUNZE, Donald; PICKLES, John (Hrsg.) 1989: Commonplaces. Essays on the Nature of Place. Lanham/ New York/ London.
- BÖHME, Gernot 1995: Atmosphäre. Essays zur neuen Ästhetik. Frankfurt am Main.
- BÖLK, Alexander 2000: „Aqua Magica: Magisches Wasser - lebendiges Wasser“. In: Landschaftsarchitektur 5/2000: 16-18.
- BORMANN, Regina 2000: „Eventmaschinerie Erlebnispark: Systemintegration durch performative Institutionen“. In: GEBHARDT, Winfried; HITZLER, Ronald; PFADENHAUER, Michaela (Hrsg.) 2000: Events. Soziologie des Außergewöhnlichen. Opladen: 137-160.
- BORMANN, Regina 2001: „Urbane Erlebnisräume als Zonen des Liminoiden“. In: BITTNER, Regina (Hrsg.) 2001: Die Stadt als Event. Zur Konstruktion urbaner Erlebnisräume. Frankfurt am Main/ New York: 99-108.
- BOURDIEU, Pierre 1991a: „Physischer, sozialer und angeeigneter Raum“. In: WENTZ, Martin (Hrsg.) 1991: Stadt-Räume. Frankfurt am Main/ New York: 25-34.
- BOURDIEU, Pierre 1991b: Zur Soziologie der symbolischen Formen. Frankfurt am Main. orig. 1974.
- BOURDIEU, Pierre 1994: Die feinen Unterschiede - Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft. Frankfurt am Main.
- BRANDENBURGER, Dietmar 2000: „Standort Volkswagen. Die `Autostadt` in Wolfsburg“. In: Bauwelt 21/2000: 28-31.
- BREMER THEATER (Hrsg.) 2000: Die letzten Tage der Menschheit. <<http://www.bremer-theater.de/prod98/menschheit.html>> Rev. 2000-05-08.
- BROMLEY, Roger; GÖTTLICH, Udo, WINTER, Carsten (Hrsg.) 1999: Cultural Studies. Grundlagentexte zur Einführung. Lüneburg.
- BUCHWALD, Sabine 2000: „Audi lässt Ingolstadt aufhorchen. Das Werksgelände bekommt einen neuen Mittelpunkt für Besucher“. In: Süddeutsche Zeitung. 13.12.2000: 28.

- BUNDESMINISTERIUM FÜR UMWELT, NATURSCHUTZ UND REAKTORSICHERHEIT (Hrsg.) 1995: „Ferienzentren der zweiten Generation. Ökologische, soziale und ökonomische Auswirkungen“. In: THOMAS-MORUS-AKADEMIE BENSBERG (Hrsg.) 1995: Bensberger Protokolle 83. Kathedralen der Freizeitgesellschaften. Trends, Hintergründe, Auswirkungen. Bergisch Gladbach: 139-152.
- BURCKHARDT, Jacob 1997: Die Kultur der Renaissance in Italien. Herausgegeben von Horst Günther. Frankfurt am Main. Erste Veröffentlichung 1860.
- BURCKHARDT, Jacob 1997: Die Kunst der Renaissance in Italien. Herausgegeben von Horst Günther. Frankfurt am Main. Erste Veröffentlichung 1867.
- BURGARD, Paul 2003: „Das Verbundbergwerk Göttelborn“. In: STROUX, Stephan (Hrsg.) 2003: Programmheft zum Industrie-Theater-Projekt UNION DER FESTEN HAND von Stephan Stroux. Berlin: 20-23.
- BURKHARDT, Werner 2003: „Ein Abend im Mars-Theater“. In: Süddeutsche Zeitung Nr.165. 21.7.2003: 12.
- CHAVOYA, C. Ondine 2000: „10. Internal Exiles: The Interventionist Public and Performace Art of Asco“. In: SUDERBURG, Erika 2000 (Hrsg.): Space, Site, Intervention: Situating Installation Art. Minneapolis/ London: 189-208.
- CHERNOW, Burt 2000: XTO + J-C. Christo und Jeanne-Claude. Köln.
- CHIMELLI, Rudolph 2002: „Mitten in Paris«. In: Süddeutsche Zeitung Nr.172. 27./28. 7.2002: 12.
- COSGROVE, Denis 1997: „Spectacle and Society: Landscape as Theater in Premodern and Postmodern Cities“. In: GROTH, Paul; BRESSI, Todd W. (Hrsg.) 1997: Understanding Ordinary Landscapes. Yale University: 99 -110.
- CSIKSZENTMIHALYI, M. 1996 : Das Flow-Erlebnis. Jenseits von Angst und Langeweile: im Tun aufgehen. Stuttgart. 6. Auflage.
- DAUFRESNE, Jean-Claude 1994: Le Louvre et les Tuileries. Architectures de fêtes et d´apparat. Architectures éphémères. Paris.
- DEBORD, Guy 1996: Gesellschaft des Spektakels. Berlin. Vom Französischen ins Deutsche übersetzte und erweiterte Ausgabe. Französische Erstausgabe 1967: La Société du Spectacle.
- DECKER, Kerstin 2003 : „Mammon, Stein und Eisen bricht. `Union der festen Hand´: Eine Theaterexpedition nach Erik Regers Industrie-Roman im früheren Berliner Reichsbahnausbesserungswerk«. In: Der Tagesspiegel. Berlin. 17.5.2003.
- DERING, Florian 1986: Volksbelustigungen. Eine bildreiche Kulturgeschichte von den Fahr-, Belustigungs- und Geschicklichkeitsgeschäften der Schausteller vom 18. Jahrhundert bis zur Gegenwart. Nördlingen.

- DEVOLDER, Anne-Mie 2001: Breeze of AIR. Innovative concepts for city gardens in Rotterdam. Architecture International Rotterdam.
- DIEDRICH, Lisa 1998: „Festival der Gärten in Chaumont-sur-Loire“. In: Topos 23/1998: 43-47.
- DIEDRICH, Lisa 2000: „Spiel mit Wasser ohne Grenzen. Landesgartenschau `Aqua magica´ in Bad Oeynhausen und Löhne“. Garten+Landschaft 8/2000: 4-6.
- DIETZFELBINGER, Eckart; LIEDTKE, Gerhard 2004: Nürnberg – Ort der Massen. Das Reichsparteitagsgelände. Vorgeschichte und schwieriges Erbe. Berlin.
- DISNEYLAND PARIS 2001: Ihr offizieller Kurzurlaubsplaner.
- DÖSSEL, Christine 2002: „Kitsch, Kumpel und Maloche“. In: Süddeutsche Zeitung Nr. 202. 2.9.2002: 15.
- DOHMEN, Matthias 2000: „Erlebnisse inszenieren“. In: Hochschulanzeiger/ Nr.48: 73.
- DÜRR, Alfred 2001a: „Willkommen in der schönen Autowelt“. In: Süddeutsche Zeitung. 28./29.7.2001: 52.
- DÜRR, Alfred 2001b: „Autokauf in der Himmelslandschaft“. In: Süddeutsche Zeitung. 13.12.2001: 45.
- DÜRR, Alfred; KOTTEDER, Franz 2002: „Ein Mega-Theatron für 7000 Besucher“. In: Süddeutsche Zeitung. 21.6.2002: 45.
- DURTH, Werner 1977: Die Inszenierung der Alltagswelt. Zur Kritik der Stadtgestaltung. Braunschweig.
- ECO, Umberto 1971: Einführung in die Semiotik. München. 7., unveränderte Auflage 1991.
- EHMANN, Johannes 2003: „Spielstätten Landschaftspark Duisburg-Nord. Gebläsehalle, Gießhalle und Kraftzentrale im Duisburger Landschaftspark Nord“. In: RUHRTRIENNALE (Hrsg.) 2003: Saison 2003. 30. April – 12. Oktober. Gelsenkirchen: 48-49.
- EIBERLE, Blanka 1998: „Das planerische Konzept des Landschaftspark Duisburg-Nord im Vergleich zum Revierpark Mattlerbusch und dem CentrO. Oberhausen“. In: LEHRSTUHL FÜR LANDSCHAFTSARCHITEKTUR UND PLANUNG AN DER TUM (Hrsg.) 1998: Studienprojekt Zeitfrei / FreiZeit. Freising: 214-240.
- EPPINGER, Jürgen 2001: „Städtebauliche Planungen für die Expo. Wie wird die Expo 2000 heute in Hannover gesehen?“. In: planer/in. 4/2001: 8-11.
- ETSCHKEIT, Georg 2001: „Porsche im Tiefschnee“. Die Zeit Nr. 42. 11.10.2001: 36.
- FACH, Sabine 1999: „Temporäre Gärten“. In: Gartenpraxis 12/1999: 25-26.

- FACH, Sabine 2000: „Installationen am Stadtrand“. In: Gartenpraxis 10/2000: 45-47.
- FISCHER-LICHTE, Erika 2000: Theater im Prozeß der Zivilisation. Tübingen/Basel.
- FISKE, John 1999: „Politik. Die Linke und der Populismus“. In: BROMLEY, Roger; GÖTTLICH, Udo; WINTER, Carsten (Hrsg.) 1999: Cultural Studies. Grundlagentexte zur Einführung. Lüneburg: 237-278.
- FLIERL, Bruno 2002: „Der öffentliche Raum als Ware“. In: EDITION TOPOS (Hrsg.) 2002: Plätze Urban Squares. Plätze und städtische Freiräume von 1995 bis heute. München/ Basel/ Boston/ Berlin. FOLKERTS, Thilo 2000: „Lausanne Jardins 2000“. In: Gartenpraxis 9/2000: 5-6.
- FOUCAULT, Michel 2001: „Andere Räume“. In: ders.: Short Cuts. Frankfurt am Main: 20-38. Französische Erstausgabe 1984: Des espaces autres.
- FRANKE, Andreas 2004: „Rummelplatz Altstadt“. In: Nürnberger Nachrichten. 20./21.3.2004: 9.
- FUCHS, Thomas 1993: „Das ZEBRA streifen. Oder: Die Stadt erobern.“ In: Garten+Landschaft 10/1993: 6-8.
- FUNDACIO CAIXA d'ARQUITECTES (Hrsg.) 2000: Remaking Landscapes. Landscape Architecture in Europa. Catalogue of the 1st Biennial on Landscape 1999. Barcelona.
- GAILLARD, Marc 1996 : Quais et Ponts de Paris. Guide Historique. Amiens.
- GASCHKE, Susanne 2002: „Freizeitpark Deutschland“. In: Die Zeit Nr. 18. 25.4.2002: 66.
- GEBHARDT, Winfried 2000: „Feste, Feiern und Events. Soziologie des Außergewöhnlichen“. In: ders.; HITZLER, Ronald; PFADENHAUER, Michaela (Hrsg.) 2000: Events. Soziologie des Außergewöhnlichen. Opladen: 17-31.
- GEBHARDT, Winfried; HITZLER, Ronald; PFADENHAUER, Michaela (Hrsg.) 2000: Events. Soziologie des Außergewöhnlichen. Opladen.
- GEERTZ, Clifford 1987: Dichte Beschreibung. Beiträge zum Verstehen kultureller Systeme. Frankfurt am Main.
- GEHRCKE, Matthias 2001: „Der Park als Veranstaltungsort“. In: Stadt+Grün 5/2001: 325-332.
- GEHRCKE, Matthias 2002: „Die Grünverwaltung als Veranstaltungsmanager“. In: Garten+Landschaft 5/2002: 36-38.
- GIDDENS, Anthony 2001: Entfesselte Welt. Wie die Globalisierung unser Leben verändert. Frankfurt am Main.
- GÖHLICH, Michael; WAGNER-WILLI, Monika 2001: „3. Rituelle Übergänge im Schulalltag - Zwischen Peergroup und Unterrichtsgemeinschaft“. In:

- WULF, Christoph et al. 2001: Das Soziale als Ritual. Zur performativen Bildung von Gemeinschaften. Opladen: 119-204.
- GÖTTLICH, Udo, WINTER, Carsten 1999: „Wessen Cultural Studies? Zur Rezeption der Cultural Studies im deutschsprachigen Raum“. In: BROMLEY, Roger; GÖTTLICH, Udo; WINTER, Carsten (Hrsg.) 1999: Cultural Studies. Grundlagentexte zur Einführung. Lüneburg: 25-39.
- GÖRGMEIER, Dietmar 1973: Gartenfeste Versailler Prägung am Kurbayerischen Hof unter Max Emanuel und Karl Albrecht. Diss. München.
- GOFFMAN, Erving 2002: Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag. Zürich. orig.1983. 10. Auflage.
- GOSZTONYI, Alexander 1976: Der Raum, Geschichte seiner Probleme in Philosophie und Wissenschaft. Freiburg/ München.
- GRABSDORF, Peter 2000: „Sound-Check unter Riesenbaggern“. In: Garten+Landschaft 8/2000: 27-28.
- GREISENEGGER-GEORGILA, Vana 2003: „Aspekte der Bühnedekoration im 17. Jahrhundert“. In: KÜSTER, Ulf (Hrsg.) 2003: Theatrum Mundi. Die Welt als Bühne. Katalog zur gleichnamigen Ausstellung im Haus der Kunst München vom 24. Mai bis 21. September 2003. München: 25-29.
- GRÖNING, Gert; NOHL, Werner 1972: „Freiraumplanung. Versuch einer Orientierung“. Stadtbauwelt 63 (34): 108-109.
- GROSSE, Julia 2000: „Abenteuer in Autoland“. In: Süddeutsche Zeitung. 25.5.2000: 20.
- HACKENBROICH, Wilfried 2001: „Entwerfen aus Bildern“. In: BITTNER, Regina (Hrsg.) 2001: Die Stadt als Event. Zur Konstruktion urbaner Erlebnisräume. Frankfurt am Main/ New York: 233-242.
- HÄUSSERMANN, Hartmut; SIEBEL, Walter 1993: „Die Politik der Festivalisierung und die Festivalisierung der Politik“. In: Dies. (Hrsg.): Festivalisierung der Stadtentwicklung - Stadtentwicklung durch große Projekte. Leviatan (Sonderheft): 7-31.
- HAGNER, Dietger 2002: Marketing für historische Gärten. In: Stadt+Grün 9/2002: 26-29.
- HALBWACHS, Maurice 1985: Das kollektive Gedächtnis. Frankfurt am Main.
- HALDER, Alois; MÜLLER, Max 1993: Philosophisches Wörterbuch. Freiburg. orig. 1988. 2. Auflage.
- HALL, Stuart 1999, orig. 1980: „Cultural Studies. Zwei Paradigmen“. In: BROMLEY, Roger; Göttlich, Udo; Winter, Carsten (Hrsg.) 1999: Cultural Studies. Grundlagentexte zur Einführung. Lüneburg: 113-138.

- HAMMERSCHMIDT, Valentien; WILKE, Joachim 1990: Die Entdeckung der Landschaft. Englische Gärten des 18. Jahrhunderts. Stuttgart.
- HANNIGAN, John 2001: „Zur Konstruktion von Orten in der Erlebnisstadt“. In: BITTNER, Regina (Hrsg.) 2001: Die Stadt als Event. Zur Konstruktion urbaner Erlebnisräume. Frankfurt am Main/ New York: 131-138.
- HARD, Gerhard 1991: „Landschaft als professionelles Idol“. In: Garten+Landschaft 3/1991: 13-18.
- HARTMANN, Hans Albrecht, HAUBL, Rolf (Hrsg.) 1996: Freizeit in der Erlebnisgesellschaft. Amüsement zwischen Selbstverwirklichung und Kommerz. Opladen.
- HARTMANN, Ulrich 2002: „Oktoberfest auf eisigem Teppich“. In: Süddeutsche Zeitung Nr.249. 28.10.2002: 36.
- HASSENPFUG, Dieter 2000: „Citytainment - öffentlicher Raum“. Vortrag anlässlich der Konferenz „Event City“ am 15.9.2000. Dessau. Mitschrift der Verfasserin.
- HAUG, Wolfgang Fritz 1971: Kritik der Warenästhetik. Frankfurt am Main.
- HAUSER, Susanne 2003: „Städte ohne Orte. Welten und Ersatzwelten“. In: NEITZKE, Peter; STECKEWEH, Carl; WUSTLICH, Reinhart (Hrsg.) 2000: Centrum Jahrbuch Architektur und Stadt 2000-2001. Basel/ Berlin: 80-85.
- HECKMAIR, Bernd; MICHL, Werner 1998: Erleben und Lernen. Einstieg in die Erlebnispädagogik. 3., überarbeitete Auflage. Berlin.
- HÉNARD, Jacqueline; van HUISSELING, Mark; von RUTENBERG, Jürgen 2001: „Betreten verboten“. Die Zeit. 19.4.2001.
- HERTLEIN, Vera; SCHRÖDER, Thies 2000: „Intermetropolitane Gärten“ in Berlin. In: Garten+Landschaft 8/2000: 15-16.
- HIGHMORE, Ben 2000: „Das Alltägliche bewohnen. Zum Begriff des Alltagslebens bei Henri Lefebvre und Michel de Certeau“. In: Daidalos 75/2000: 38 - 43.
- HIRSCHFELD, Christian C.L. 1779 - 1785: Theorie der Gartenkunst. 5 Bände in zwei Bänden. Hildesheim. Neuauflage 1985.
- HITZLER, Ronald: „`Ein bißchen Spaß muß sein!´ Zur Konstruktion kultureller Erlebniswelten“. In: GEBHARDT, Winfried; HITZLER, Ronald; PFADENHAUER, Michaela (Hrsg.) 2000: Events. Soziologie des Außergewöhnlichen. Opladen: 401 - 412.
- HÖFER, Wolfram 2001: Natur als Gestaltungsfrage. Zum Einfluss aktueller gesellschaftlicher Veränderungen auf die Idee von Natur und Landschaft als Gegenstand der Landschaftsarchitektur. München.

- HÖGE, Helmut 2003: „Auslaufende Produktion, anlaufende Authentizität. `Union der festen Hand´: Ein Theater-Projekt an aufgelassenen Industriestandorten in Berlin, Goslar, Götterborn und Essen“. In: Frankfurter Rundschau vom 28.5.2003.
- HORN, Christian 2003: „Paris Plage 2003“. <<http://www.a-matter.com/eng/projects/Paris-Plage-pr070-01-pr.htm>> Rev. 2003-12-03.
- HUIZINGA, Johan 2001: Homo Ludens. Vom Ursprung der Kultur im Spiel. Hamburg. Erste Veröffentlichung 1938.
- IBA EMSCHER PARK 1999 a: IBA `99. Internationale Bauausstellung Emscher Park. Katalog der Projekte 1999. Gelsenkirchen.
- IBA EMSCHER PARK 1999 b: IBA `99. Projekte im Rahmen der Internationalen Bauausstellung Emscher Park. Projekte in Duisburg. Gelsenkirchen.
- INDUSTRIEKULTUR SAAR GMBH (Hrsg.) 2003: „Industriekultur Saar“. <<http://www.iks-saar.net>>
- IPSEN, Detlev 1997: Raumbilder. Kultur und Ökonomie räumlicher Entwicklung. Pfaffenweiler.
- JAGGI, Yvette 2000: „Lausanne Jardins 2000“. In: Anthos 1/2000: 20-23.
- JELICOE, Jeffrey & Susan 1988: Die Geschichte der Landschaft. Frankfurt am Main, New York.
- JOEDICKE, Jürgen 1985: Raum und Form in der Architektur. Stuttgart.
- JUNG, Carsten 2003: „Wie es jetzt üblich ist. Theaterbau und Aufführungspraxis als Ausdruck ihrer Zeit“. In: KÜSTER, Ulf (Hrsg.) 2003: Theatrum Mundi. Die Welt als Bühne. Katalog zur gleichnamigen Ausstellung im Haus der Kunst München vom 24. Mai bis 21. September 2003. München: 22-24.
- JUNKER, Rolf 1999: „Neue Besen kehren gut! Stadtmarketing, eine neue Planungsdisziplin?“. In: Planer/in 3/1999: 5-8.
- KAHLWEIT, Cathrin 2001: „Verschwendung mit der Maus“. In Süddeutsche Zeitung Nr. 73. 27.11.2001: V2/7.
- KASISKE, Michael 2001: „Bunte Tupfer in Neukölln“. In: Garten+Landschaft 8/2001: 7.
- KATHREIN, Katrin 1981: Mosaik Schauspielführer. München.
- KELLER, Reiner 2000: „Zur Chronik angekündigter Katastrophen. Die Umweltkrise als Dauerevent“. In: GEBHARDT, Winfried; HITZLER, Ronald; PFADENHAUER, Michaela (Hrsg.) 2000: Events. Soziologie des Außergewöhnlichen. Opladen: 263-285.
- KLINGMANN, Anna 1999: „adidas-scape. Die Inszenierung einer illusionären Welt“. In: Daidalos 73/1999: 36-47.

- KNECHT, Alexander; STOLZENBERGER, Günter (Hrsg.) 1997: Die Kunst des Wanderns. Ein literarisches Lesebuch. München.
- KNOBLAUCH, Hubert 2000: „Das strategische Ritual der kollektiven Einsamkeit. Zur Begrifflichkeit und Theorie des Events“. In: GEBHARDT, Winfried; HITZLER, Ronald; PFADENHAUER, Michaela (Hrsg.) 2000: Events. Soziologie des Außergewöhnlichen. Opladen: 33-50.
- KÖRNER, Stefan 2001: Theorie und Methodologie der Landschaftsplanung, Landschaftsarchitektur und Sozialwissenschaftlichen Freiraumplanung vom Nationalsozialismus bis zur Gegenwart. Landschaftsentwicklung und Umweltforschung, Schriftenreihe der Fakultät Architektur Umwelt Gesellschaft der TU. Nr. 118. Berlin.
- KOMMISSION INDUSTRIELAND SAAR 2000: IndustrieKultur Saar. Der Bericht der Kommission Industrieland Saar. Saarbrücken.
- KOTTE, Hans-Hermann 2002: „Eine Parade verschwindet“. In: Süddeutsche Zeitung Nr.161. 15.7.2002: 9.
- KOTTEDER, Franz 2004: „Anmaßendes Amt. Die Stadt darf sich nicht als Kunstrichter aufspielen“. In: Süddeutsche Zeitung Nr. 72. 26.3.2004: 49.
- KOYDL, Wolfgang 2001: „Jesus kam nur bis zum Supermarkt“. In: Süddeutsche Zeitung Nr. 64. 17./18.3.2001: 12.
- KRACAUER, Siegfried 1977: „Das Ornament der Masse“. In: ders. 1977: Das Ornament der Masse. Frankfurt am Main: 50-63. Aufsatz erstmals erschienen in der Frankfurter Zeitung 9./10.6.1927.
- KRACAUER, Siegfried 1977: „Kult der Zerstreung“. In: ders. 1977: Das Ornament der Masse. Frankfurt am Main: 311-317. Aufsatz erstmals erschienen in der Frankfurter Zeitung 4.3.1926.
- KRACAUER, Siegfried 1985: Theorie des Films. Die Errettung der äußeren Wirklichkeit. Frankfurt am Main. orig. 1964.
- KRÖNIGER, Birgit 1997: Landschaftsarchitektur zwischen Ort und Imagination. Diplomarbeit am Lehrstuhl für Landschaftsarchitektur und Planung der TU München. Freising.
- KÜSTER, Ulf (Hrsg.) 2003: Theatrum Mundi. Die Welt als Bühne. Katalog zur gleichnamigen Ausstellung im Haus der Kunst München vom 24. Mai bis 21. September 2003. München.
- KUNZE, Ronald 1999: „Stadtmarketing als neue Facette der Stadtplanung oder als kommunale Querschnittsaufgabe?“. In: Planer/in 3/1999: 3-4.
- KWON, Miwon 2000: „2. One Place After Another: Notes on Site Specificity“. In: SUDERBURG, Erika 2000 (Hrsg.): Space, Site, Intervention: Situating Installation Art. Minneapolis/ London: 38-63.

- LANDSCHAFTSPARK DUISBURG-NORD GMBH
 VERANSTALTUNGSMANAGEMENT (Hrsg.) o.J.: Schauplatz Nord.
 Events und Incentives im Landschaftspark. Duisburg.
- LANDSCHAFTSPARK DUISBURG-NORD GMBH (Hrsg.) 2000: Zugänge zum
 Eisen. Industriekultur im Landschaftspark Duisburg-Nord. Duisburg.
- LANGE, Hans 2003: „Schauplatz - Metamorphosen. Theaterarchitektur im
 17. und 18. Jahrhundert“. In: KÜSTER, Ulf (Hrsg.) 2003: *Theatrum
 Mundi. Die Welt als Bühne. Katalog zur gleichnamigen Ausstellung
 im Haus der Kunst München vom 24. Mai bis 21. September 2003.*
 München: 53-57.
- LATZ, Peter 1993: „Paradigma Park“. In: KOENIGS, Tom (Hrsg.) 1993:
Stadt-Parks. Urbane Natur in Frankfurt am Main. Frankfurt am Main:
 22-27.
- LÄPPLE, Dieter 1991: „Gesellschaftszentriertes Raumkonzept. Zur
 Überwindung von physikalisch-mathematischen Raumauffassungen
 in der Gesellschaftsanalyse“. In: WENTZ, Martin (Hrsg.) 1991: *Stadt-
 Räume.* Frankfurt am Main/ New York: 35-46.
- LASSUS, Bernard 1991: „Zwischen Schichtung und Tiefe“. In: KOENIGS,
 Tom (Hrsg.) 1991: *Vision offener Grünräume. Grüngürtel Frankfurt.*
 Frankfurt am Main/ New York: 127-144.
- LEFEBVRE, Henri 2001: *The Production of Space.* Oxford. Französische
 Erstausgabe 1974: *La Production de l'espace.*
- LEHARI, Elga; ENDRES, Klaus (Hrsg.) 1983: *Volksfeste und Märkte.*
 Herausgegeben als Jubiläumsbuch 100 Jahre DER KOMET. Pirmasens.
- LEPPERT, Stefan 2001: „Gartenkunst und Kommerz“. In: *Garten+Landschaft*
 7/2001: 40.
- LIEBS, Holger 2000: „Wo die wilden Lamborghinis wohnen“. In: *Süddeutsche
 Zeitung* 1.8.2000: V2-3.
- LIPIETZ, Alain 1991: „Zur Zukunft der städtischen Ökologie. Ein regulations-
 theoretischer Beitrag“. In: WENTZ, Martin (Hrsg.) 1991: *Stadt-Räume.*
 Frankfurt am Main/ New York: 129-136.
- LIPP, Wolfgang 2000: „Event Ware“. In: GEBHARDT, Winfried; HITZLER,
 Ronald; PFADENHAUER, Michaela (Hrsg.) 2000: *Events. Soziologie
 des Außergewöhnlichen.* Opladen: 413 - 438.
- LÖW, Martina 2001: *Raumsoziologie.* Frankfurt am Main.
- LOPPOW, Bernd: „Die Alpen kommen“. In: *Die Zeit* Nr. 48. 22.11.2001:
 69.
- LUDWIG, Karl H.C. 1998: „Amüsante Spielereien ums Thema Wasser“. In:
Garten+Landschaft 9/1998: 6.

- LUDWIG, Karl H.C. 2000: „Die Blüten der Freiheit: Es lebe der Materialmix“. In: Garten+Landschaft 11/2000: 4-5.
- LUNGWITZ, Christoph 2004: „Sasha – nein danke. Kulturreferat verhindert Auftritt auf dem Königsplatz“. In: Süddeutsche Zeitung Nr. 72. 26.3.2004: 49.
- MANNING, Frank E. (Hrsg.) 1983 a: The Celebration of Society: Perspectives on Contemporary Cultural Performance. Bowling Green.
- MANNING, Frank E. 1983 b: „Cosmos and Chaos: Celebration in the Modern World“. In: ders. (Hrsg.) 1983: The Celebration of Society: Perspectives on Contemporary Cultural Performance. Bowling Green: 3-30.
- MARQUART, Christian 1999: Stadt-Konzepte. Planungstheorien zwischen Utopie und Sachzwang. Stuttgart.
- MARTIN, Gerhard M. 1973: Fest und Alltag. Bausteine zu einer Theorie des Festes. Stuttgart.
- MARX, Karl 1979: Das Kapital. Erster Band. Berlin. Erste Veröffentlichung 1890.
- MATZIG, Katharina 2001: „Ab 2003 am Mittleren Ring. Wettbewerb für ein `BMW Erlebnis- und Auslieferungszentrum´ in München“. In: Bauwelt 37/2001: 20-27.
- MAURÓ, Helmut 2003: „Dröhnende Draken. Die Salzburger Festspiele feiern Stockhausens 75. Geburtstag mit der Flugshow eines Brausefabrikanten“. In: Süddeutsche Zeitung Nr. 194. 25.8.2003: 11.
- MAZZONI, Ira 2003: „Dokutheater im rostigen Eindicker. Stephan Stroux inszeniert Regers `Union der festen Hand´ im Welterbe Rammelsberg/ Goslar“. In: Süddeutsche Zeitung 2.7.2003: o.S.
- MC ALOON, J. (Hrsg.) 1984: Rite, Drama, Festival, Performance. Rehearsals Toward a Theory of Cultural Performance. Philadelphia.
- MC ROBBIE, Angela 2001: „Vom Club zum Unternehmen“. In: BITTNER, Regina (Hrsg.) 2001: Die Stadt als Event. Zur Konstruktion urbaner Erlebnisräume. Frankfurt am Main, New York: 278-291.
- MEYER, James 2000: „1. The Functional Site; or, The Transformation of Site Specificity.“ In: SUDERBURG, Erika 2000 (Hrsg.): Space, Site, Intervention: Situating Installation Art. Minneapolis, London: 23-37.
- MILCHERT, Jürgen 2000 a: „Gartenkunst auf der Ippenburg“. In: Gartenpraxis 8/2000: 45-49.
- MILCHERT, Jürgen 2000 b: „Gartenschauen - Temporäre Ereignisse oder dauerhafte Räume?“. In: Anthos 1/2000: 24-29.
- MILCHERT, Jürgen 2000 c: „Kunst und Natur auf dem Gartenfestival Ippenburg“. In: Stadt+Grün 8/2000: 535-538.

- MILCHERT, Jürgen 2000 d: „Vom Einzug der Gaukler ins Grün“. In: Neue Landschaft 3/2000: 171-173.
- MOORE, Charles W. et al. 1991 : Die Poetik der Gärten. Architektonische Interpretationen klassischer Gartenkunst. Basel/ Berlin/ Boston.
- MOORSTEDT, Tobias 2002: „Spektakel auf Rollen“. In: Süddeutsche Zeitung 20.6.2002: 35.
- MÜLLER, Heidi; SELLE, Klaus 2001: „Was nach dem Feste bleibt... Großereignisse für Stadt und Region: Von Hannover lernen?“. In: planer/in 4/2001: 5-7.
- MÜLLER, Heidi; SELLE, Klaus (Hrsg.) 2002: EXPOst - Großprojekte und Festivalisierung als Mittel der Stadt- und Regionalentwicklung. Aachen/ Dortmund/ Hannover.
- MÜLLER, Lothar 2002: „Die Stunde der Schwadronierer. Augezeichnetes aus dem Kellerloch: Martin Wuttke inszeniert `Podpolje´ nach Dostojewski in Neuhardenberg bei Berlin“. In: Süddeutsche Zeitung Nr. 196. 26.8.2002: 13.
- MÜLLER, Wolfgang 2002: Eventmarketing. Grundlagen - Rahmenbedingungen - Konzepte - Zielgruppe - Zukunft. Norderstedt.
- NAGEL, Günther 2000: „Standpunkte heutiger Landschaftsarchitektur“. In: Garten+Landschaft 12/2000: 33-36.
- NEITZKE, Peter 2000: „Explosionskammern mit Bühnenanschluß oder `Wo am rechten Platz nichts liegt, da ist Ordnung´“. In: NEITZKE, Peter; STECKEWEH, Carl; WUSTLICH, Reinhart (Hrsg.) 2000: Centrum Jahrbuch Architektur und Stadt 2000-2001. Basel/Berlin: 95-101.
- NEITZKE, Peter; STECKEWEH, Carl; WUSTLICH, Reinhart 2000: „Was nach Ansicht der etablierten Klassen gefährlich ist, läßt sich nicht gewaltsam aus der städtischen Realität entfernen. Ein Gespräch mit dem Soziologen Sighard Neckel“. In: Dies. (Hrsg.): Centrum Jahrbuch Architektur und Stadt 2000-2001 Basel/Berlin: 102-109.
- NINK, Stefan 2000: „Rostige Zeiten. New Yorks Amüsiermeile ist heute mehr Erinnerung denn Realität: (Fast) eine Liebeserklärung“. In: Süddeutsche Zeitung Nr. 239. 12.10.2000: V2/1.
- NOHL, Werner 1980: Freiraumarchitektur und Emanzipation. Theoretische Überlegungen und empirische Studien zur Bedürftigkeit der Freiraumbenutzer als Grundlage einer emanzipatorisch orientierten Freiraumarchitektur. Europäische Hochschulschriften Reihe VI Psychologie. Frankfurt am Main.
- NOHL, Werner 1983: Städtischer Freiraum und Reproduktion der Arbeitskraft. München.
- NOIN, Daniel; WHITE, Paul 1997: Paris. Chichester.

- NORBERG-SCHULZ, Christian 1982: Genius loci. Landschaft, Lebensraum, Baukunst. Stuttgart.
- OPASCHOWSKI, Horst W. 2000: Kathedralen der Erlebniswelt. Erlebniswelten im Zeitalter der Eventkultur. Hamburg.
- ORZECZOWSKI, Eva 1991: „Bedürfnisorientierte Freiraumplanung am Beispiel von Werner Nohl“. In: EISEL, Ulrich; SCHULTZ, Stefanie (Hrsg.) 1991: Geschichte und Struktur der Landschaftsplanung. Landschaftsentwicklung und Umweltforschung, Schriftenreihe des FB Landschaftsentwicklung an der TU Berlin. Nr. 83. Berlin: 520-553.
- PÄDAGOGISCHER DIENST STAATLICHE MUSEEN PREUSSISCHER KULTURBESITZ (Hrsg.) 1987: Feste, Spiele und Spektakel. Französische Hoffeste und Zeremonien im 17. und 18. Jahrhundert. Begleitinformation zur gleichnamigen Ausstellung in der Kunstbibliothek Berlin. Berlin.
- PELZER, Berthold; SEDLMAIER, Alexander 2000: „Rezension. Marc Augé, Orte und Nicht-Orte. Vorüberlegungen zu einer Ethnologie der Einsamkeit“. In: DEUTSCHES INSTITUT FÜR URBANISTIK (Hrsg.) 2000: Informationen zur modernen Stadtgeschichte. Themenschwerpunkt: Stadt und Öffentlichkeit. Ausgabe 2/2000. Berlin: 66-72.
- PIEPMEIER, Rainer 1980: „Das Ende der ästhetischen Kategorie `Landschaft`“. In: Westfälische Forschungen – Mitteilungen des Provinzialinstituts für westfälische Landes- und Volksforschung des Landschaftsverbandes Westfalen-Lippe. Band 30: 8-46.
- POBLOTZKI, Ursula 2000: „Gartenschauen - zwischen Kunst und Kommerz“. In: Topos 33/2000: 36-45.
- PRAHL, Hans-Werner 1977: Freizeitsoziologie: Entwicklungen, Konzepte, Perspektiven. München.
- PRIGGE, Walter 1991: „Die Revolution der Städte lesen. Raum und Präsentation“. In: WENTZ, Martin (Hrsg.) 1991: Stadt-Räume. Frankfurt am Main/ New York: 99-112.
- PRIGGE, Walter 2002: „Inszenierungen des Urbanen - Zum Strukturwandel der europäischen Stadt“. In: KORNHARDT, Diethild; PÜTZ, Gabriele; SCHRÖDER, Thies 2002 (Hrsg.): Mögliche Räume. Hamburg: 42-50.
- PROJEKTBÜRO KULTURPROFILE 2003: „Ottmar Hörl `Das große Hasenstück´.“ Informationsblatt des Kulturreferates der Stadt Nürnberg.
- PÜTZ, Gabi 2000: „Quo vadis Landschaftsplanung“. In: Garten+Landschaft 3/2000: 25-28.
- RAUTERBERG, Hanno 2000: „Das Ich-Mobil. Der Volkswagen-Konzern oder Die Auto-Stadt als Metapher für ein besseres Leben“. In: NEITZKE, Peter; STECKEWEH, Carl; WUSTLICH, Reinhart (Hrsg.) 2000:

CENTRUM Jahrbuch Architektur und Stadt 2000-2001. Basel/ Berlin: 136-141.

REUS, Klaus-Dieter 2003: „`Das Operntheater erfordert etwas Großes in dem Äußerlichen der Vorstellung´ - Barocke Bühnentechnik“. In: KÜSTER, Ulf (Hrsg.) 2003: *Theatrum Mundi. Die Welt als Bühne*. Katalog zur gleichnamigen Ausstellung im Haus der Kunst München vom 24. Mai bis 21. September 2003. München: 30-33.

ROMEISS-STRACKE, Felizitas 1995: „Was haben Sie gegen künstliche Paradiese? Zur Inszenierung von Erlebniswelten“. In: THOMAS-MORUS-AKADEMIE BENSBERG (Hrsg.) 1995: *Kathedralen der Freizeitgesellschaft. Kurzurlaub in Erlebniswelten. Trends, Hintergründe, Auswirkungen*. Bensberger Protokolle 83. Bergisch Gladbach.

RONNEBERGER, Klaus 2000: „Surrogate City. Die Stadt der Erlebnisindustrie und die Imperative der Macht“. In: NEITZKE, Peter; STECKEWEH, Carl; WUSTLICH, Reinhart (Hrsg.) 2000: *Centrum Jahrbuch Architektur und Stadt 2000-2001*. Basel/ Berlin: 110-113.

ROOST, Frank 2000: *Die Disneyfizierung der Städte. Großprojekte der Entertainmentindustrie am Beispiel des New Yorker Times Square und der Siedlung Celebration in Florida*. Opladen.

ROSSMANN, Andreas 2003: „Puppenkiste im Koksofen. Abgefackelt: Eine Dramatisierung von Erik Regers Roman `Union der festen Hand´ durchwandert die Zeche Zollverein in Essen“. In: *Frankfurter Allgemeine Zeitung*. 30.7.2003: o.S.

ROST, Christian: „Immer Rummel vor dem Rathaus“. In: *Süddeutsche Zeitung* Nr. 41. 19.2.2004: 41.

ROUSSEAU, Sophie 2002: „Schouwburgplein: Mehr Bild als Platz?“. In: EDITION TOPOS (Hrsg.) 2002: *Plätze Urban Squares. Plätze und städtische Freiräume von 1993 bis heute*. München/ Basel/ Boston/ Berlin: 88-94.

RUHRTRIENNALE 2003: *Pogramm Saison 2003 vom 30. April bis 12. Oktober*. Gelsenkirchen.

SASSEN, Saskia 1997: *Metropolen des Weltmarkts. Die neue Rolle der Global Cities*. Frankfurt am Main/ New York.

SÄFKEN, Anne 1999: *Der Event in Regionen und Städtekooperationen - ein neuer Ansatz des Regionalmarketings? Schriften zur Raumordnung und Landesplanung*. Band 3. Universität Augsburg.

SCHÄFER, Robert 2000: „Autostadt Wolfsburg“. In: *Garten+Landschaft* 8/2000: 35-37.

SCHÄFER, Robert 2001: „Neue Gärten für die Stadt?“. In: *Garten+Landschaft* 8/2001: 6-7.

SCHAMA, Simon 1996: *Der Traum von der Wildnis. Natur als Imagination*. München.

- SCHEPERS, Wolfgang 1980: Hirschfelds Theorie der Gartenkunst. Worms.
- SCHLÖGEL, Karl 2003: Im Raume lesen wir die Zeit. Über Zivilisationsgeschichte und Geopolitik. München.
- SCHMIDT, Axel; BINDER, Jana; DEPPERMAN, Arnulf 2000: „Wie ein Event zum Event wird. Ein Snowboard-Contest im Erleben und in der kommunikativen Vergegenwärtigung Jugendlicher“. In: GEBHARDT, Winfried; HITZLER, Ronald; PFADENHAUER, Michaela (Hrsg.) 2000: Events. Soziologie des Außergewöhnlichen. Opladen: 115-133.
- SCHMIDT, Imma 2000: „Autoträume: Sanfte Hügel und große Kiefern. VW-Autostadt in Wolfsburg“. In: Landschaftsarchitektur 6/2000: 21-24.
- SCHMIDT, Christopher 2004: „Shakespeare würde Opel fahren“. In: Süddeutsche Zeitung Nr. 244. 20.10.2004: 13.
- SCHMITT, Peter 2003: „Das große Hasenstück. Die siebentausend Dürer-Imitate des Künstlers Ottmar Hörl stoßen in Nürnberg auf geteilte Resonanz“. In: Süddeutsche Zeitung Nr. 176. 2./3.8.2003: 48.
- SCHNEIDER, Christian 2004: „Lila Zugspitze“. In: Süddeutsche Zeitung Nr. 156. 9.7.2004: 40.
- SCHRÖDER, Johannes Lothar 1990: Identität, Überschreitung, Verwandlung. Happenings, Aktionen und Performances von bildenden Künstlern. Münster.
- SCHUBERT, Herbert 2000: Städtischer Raum und Verhalten. Zu einer integrierten Theorie des öffentlichen Raumes. Opladen.
- SCHÜTZ, Albert; LUCKMANN, Thomas 1979: Strukturen der Lebenswelt. Band 1, Frankfurt am Main.
- SCHULZE, Gerhard 1996: Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart. Frankfurt am Main. Erste Veröffentlichung 1992.
- SCHULZE, Gerhard 1999: Kulissen des Glücks. Streifzüge durch die Eventkultur. Frankfurt am Main.
- SELLE, Klaus 2001: „Stadtentwicklung zwischen Erlebniswelt und Alltagsort. Überlegungen zu Großen Projekten, Quartiersentwicklung und bürgerorientierter Politik“. <<http://www.pt.rwth-aachen.de/publikationen/manuskripte/Stadtentwicklung/htm>> Rev. 2001-11-01.
- SENNETT, Richard 2000: Der flexible Mensch. Die Kultur des neuen Kapitalismus. Berlin.
- SIEBEL, Walter 2002: „Urbanität ohne Raum. Der Möglichkeitsraum“. In: KORNHARDT, Diethild; PÜTZ, Gabriele; SCHRÖDER, Thies 2002: Mögliche Räume. Hamburg: 32-40.
- SIEBEL, Walter 2003: „Strukturwandel der europäischen Stadt: Die emanzipative Kraft des Urbanen“. In: HAUS DER ARCHITEKTUR (Hrsg.) 2003: 100% Stadt. Der Abschied vom Nicht-Städtischen. Graz: 12-29.

- SIMMEL, Georg 1984: Grundfragen der Soziologie. Berlin.
- SISTENICH, Frank; ZANGER, Cornelia 2000: „Eventmarketing. Das Marketing-Event als metakommunikativer Baustein zur Etablierung von Kundenbeziehungen“. In: GEBHARDT, Winfried; HITZLER, Ronald; PFADENHAUER, Michaela (Hrsg.) 2000: Events. Soziologie des Außergewöhnlichen. Opladen: 365-380.
- SPRINGER, Joachim: „Stadtmarketing Offenbach. Die Stadt vermarkten – aber womit?“. In: Planer/in 9/1999: 24-27.
- STADT NÜRNBERG, AMT FÜR KULTUR UND FREIZEIT (Hrsg.) 1995: 20. Bardentreffen Nürnberg 1995. Programm. Nürnberg.
- STADT NÜRNBERG, AMT FÜR KULTUR UND FREIZEIT (Hrsg.) 1999: 24. Bardentreffen Nürnberg 1999. Programm. Nürnberg.
- STADT NÜRNBERG, AMT FÜR KULTUR UND FREIZEIT (Hrsg.) 2002: 27. Bardentreffen Nürnberg 2002. Programm. Nürnberg.
- STENGEL Martin 1996: „Freizeit als Restkategorie. Das Dilemma einer eigenständigen Freizeitforschung“. In: HARTMANN, Hans Albrecht, HAUBL, Rolf (Hrsg.) 1996: Freizeit in der Erlebnisgesellschaft. Amüsement zwischen Selbstverwirklichung und Kommerz. Opladen: 19-44.
- STROH, Kassian 2002: „Raus aus dem Partykeller“. In: Süddeutsche Zeitung Nr. 60. 12.3.2002: 45.
- STROUX, Stephan (Hrsg.) 2003: Programmheft zum Industrie-Theater-Projekt UNION DER FESTEN HAND von Stephan Stroux. Berlin.
- STRUCK-SCHLOEN, Michael 2004: „Plötzliche Wende. Ruhrtriennale geht mit Rekordquote zu Ende“. In: Süddeutsche Zeitung Nr. 169. 24./25.7.2004: 17.
- SÜDDEUTSCHE ZEITUNG 21.2.2002: „Der Fall ist rund. Ein Objekt der Begierde: Jacques Herzog und Pierre de Meuron über ihr Münchner Fußballstadion“. Interview mit Hubert Filser. In: Süddeutsche Zeitung Nr. 44. 21.2.2002: 20.
- SÜDDEUTSCHE ZEITUNG 12.3.2002: „`Da würden ja die Knochen klappern´ - Tunnel, Industriehalle, Salzbergwerk? Oder doch lieber Leuchtturm? Drei Münchner Partymacher über den passenden Ort zur Sause“. Interview mit Florian Rath. In: Süddeutsche Zeitung Nr. 60. 12.3.2002: 45.
- SÜDDEUTSCHE ZEITUNG 3.3.2003: „Deutschland - ein Streichkonzert“. In: Süddeutsche Zeitung Nr. 51. 3.3.2003: 9.
- SÜDDEUTSCHE ZEITUNG 25.8.2003: „Kammermusik im Hubschrauber“. In: Süddeutsche Zeitung Nr. 194. 25.8.2003: 8.
- SÜDDEUTSCHE ZEITUNG 5.9.2003: „Drei Kilometer für die Umwelt“. In: Süddeutsche Zeitung Nr. 204. 5.9.2003: 40.

- TIBERGHINI, Gilles A. 1995: Land Art. London.
- TIPTON, Susan 2003: „`Il mondo festeggiante´ - Die Inszenierung höfischer Hochzeiten als Schauspiel für die Welt“. In: KÜSTER, Ulf (Hrsg.) 2003: *Theatrum Mundi. Die Welt als Bühne. Katalog zur gleichnamigen Ausstellung im Haus der Kunst München vom 24. Mai bis 21. September 2003.* München: 42-47.
- THOMAS, Christian 2000: „Frankfurter Schule. Ein pragmatischer Streifzug, eine pathetische Promenade durch die Kernstadt einer Finanzmetropole“. In: NEITZKE, Peter; STECKEWEH, Carl; WUSTLICH, Reinhart (Hrsg.) 2000: *Centrum Jahrbuch Architektur und Stadt 2000-2001.* Basel/ Berlin: 60-67.
- VENTURI, Robert; SCOTT BROWN, Denise; IZENOUR, Steven 1979: *Lernen von Las Vegas. Zur Ikonographie und Architektursymbolik der Geschäftsstadt.* Braunschweig.
- VÖCKLER, Kai 1998: „Umgekehrte Ruinen.“ In: PRÖFENER, Franz (Hrsg.) 1998: *Zeitzeichen Baustelle. Realität, Inszenierung und Metaphorik eines abseitigen Ortes.* Frankfurt am Main/ New York: 203-221.
- WAGNER, Dieter 1999: „Stadtmarketing – ein Instrument kommt in die Jahre“. In: *Planer/in* 9/1999: 20-23.
- WARTMANN, Volker 2004: „Am Strand von Berlin“. In: *mobil* 7/2004: 22-25.
- WEBB, Michael 1990: *Die Mitte der Stadt. Städtische Plätze von der Antike bis heute.* Frankfurt am Main/New York.
- WEBER, Max 1924: *Gesammelte Aufsätze zur Soziologie und Sozialpolitik.* Hrsg. von Marianne Weber. Tübingen.
- WEBER, Max 1975: *Wissenschaft als Beruf.* Berlin. 6. Auflage.
- WEILACHER, Udo 1996: *Zwischen Landschaftsarchitektur und Land Art.* Basel/ Berlin/ Boston.
- WEILACHER, Udo 2000: „Leichtes Spiel mit Temporärem?“. In: *Gartenpraxis* 10/2000: 48-51.
- WEINDL, Fridolin 2004: „Rimini ist überall“. In: *Süddeutsche Zeitung* Nr. 177. 3.8.2004: V2/2.
- WEISSHAAR, Bertram 2000: „Kraft der Poesie“. In: *Planer/in* 3/2000: 19-20.
- WENZEL, Carl-Otto; FRANCK, Jochen 1995: „Euro Disney und Mall of America“. In: THOMAS-MORUS-AKADEMIE BENSBERG (Hrsg.) 1995: *Bensberger Protokolle 83. Kathedralen der Freizeitgesellschaften. Trends, Hintergründe, Auswirkungen.* Bergisch Gladbach: 73-129.
- WILLEMS, Herbert 2000: „Events: Kultur - Identität – Marketing“. In: GEBHARDT, Winfried; HITZLER, Ronald; PFADENHAUER, Michaela (Hrsg.) 2000: *Events. Soziologie des Außergewöhnlichen.* Opladen: 51-73.

- WIRZ, Heinz (Hrsg.) 2001: Wasser, Schichten, Horizonte. Agence Ter – Henri Bava, Michel Hoessler, Olivier Philippe. Luzern.
- WOLFRUM, Sophie 2003: „Haben Städte eine Seele?“. <<http://www.janson-wolfrum.de/textindex.htm>>. Rev. 2004-07-16.
- WULF, Christoph 2001 a: „Einleitung“. In: WULF, Christoph et al. 2001: Das Soziale als Ritual. Zur performativen Bildung von Gemeinschaften. Opladen: 7-17.
- WULF, Christoph 2001 b: „6. Rituelles Handeln als mimetisches Wissen“. In: ders. et al. 2001: Das Soziale als Ritual. Zur performativen Bildung von Gemeinschaften. Opladen: 325-338.
- WULF, Christoph; ZIRFAS, Jörg 2001: „7. Das Soziale als Ritual: Perspektiven des Performativen“. In: WULF, Christoph et al. 2001: Das Soziale als Ritual. Zur performativen Bildung von Gemeinschaften. Opladen: 339-347.
- WYNNE, Derek 2001: „Zeitgenössische Kultur. Kommodifizierung und urbane Revitalisierung“. In: BITTNER, Regina 2001: Die Stadt als Event. Zur Konstruktion urbaner Erlebnisräume. Frankfurt am Main, New York: 293-298.
- ZIELCKE, Andreas 2000: „Schön und gut. Das neue Gesicht der Ökonomie: Der kulturelle Kapitalismus“. In: Süddeutsche Zeitung Nr. 220. 23./24.9.2000: 17.
- ZINGERLE, Arnold 2000: „Monothematisches Kunsterlebnis im Passageraum. Die Bayreuther Richard-Wagner-Festspiele als Event“. in: GEBHARDT, Winfried; HITZLER, Ronald; PFADENHAUER, Michaela (Hrsg.) 2000: Events. Soziologie des Außergewöhnlichen. Opladen: 183-202.
- ZIPS, Martin 2002: „`Jedermann´ in der Kantine. Umjubeltes Gastspiel im Audi-Forum in Ingolstadt“. In: Süddeutsche Zeitung Nr. 180. 6.8.2002: 49.
- ZUKIN, Sharon 1995: The Cultures of Cities. Cambridge/Massachusetts.

Unveröffentlichte Quellen

BÜSCHING, Dirk: Interview des Geschäftsführers der Landschaftspark Duisburg-Nord GmbH mit der Verfasserin am 25. Juli 2003 in Duisburg.

GNAUERT, Jochen: Interview des Geschäftsführers der Veranstaltungsagentur KulturGipfel mit der Verfasserin am 7. August 2003 in München

KLEINEBERG, Karl: Interview des Geschäftsführers der Industriekultur Saar GmbH mit der Verfasserin am 13. August 2003 in Göttelborn

SCHENK, Géza Günther: Interview über Werbung und Eventmarketing mit der Verfasserin am 15. Juli 2003 in Freising

SIKORA, Reiner: Interview des Leiters des Projektbüros KulturProfile Nürnberg mit der Verfasserin am 12. August 2003 in Nürnberg

SORKIN, Michael 2000: „Event Space“. Vortrag anlässlich der Konferenz „Event City“ am 15. September 2000 in Dessau. Mitschrift der Verfasserin.

Abbildungsverzeichnis

Seite

- 7 Foto: Detlev Hecht, IBA Fürst Pückler Land
- 8 Foto: Birgit Kröniger
- 9 Abb.: Wirz 2001, 42
- 17 Abb.: Alewyn 1985, Tafel 10
- 18 Abb.: Pädagogischer Dienst Staatliche Museen Preußischer Kulturbesitz 1987, 9, Abb. 7
- 19 Abb.: Werbematerial Hangar-7, 2003
- 22 Abb.: Pädagogischer Dienst Staatliche Museen Preußischer Kulturbesitz 1987, 8, Abb. 6
- 23 Fotos: Birgit Kröniger
- 24 Foto links: Ferropolis Museum und Veranstaltungen GmbH, Veranstaltungsprogramm 2000
Foto rechts: Sturmius Trachternach
- 26 Foto: Rolf Walter, Süddeutsche Zeitung Nr. 161, 15.7.2002, 9
- 30 Foto links: Birgit Kröniger
Abb. rechts: Alberti 1975, 447, Tafel XIII
- 32 Abb.: Venturi & Scott-Brown & Rauch 1979, 106-107
- 33 Abb.: <http://www.allianz-arena.org/german/presse/download/index.html>
- 34 Abb.: Küster 2003, 44
- 35 Abb. links: Dering 1986, 22, Abb. 6
Abb. rechts: Dering 1986, 121, Abb. 178
- 36 Fotos: Robert Wenk
- 37 Fotos: Robert Wenk
- 40 Fotos: Birgit Kröniger
- 41 Foto links: Birgit Kröniger
Foto rechts: Fundació Caixa d'Arquitectes 2000, 118
- 47 Abb.: Küster 2003, 104
- 48 Abb.: Lehari & Endres 1983, 280
- 50 Foto: Birgit Kröniger
- 54 Abb.: VW Autostadt Infomaterial
- 56 Abb.: Dietzfelbinger & Liedtke 2004, 77
- 63 Fotos von links nach rechts: Peter Neusser, Süddeutsche Zeitung Magazin Nr. 15, 11.4.2003, 31/29/33
- 72 Fotos: Birgit Kröniger
- 85 Abb. oben: Pädagogischer Dienst Staatliche Museen Preußischer Kulturbesitz 1987, 12, Abb. 11
Abb. unten: ebd. 3, Abb. 1
- 90 Foto: Birgit Kröniger
- 92 Abb. links: Dering 1986, 25, Abb.10
Abb. rechts: ebd., 33, Abb. 20

Seite

101	Abb.: Küster 2003, 150
103	Abb.: Dietzfelbinger & Liedtke 2004, 76
104	Abb.: Dietzfelbinger & Liedtke 2004, 45
105	Abb. links: Küster 2003, 102 Abb. rechts: ebd., 106
107	Foto: Birgit Kröniger
109	Abb.: Küster 2003, 60
111	Fotos: Birgit Kröniger
115	Abb.: Küster 2003, 88
121	Foto: Birgit Kröniger
130	Fotos: Birgit Kröniger
131	Fotos: Birgit Kröniger
141	Foto: Wolfgang Volz, Chernow 2000, Bildtafelteil
143	Foto: Jean-Dominique Lajoux, Chernow 2000, Bildtafelteil
144	Fotos: Sigrid Kröniger
151	Fotos: Birgit Kröniger
152	Fotos: Birgit Kröniger
154	Foto: www.pattullo.com
155	Abb. links: Gaillard 1996, 93 Abb. rechts: ebd., 43
163	Fotos: Birgit Kröniger
166	Abb.: Flyer Industriekultur Saar GmbH, Kulturprojekt „Schicht-Wechsel 04“
169	Abb.: Flyer Industriekultur Saar GmbH, Kulturprojekt „Schicht-Wechsel 03“
170	Fotos: Birgit Kröniger
172	Landschaftspark Duisburg-Nord GmbH 2000, 60
173	Fotos: Latz+Partner
174	Foto links: Latz+Partner Foto rechts: Christa Panick, Weilacher 1996, 127
176	Foto: Latz+Partner
177	Foto: Ruhrtriennale 2003, 49
178	Foto links: Ruhrtriennale 2003, 48 Foto rechts: Landschaftspark Duisburg-Nord GmbH, Veranstaltungsmanagement

