

# Bereichsrezensionen

Jörg Becker ■

## Bilderwelten – Weltenbilder

Als ich im Sommer 1999 mit meiner Familie die Ausstellung „Schön ist es auch anderswo ... Fotografien vom Ruhrgebiet 1989-1999“ im Rheinischen Industriemuseum in Oberhausen besuchte, war meinem 10-jährigen Sohn schnell klar geworden: „Das ist doch keine Kunst.“ Seine abwertende Beurteilung hatte sich vor allem an den Fotografien von Lorenz Berges „Florastraße. Gelsenkirchen“ entzündet. Wie viele andere Arbeiten der Ausstellung zeigten diese Fotografien nichts Besonderes, aber auch nichts Häßliches. Die Bilder spiegelten vielmehr ein Alltagsverständnis und ein Alltagsbewußtsein der „Stadtlandschaft“ Ruhrgebiet wider, die nach Auffassung meines Sohnes nicht in eine Kunstausstellung gehörten und Kunst schon erst recht nicht seien. Für ihn waren die gezeigten Fotografien viel zu nah an seinem eigenen Alltagserleben, denn schließlich hatte er die abgebildeten Gebäude, welche die Gelsenkirchener Stadtbibliothek beherbergen, zu oft besucht, als daß sie Gegenstand von Kunst sein konnten.

So wie meinem Sohn ist es vielen Besuchern der Ausstellung ergangen. Eine Fotoausstellung über das Ruhrgebiet haben sie sich ganz anders vorgestellt und hätten

sie ganz anders konzipiert. Fragt man den Durchschnittsbesucher – hier soll einmal angenommen werden, daß es ihn gibt – nach seinen Bildern vom Ruhrgebiet, so werden die vermeintlichen Schönheiten der Region vorgetragen: das „viele Grün“ zwischen Ruhr und Emscher, die Parks, die Wasserburgen und neuerdings die gut restaurierten und umfunktionierten baulichen Hinterlassenschaften des Industriezeitalters.

Die Diskrepanz zwischen den Raumimages des Alltagsbewußtseins und den durch bewußte künstlerische Produktion hergestellten räumlichen Vorstellungsbildern wird in den Auffassungen meines Sohnes besonders deutlich.

Wie sind solche unterschiedlichen Auffassungen über die Darstellung von Regionen und Landschaften zu erklären oder anders gefragt, wie kommen eigentlich die Bilder in die Köpfe, wie entstehen sie? Wie und zu welchem Zweck werden sie produziert und reproduziert?

Daß Bilder „wirklichkeitsmächtig“ werden können, gehört zu den Selbstverständlichkeiten unseres Alltagswissens. Kaufentscheidungen werden getroffen, weil mit dem Gebrauchswert des Produkts auch

ein bestimmtes Image, ein Bild vom „richtigen“ Leben erworben wird. Menschen ziehen um, weil das Wohngebiet einfach nicht mehr „angesagt“ ist. Urlaubsziele werden angesteuert, weil mit ihren Vorstellungsbildern „Abenteuer“, „Erholung“ und anderes vermittelt wird.

Vor allem die (Werbe-)Psychologie hat sich dem Problem des Zusammenhangs von Vorstellungsbildern und individuellem Handeln ausführlich gewidmet. In der Soziologie wird nach der gesellschaftlichen Dimension dieses Zusammenhangs gefragt. Die deutschsprachige Geographie hat in einer ersten Phase in den 70er Jahren den Zusammenhang von Raumbildern/Images und Entwicklungsprozessen behandelt. Beispiele sind die Arbeiten von Ganser (1970) und Ruhl (1971) oder auch Monheim (1972). Eine breiter angelegte Forschung hat sich allerdings erst in den letzten Jahren herausgebildet.

Die Erfahrungen meines Sohnes in der oben angesprochenen Ausstellung lassen Rückschlüsse auf mögliche Formen des Zugangs zu Raumbildern zu:

- das aus dem alltäglichen Erleben, aber auch durch unbekanntes Raumbildvermittlung erwachsene Raumbild (Alltagsraumbild),
- das bewußt produzierte und auf Veränderungen abzielende Raumbild (Kunst, Imageproduktion) und
- der Prozeß der Einwirkung eines Raumbildes auf ein anderes (konkurrierende Raumbilder).

Die im folgenden diskutierten Bücher verwenden diese Zugänge auf unterschiedliche Weise. Die ersten drei Arbeiten analysieren das Vorhandensein und die Herstel-

lung von Raumbildern unter dem Aspekt ihrer jeweiligen Zwecksetzungen. Die drei anderen Bücher können selbst als Raumbildproduktionen mit je unterschiedlichen Zielsetzungen verstanden und können als Beispiele für die Herstellung von Bildern über eine Region – hier das Ruhrgebiet – gelesen werden.

Bernd-Achim Stegmann: Großstadt im Image. Eine wahrnehmungsgeographische Studie zu raumbezogenen Images und zum Imagemarketing in Printmedien am Beispiel Kölns und seiner Stadtviertel. Köln: Selbstverlag, Geographisches Institut der Universität Köln 1997 (Kölner Geographische Arbeiten, Heft 68). 219 S.

Der Arbeit von Stegmann liegt die Basisannahme zugrunde, daß räumliche Vorstellungsbilder und Raum-Images gesellschaftliche Konstrukte sind, die den Zugang zu und die Verfügung über Raumeinheiten symbolisch repräsentieren. Anders als der traditionelle perceptionsgeographische Ansatz, der den konkreten physischen Raum als den Wahrnehmungsraum des Individuums auffaßt, untersucht der Autor die durch Medien organisierte und strukturierte Kommunikation über Raum. Raumabstraktionen werden gesellschaftlich produziert und gesellschaftlich vermittelt, sind also Elemente sozialer Kommunikation – so der Autor.

Am Beispiel Kölns wirft Stegmann die Frage auf, welche Images von der Stadt und ihren Untereinheiten wie Stadtteilen oder Wohnquartieren in unterschiedlichen

Printmedien vermittelt werden, wie diese auf die Vorstellungswelt der Leser einwirken und welche Raumbilder gezielt von den Medien für ein Imagemarketing verwendet werden können. Dieser Fragestellung wird durch das hermeneutische Verfahren der Textinterpretation an Hand von sechs Fallstudien nachgegangen. Dabei reicht die Interpretation von der Analyse von 32 Köln-Krimis über eine Stadtteilserie einer Kölner Stadtilustrierten bis hin zum bekannten Böll-Interview von 1979. Kriterium für die Auswahl dieser Fallstudien war die etwas schwammige und schwierig zu operationalisierende „Wirkungsmächtigkeit“ der Texte: Es sollten Arbeiten analysiert werden, die eine gewisse öffentliche Resonanz hervorgerufen hatten.

Mit Hilfe der Auslegungsmethode der „synthetischen Interpretation“ werden die unterschiedlichsten Köln-Bilder rekonstruiert, und Stegmann weist nach, daß Medien nicht nur Raum-Images vermitteln, sondern auch verändern und erzeugen. Ein wesentliches Ergebnis seiner Analyse ist die Erkenntnis, daß die mediale Produktion von Images als eine interessegeleitete Handlungsweise angesehen werden muß. Existierende Raumbilder werden aufgegriffen oder umgedeutet, neue werden entworfen usw., um jeweils spezifische Kalküle zu befördern. Raumbildproduktion wird so zu einem Gegenstand gesellschaftlicher Auseinandersetzungen.

Stegmanns Arbeit ist ein guter Beleg dafür, daß auch in der Geographie hermeneutische Verfahren wie die Textinterpretation sinnvoll angewendet werden können. Dieses Verfahren vermeidet vor allem die Gefahr, daß das, was erforscht werden

soll – hier die Raum- und Vorstellungsbilder über die Stadt Köln – nicht erst in der mehr oder minder „künstlichen“ Situation des empirischen Forschungsprozesses, z. B. innerhalb einer Befragung, hergestellt wird. Stegmann hingegen untersucht die Bedeutungen von Begriffen, denn es geht ja bei den Raum- und Vorstellungsbildern vor allem um die unterschiedliche Auslegung von Worten, in verschiedenen „natürlichen“ Sprach- und Kommunikationssituationen. Er gelangt so mit Hilfe der Textinterpretation zu Einsichten und Ergebnissen, die durch standardisierte Befragungstechniken nicht hätten gewonnen werden können.

Wilfried Körner: Der Frankfurter Grüngürtel als sozialer Raum: Diskurse, Raumbilder und Netzwerke – das Beispiel Sossenheim. Frankfurt/M. 1998 (Institut für Kulturgeographie, Stadt- und Regionalforschung der Universität Frankfurt/M. Materialien, Bd. 23). 152 S.

Körners Arbeit untersucht am Beispiel der Grünflächenplanung in Frankfurt/M. die gesellschaftliche Auseinandersetzung verschiedener Akteursgruppen im Stadtentwicklungsprozeß. Der Autor will die Frage nach den unterschiedlichen Interessen der am Planungsprozeß Beteiligten und vom Planungsprozeß Betroffenen beantworten und analysiert, wie städtischer Raum sozial produziert und verschiedenen Gruppen zugänglich gemacht wird. Er geht davon aus, daß der Prozeß der gesellschaftlichen Aneignung strukturiert wird durch die

Interpretationsleistungen der Akteure und durch deren Kampf um die „richtige“ Interpretation. Die je spezifischen Wahrnehmungs- und Bewertungsweisen seien Voraussetzung für bestimmte Handlungsmuster, die wiederum zu realen Veränderungen führten. Methodischer Ausgangspunkt dieser Aufgabenstellung ist die Diskursanalyse.

Nach Auffassung des Autors ist die Diskursanalyse eine mögliche Erkenntnis- methode, die soziale Bedeutung individueller Wahrnehmungen und Einstellungen zu untersuchen, d. h. den Einfluß von Gesellschaft auf individuelle Sichtweisen und Raumbilder kenntlich zu machen. Nach seinem Verständnis sind Diskurse umfassende hegemoniale Erklärungsmuster, die einen gewissen Wahrheitsanspruch zum Ausdruck bringen; sie sind das Ergebnis von Aushandlungsprozessen und stellen einen gruppenkonstituierenden Konsens dar.

Im spezifischen Zusammenhang der Beschreibung und Erklärung der Entstehung von Raumbildern spielen diese Überlegungen insofern eine Rolle, als räumliche Vorstellungsbilder keine eigenständigen Konstrukte darstellen, sondern sich auch aus anderen virulenten Vorstellungswelten speisen, Teile von ihnen aufgreifen usw. Raumbilder können so als eine komplexe Zusammenfassung sozialer Bedeutungszuschreibungen und räumlicher Objektivationen aufgefaßt werden.

Zum Aufspüren unterschiedlicher Raumbilder und verschiedener Diskurse setzt Körner Verfahren der qualitativen Sozialforschung ein. Neben Einzelinterviews und Gruppenbefragungen werden auch verschiedene öffentliche Veranstaltungen zum

Planungsverfahren besucht und ausgewertet. Die Einzelinterviews werden unterstützt durch Fotobefragungen, in denen den Interviewpartnern Fotos aus dem Planungsraum vorgelegt werden. Vor dem Gespräch wurden die Interviewten vom Autor gebeten, Handskizzen vom Planungsgebiet anzufertigen. Diese „mental maps“ spielen in der Interpretation des empirischen Materials durch Körner eine wesentliche Rolle, wobei die Schlußfolgerungen des Autors nicht immer für den Leser nachzuvollziehen sind und seine Interpretationen teilweise einen starken spekulativen Charakter annehmen.

In seiner Analyse kommt Körner zu einer Klassifikation von Raumbildern (synthetisch-territoriale Raumbilder, instrumentell-territoriale Raumbilder, diskursive Raumbilder), die auch jeweils verschiedenen Akteursgruppen zugerechnet werden können. Es scheint geradezu ein determinierender Zusammenhang zwischen der Stellung der befragten Personen im Planungsprozeß und ihren spezifischen Raumbildern zu bestehen.

Resümierend kann die Arbeit von Körner als ein Beitrag zu einer kommunikativen Stadtentwicklungsplanung – wie sie etwa von Selle (1994) vorgeschlagen wird und in der die Moderation der unterschiedlichen Interessen der an der Planung Beteiligten einen wesentlichen Raum einnimmt – gelesen werden. Körner tritt dafür ein, daß das Gelingen demokratischer Planung wesentlich davon abhängig sei, „Kommunikation so zu organisieren und inhaltlich zu moderieren, daß lokale oder überlokale Machtstrukturen nicht fortwährend reproduziert werden. Eine solche Planung muß

ein Mindestmaß an gesellschaftstheoretischer Analyse leisten. Diese Planung oder Moderation muß Diskursivierungsstrategien und Hegemonialisierungsprozesse der Akteure und sozialer Gruppen deutlich machen. Nur so kann sie Desintegrationserscheinungen und selektive Privilegierung erkennen und transparent machen, um auf diese Weise überhaupt die Voraussetzung für demokratische Planungsprozesse zu schaffen.“ (145)

Anke Schüttemeyer: Eigen- und Fremdimage der Stadt Bonn. Eine empirische Untersuchung. Bonn 1998 (Bonner Beiträge zur Geographie. Materialien aus Forschung und Lehre, Heft 9). 109 S.

Die Arbeit von Schüttemeyer orientiert sich in weiten Teilen an den Denkfiguren und Methoden der Betriebswirtschaft. Ihre Imageanalyse von Bonn soll als Teil des Stadtmarketings fungieren können. „Image“ wird dabei nicht als wissenschaftliche Kategorie oder als analytischer Begriff gefaßt, sondern als Grundlage und Teil instrumentellen Handelns. Das Instrument „Imageanalyse“ soll der Stadtentwicklungspolitik Wege aufzeigen, wie Bonn in der interkommunalen Konkurrenz um Wohnbevölkerung und Wirtschaftsbetriebe besser positioniert werden kann.

Unterschieden werden Eigen-, Umland- und Fremdimage der Stadt Bonn, das durch Befragungen in Bonn (Eigenimage), einigen Nachbarstädten (Umlandimage) und anderen Orten der Bundesrepublik (Fremdimage) erforscht wird. Offenbar aus

forschungsökonomischen Gründen wird das Fremdimage lediglich in denjenigen Städten erhoben, in denen die studentischen Interviewer wohnen, welche die Befragung durchführten.

Zur Anwendung kommen in den Interviews die üblichen Erhebungsinstrumente einer Imageanalyse: Assoziationstests, Bewertungsverfahren et cetera. Neben der Ist-Analyse werden in den Befragungen auch Daten zum Wunschbild, wie also in den Vorstellungen der Interviewten Bonn aussehen sollte, abgefragt. Aus der Gegenüberstellung von Ist- und Sollbild werden Handlungsfelder aufgezeigt, in denen Politik verstärkt aktiv werden muß.

Offensichtlich ist mit der Anlage des Forschungsdesigns eine wie auch immer begriffene Repräsentativität der Befragungen nicht angestrebt. Weder wird die mit der Fragestellung der Arbeit verknüpfte Grundgesamtheit näher charakterisiert noch wird ein Vergleich von Stichprobe und Grundgesamtheit an Hand des Vergleichs soziographischer Daten vorgenommen. Auch die Auswahl der Umlandgemeinden, in denen das „Umlandimage“ erhoben wird und die Auswahl der Städte, in denen dem „Fremdimage“ nachgegangen wird, ist eher dem Zufall überlassen und nicht aus der Fragestellung der Arbeit entwickelt.

Die Schwächen der methodischen Umsetzung korrespondieren mit einer gewissen Unschärfe in den grundlegenden Begriffen und Kategorien der Arbeit. Diese Unschärfe führt u. a. zu der Vorstellung, daß Raumbilder – also Vorstellungen, die durch einen höchst komplexen sozialen Zusammenhang charakterisiert sind – selbst eine räumliche Dimension besitzen. So führt Schüttemeyer

an, daß die umfangreichen Befragungen in Bonn, im Umland und in anderen Städten der Bundesrepublik eine räumlich differenzierte Betrachtung zuließen. Diesem Vergleich legt sie die Annahme zugrunde, daß mit wachsender Entfernung vom Referenzraum der Verzerrungsgrad des Images steige und demgemäß Unterschiede zwischen einheimischen Bewohnern und Auswärtigen auftreten könnten (27). Wie nahe die Bilder in den Köpfen der befragten Personen der Realität kommen – ob und auf welche Weise diese Differenz aber auch die „Realität“ selbst gemessen werden kann, bleibt undiskutiert –, ist nach dieser Auffassung davon abhängig, in welcher räumlichen Distanz sich die Personen normalerweise zum „Referenzraum“ aufhalten.

Auch wenn Schüttemeyers Arbeit der anwendungsbezogenen Forschung zuzurechnen ist, bleibt die Frage zu beantworten, ob nicht auch diese Art der Forschung gut beraten wäre, würde sie mit etwas größerer Sorgfalt und Aufmerksamkeit ihre Basisannahmen überprüfen. Das würde zum einen ihre Argumentationskraft stärken, zum anderen gegen interessierten Mißbrauch besser schützen.

Karl Ganser: *Liebe auf den zweiten Blick*. Internationale Bauausstellung Emscher Park. Dortmund 1999. 223 S.

Gansers „*Liebe auf den zweiten Blick*“ ist ein Bilderbuch über die 1999 zu Ende gegangene Internationale Bauausstellung (IBA) Emscher Park, deren Geschäftsführer er war. In teilweise sehr ansprechend künst-

lerisch gestalteten Bildern werden die einzelnen Themen der IBA vorgestellt: Emscher Landschaftspark, ökologischer Umbau des Emscher-Systems, Arbeiten im Park, städtebauliche und soziale Impulse für die Stadtentwicklung, Wohnen in der Siedlung, Industriekultur und Tourismus.

Die poetisch klingenden Überschriften der einzelnen Kapitel wie „Natur frißt Stadt“, „Die Kohle geht, die Sonne kommt“, „Licht in der Dunkelheit“ u. ä. machen deutlich, daß es dem Autor nicht um prosaische Informationen über ein 10 Jahre währendes Regionalentwicklungsprojekt geht, sondern der Leser in die faszinierende Welt des „neuen Ruhrgebiets“ entführt werden soll. Die Fotografien markieren den „Aufbruch in eine postindustrielle Zeit“, in ihnen steckt „die Aufforderung, die Schönheit der Industrielandschaft zu entdecken.“ (7) Ganser schreibt zu seiner Zeit im Ruhrgebiet und als Erläuterung des Titels: „So hat sich im Laufe der Jahre eine Liebe auf den zweiten Blick eingestellt, die eine nicht alltägliche Schönheit (gemeint ist das Ruhrgebiet, J.B.) ins Licht rückt. Aus diesem Gefühl sind die Bilder und Texte in diesem Bildband gefügt und den Personen gewidmet, die mir dabei Wege gewiesen haben, ohne daß sie dies vielleicht so recht wissen.“ (191).

Gansers Konzept der Bildproduktion scheint auf ein Vorbild in der Weltliteratur zurückzuführen sein, das Geographen nicht ganz unbekannt sein dürfte. Saint-Exupéry's kleinem Prinzen wird auf seiner Reise vom Fuchs beim Abschied ein wichtiger Hinweis mitgegeben: „Adieu“, sagte der Fuchs. „Hier mein Geheimnis. Es ist ganz einfach: man sieht nur mit dem Herzen gut.

Das Wesentliche ist für die Augen unsichtbar.‘,Das Wesentliche ist für die Augen unsichtbar‘, wiederholte der kleine Prinz, um es sich zu merken.“ (Saint-Exupéry 1957, 52 f.) „Mit dem Herzen schauen“ – das scheint auch das Konzept dieses Bildbandes zu sein und es ist schwierig, sich der Faszination der Bilder zu entziehen. Man sieht es den Fotografien an, daß auch der Betrachter der Bilder die dargestellte Stadtlandschaft mit der gleichen Liebe entdecken soll, mit der der Fotograf sie in Szene gesetzt hat. Das Ruhrgebiet soll mit dem „Herzen geschaut“ werden. „Das Wesentliche“ erschließt sich dem Betrachter in der Zusammenschau der einzelnen Fotografien – quasi als Subtext der durchgängigen Bildkompositionen.

Gansers „Liebe auf den zweiten Blick“ ist so vergleichbar mit gut gestalteten Bildbänden über „intakte“ Landschaften, von denen der Leser ebenfalls gefangen genommen werden soll. Es ist der Versuch der Rehabilitation einer „geschundenen“ und „ausgebeuteten“ Region mit den Mitteln alter und konventioneller Sehgewohnheiten.

Peter Pachnicke, Bernhard Mensch (Hg.): Kunst setzt Zeichen. Landmarken-Kunst. Eine Ausstellung der Ludwig Galerie Schloß Oberhausen im Auftrag der IBA Emscher Park, 1. Mai bis 3. Oktober 1999. Oberhausen 1999. 213 S.

Zum Abschluß der Internationalen Bauausstellung (IBA) Emscher Park 1999 wurden ihre Ergebnisse mit einigem Aufwand einer breiten Öffentlichkeit präsentiert.

Die vorliegende Arbeit ist der Katalog zur Ausstellung über die von der IBA im nördlichen Ruhrgebiet inszenierte Landmarken-Kunst. Er besteht aus drei Teilen. Die eigentliche Ausstellung wird mit Hilfe zahlreicher Fotos und Abbildungen, denen kurze erläuternde Texte beigegeben sind, dokumentiert. Sechs Aufsätze beschäftigen sich mit der Rolle der Kunst in der Wahrnehmung von (Industrie-)Landschaft. Schließlich werden 20 Landmarkenprojekte beschrieben und erläutert.

Die Landmarken, welche die IBA Emscher Park mit bekannten Künstlern entwickelt und umgesetzt hat, markieren – so der zugrundeliegende Ansatz – Geschichte und Zukunft des Reviers: Landmarken-kunst erzählt den Menschen, wo sie herkommen, und deutet an, wohin es gehen könnte. Sie orientiert in einem Gewirr von Häusern und Straßen, wo es schwer ist, die Übersicht zu behalten. Landmarken sind künstlerische Sehnsuchszeichen für die Gestaltung einer Landschaft, in der sich Natur, Mensch und Technik im Gleichgewicht befinden – so könnten die Aufgaben der Landmarkenkunst der Internationalen Bauausstellung Emscher Park zusammenfassend umrissen werden.

Peter Pachnicke, dem Konzeption und Organisation der Ausstellung oblagen, schreibt: „Während das Gesicht anderer Regionen durch Kathedralen, Burgen, Schlösser, Flüsse bestimmt ist, wird das Emschertal durch die Landmarken der Industriekultur geprägt: Fördertürme, Hüttenwerke, Gasometer, Halden, Brachen. Landmarken sollten nicht nur als Ruinen der Industriegeschichte bewahrt werden, sondern durch künstlerische Transforma-

tion dem ökologischen Wandel Gestalt geben. Richard Serra, Jonathan Park, Dan Flavin, Dani Karavan, Ulrich Humpert, Hermann Prigann, Ulrich Rückriem u. a. schufen mit dem Ausdrucksmittel der Land Art, der Skulptur, der Lichtplastik und Klanginstallation Landmarken, die am Tag wie in der Nacht der Emscherregion ein Gesicht geben, in dem gleichermaßen Geschichte, Gegenwart und Zukunft erkennbar wird.“ (29)

Die Ausstellung will denjenigen Menschen „Sehhilfen“ an die Hand geben, welche die Landmarken an ihren originalen Standorten „erleben“; dabei kann der Besuch der Ausstellung einen Primärkontakt keineswegs ersetzen: „Erst wenn man in den riesigen Werkhallen der früheren Industriegiganten steht und auf den ehemaligen aus dem Erdinneren geförderten Abraumhalden, spürt man die Erhabenheit dieser Räume, und begreift, daß die Landmarken ein Teil der Geschichte der Metamorphosen der symbolischen Orte des Menschen sind.“ (33) Das Bedürfnis der Erhabenheit wird geradezu zu einem Grundbedürfnis des spätmodernen Menschen stilisiert: „Unsere Sehnsucht nach dem Erhabenen, die beständig aus dem Wunsch erwächst aus der Bedeutungslosigkeit des Alltags auszubrechen, wird besonders dadurch erregt und befriedigt, weil diese heroischen Orte in uns gleichermaßen Bewunderung und Erschrecken, Überwältigung und Schauer auslösen.“ (28)

Die Leitfigur der Erhabenheit wird konsequent im didaktischen Ausstellungskonzept umgesetzt. Den Fotografien und Modellen der Landmarkenkunst werden Werke antiker, mittelalterlicher, romanti-

scher und moderner Kunst gegenübergestellt. Der Betrachter soll dadurch in die Lage versetzt werden, die künstlerisch transformierten Landmarken als Sehnsuchtsorte und Hoffnungsräume in den Traditionen der Kunstgeschichte zu sehen. Caspar David Friedrichs „Junotempel in Agrigent“ wird dem Landschaftspark Duisburg-Nord und sein „Blick auf die Ostsee“ Richard Serras Brame auf der Schurenbachhalde als Interpretationshilfe zur Seite gestellt. Es werden so eine Vielzahl unterschiedlicher Bedeutungen mit völlig von denen einer Industrielandschaft abweichenden Kontexten angeboten. So werden Raumbilder produziert, welche die jüngeren industriegeschichtlichen Erfahrungen gleichsam in ein Nichts auflösen. Die vielen kleinen und großen ökologischen, sozialen und auch persönlichen Katastrophen in der zu Ende gegangenen Industriegeschichte werden uminterpretiert zu heroischen Landschaften, in denen die Landmarken als Stolz der Region (Ganser) ein neues Selbstbewußtsein dokumentieren und erzeugen sollen.

Manfred Walz kommt zu einer sehr pointierten Kritik der Landmarkenkunst im Ruhrgebiet und ihrer Präsentation in der Ausstellung „Kunst setzt Zeichen“:

„Dadurch, dass die Nachlassenschaften altindustrieller Anlagen hübsch gemacht werden, zeigen sich Produktions-, Arbeits- und Abfallorte in fremder Sicht. Die Bilder klären nicht auf, sondern verdecken vergangene Arbeitsqual.“

Die Beibilder zu den neuen Landschaftsbauwerken und Landmarken verweisen ausnahmslos in die schönen Zeiten vor Industrie und Eisenbahn – sehnsuchtsvoll, aber ohne die Rückkehr ernst zu meinen.



(...) Die Adressaten sind (...) nicht die Menschen dieser Region, die sich mit ihren punktuell neuen Umgebungen identifizieren sollen, sondern die aus der Ferne, die die Region mit Hilfe bekannter Bilder neu sehen sollen. (...) es geht (...) nicht so sehr um die konkrete Aneignung (der Landschaft im Ruhrgebiet, J.B.) durch ihre AnwohnerInnen und schon gar nicht um die konkrete und zukünftige Produktion von Landschaft, sondern um die Herstellung mächtiger Bilder, hinter denen die existenziellen Fragen von Landschaft und Region verdeckt bleiben können.“ (Walz 1999, 85 f.)

In der Kritik von Walz tritt ein Verständnis von Kunst und ihrer möglichen Funktion in der Bildproduktion hervor, das dem Konzept der Ausstellung diametral gegenübergestellt zu sein scheint. Hier begegnen sich offensichtlich zwei Konzeptionen künstlerischer Arbeit, die seit jeher in der bürgerlichen Gesellschaft im Widerstreit liegen: Kunst als ideologisch-affirmative Unternehmung und Kunst als subversiv-emanzipatorisches Projekt.

Nach dieser Sichtweise ist die Raumbildproduktion durch die Ausstellung „Kunst setzt Zeichen“ sicher eher der ideologisch-affirmativen Seite der Kunst zuzurechnen. Die produzierten Raumbilder orientieren sich am „Schönen, Wahren, Guten“ und möchten zur Versöhnung von „Mensch“ und „Landschaft“ im Ruhrgebiet beitragen.

„Schön ist es auch anderswo ...“:  
Fotografien vom Ruhrgebiet 1989-1999.

Ausstellung vom 14. April bis 1. August 1999 im Rheinischen Industriemuseum Oberhausen. Katalog-Redaktion: Daniel Stemmrich, Uwe Sülflöhn. Heidelberg 1999 (Schriften des Rheinischen Industriemuseums, Bd. 16). 202 S.

Der vorliegende Band ist der Katalog zur Ausstellung gleichen Namens. Zeitgenössische Fotografen zeigen rund 200 Fotografien aus den Jahren 1989 bis 1999. Durchaus nicht zufällig fand die Ausstellung zeitgleich mit der Endpräsentation der IBA Emscher Park statt. „Schön ist es auch anderswo ... Fotografien vom Ruhrgebiet“ wirkt geradezu als Antithese zu der IBA-Ausstellung über Landmarkenkunst, die oben vorgestellt worden ist. Während die Landmarkenkunst das Erhabene der Landschaft Ruhrgebiet sichtbar machen und herausheben will, beschäftigt sich „Schön ist es auch anderswo...“ mit der Alltäglichkeit der Stadtlandschaft. Dabei wollen die ausgestellten Bilder weder dem Mythos der früheren Industrielandschaft noch dem „schönen Schein“ der „Zukunftsregion Ruhrgebiet“ erliegen. Die Fotografien sind so aufgebaut, daß sie dem Betrachter gleichzeitig vertraute und fremde Bilder vermitteln. Vertraut erscheinen sie, weil viele Bewohner des Ruhrgebiets ihre Umgebung genau so oder zumindest ähnlich wahrnehmen: Blicke aus fahrenden Zügen auf Häuserzeilen, ein dichtes Nebeneinander von Straßen, Trassen, Versorgungs- und Industrieleitungen, Brachen usw. Fremd erscheinen sie, weil die künstlerische Umsetzung gerade solch vertrauter Motive mit den bildnerischen Mitteln fotografischer

Technik neue, überraschende und ungewohnte Blicke eröffnet. Die Fotografien wollen Fragen provozieren: Ist das Ruhrgebiet nicht eine Region wie viele andere? Was ist das Gemeinsame dieses Ballungsraums? Kann man die Stadtlandschaft Ruhrgebiet eigentlich als „schön“ begreifen?

Das Ausstellungskonzept, welches das Alltägliche durch visuelle Vielschichtigkeit erst wahrnehmbar und erkennbar machen will, verlangt vom Betrachter alte, tradierte Sehgewohnheiten aufzugeben. Wir hatten das an der eingangs beschriebenen Reaktion meines Sohnes gesehen: Die Darstellung des banalen Alltags ist nicht unbedingt das, was der Besucher in einem Museum oder in einer Ausstellung erwartet oder sehen möchte.

Der Ausstellungskatalog „Kunst setzt Zeichen“ bietet Bilder des Ruhrgebiets an, die den Alltag nicht nur nicht darstellen, sondern vergessen machen will. Es werden das „Erhabene“ und das „Heroische“ des Genius loci beschworen. „Schön ist es auch anderswo ...“ geht einen anderen Weg. Daniel Stemrich, Kurator für Fotografie am Rheinischen Industriemuseum Oberhausen schreibt dazu: „Warum kommen Menschen hierher, wollen diese Region besuchen und kennenlernen? Ist doch eher das ‚dazwischen sein, inter esse‘ die wichtigere Haltung zur Begründung von ‚Sympathie‘ für diese Region zwischen Ruhr und Emscher? Dann sind ‚Verstehen-Wollen‘ und ‚Entdecken-Können‘ die angemessenen Zugangsweisen; dann ist der Zusammenklang von Wissen und Erfahren wichtiger als der von Schönheit und Ergriffenheit.“ (37) Die Ausstellungsmacher von „Schön ist es auch

anderswo ...“ stellen sich so in die Tradition der Aufklärung. Sie wollen ein Bild vom Ruhrgebiet vermitteln, in dem der Alltag seiner Bewohner als Ausgangspunkt zum Verständnis dieser Region in den Mittelpunkt des Interesses rückt. „Wissen“ wird dem „Heroischen“ und dem „Erhabenen“ als die bessere Alternative gegenübergestellt. Künstlerische Bildproduktion wird als ein emanzipatorisch-pädagogisches Projekt aufgefaßt, in dem weniger Identitätsmöglichkeiten angeboten werden als die Aufforderung, sich mit seiner unmittelbaren Umgebung auseinanderzusetzen, wobei es offen bleibt, welche konkreten Ergebnisse am Ende dieses Lernprozesses stehen werden.

Die hier vorgestellten Bücher zeigen sehr anschaulich, daß die in der Einleitung entwickelten Kategorien „Alltagsraumbild“, „Imageproduktion“ und „konkurrierende Raumbilder“ in der Produktion räumlicher Vorstellungsbilder auf eine sehr komplexe Weise miteinander verwoben sind. Die Arbeiten von Stegmann und Körner versuchen mit je spezifischen methodischen Mitteln diese Komplexität in handhabbare Größen zu zerlegen und kommen dabei zu Ergebnissen, die das Phänomen „Raumbildproduktion“ als einen gesellschaftlichen Prozeß beschreiben. Nachgewiesen wird, daß Raumbilder von bestimmten Interessen abgeleitet werden können und daß sie mit anderen gesellschaftlichen Bereichen und Feldern diskursiv verbunden sind.

Die besprochenen Beispiele zur Imageproduktion über das Ruhrgebiet zeigen, mit

welchen Mitteln versucht wird, an virulente Alltagsbilder anzuknüpfen und auf welche unterschiedliche Hintergrundparadigmen dabei Bezug genommen wird.

Es wäre begrüßenswert, wenn die deutschsprachige Geographie sich intensiver als bisher mit dem Phänomen „Raumbildproduktion“ auseinandersetzen würde. Die hier besprochenen Arbeiten zeigen, daß das ein lohnendes Thema sein kann.

### Literatur

- Ganser, Karl 1970: Image als entwicklungsbestimmendes Steuerungsinstrument. In: *Stadtbauwelt* 26. S. 104-108.
- Monheim, Heiner 1972: Zur Attraktivität deutscher Städte. Einflüsse von Ortspräferenzen auf die Standortwahl von Bürobetrieben. München (= WGI-Berichte zur Regionalforschung 8).
- Ruhl, Gerhard 1971: Das Image von München als Faktor für den Zuzug. Kallmünz, Regensburg (= Münchener Geographische Hefte 35).
- Saint-Exupéry, Antoine 1957: *Der Kleine Prinz*. Düsseldorf.
- Selle, Klaus 1994: Was ist bloß mit der Planung los? Erkundungen auf dem Weg zum kooperativen Handeln. Ein Werkbuch. Dortmund (= *Dortmunder Beiträge zur Raumplanung* 69).
- Walz, Manfred 1999: Kunstlandschaften – Zerstören oder besetzen? In: Sebastian Müller u. Rita A. Herrmann (Hg.): *In-szenierter Fortschritt. Die Emscherregion und ihre Bauausstellung*. Bielefeld. S. 73-88.