



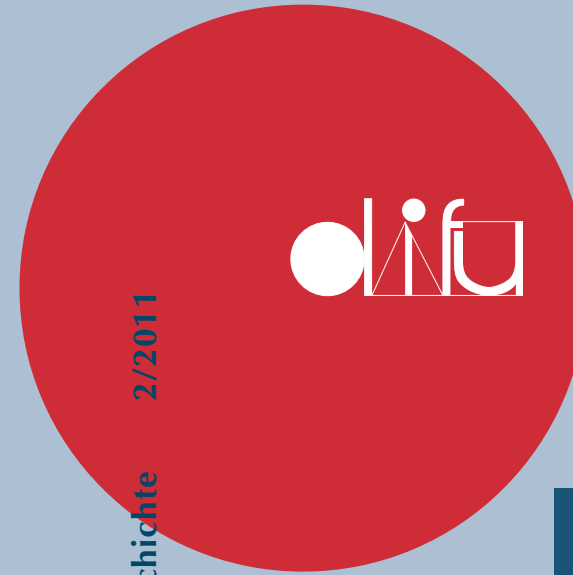
Informationen
zur modernen
Stadtgeschichte

Themenschwerpunkt

Urban Icons

2/2011

Informationen zur modernen Stadtgeschichte



2/2011

IMS

ISSN 0340-1774

INFORMATIONEN ZUR MODERNEN STADTGESCHICHTE (ZITIERWEISE: IMS)

Erscheinungsweise **halbjährlich, ISSN 0340-1774**

Bezugsbedingungen **Jahresabonnement (2 Hefte) 16 Euro
Einzelheft 10 Euro**

Redaktion **Prof. Dieter Schott
Institut für Geschichte
Technische Universität Darmstadt
schott@pg.tu-darmstadt.de**

**PD Dr. Christoph Bernhardt
Leibniz-Institut für Regionalentwicklung
und Strukturplanung
bernhardt@irs-net.de**

Koordination **Dagmar Bellmann
Institut für Geschichte
Technische Universität Darmstadt
Fachbereich 2:
Gesellschafts- und Geschichtswissenschaften
Residenzschloss
64283 Darmstadt
Tel. 06151/16-2044
Fax 06151/16-3992
dagmar.bellmann@stud.tu-darmstadt.de**

Verlag und Vertrieb **Deutsches Institut für Urbanistik gGmbH
Zimmerstraße 13-15
10969 Berlin
Tel. 030/39001-253
Fax 030/39001-275
verlag@difu.de**

Informationen zur modernen Stadtgeschichte

2011
Verlagsort: Berlin

2.Halbjahresband

Herausgegeben von
Martin Baumeister, Christoph Bernhardt, Dorothee Brantz, Martina Heßler,
Gerd Kuhn, Friedrich Lenger, Jürgen Reulecke, Ralf Roth, Axel Schildt,
Dieter Schott und Clemens Zimmermann

in Verbindung mit
Stefan Fisch, Antjekathrin Graßmann, Adelheid von Saldern,
Hans Eugen Specker und Clemens Wischermann

Themenschwerpunkt

Urban Icons

Verantwortliche Herausgeber:
Celina Kress/Marc Schalenberg/Sandra Schürmann

EDITORIAL	5
LEITARTIKEL	
<i>Celina Kress/Marc Schalenberg/Sandra Schürmann</i> Spektakel, Allheilmittel, Forschungsfeld: Perspektiven auf ‚Urban Icons‘	7
BERICHTE UND AUFSÄTZE ZUM THEMA	
<i>Christa Kamleithner/Roland Meyer</i> Urban Icons. Architektur und globale Bildzirkulation.....	17
<i>Dominik Scholz</i> Vom Fortschrittssymbol zum städtischen Vorzeigeobjekt: das Atomium in Brüssel.....	32

<i>Anja Früh/Nele Günteroth</i>	
Vom Statussymbol der DDR zum Wahrzeichen Berlins: Der (Ost-)Berliner Fernsehturm.....	44
<i>G. Michał Murawski</i>	
From Iconicity to Domination: The Palace of Culture and Science in Contemporary Warsaw.....	56
<i>Frank Roost</i>	
Symbole des Strukturwandels von Metropolregionen: Leuchtturm-Projekte in Bilbao und dem Ruhrgebiet.....	69
<i>Christian Salewski</i>	
Ikonomischer Städtebau – Entwicklung und Folgen großmaßstäblichen symbolischen Entwerfens im globalen Kontext	83

F O R U M

<i>Christoph Kreuzmüller</i>	
Berlin 1933-1945.....	95

A L L G E M E I N E B E R I C H T E

<i>Sebastian Haumann</i>	
Tagungsbericht: GSU-Nachwuchstagung und Workshop „Stadt und Moderne“, Darmstadt vom 22.-23.9.2011.....	105
<i>Tina Enders</i>	
Das „Eigene“ von Städten erforschen. Tagungsbericht zur internationalen Konferenz „The Distinctiveness of Cities – Modes of Re-Production“, vom 15. bis 17. Juni 2011 in Darmstadt.....	108
<i>Celina Kress</i>	
Tagungsbericht: Queen Jane Jacobs. Jane Jacobs and paradigm shifts in urban planning and urban redevelopment, Hafencity Universität Hamburg, am 12. und 13. Mai 2011	110

Rudolphus Teeuwen

Tagungsbericht zur Konferenz 'The City and the Ocean. Urbanity, (Im)migration, Memory, and Imagination', vom 16. bis 17. Oktober 2010 in Kaohsiung, Taiwan..... 113

Nicolas Kenny

Conference report: The Five Senses of the City: From the Middle Ages to the Contemporary Period. International Conference in Tours, France from 19th to 20th May 2011..... 115

Nina Javette Koefoed und Åsa Karlsson Sjögren

Conference report: Gender, Town and Citizenship ca. 1770-1870. The making of the Modern Town in Umeå, Sweden from 24th to 26th May 2011, organised by *Gender in the European Town Network*.... 120

Eric Le Bourhis

Tagungsbericht: Zwischen Rekonstruktion und Modernisierung: Öffentliche Debatten über historische Stadtkerne im 20. und 21. Jahrhundert. 8. Tallinner Symposium zur Geschichte und Kultur Nordosteuropas vom 15. bis 18. September 2011 in Tallinn, Estland..... 122

MITTEILUNGEN 125

Dieter Schott

Ausschreibung des Forschungspreises für Stadtgeschichte der GSU 2012. 125

Celina Kress

Sektion Städtebau- und Planungsgeschichte der GSU..... 126

Editorial zu Heft 2/2011

Manuskripte zur modernen Stadtgeschichte erwünscht!

Liebe LeserInnen, liebe AbonnentInnen,

wie bereits im Editorial zu Heft 2/2010 angekündigt, wird die IMS ab Heft 1/2012 eine neue Rubrik enthalten, in der wissenschaftliche Texte zur modernen Stadtgeschichte ohne inhaltliche Bindung an den jeweiligen Themenschwerpunkt veröffentlicht werden können. Damit möchte die IMS auf ein öfter beklagtes Manko reagieren, dass für laufende Forschungen, die nicht in Zusammenhang mit einem Schwerpunktthema eines IMS-Heftes stehen, die Zeitschrift kein geeignetes Veröffentlichungsorgan ist. Das Deutsche Institut für Urbanistik (Difu), hat sich in Gesprächen mit der Redaktion der IMS bereit erklärt, eine Erweiterung des Umfangs der Zeitschrift, verbunden mit einer angemessenen Preiserhöhung, vorzunehmen. Der Umfang jedes Hefts wird von derzeit ca. 120 Seiten um 50% auf ca. 180 Seiten steigen. Das Jahresabonnement wird ab 2012 für 2 Hefte 19 Euro, der Bezug eines Einzelheftes 12 Euro kosten.

Die Ausweitung des Umfangs bietet die Gelegenheit, neben den bisherigen Rubriken auch eine Rubrik „freie Aufsätze“ aufzunehmen, in der 3-4 Aufsätze von insgesamt ca. 60 Seiten veröffentlicht werden können. Wir sind zuversichtlich, dass eine solche Rubrik auf hohem qualitativen Niveau dauerhaft Bestand haben wird und die Produktivität der modernen Stadtgeschichte unter Beweis stellt. Daher möchten wir die LeserInnen erneut auffordern, von sich aus geeignete Manuskripte für wissenschaftliche Aufsätze an die Redaktion der ‚Informationen zur modernen Stadtgeschichte‘ einzusenden. Die dort veröffentlichten Beiträge werden einem Peer-Review-Verfahren unterzogen, um die IMS auch als Publikationsort für jüngere wie für etablierte Wissenschaftler noch attraktiver zu machen. Die Betreuung dieser Rubrik wird von Friedrich Lenger übernommen.

Bitte reichen Sie also geeignete Beiträge ein an
Prof. Dr. Friedrich Lenger, Historisches Institut, Justus-Liebig-Universität Gießen
Otto-Behaghel-Str. 10, D-35394 Gießen
Friedrich.Lenger@geschichte.uni-giessen.de

Für die Redaktion

Dieter Schott (Darmstadt), Christoph Bernhardt (Berlin), Friedrich Lenger (Gießen)

Spektakel, Allheilmittel, Forschungsfeld: Perspektiven auf ‚Urban Icons‘

Städtische Ikonen, also wahrzeichenhafte, emblematische Bauten, erfreuen sich seit einiger Zeit gesteigerter Aufmerksamkeit. Sie treiben Kommunalpolitiker und Investoren um, sind beliebter Gegenstand von Reportagen in Zeitungen, Magazinen und Blogs, befeuern Kontroversen zwischen Architekten, Architekturkritikern und Kulturtheoretikern. Das ihnen dabei implizit oder explizit unterstellte Potenzial, Städte ‚auf den Punkt‘ zu bringen, macht *Urban Icons* zu einem lohnenden Gegenstand auch für stadtgeschichtliche Untersuchungen. Gerade in ihrem tendenziell selbstverständlichen Status und dem unhinterfragten Anspruch, ‚für die Stadt im Ganzen‘ zu stehen, stecken offensichtlich zahlreiche Tücken, politisch wie analytisch: Wem gehört(e) die Definitionsmacht über die Stadt und ihre ‚Erkennungsbauten‘? Resultiert die Suggestivkraft ikonischer Bauten vor allem aus dem Genie der beteiligten Architekten und Designer bzw. aus der Qualität ihrer Schöpfungen, oder eher aus dem Durchsetzungswillen und dem Geltungsdrang bestimmter Politiker oder aus den Verwertungsinteressen von Investoren bzw. vorgesehenen Nutzern? Welche Bedeutung haben Akzeptanz oder Ablehnung der Ikonen durch die städtische Öffentlichkeit? Untermauern negative Kritiken oder Proteste die Relevanz des betreffenden Gebäudes als Ikone, und was passiert, wenn Reaktionen überhaupt ausbleiben und eine angebliche Ikone niemanden interessiert? In den öffentlichen, oft ihrerseits auf den schnellen Effekt bedachten Debatten und flankierenden Berichten werden die Ebenen mitunter nicht klar unterschieden, Partikularinteressen als allgemeine Lesart ausgegeben, Ikonizität eher behauptet als belegt, geschichtliche Brüche und Umcodierungen geflissentlich übersehen.

Neben der Baugeschichte und Architekturtheorie sind bei einer historischen Betrachtung des Phänomens der *Urban Icons* daher verschiedene sozio-kulturelle Prozesse zu beachten: Aushandlungsformen und Deutungen der Akteure und Experten ebenso wie Aneignungs- und Identifikationsweisen des Publikums. Der Medialisierung und zumal der visuellen Reproduktion kam dabei stets eine entscheidende

Rolle zu. Denn ikonischen Status erlangen Gebäude keineswegs ‚aus sich heraus‘; vielmehr entwickelt sich dieser offenbar erst beim Zusammentreffen politisch-sozialer Akzeptanz auf der einen Seite und kultureller Plausibilisierungen auf der anderen.

Wir verwenden den Begriff des *Urban Icons* hier gezielt statt des im Deutschen geläufigen, aber eher verwirrenden „Wahrzeichens“.¹ Ergab sich eine „Einigung“ auf die wichtigen, ikonischen Bauwerke einer Stadt in früheren Jahrhunderten – etwa bei Domkirchen, Rathäusern oder Denkmälern im öffentlichen Raum – in der Regel durch eine kontinuierliche Aneignung und Tradierung der betreffenden Baustrukturen über lange Zeiträume hinweg, so ist seit dem späten 20. Jahrhundert vermehrt das Bemühen um die Schaffung von *Urban Icons* als kurzfristige Auftragsarbeiten mit dem Ziel des Distinktionsgewinns und wirtschaftlichen Erfolges der Städte zu beobachten. Besonders deutlich machte dies der sogenannte Bilbao-Effekt, der eifrige Nachahmer bei Stadtentwicklungsprogrammen auf den Plan gerufen hat. Ob in Hamburg oder Antwerpen, Oslo oder Peking: Stets wurde bei prestigeträchtigen Großbauten – in diesen und zahlreichen anderen Fällen für kulturelle Zwecke – neben ihrer reinen Funktionalität auf ein symbolisches Surplus und eine visuelle Einzigartigkeit gesetzt, welche der Stadt im Ganzen neue Sichtbarkeit und Attraktivität bescheren sollten.

Im Wettbewerb der Städte um Aufmerksamkeit, Bedeutung und Finanzquellen spielen *Urban Icons* eine unverkennbar wichtige Rolle. Architekten überbieten sich bei der Suche nach Aufsehen erregenden Formen und Materialien, Ingenieure wetteifern um Höhenrekorde und waghalsige Konstruktionen; seit neuestem geht es dabei auch um Ökologie und Nachhaltigkeit.² Investoren und die Kommunen selbst

¹ Der Begriff „Wahrzeichen“ wird umgangssprachlich für einprägsame, emblematische Bauten einer Stadt verwendet. Ursprünglich konnte jede Form von besonderen visuellen Zeichen in Städten gemeint sein: „jede stadt hatte früher dergleichen schautücke und sie pflegten von den reisenden, namentlich den handwerksburschen, aufgesucht zu werden“, die durch die Kenntnis solcher Wahrzeichen beispielsweise ihren Aufenthalt in der betreffenden Stadt nachweisen und damit ihren beruflichen Aufstieg befördern konnten; vgl. Deutsches Wörterbuch von Jacob Grimm und Wilhelm Grimm, Bd. 27, Sp. 1025, Online-Ausgabe der Universität Trier: <http://dwb.uni-trier.de/start>, Volltext unter <http://woerterbuchnetz.de/DWB/> (letzter Zugriff 19.11.2011). Erst als gegen Ende des 19. Jahrhunderts mit dem Eiffelturm ein Bauwerk zum allgemeinen Sinnbild für eine Stadt im umfassenden Sinn wurde, wandelte sich insgesamt der Blick auf wichtige Einzelbauten in Städten, und der Begriff „Wahrzeichen“ erhielt seine bis heute gebräuchliche Bedeutung. Diese ist von den hier schwerpunktmäßig untersuchten Phänomenen der jüngsten Vergangenheit und Gegenwart zu unterscheiden, die neben verstärkter wirtschaftlicher Verflechtung und Konkurrenz auch von einer globalen Bilderzirkulation geprägt sind, welche wiederum die Hervorhebung einzelner „Ikonen“ stimuliert.

² Vgl. etwa das in Bau befindliche Projekt „The Shard“ in London. Der höchste Wolkenkratzer Westeuropas wird zudem nach völlig neuen konstruktiven Sicherheitsstandards errichtet.

sehen in spektakulären Großbauten die Aussicht auf gesteigerte Beachtung und wirtschaftlichen Anshub. Als Katalysator dieses Trends gilt der Bau des Guggenheim Museums in Bilbao.³ Der kühne Entwurf des Architekten Frank O. Gehry aus gekurvten und umeinander gedrehten Flächen und Linien in Stahl, Glas und Stein sorgte für enormes internationales Aufsehen und rückte die bis dahin wenig beachtete nordspanische Industriestadt Bilbao weltweit ins Rampenlicht und bescherte ihr ein Vielfaches der Baukosten in Form sprunghaft gewachsener Touristenzahlen.⁴ Seither zielen unzählige Bauten darauf, durch Besonderheit, Originalität und Extravaganz ähnliche Wirkungen zu erzielen, so das mit 321m weltweit höchste Hotelgebäude Burj Al Arab in Dubai (1999), Norman Fosters als „Gurke“ bekanntes Swiss Re Gebäude in London (2004) oder Rem Koolhaas' gigantische Zeichenarchitektur des CCTV-Gebäudes in Peking (2009). Im Rahmen des vorliegenden Heftes beleuchtet der Stadt- und Regionalplaner Frank Roost verschiedene in jüngster Zeit im Ruhrgebiet unternommene Versuche, durch „Flaggschiff“-Projekte in der wachsenden Städtekonkurrenz zu bestehen.

Seit einiger Zeit jedoch wird die Euphorie von Planern, Architekten, Politikern und Medien von kritischeren Stimmen überlagert: Verstärkt seit der 2008 einsetzenden Finanzkrise zweifeln verschiedene Akteure den wirtschaftlichen Nutzen der kostspieligen Großprojekte an, während Architekturkritiker den Sinn, die visuelle Erträglichkeit und die ökologische sowie gesellschaftliche Nachhaltigkeit großer, ikonischer Gebäude in Frage stellen.⁵ Diese Ambivalenz und eine sich differenzie-

³ Vgl. Charles Jencks, *The Iconic Building. The Power of Enigma*, London 2005. Jencks eröffnet sein Buch mit dem „Bilbao-Effekt“ und einem Interview mit Gehry. Er bezeichnet als „first example of the iconic icon“ allerdings das ein halbes Jahrhundert zuvor errichtete New Yorker Guggenheim Museum (ebd., S. 28).

⁴ Dabei wurde der tatsächliche wirtschaftliche Nutzen für die Bewohner Bilbaos von Anfang an kontrovers diskutiert: vgl. die Aufsatzsammlung unter: <http://www.scholars-on-bilbao.info/index.php> (letzter Zugriff 17.11.2011).

⁵ Vgl. die kritische Neubewertung spektakulärer Projekte anhand der Beispiele in Bilbao, Abu Dhabi, Paris, New York sowie des Vitra Campus: Davide Ponzini und Michele Nastasi, *Starchitecture: Scenes, Actors and Spectacles in Contemporary Cities*, Turin/London 2011; aus zahlreichen Feuilletonartikeln seien hervorgehoben: Brigitte Kramer, Bilbao war gestern. Immer mehr Spanier haben genug von der effekthascherischen und südhafte teuren Stararchitektur, in: *Neue Zürcher Zeitung*, 19.4.2010; Dieter Bartzko, Seid umschlungen, Kubikmeter oder Diesen Klotz der ganzen Welt! Die Hamburger Elbphilharmonie und der Münchner Marstall: Zwei scheiternde Renommiervorhaben bautrunkenen Städtewettbewerbs, in: *FAZ*, 18.05.2010, S. 29; Werner Girgert, Der Bilbao-Defekt, in: *Frankfurter Rundschau*, 8.5.2011; Rolf Lautenschläger, Der „Bilbao-Effekt“. Wichtige Geste oder zurückhaltende Einpassung ins Umfeld, in: *taz*, 8.4.2008. In der wissenschaftlichen Diskussion überwog schon vorher eine differenzierte Sichtweise. Die Notwendigkeit einer über den ästhetischen und Werbeeffekt hinaus gehenden sozialen Identifikation mit „Flagship“-Projekten betont Steven Miles, „Our Tyne‘: Iconic Regeneration and the Revitalisation of Identity in Newcastle Gateshead, in: *Urban Studies* 42 (2005), S. 913-926.

rende Sichtweise von *Urban Icons* markierten die beiden im Jahr 2005 erschienenen Publikationen der bekannten Architekturtheoretiker Charles Jencks und Dejan Sudjic zum Thema: Jencks – Exeget der architektonischen Postmoderne⁶ – begeisterte sich für die außergewöhnlich gestalteten Großbauwerke und sah in ihnen Gegenwart und Zukunft der Umweltgestaltung aufscheinen.⁷ In seiner eher essayistisch gehaltenen und deutlich „binnenarchitektonisch“ argumentierenden Darstellung rief er Frank Lloyd Wrights New Yorker Guggenheim Museum, Eero Saarinens TWA Terminal am JFK Airport und Jörn Utzons Opernhaus in Sydney als maßgebliche Beispiele für das beschriebene Phänomen der Iconic Architecture auf.⁸ Sudjic dagegen vollzog in seinem Buch „Der Architekturkomplex“ eine – ebenfalls auf ein breites Publikum ausgerichtete – Abrechnung mit dem globalen, macht- und marktwirtschaftlich gesteuerten Phänomen der urbanen Großzeichen.⁹

In diese Richtung tendiert auch der schottische Architekturhistoriker Miles Glendinning, der in seinen Schriften die Zusammenhänge zwischen Architektur und Städtebau der Moderne und der zeitgenössischen „Iconic Architecture“ kritisch analysierte und bereits 2004 begann, deren „aggressiv kapitalistische“ Tendenzen¹⁰ anzugreifen. Seine Kritik bezieht sich vor allem auf die von Jencks praktizierte selektive Vereinnahmung bestimmter Bauten der architektonischen Moderne als *Urban Icons*. Glendinning argumentiert(e), die Iconic Architecture diskreditiere die Bauten der Moderne und zerstöre durch einen ins Extreme gesteigerten Individualismus Städte als Gemeinwesen.¹¹ In die Richtung gesamtgesellschaftlicher Verant-

⁶ Grundlegend siehe: Charles Jencks, *The language of post-modern architecture*, London 1977.

⁷ Die vegetativen Gestaltelemente vieler zeitgenössischer Architekturikonen führen Jencks am Ende seiner Abhandlung zu kosmischen Betrachtungen, wobei die Stadt aus dem Blick gerät: „The speculation is that the basic elements of the universe and earth – the quarks, atoms, DNA, Gaia, black holes, galaxies, etc. – and the basic laws and themes, will become the new icons, the reference points for an art and architecture that is not yet fully born. The relevance for the iconic building is obvious, for these icons would provide further grounding to those natural and cosmic metaphors already emergent. They would extend, deepen, and make them more conscious.“ Jencks, *Iconic Building*, S. 211.

⁸ Jencks, *Iconic Building*, S. 28-33.

⁹ Dejan Sudjic, *The Edifice Complex. How the Rich and Powerful shape the World*, New York 2005. Der von Sudjic initiierte Briefwechsel machte die beiden Positionen explizit und allgemein sichtbar, siehe Dejan Sudjic, *Can we still believe in iconic buildings?*, in: *Prospect*, 111, Juni 2005, abrufbar unter: www.prospectmagazine.co.uk/2005/06/canwestillbelieveiniconicbuildings/ (letzter Zugriff: 5.11.2011).

¹⁰ Miles Glendinning, *The Trojan Horse: Contemporary ‚Iconic‘ Architecture and the Falsification of Modernism*, in: Dirk van den Heuvel, Maarten Mesman, Wido Quist und Bert Lemmens: *The Challenge of Change. Dealing with the Legacy of the Modern Movement - Proceedings of the 10th International DOCOMOMO Conference*, Delft 2008, S. 71.

¹¹ Gemeint ist die Darstellung des TWA Terminal in New York (Eero Saarinen, 1962) oder der Oper in Sydney (Jörn Utzon, 1973) als „Iconic Buildings“, siehe Miles Glendinning: *The Last Icons – Architecture Beyond Modernism*, Glasgow 2004; Glendinning, *Trojan Horse*; sowie jüngst Ders., *Architecture's*

wortung zielt auch, von einer anderen Seite des politischen Spektrums, eine aktuelle Stellungnahme des Architekten und Architekturhistorikers Vittorio Magnago Lampugnani. Seiner Schmäherei wider diese „Gesten ohne Sinngehalt“ verleiht er besondere Schärfe, indem er ihnen den Bezug zu großen Bauwerken der Stadtbaugeschichte und deren Wirkung entgegenhält.¹²

Dass es tatsächlich einen sich in abnehmender Aufmerksamkeit äussernden „Overkill“ an *Urban Icons* geben kann, dessen eine mögliche Konsequenz die Anlage größerer figuraler Strukturen ist, führt der Beitrag von Christian Salewski aus. Ob „ikonischer Städtebau“ das Bemühen um signifikante Einzelbauten, die nicht nur *in* Städten, sondern auch *für* Städte stehen, gänzlich ablösen wird, scheint indes keineswegs ausgemacht.

Zeitgleich mit dem hier beschriebenen Höhe- und Wendepunkt in der Konjunktur zeichnerhafter Architektur (in ihrer Errichtung wie in ihrer öffentlichen Wahrnehmung und Kritik um die Mitte der 2000er Jahre) wurden *Urban Icons* auch als Konzept in die wissenschaftliche Diskussion eingeführt: Die Kulturhistoriker Philip Ethington und Vanessa Schwartz organisierten eine internationale Konferenz in Los Angeles, deren Ergebnisse sie in einer Ausgabe der Zeitschrift „Urban History“ und einem online verfügbaren Atlas festhielten.¹³ Das Projekt zielte darauf, *Urban Icons* diachron, global und multiperspektivisch zu beleuchten. In verschiedenen Fallanalysen (zu Rom, Venedig, Shanghai, Berlin und Los Angeles) wurden Grundstrukturen urbaner Ikonizität analysiert. In ihrer argumentativ dichten Einleitung stellten Ethington und Schwartz die nach ihrem Dafürhalten zentralen Aspekte von *Urban Icons* zur Diskussion. Dazu gehörte deren doppelte Qualität: zum einen als physische Objekte und materielle, an konkrete Orte in Städten gebundene Erfahrungen, zum anderen als zirkulierende Bilder, also global verfügbar und ortsungebunden. Trotz ihres großen die Forschung strukturierenden Potenzials ist eine Umsetzung bzw. Weiterführung der von Ethington und Schwartz versammelten Ansätze bislang leider ausgeblieben.

Mit dem vorliegenden IMS-Heft möchten wir dies für die deutsche Stadt(geschichts)forschung anregen und mit sechs bewusst interdisziplinär ausgewählten Beiträgen Impulse zu einer empirischen und theoretischen Erweiterung dieses Forschungsfeldes geben. Die Aufsätze wenden sich, zum Teil explizit an Ethington/Schwartz anknüpfend, dem Gegenstand zur einen Hälfte über problemorien-

Evil Empire? The Triumph and Tragedy of Global Modernism, London 2010.

¹² Vgl. Vittorio Magnago Lampugnani, Gesten ohne Sinngehalt. Über die Zerstörung der Stadt durch zeitgenössische Architektur-Skulpturen, in: Neue Zürcher Zeitung, Nr. 259, 5.11.2011, S. 23.

¹³ Philip J. Ethington und Vanessa R. Schwartz (Hrsg.), *Urban Icons*, *Urban History*, 33:1, 2006, sowie: www.journals.cambridge.org/urbanicons (letzter Zugriff 5.11.2011). Leider scheint die ursprünglich geplante weitere Ergänzung dieser Website auszubleiben.

tierte Teilaspekte und zur anderen über Einzelfallstudien zu. Mit dem Brüsseler Atomium, dem Warschauer Kulturpalast und dem Berliner Fernsehturm werden dabei – jeweils recht umstrittene – „Ikonen“ der durch technologische Euphorie und politische Ideologien geprägten Nachkriegszeit behandelt. Wie Jencks geht also auch dieses Heft in den diskutierten Gegenständen von bedeutenden und bekannten Bauten der 1950er und 60er Jahre aus – schon allein um eine Verkürzung des Themas auf die „starchitecture“ der 1990er und 2000er-Jahre zu vermeiden. Anders als Jencks möchten wir allerdings zum Verständnis von *Urban Icons* nicht allein das Erscheinen bildstarker architektonischer Meisterwerke in der Welt berücksichtigen, sondern insbesondere dessen (positive oder kritische) Aneignung, inklusive möglicher „Wiederentdeckungen“ und Umcodierungen. Dies kann am Kulturpalast und am Fernsehturm nach 1989/90 sowie am Atomium um 2000 exemplarisch verfolgt werden.

Wenn sich der Band mithin sehr wesentlich in der Zeitgeschichte bewegt, so soll dies ausdrücklich nicht implizieren, dass es zuvor keine städtischen Ikonen gegeben hätte. Schon die Kupferstichserien der Frühen Neuzeit setzten klare Akzente in der bildlichen Wiedergabe städtischer Grundrisse und Silhouetten.¹⁴ Mit dem Industriezeitalter, oftmals angestachelt durch die auf Weltausstellungen manifesten Konkurrenzen, traten genuin moderne Ikonen wie der Chrystal Palace oder der Eiffelturm in Erscheinung, während etablierte wie der Kölner Dom vollendet und/oder in ihrer optischen Wirkung weiter gesteigert wurden durch den Abriss umstehender Häuser. Nämliches gilt für den Wiener Stephansdom, Notre Dame de Paris, den Parthenontempel auf der Athener Akropolis oder, schon unter faschistischer Ägide, für den Petersdom in Rom. Mit dem Leitbild der funktionalistischen Stadtlandschaften löste sich im 20. Jahrhundert das kompakte, städtische Gewebe gänzlich auf. Die städtebauliche Moderne setzte nicht auf konkrete, abgrenzbare Bilder, sondern betonte das Moment der Bewegung, verwischte die Übergänge von innen und außen, von Stadt und Land. Architektur und Städtebau favorisierten, sofern sie sich als „modern“ verstanden, markante Solitärbauten, eingeordnet lediglich in übergreifende funktionale Zusammenhänge. Von dort ausgehend bereitete die seit den 1980er Jahren manifeste neue Lust der „Postmoderne“ an Zeichenhaftem und Zitatendem den Boden, aus dem in immer dichterem Folge bauliche „Ikonen“ empor wuchsen.¹⁵

Ist das Bemühen, Städte über einzelne markante Bauten und Ensemble zu identifizieren, also ein epochenübergreifendes, so ist doch eine Beschleunigung und Ver-

¹⁴ Vgl. vielfältige Beispiele in dem grundlegenden Sammelband von Wolfgang Behringer und Bernd Röck (Hrsg.), *Das Bild der Stadt in der Neuzeit 1400–1800*, München 1999.

¹⁵ Jencks' oben ausgeführte Genealogie der „Iconic Buildings“ aus einigen markanten Erkennungsbauten der Moderne enthält insofern auch als historiographischen Subtext das Bestreben, die Postmoderne als organische und logische Fortentwicklung der Moderne zu präsentieren.

dichtung der Bildverbreitung und medialen Verfügbarkeit von Stadtbildern in Rechnung zu stellen, welche gerade die letzten Jahrzehnte in besonderem Maße auszeichnet. Nicht zuletzt vor diesem Hintergrund nimmt die Frage nach den Modalitäten und Funktionen ihrer Verbreitung am gegebenen Ort bei unserer Untersuchung von *Urban Icons* in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts eine zentrale Rolle ein. Der von uns vorgeschlagene Dreischritt aus Bau, Bild und (sozio-kultureller) Aneignung mag dafür eine geeignete Ausgangsbasis darstellen.

Im Zusammenspiel und Austausch zwischen „Stadt“ als politischer und sozio-kultureller Einheit, ihren signifikanten Bauten und deren Visualisierung bzw. medialer Diffusion liegt großes Forschungspotenzial, auch für komparative und diachrone Untersuchungen, das insbesondere in Kooperation mit verschiedenen Fachdisziplinen fruchtbar gemacht werden kann. Die damit zu erwartende Differenzierung und Historisierung bräuchte nicht normativ zu bestimmen, was ein „ikonischer Bau“ ist im Sinne von wesenhaften Eigenschaften. Einige generalisierende Aspekte ließen sich zwar anführen, etwa seine Einzigartigkeit, visuelle Einprägsamkeit und Zeichenhaftigkeit, die ihm zugeschriebene Aura und oftmalige räumliche Freistellung und/oder Höhendominanz in der städtischen Skyline. Doch wären derartige, eher phänomenologische Bestimmungen vorerst sekundär gegenüber den konkreten Medialisierungsstrategien, Nutzungs- und Wahrnehmungsformen und der Aneignung der Bauten in der betreffenden Stadt.

Es bleibt also die Frage, wie sich das Thema analytisch auf eine Art und Weise fassen lässt, die dem komplexen Zusammenspiel aus Architektur, der medial vermittelten Kommunikation über sie und der (alltags-)kulturellen Nutzung gerecht wird. Hinweise darauf könnte etwa die in jüngster Zeit auch in Deutschland zunehmend von historisch arbeitenden Stadtforscherinnen und -forschern rezipierte Akteur-Netzwerk-Theorie (ANT) bieten.¹⁶ So kann deren Fokus auf Beziehungen innerhalb eines „Kollektivs menschlicher und nicht-menschlicher Akteure“¹⁷ zu einem integrierten Verständnis von *Urban Icons* beitragen, in dem sowohl die Architektur „an sich“ als auch der gesellschaftliche Nachvollzug zu ihrem Recht kommen: Wenn Städte als „natur-technisch-menschliche Kollektive“ aufgefasst werden können, die sich ständig in multiplen, ineinander greifenden Assemblages aktualisieren, lässt sich ein *Urban Icon* als ein solches Netzwerk beschreiben, zu dem verschiedene Aktanten (und zwar menschliche wie nicht-menschliche, d.h. Gebäude) beitragen. Dabei verfügt jeder dieser Aktanten über eigene Logiken oder Handlungs-

¹⁶ Vgl., Ignacio Farias und Thomas Bender, *Urban Assemblages. How Actor-Network Theory Changes Urban Studies*, London 2009.

¹⁷ Vgl. hierzu Bruno Latour, *Das Parlament der Dinge. Für eine politische Ökologie*, Frankfurt a. M. 2001, darin zur „Einberufung des Kollektivs ... aus menschlichen und nicht-menschlichen Wesen“, die „als Bürger eines Gemeinwesens tagen“ insbesondere S. 86-115.

optionen, und keiner hat per se eine herausgehobene oder entscheidende Position inne; erst in ihrem Zusammenspiel konstituiert sich die städtische Ikone. Anders formuliert: Ob und wie ein Bau oder ein Gebäudeensemble als stellvertretend für die betreffende Stadt (an)erkannt wird, entscheidet sich erst in den Beziehungen des entsprechenden Netzwerkes. Diese lassen sich etwa anhand seiner Medialisierung und den damit verbundenen Kommunikationspraktiken und -beziehungen rekonstruieren. Die prinzipielle Instabilität und der stetige Wandel solcher Netzwerke begründet der ANT zufolge die Notwendigkeit, die zugrundeliegenden Beziehungen immer wieder zu aktualisieren, etwa in Form von Routinen. Unsere Beispiele zeigen, wie sehr das auch für *Urban Icons* gilt: Erst durch stetige Präsenz und regelmäßige Wiederholungen kann es zu charakteristischen Einschreibungen kommen bis hin zu nicht mehr hinterfragter Akzeptanz eben dieses Status.

Der Verlauf der oft komplexen Einschreibungsprozesse – ob erfolgreich oder nicht – stellt wiederum ein ausgesprochen interessantes Objekt für historische Analysen dar, spiegeln sich in den Beziehungen zwischen menschlichen Akteuren und gebauter Umwelt doch gerade im städtischen Kontext politische und soziale Konstellationen, ökonomische und ästhetische Prioritäten, prägende kulturelle Praktiken und mediale Ausdrucksformen einschließlich der Rolle von Stadtimages.¹⁸ Insbesondere der Beitrag des polnischen Soziologen Michał Murawski in diesem Heft verdeutlicht, dass und wie die Materialität dominierender Bauten ganz eigene „Handlungsmacht“ zu entfalten vermag. Damit soll hier keineswegs die ANT als Patentrezept zur Entschlüsselung des Phänomens großer, ikonischer Bauten ins Feld geführt werden. Um *Urban Icons* in ihrer ganzen Komplexität zu verstehen, bedarf es vielmehr – das zeigen die Beiträge dieses Heftes – verschiedener, sich im Idealfall ergänzender methodischer und disziplinärer Zugänge.

Stadtbilder und städtische Wahrzeichen im landläufigen Sinne sind zwar bereits in zahlreichen Publikationen recht eingehend thematisiert worden, doch als Basis für den hier vorgeschlagenen Ansatz ist vor allem das oben erwähnte, von Philip Ethington und Vanessa Schwartz herausgegebene Heft von *Urban History* anzuführen. Daneben stellen „Iconic Buildings“, wie oben angedeutet, unter den das eigene Schaffen reflektierenden Architekten und für Architekturtheoretiker einen beliebten, in der Sache oft kontrovers diskutierten Gegenstand dar.¹⁹ Auch wurden die ubiquitären Versuche sowie die unübersehbaren Schwierigkeiten thematisiert, die mit ikonischen Entwürfen für ganze Städte einhergehen und für die die Architektur

¹⁸ Vgl. z. B. verschiedene Beiträge in: Sandra Schürmann und Jochen Guckes (Hrsg.), *Stadtbilder und Stadtrepräsentationen* (Themenschwerpunkt der IMS 1/2005).

¹⁹ Vgl. die Hinweise in Fußnoten 8-12.

„Superzeichen“ liefere.²⁰ In der noch un abgeschlossenen, hypothesenreichen Diskussion könnte die bis ins frühe 20. Jahrhundert zurück reichende Betrachtung des Phänomens ikonischer Bauten, ihrer Inszenierung im (bewegten) Bild und ihre kulturtheoretische Reflektion, wie sie der auf diese Einleitung folgende Beitrag von Christa Kamleithner und Roland Meyer leistet, weitere Klarheit schaffen.

Es sollte grundsätzlich zuversichtlich stimmen, dass die Bedeutung und suggestive Kraft visueller Kommunikation in den letzten Jahren in verschiedenen Kultur- und Sozialwissenschaften herausgearbeitet worden ist und inzwischen auch die traditionell stark textfixierte Geschichtswissenschaft erreicht hat. Neuere Konzepte einer „Visual History“ betonen die ausgeprägte Visualität von Geschichte, zumal des 20. Jahrhunderts. Daraus abgeleitete, grundsätzliche Fragen etwa nach der Rolle von Visualisierungen für die Strukturierung und Produktion von Wissen²¹ lassen sich mit Gewinn auch an *Urban Icons* herantragen, wird doch das Wissen über sie (d.h. über ihr Aussehen, ihre Qualitäten, ihre Beziehung zur jeweiligen Stadt usw.) entscheidend über Bilder verbreitet – sogar, wenn noch kein Gebäude steht, sondern nur so genannte Renderings, d.h. Simulationen existieren, wie im Beispiel der Hamburger Elbphilharmonie. Auch die Forderung Gerhard Pauls, Bilder „...über ihre zeichenhafte Abbildhaftigkeit hinaus als Medien zu untersuchen, die Sehweisen konditionieren, Wahrnehmungsmuster prägen, historische Deutungsweisen transportieren und die ästhetische Beziehung historischer Subjekte zu ihrer sozialen und politischen Wirklichkeit organisieren“²² würde eine konkretere Anwendung auf städtische Wahrzeichen verdienen.

So ist es das Hauptziel dieses Heftes, die in verschiedenen Kontexten geführte Debatte über *Urban Icons* (neu) anzustoßen und zu fokussieren. Für eine interdisziplinär ausgerichtete Stadt- und Stadtgeschichtsforschung sind sie, unseres Erachtens, ein denkbar geeigneter und lohnender Gegenstand und in den Ergebnissen möglicherweise auch ein Korrektiv gegen allzu leichtfertig von interessierten Beteiligten ausgerufene „Ikonen“. Ob dabei am Ende doch stärkere Gesetzmäßigkeiten erkennbar oder verbindlichere theoretische Schneisen im Dialog der Disziplinen

²⁰ Vgl. Sophie Wolfrum, Stadt als Bild – Urban Icon, in: Dies. und Winfried Nerdinger (Hrsg.), *Multiple City. Stadtkonzepte 1908-2008*. Katalog zur Ausstellung im Architekturmuseum in der Pinakothek der Moderne, München 2008, S. 252.

²¹ Vgl. Martina Heßler, Die Konstruktion visueller Selbstverständlichkeiten. Überlegungen zu einer Visual History der Wissenschaft und Technik, in: Gerhard Paul (Hrsg.) *Visual History. Ein Studienbuch*, Göttingen 2006, S. 76-95 sowie dies., BilderWissen. Bild- und wissenschaftstheoretische Überlegungen, in: Ralf Adelman u.a. (Hrsg.), *Datenbilder. Zur digitalen Bildpraxis in den Naturwissenschaften*, Bielefeld 2009, S. 133-161.

²² Gerhard Paul, Von der Historischen Bildkunde zur Visual History. Eine Einführung, in: Ders. (Hrsg.), *Visual History, Ein Studienbuch*, Göttingen 2006, S. 7-36, hier S. 25.

möglich werden, bleibt abzuwarten. Zunächst wäre die Erschließung einer möglichst breiten empirischen Basis wünschenswert, welche weitergehende Vergleiche zwischen den Städten, ihren emblematischen Bauten, den jeweiligen Bildstrategien und deren Akzeptanz ermöglicht.

**Dr. Celina Kress, Center for Metropolitan Studies (CMS) der TU Berlin,
celina.kress@metropolitanstudies.de**

**Dr. Marc Schalenberg, Center for Metropolitan Studies (CMS) der TU Berlin,
marc.schalenberg@metropolitanstudies.de**

Dr. Sandra Schürmann, Hamburg, info@schuermann-sandra.de

Urban Icons. Architektur und globale Bildzirkulation

1922 schrieb die *Chicago Tribune* einen Wettbewerb für ihr neues Bürohochhaus aus. Die Ausschreibung kannte nur Superlative – das schönste Bürogebäude der Welt wurde gesucht, und unverwechselbar sollte es auch sein. Um dieses Ziel zu erreichen, inszenierte die Zeitung den Wettbewerb als Medienereignis, das national und international rezipiert wurde. Architekten weltweit beteiligten sich, gleichzeitig wurde die neue farbige Sonntagsbeilage über Wochen dazu genutzt, den Wettbewerb einem breiten Publikum vorzustellen und die Leserschaft in den Prozess einzubeziehen. Sowohl in Hinblick auf Reproduktionstechniken wie auf Marketingstrategien war die *Chicago Tribune* auf der Höhe der Zeit – der Wettbewerb reagierte auf die Anfänge einer modernen Konsumkultur und eine sich verschärfende Aufmerksamkeitsökonomie.¹

Ein Wettbewerbsbeitrag reagierte auf diese neuen Wahrnehmungsverhältnisse in besonders prägnanter Weise: Adolf Loos' Entwurf eines Hochhauses in Form einer dorischen Säule aus schwarzem Granit. Der Vorschlag blieb unberücksichtigt, er ging jedoch in die Architekturgeschichte ein. Zynisch und ernsthaft zugleich nahm Loos die Ausschreibung beim Wort. In seinem Begleittext argumentiert er, er habe versucht, ein Gebäude zu entwerfen, das vor Ort wie in Reproduktionen unvergesslich sei, ein Monument, das mit Chicago so fest assoziiert werden würde wie der Petersdom mit Rom. Seine Formenwahl begründet er nach klaren Kriterien der Distinktion: Nachdem die Höhenentwicklung in Chicago beschränkt und es daher nicht möglich sei, ein Gebäude zu errichten, das höher als das bisher höchste Gebäude – das *Woolworth Building* in New York – wäre, bedürfe es einer klar unterscheidbaren, außergewöhnlichen Form. Gleichzeitig sei die dorische Säule ein klassisches Element, das wechselnde Moden überdauern würde und über kulturelle Grenzen hinweg verstanden würde.² Die Jury entschied sich für einen weniger

¹ Vgl. hierzu wie zum Folgenden: Katherine Solomonson, *The Chicago Tribune Tower Competition. Skyscraper Design and Cultural Change in the 1920s*, Cambridge 2001.

² Ebd., S. 118-123.



Abb. 1: Adolf Loos, Wettbewerbsentwurf Chicago Tribune Tower, 1922.

spektakulären, neogotischen Entwurf. Hatte die den Wettbewerb begleitende Öffentlichkeitsarbeit zwischen hoch- und populärkulturellen Interventionen gependelt, fiel die Entscheidung auf eine Lösung, die den Anschluss an die historische Weltarchitektur suchte. Diese war zuvor Thema eines wöchentlichen *best of* gewesen, mit dem die *Chicago Tribune* versucht hatte, den Geschmack ihrer Leser und Leserinnen zu schulen. Diese votierten jedoch für spektakuläre Formen, die Loos' Vorschlag noch übertrafen – die Leserbefragung förderte Pyramiden, Obelisken, Kolossalstatuen und ein Hochhaus in Form des Eiffelturms zutage und reihte den *Tribune Tower* damit in die Reihe antiker und moderner Wahrzeichen ein. Die Tatsache, dass das gebaute Ergebnis hinter diesen Visionen zurückblieb, tat seinem Erfolg keinen Abbruch: Der vor und nach seinem Bau von Medienkampagnen begleitete und touristisch erschlossene *Tribune Tower* wurde zu einem *corporate icon* und – temporär – auch zu einem Wahrzeichen Chicagos.³

Der Wettbewerb um den *Tribune Tower* stand im Kontext eines zunehmenden Wettbewerbs um Sichtbarkeit. New York und Chicago konkurrierten bereits Ende des 19. Jahrhunderts als Weltstädte, und dieser Wettbewerb schlug sich nicht zuletzt in einem Wettbewerb um die Skyline nieder.⁴ Die Städte boten in dieser Hinsicht ganz unterschiedliche Bedingungen: Während es in Chicago bis 1923 eine fixe Höhenbeschränkung gab und damit Unterschiede nur durch die Ausbildung des Gebäudekopfes erzielt werden konnten, begannen die Hochhäuser in New York Anfang des 20. Jahrhunderts unreguliert in die Höhe zu schießen. Dort entstand eine neue Generation von Hochhäusern, die ihr Umfeld deutlich überragten. Eines der ersten war das *Flatiron Building*, das rasch zu einem Symbol für Manhattan wurde, gefolgt vom wesentlich höheren *Singer Building*, einem

³ Ebd., S. 120, 61–63, S. 52–54.

⁴ Sarah Donaldson, Chicago vs. New York. Carol Willis and Kenneth T. Jackson on the Future of the Skyscraper, in: *Next American City 4* (2005): *Competitions and Cities*, S. 26–28.



A PYRAMID

— Last night I dreamed that I was designing the new Tribune Building. It took the form of a huge pyramid, a marvelous structure of blue marble. The windows and doors were of the same pyramid shape.
C. H., Keosau, Ill.



A BELL

— By all means have a tower and don't forget to have a big deep toned bell in it, and not a dinky little one either.
T. T., Oak Park, Ill.



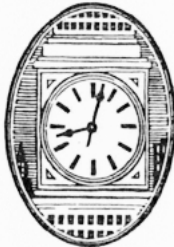
AN OBELISK

— Lay your aim in ruggedness, not nicety! Let I have the appearance of one stone from bottom to top. I suggest this type for your building—rugged simplicity—obelisk type.
B. A. P., Chicago.



A BLOCKHOUSE

— A massive structure should be built, combined with something that would be a monument of remembrance of early Chicago and still be a part of the modern skyscraper. Represent the blockhouse of "Old Fort Dearborn".
F. T. L., Chicago.



A CLOCK

— One of its big features to me is an immense clock in the tower, which at its height can be seen for miles away.
F. M. B., Toledo, O.



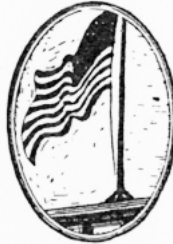
SAMSON

— Samson was the world's strongest man. Why not erect the new building in the form of a colossal Samson extending as many stories as you desire? In the leg and arms of Samson you may have office space, the body will be occupied by offices and elevators, the head or dome should be a lookout.
B. M. S., Chicago.



AN ELECTRIC "T"

— One of the features of The Tribune's new building should be a bonous light, a large electrical "T".
M. B. M., Danville, Ill.



AN IMMENSE FLAG

— Have a flag pole run up from the center and get out the biggest flag you can find.
B. A. P., Chicago.



KEIFFEL TOWER

— I cannot think of anything more appropriate for your building than the Keiffel tower style.
J. H., Dubuque, Ia.

Abb. 2: Leserbeiträge zum Wettbewerb, Chicago Tribune Coloroto Magazine, 1922.

schlanken, hoch aufragenden Turm.⁵ Den Wettlauf um Höhe gewann der 1913 fertig gestellte *Woolworth Tower*, der für fast zwei Jahrzehnte das höchste Gebäude der Welt war. Er war nicht nur Firmensitz und Bürogebäude, sondern integrierte die neuesten Errungenschaften der Konsumkultur und sprach damit die unterschiedlichsten Publikumsschichten an. Als ‚Kathedrale des Kommerzes‘, die neogotische Architektur und modernste Lichtinszenierung verband, wurde er zu einem Star der Massenblätter und zu einer Touristenattraktion.⁶ Der *Woolworth Tower* stellte den Bezugspunkt für den Tribune Tower dar – mit ihm konnte er nicht an Höhe konkurrieren, er versuchte es aber an Eleganz und Publikumswirksamkeit.



Abb. 3: Andreas Feininger, *Empire State Building*, 1940.

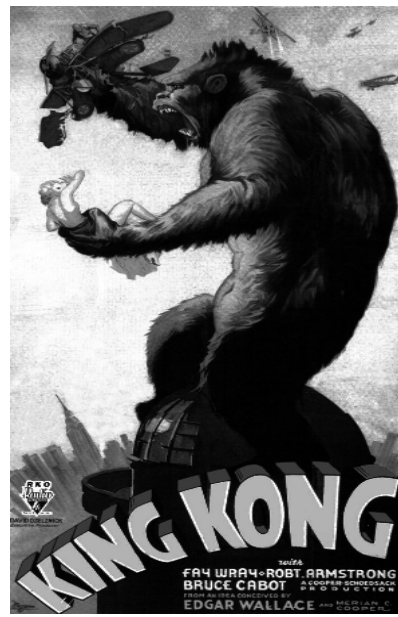


Abb. 4: Filmplakat zu „King Kong“, 1933.

Beide sind bis heute lokale Ikonen. Erst das *Empire State Building*, fertig gestellt 1931, das den Wettlauf um Höhe für vierzig Jahre für sich entschied, wurde zu einem international anerkannten *urban icon*.⁷ Als höchstes Gebäude der Welt, errich-

⁵ Vgl. u.a. Paul Goldberger, *The Skyscraper*, New York 1981.

⁶ Gail Fenske, *The Skyscraper and the City. The Woolworth Building and the Making of Modern New York*, Chicago und London 2008.

⁷ Das 1930 fertig gestellte *Chrysler Building* wurde nicht zuletzt wegen seiner einzigartigen Art-Déco-Spitze zwar ebenfalls ikonisch, jedoch nie in dem Maße wie das *Empire State Building*. Da es nicht im glei-

tet in raschester Bauzeit, war es ein Gebäude der Superlative. Über eine außergewöhnliche Architektur verfügt es nicht: Es war nicht zu Repräsentationszwecken gedacht, sondern reines Spekulationsobjekt, dessen Form sich durch die Zonierungsgesetze und ökonomische Kalkulation ergab.⁸ Seine Bildfähigkeit ist dennoch enorm – bis heute steht es isoliert und ist von allen Seiten sichtbar. Die Aussicht von seiner Plattform ist beeindruckend. Es war auch die touristische Nutzung, die das *Empire State Building* in den Jahren der Weltwirtschaftskrise, als ein Großteil der Büroflächen leer stand, erfolgreich machte. Anfang der 1970er Jahre wurde es von den Türmen des *World Trade Center* an Höhe überholt – dieses wurde zwar ebenfalls ikonisch, was spätestens der Akt seiner Zerstörung klar machte, es erlangte jedoch nie eine vergleichbare Popularität wie das *Empire State Building*.⁹

Dieser Erfolg lässt sich nur durch die mediale Präsenz des *Empire State Building* erklären: Er verdankt sich spektakulären Fotografien und künstlerischen Darstellungen von Andreas Feininger bis Andy Warhol, insbesondere aber seiner Präsenz in Kinofilmen und der emotionalen Aufladung, die es dabei erfahren hat. Von seinem ersten Auftritt in „King Kong“ (1933), dessen Schlussakt selbst zur Ikone wurde, über „Love Affair“ (1939) und dessen Remakes bis hin zu zahlreichen Katastrophenfilmen steht es bis heute im Mittelpunkt von Filmen. Neben dem realen New York existiert ein zweites, fiktives New York, ein imaginärer Ort, der vor allem durch das amerikanische Kino geprägt ist. Unzählige Filme haben den Mythos „New York“, seine historische und kulturelle Bedeutung, nicht nur gespiegelt, sondern vor allem angereichert und global verbreitet, so dass New York wie nur wenige Städte weltweit mit bestimmten Bildern und Geschichten verknüpft wird. Das *Empire State Building* spielte eine wesentliche Rolle für die Verdichtung und Verankerung dieses Mythos, darauf gründet sein ikonischer Status.¹⁰

Für eine Geschichte der *urban icons* und *iconic buildings* ist dieser Wettlauf um Höhe und Sichtbarkeit in vielerlei Hinsicht interessant. Er zeigt, dass die Ikonisierung von Architektur eng mit der massenhaften Reproduktion und Zirkulation ihrer Bilder verknüpft ist, und dass architektonische Entwürfe bereits früh auf den sich verschärfenden Wettbewerb um Aufmerksamkeit reagieren und dabei auf visu-

chen Maße zugänglich war, konnte es sich nicht zu einer Touristenattraktion entwickeln.

⁸ Carol Willis, Form follows Finance. The Empire State Building, in: David Ward, Olivier Zunz (Hrsg.), The Landscape of Modernity. New York City 1900-1940, New York 1992, S. 160-187.

⁹ Vgl. z.B. die Buchreihe „Building America“ (1995-97), die neben großen Infrastrukturprojekten den *Gateway Arch*, die Freiheitsstatue, den *Sears Tower*, die *Seattle Space Needle*, das *Washington Monument* und das *Empire State Building* vorstellt, nicht aber das *World Trade Center*.

¹⁰ Vgl. James Sander, Celluloid Skyline. New York and the Movies, New York 2001; Mark Kingwell, Nearest Thing to Heaven. The Empire State Building and American Dreams, New Haven und London 2006.

elle Prägnanz setzen. Jedoch sind spektakuläre Formen keine Garantie für gesellschaftliche Sichtbarkeit – *urban icons* entstehen in einem komplexen Ikonisierungsprozess, in dem bestimmte Architekturen kanonisiert und im kollektiven Gedächtnis verankert werden. Die Geschichte dieser Architekturen ist nur bedingt Teil der traditionellen Architekturgeschichte, ihre Entstehung ist vielmehr durch technische Medien und die ökonomische und kulturelle Situation der Städte geprägt. Deshalb ist ihre Geschichte an der Schnittstelle von Architektur-, Stadt- und Mediengeschichte sowie der Geschichte visueller Kultur zu situieren.¹¹ Dieser Schnittstelle wollen wir im Folgenden nachgehen und einige Thesen zur Entstehung von *urban icons* entwickeln. Im Zentrum werden dabei die Zirkulation der Bilder und der Prozess der Ikonisierung sowie die Frage nach den Qualitäten und Funktionsweisen dieser Bilder stehen.¹²

Cultural icons

Zuerst ist festzustellen, dass die Rede von *icons* jüngerem Datums ist. Der Begriff „Ikone“ ist erst in den letzten Jahrzehnten Teil der Alltagssprache geworden und hat dabei seinen Bedeutungsspielraum stark erweitert. Nicht mehr nur Kultbilder der orthodoxen Kirche werden darunter verstanden, sondern immer häufiger spricht man dort, wo früher von Klassikern, Legenden oder Stars die Rede war, von Ikonen. Vor allem im englischen Sprachraum sind „*icon*“ und „*iconic*“ zu inflationär gebrauchten Schlagwörtern geworden. Alles kann inzwischen damit adressiert werden, was abbildbar ist: visuelle Gemeinplätze, historische wie popkulturelle Berühmtheiten, Markenprodukte ebenso wie Kunstwerke.¹³ Beispielsweise umfasst eine seit 2004 bei Yale University Press erscheinende Buchreihe so diverse „Icons of America“ wie Fred Astaire, Superman, den Hamburger oder die Wall Street.¹⁴ Lydia Haustein sieht Einigkeit in der heutigen Begriffsverwendung nur in Hinblick auf zwei Eigenschaften: Ikonen werden eher emotional als intellektuell rezipiert, und sie heben sich deutlich vor dem Hintergrund eines „globalen Bilderstroms“ ab.¹⁵

¹¹ Eine solche Historiografie der *urban icons* eröffnet: Philip J. Ethington und Vanessa R. Schwartz, Introduction: An Atlas of the Urban Icons Project, in: *Urban History* 33 (2006), S. 5-19.

¹² Das heißt auch, dass wichtige Aspekte, die mit der Entstehung von *urban icons* verknüpft sind, nicht näher behandelt werden, wie etwa die touristische Praxis oder der ökonomische Wettbewerb von Städten.

¹³ Vgl. Suzy Freeman-Greene, Nothing and no one are off limits in an age of iconomania, in: *National Times*, 15. September 2009, <http://www.nationaltimes.com.au/opinion/society-and-culture/nothing-and-no-one-are-off-limits-in-an-age-of-iconomania-20090914-fntq.html>.

¹⁴ Vgl. dazu auch Dennis Hall und Susan G. Hall (Hrsg.), *American Icons. An Encyclopedia of the People, Places, and Things That Have Shaped Our Culture*, 2 Bände, Santa Barbara 2006.

¹⁵ Lydia Haustein, *Global Icons. Globale Bildinszenierung und kulturelle Identität*, Göttingen 2008, S. 25.

Mit christlichen Kultbildern scheinen Ikonen dieser Art nur mehr wenig zu tun zu haben. Dennoch gibt es Ähnlichkeiten: Eine liegt im Moment der – unkritischen – Verehrung, eine andere im kanonischen Status dieser Bilder. Die orthodoxe Ikone ist eine authentifizierte Kopie, sie ist nicht individueller Ausdruck eines Künstlers, sondern folgt klar definierten Konventionen und einem Kanon, der die Motive stark einschränkt. Die Verehrung gilt nicht dem von Künstlerhand geschaffenen Bildwerk, sondern dem Urbild, das in möglichst unveränderlicher Form bewahrt werden soll. Ikonen werden, und dies gilt auch für aktuelle Ikonen, immer wieder reproduziert – und dadurch bestätigt.¹⁶ Eine weitere Übereinstimmung liegt darin, dass Ikonen etwas Undarstellbares bild- und zeichenhaft verkörpern – sie sind mehr als bloß Darstellungen Christi, Marias oder der Heiligen. In der orthodoxen Lehre eröffnen sie einen Zugang zur geistigen Welt. Auch aktuelle Ikonen rufen ein unbestimmtes, aber als bedeutsam verstandenes Feld von Assoziationen auf; sie stehen für kulturelle Vorstellungen, die sich als solche nicht abbilden lassen.¹⁷ Über diese Eigenschaften lässt sich auch eine Verbindung zu *icons* herstellen, die als reduzierte Piktogramme die Interaktion mit grafischen Benutzeroberflächen ermöglichen. Auch sie symbolisieren Undarstellbares, etwa Befehle oder Dateistrukturen, und dies in einer streng reglementierten Weise.



Abb. 5: Logo der Kampagne „France Bon Appétit!“ des französischen Landwirtschaftsministeriums.

Auf *urban icons* treffen viele dieser Eigenschaften zu – sie verfügen über ein breites Spektrum an Bild- und Zeichenhaftigkeit und können gleichermaßen als Piktogramm wie als kulturell bedeutsame Ikone fungieren. Der Eiffelturm etwa ist ein emotional und mythisch aufgeladenes Symbol, das zunächst lange für Fortschritt und Modernität stand und später, als Treffpunkt verliebter Paare und unumgängliches Ziel einer (Hochzeits-)Reise nach Paris, mit Romantik assoziiert wurde und immer noch wird. Ebenso lässt er sich aber auch auf ein grafisches Kürzel reduzieren und kann dann als einprägsames Logo nicht nur die Stadt Paris, sondern sogar ganz Frankreich denotieren. Die Nachfrage nach Ikonen in diesem zweifachen Sinn ist in den letzten Jahrzehnten massiv gestiegen – Wiedererkennbarkeit und emotionale Bindung sind in einer globalisierten

Aufmerksamkeitsökonomie Qualitäten von wachsendem Wert. Damit verändern

¹⁶ Vgl. das Kapitel „Romantische, historische und semiotische Sicht der Ikone“, in: Verena Krieger, Von der Ikone zur Utopie. Kunstkonzepte der russischen Avantgarde, Köln, Weimar und Wien 1996, S. 46-49.

¹⁷ Vgl. den Abschnitt „Image Icons“, in: Marita Sturken und Lisa Cartwright, Practices of Looking. An Introduction to Visual Culture, New York und Oxford 2009, S. 36-46.

sich auch Bedeutung und Einsatz älterer ikonischer Architekturen und städtischer Wahrzeichen.

Zirkulation und Kanonisierung

Kulturelle Ikonen, wie sie der bild- und medienwissenschaftliche Diskurs beschreibt, sind Bilder, die aus der ‚Flut‘ massenmedialer Bildproduktion herausragen. Die Rede von Ikonen schwankt dabei zwischen dem Bezug auf konkrete Bilder, Bildmotive oder dem Abgebildeten – Ikonen sind „komplexe Verdichtungen von Wirklichkeit und Bild“¹⁸, Überlagerungen verschiedener Bilder ein- und desselben Objekts in einem mentalen Bild, das sich in einem komplexen Verdichtungs- und Kanonisierungsprozess im kollektiven Gedächtnis einschreibt. An diesem Prozess ist eine Vielzahl heterogener Akteure beteiligt, Fotografen und Filmemacherinnen, Bildredakteure und Fernsehzuschauerinnen, Kulturwissenschaftler und Marketingexpertinnen, die sich über einen längeren Zeitraum auf bestimmte Bilder und Bildgegenstände einigen, indem sie sie wiederholt verwenden und mit Aufmerksamkeit belegen.

Während der Prozess der Kanonisierung im Bereich der Hochkultur an Spezialdiskurse wie Kunstkritik und Kunstgeschichte gebunden ist, ist die Ikonisierung populärer Bilder hingegen ein nichtinstitutionalisierter, dezentrierter Prozess, der meist ohne Argumente auskommt, dessen Ergebnisse aber ein hohes Maß an Akzeptanz finden.¹⁹ Reinhold Viehoff hat diesen Vorgang als dichtes Ritual der Wiederverwendung und Bestätigung beschrieben. Er unterscheidet eine Reihe idealtypischer Verwertungsschritte, in denen Bilder durch Re-Inszenierungen zunächst in kulturellen Teilbereichen, dann in der massenmedialen Berichterstattung und schließlich durch die Verbreitung in der Alltagskultur stufenweise kanonisiert werden.²⁰ In diesen „Feedback-Loops“ bestätigt jede Kopie die Bedeutung des Originals. Ikonen durchwandern dabei nicht nur verschiedene Medien, sondern auch Zeiten, Räume und Kulturen, wobei sie wiedererkennbar bleiben, ihre Bedeutung sich aber verändern kann.²¹

¹⁸ Haustein, *Global Icons*, S. 33.

¹⁹ Die Bestätigung populärer Ikonen kann dann wiederum als Ranking-Show inszeniert werden, wie in der Fernsehsendung „Unsere Besten“ (ZDF), die als Lieblingssorte der Deutschen den Kölner Dom und das Brandenburger Tor bestätigt hat.

²⁰ Reinhold Viehoff, *Programmierte Bilder. Gedanken zur ritualisierten Zirkelstruktur von Wahrnehmung und Inszenierung durch die Bild(schirm)medien*, in: Ludwig Fischer (Hrsg.), *Programm und Programmatik. Kultur- und medienwissenschaftliche Analysen*, Konstanz 2005, S. 113-131.

²¹ Haustein, *Global Icons*, S. 31.

Auch *urban icons* entstehen in einem solchen nachträglichen Prozess der Ikonisierung. Ihre architektonische Gestalt kann zu ihrem Erfolg beitragen, ebenso gezieltes Marketing. Ikonisierung ist jedoch ein Prozess, der sich nicht planen lässt. Er gelingt da, wo Architekturen über reproduzierbare Bilder und deren massenhafte Distribution in einen Verwertungskreislauf der Sichtbarkeit eintreten und dort über längere Zeit erfolgreich zirkulieren. Eine Firma, ein Medium, eine Stadt alleine kann diesen Kreislauf zwar befördern, aber nicht monopolisieren. *Icons* stabilisieren sich im Wechsel der Kontexte, in der wiederholenden Variation. Die Bilder und auch die Architekturen verändern dabei ihren Charakter: Sie werden aus dem lokalen Zusammenhang herausgelöst und im Zuge dieser Dekontextualisierung auch semantisch entleert. Sie verlieren ihre konkrete historische Bedeutung, werden mythisch überhöht und in neuer Weise imaginär verortet.

Dekontextualisierung

Eine wesentliche Voraussetzung für die Entstehung urbaner Ikonen ist die massenhafte Verfügbarkeit von Bildern. Der Aufstieg der Fotografie im 19. Jahrhundert ist daher, wie Philipp Ethington und Vanessa Schwartz zeigen, ein Schlüsselmoment ihrer Geschichte.²² Nachdem bereits in der zweiten Jahrhunderthälfte viele Fotografenateliers Mappen mit Architektur Fotografien für ein entstehendes touristisches Publikum anboten, entstanden mit dem Aufkommen neuer Druckverfahren um 1900 Reproduktionsanstalten, die auf Vorrat Bilder berühmter Bauwerke produzierten.²³ Diese massenhafte Verfügbarkeit hat seit der Digitalisierung von Fotografien einen weiteren Sprung gemacht. Bildagenturen wie *Corbis* oder *Getty Images* halten Millionen von *stock-photographs* für den Einsatz in Werbung und Journalismus in ihren Online-Verzeichnissen bereit.²⁴ Wer hier nach „landmarks“ sucht, dem erscheint schon auf der ersten Seite eine Auswahl, die vom Eiffelturm zum *Grand Canyon*, vom *Taj Mahal* zu den *Petrona Towers* reicht.

Solche Datenbanken realisieren, was schon die frühesten Fototheoretiker als Versprechen des neuen Mediums sahen: fotografische Bibliotheken, die die sichtbare Welt für jedermann verfügbar machen.²⁵ Spätere Theoretiker sahen diese Inventarisierung schon im fotografischen Akt selbst am Werk. Die Fotografie greift in die

²² Philipp J. Ethington und Vanessa R. Schwartz, Introduction: An Atlas of the Urban Icons Project.

²³ Rolf Sachsse, *Photographie als Medium der Architekturinterpretation. Studien zur Geschichte der deutschen Architekturphotographie im 20. Jahrhundert*, München u.a. 1984, S. 51, S. 116-117.

²⁴ Vgl. dazu Matthias Bruhn, *Bildwirtschaft. Verwaltung und Verwertung der Sichtbarkeit*, Weimar 2003.

²⁵ Oliver Wendell Holmes, *Das Stereoskop und der Stereograph (1859)*, in: Wolfgang Kemp, *Theorie der Fotografie*, Bd. 1: 1839-1912, München 1980, S. 114-121.

Realität ein, sie ist immer eine Auswahl, ein Schnitt durch Raum und Zeit.²⁶ Sie zersplittert, so Susan Sontag, jegliche Kontinuitäten, doch im selben Moment „füttert [sie] die Splitter in ein endloses Dossier ein“.²⁷ Indem sie die Vielfalt der Körper und Dinge auf zwei Dimensionen reduziert, wahlweise vergrößert oder verkleinert und in einen Rahmen einpasst, schafft die Fotografie neue Vergleichsmöglichkeiten, sei es im kunsthistorischen Bildband, auf der Illustriertenseite oder im digitalen Bildarchiv. Die Gesamtheit dieser Medien bilden, mit Siegfried Kracauer gesprochen, so etwas wie ein „Generalinventar“.²⁸ Erst auf Basis dieses Inventars treten so entfernte Gebäude wie der Eiffelturm und das *Taj Mahal* als entkontextualisierte Bilder in direkte Nachbarschaft und in Konkurrenz um Sichtbarkeit.

Eine frühe Form des globalen Archivs, die dieses unverbundene Nebeneinander konkret erfahrbar machte, waren die Weltausstellungen des 19. Jahrhunderts. Als Schaufenster der ganzen Welt, die Waren, Architekturen, ganze Dörfer und Stadtteile versammelten, waren sie der Versuch einer panoramatischen Gesamtschau, die Anschaulichkeit und imaginäre Vollständigkeit versprach.²⁹ Gleichzeitig sandten sie Bilder ihrer Attraktionen in alle Welt. Am Beispiel des Eiffelturms zeigt Vanessa Schwartz, wie eng die Geschichten der Weltausstellungen, der Reproduktion von Bildern und der *urban icons* miteinander verknüpft sind: Die Bildpostkarten vom Eiffelturm, die als Souvenir auf der Weltausstellung von 1889 verkauft wurden, zählen zu den ersten massenhaft verbreiteten Ansichtskarten.³⁰ Schon früh folgten diesen fotografischen Reproduktionen dreidimensionale, weltweit existierende Repliken und Nachbauten. Der *Blackpool Tower* (1894) ist einer der ersten, weitere finden sich in Disneyland oder vor Hotelkomplexen wie dem *Paris* in Las Vegas, und in Dubai ist zurzeit ein Immobilienprojekt geplant, das – konzipiert als eine Art Weltausstellung urbaner und nationaler Ikonen – neben dem Eiffelturm auch Repliken der Pyramiden, des schiefen Turms von Pisa und des *Taj Mahal* umfasst. Als gebautes Montagebild wird dort an einem Ort zusammengefügt, was im globalen Imaginären bereits in einem gemeinsamen Raum des Vergleichs zirkuliert.

²⁶ Vgl. Philippe Dubois, *Der Schnitt. Zur Frage von Raum und Zeit*, in: ders., *Der fotografische Akt. Versuch über ein theoretisches Dispositiv*, Amsterdam und Dresden 1998, S. 155-213.

²⁷ Susan Sontag, *Über Fotografie*, Frankfurt am Main 1980, S. 149.

²⁸ Siegfried Kracauer, *Die Photographie*, in: ders., *Das Ornament der Masse*, Frankfurt a. M. 1977, S. 21-39, hier: S. 37.

²⁹ Heinz-B. Heller, *Das Prinzip Weltausstellung und frühes Kino(-Programm)*, in: Fischer, *Programm und Programmatik*, S. 198-209. Vgl. dazu auch Beat Wyss, *Bilder von der Globalisierung. Die Weltausstellung von Paris 1889*, Frankfurt am Main 2010.

³⁰ Vanessa Schwartz, *The Eiffel Tower*, Eintrag im *Multimedia-Companion zu Urban History 33* (2006): http://journals.cambridge.org/fulltext_content/supplementary/Urban_Icons/atlas/intro.htm

Mythisierung und Entleerung

Prozesse der Ikonisierung gehen nicht nur mit Dekontextualisierung, sondern auch mit symbolischer Verallgemeinerung einher. Dieser Prozess ist zugleich einer der Entleerung und semantischen Öffnung. Ikonische Bilder beginnen ein Eigenleben im mediatisierten kollektiven Gedächtnis zu führen – selbst etwa bekannte Fotografien des Vietnamkriegs werden häufig nicht mehr als historische Dokumente, sondern als enthistorisierte Allegorien von Krieg und Gewalt wahrgenommen.³¹ Als „flexible Ikonen“ sind sie vielseitig einsetzbar und mythisch aufladbar, sie „leben“ in einer gleichsam „symbiotischen“ Beziehung zu imaginären Bildwelten.³² Dies gilt umso mehr für Architektur, deren Bedeutung schwer zu fixieren ist. Und tatsächlich scheint es sich bei *urban icons* um besonders bedeutungsoffene Architekturen zu handeln, die sich leicht in neue Erzählungen einbinden und zu Trägern sekundärer Botschaften machen lassen. Der Eiffelturm oder das *Empire State Building* sind dafür gute Beispiele.

Das *Empire State Building*, das selbst mythisch verklärt wurde, ist Träger eines älteren Mythos, den es ideal verkörpert. Wie Mark Kingwell emphatisch beschreibt, steht es dafür, dass alles möglich ist. Entstanden aus der Idee zweier Männer, die sich aus bescheidenen Verhältnissen hochgearbeitet hatten, wurde es zur Verkörperung des amerikanischen Traums, ein Symbol für Abenteuergeist und Willensstärke. Lewis Hines' berühmte Fotoserie, die Arbeiter in Schwindel erregender Höhe zeigt, trug zu diesem Bild bei. Es versprach eine offene Zukunft und es stellte die Möglichkeit in Aussicht, daran zu partizipieren.³³ Seine Entstehungsgeschichte wurde im Laufe seiner Ikonisierung überhöht, sie wurde zu einer zeitlosen Aussage, zum Mythos. Der Mythos ist, so Roland Barthes, eine enthistorisierte Aussage: Er beraubt seinen Gegenstand seiner spezifischen Geschichte und belegt ihn mit einer sekundären allgemeinen Bedeutung. Diese ist anpassungsfähig und vage – insofern ist er eine leere Form mit instabilem Inhalt.³⁴

Darin ähnelt er dem, was Barthes später am Beispiel des Eiffelturms als „leeres Zeichen“ beschrieben hat. Wollte Barthes in den „Mythen des Alltags“ aus den 1950er Jahren in der entleerten Form des Mythos dessen gesellschaftliche Funktion aufdecken, scheint sich diese Ideologiekritik zehn Jahre später erübrigt zu haben. Barthes feiert in seinem Essay den Eiffelturm als leeres Zeichen mit offenem Bedeutungshorizont, das in beinahe beliebiger Weise angeeignet werden kann.³⁵ Da er für

³¹ Bruhn, Bildwirtschaft, S. 171.

³² Haustein, Global Icons, S. 70.

³³ Kingwell, Nearest Thing, S. 1–53.

³⁴ Roland Barthes, Mythen des Alltags, Frankfurt am Main 1996, S. 85–88.

³⁵ Roland Barthes, Der Eiffelturm, München 1970. Der Text ist 1964 entstanden, im selben Jahr, in dem

keine besondere Nutzung konzipiert war und sein Entwurf nicht auf Vorbilder zurückgriff, konnten mit ihm verschiedenste Vorstellungen verknüpft werden. Der Eiffelturm war ein Symbol für Modernität, Fortschritt, für touristisches Vergnügen, und wurde schließlich das Symbol für Paris schlechthin. Als solches hat er sich aller konkreten Inhalte entledigt.

Ein solcher Prozess der Bedeutungsverschiebung und Entleerung lässt sich auch beim *Empire State Building* – allein anhand seiner Filmgeschichte – nachzeichnen. Sein erster Auftritt in „King Kong“ baute seinen Mythos zuallererst auf. Weniger als zwei Jahre nach seiner Eröffnung wurde es Schauplatz eines spektakulären Showdowns: Der riesenhafte Affe aus der Südsee, Verkörperung roher Naturgewalten und als „achtes Weltwunder“ angekündigt, nimmt auf seiner Flucht das *Empire State Building*, das selbst als Weltwunder gehandelt wird, als seinen Berggipfel in Besitz. In seiner Hand: Fay Wray, das Gegenüber einer abseitigen Romanze, die er bis zuletzt vor seinen Angreifern verteidigt. Die folgende Filmografie konnotierte das *Empire State Building* dann fest mit Romantik. In „An Affair to Remember“ (1957), dem ersten Remake von „Love Affair“, wartet Cary Grant über Stunden auf Deborah Kerr, die dann doch nicht kommt. Dennoch wurde das *Empire State Building* für Jahrzehnte zum Ort romantischer Treffen. Dieser Mythos wird wiederum in „Sleepless in Seattle“ (1993) zitiert – und ins Klischee verkehrt. Meg Ryan und Tom Hanks finden schließlich auf der Aussichtsplattform zueinander, worauf das *Empire State Building* in der Schlusseinstellung zu strahlen beginnt und in Lichtspiele übergeht.³⁶ Die mythische Kraft des klassischen Hollywood-Kinos ist hier weitgehend verloren gegangen, das post-klassische Kino zehrt jedoch noch von ihr und seiner eigenen Geschichte, die es nostalgisch aufbereitet und verklärt.

Globale Ortsmarkierungen

Im Blockbuster-Kino der Gegenwart tauchen *urban icons* vor allem dort auf, wo mit großem Aufwand an Spezialeffekten die Zerstörung der Welt durch Außerirdische oder Naturkatastrophen in Szene gesetzt wird. Das Plakat von „Independence Day“ (1996) etwa zeigt ein riesiges Raumschiff, das über Manhattan schwebt und die Spitze des *Empire State Building* mit einem hellen Strahl erfasst. Dieses fällt der Zerstörungssorgie im Film ebenso zum Opfer wie das Weiße Haus und andere, vornehmlich amerikanische *landmarks*. In „Mars Attacks!“ aus demselben Jahr sind es

der Eiffelturm unter Denkmalschutz gestellt wurde – vgl. Henri Loyrette, Der Eiffelturm, in: Pierre Nora (Hrsg.), Erinnerungsorte Frankreichs, München 2005, S. 113-133. Der Aufsatz scheint für eine Theorie der *urban icons* zentral zu sein – sowohl Schwartz bezieht sich auf ihn wie auch Kingwell.

³⁶ Vgl. Kingwell, Nearest Things, S. 163-165.

globale Ikonen wie unter anderem der Eiffelturm, *Big Ben* und das *Taj Mahal*, die von Außerirdischen in die Luft gejagt werden.³⁷ Filme dieser Art setzen einen Kanon bekannter *urban icons* voraus, deren effektvolle Zerstörung die globale Dimension der Katastrophe vermittelt. *Urban icons* verweisen hier noch auf ihren alten Mythos, erfüllen aber vor allem in semantisch entleerter Art und Weise die Funktion der Ortsmarkierung.

Vertraut sind solche Markierungen aus dem Fernsehen, wo sie Orientierung im medialen Raum globaler Gleichzeitigkeit stiften. Ob im Hintergrund von Nachrichten-Korrespondenten, in den Trailern internationaler Sportereignisse wie den Olympischen Spielen oder der alljährlichen Montage von Silvesterfeiern rund um den Globus: *Urban icons* wie der Eiffelturm oder das *Sydney Opera House* funktionieren in solchen stereotypen Fernsehbildern als schnell erfassbare Zeichen, die im *flow* des Fernsehprogramms den Zuschauern und Zuschauerinnen signalisieren, wo auf der Welt gerade etwas passiert.³⁸ In diesem Sinne funktionieren sie ähnlich wie die *establishing shots* des Kinos, die uns mit dem Schauplatz der Handlung vertraut machen. Wo jedoch im Film über Orte häufig auch Stimmungen und Atmosphären vermittelt werden, geht es im Fernsehen lediglich darum, Orte im schnellen Wechsel anzuzeigen. Umso mehr bedarf es des Rückgriffs auf vertraute, unhinterfragte Bildformeln: Bilder wie die von Korrespondentinnen vor dem Weißen Haus, dem Londoner *Big Ben* oder einer roten Telefonzelle.

Anders als das Kino schafft das Fernsehen kaum noch mythische Orte. Wo *urban icons* zum Schauplatz welthistorischer Ereignisse werden, können sie – wie das Brandenburger Tor – Ikonen im starken Sinne werden. Die meisten funktionieren jedoch eher als Piktogramm, wie etwa das *Sydney Opera House*, das während der Olympischen Spiele 2000 eine maximale Sichtbarkeit durch seine weltweite Wiedererkennbarkeit erlangte, ohne dass sich daran Emotionen oder Narrationen geknüpft hätten.³⁹ Schon diese Wiedererkennbarkeit ist heute aber von höchstem Wert – ohne sie wären die Städte, für die die *urban icons* stehen, medial unsichtbar

³⁷ „Independence Day“ war der Auftakt einer Reihe von Weltzerstörungsfilmen, die im Laufe der 1990er Jahre die immer ausgefeiltere digitale Tricktechnik zur leinwandfüllenden Zerstörung diverser *urban icons* einsetzten, u.a. „Armageddon“, „Deep Impact“ und „The Day After Tomorrow“. Vgl. dazu Max Page, *The City's End. Two Centuries of Fantasies, Fears, and Premonitions of New York's Destruction*, New Haven und London 2008.

³⁸ Diesen „*flow*“, der alle Programmelemente in einem Kontinuum verschweift, hat Raymond Williams in einem klassischen Aufsatz als den wesentlichen Modus der Fernsehproduktion und -rezeption beschrieben, vgl. Raymond Williams, *Programmstruktur als Sequenz oder flow* (1975), in: Ralf Adelman u.a. (Hrsg.), *Grundlagentexte zur Fernsehwissenschaft. Theorie – Geschichte – Analyse*, Konstanz 2002, S. 33–43.

³⁹ Die Silhouette des *Sydney Opera House*, zum grafischen Kürzel verdichtet, bildete das Logo der Bewerbung Sydneys zur Olympiastadt und fand sich auch im späteren offiziellen Logo der Spiele wieder.

und für ein weltweites Fernsehpublikum ein weißer Fleck auf der Landkarte des *global village*.

Bildarchitekturen

Die *signature architecture*, die sich Peking angesichts der Olympischen Spiele von 2008 geleistet hat – das Stadion von Herzog & de Meuron und das *CCTV-Building* von Rem Koolhaas –, soll genau diesen Zweck erfüllen: Peking mit wiedererkennbaren Bildern auszustatten. Seit Frank Gehrys Guggenheim-Museum in Bilbao es geschafft hat, eine zuvor touristisch wenig bedeutsame Stadt zur internationalen Destination zu machen, werden weltweit Stararchitekturen eingesetzt, um Städte sichtbar zu machen. Der Architekturdiskurs kommentiert diese Architekturen kritisch bis euphorisch: Für Hal Foster sind es populistische Bildarchitekturen⁴⁰, ebenso für Georg Franck, der sie als marktkonforme Antworten auf die neue Ökonomie der Aufmerksamkeit beschreibt.⁴¹ Beide führen ihre Anfänge auf die postmoderne Architektur zurück, die sich der Bildwelt der kommerziellen Massenkultur zuwandte und auf die Symbolkraft der Architektur setzte. Demgegenüber tritt Charles Jencks, bereits Wortführer des postmodernen Diskurses, als ihr Fürsprecher auf. Er beschreibt die neueren Stararchitekturen als ausdrucksstarke *iconic buildings*, deren Geschichte er bis in die Moderne, etwa auf Frank Lloyd Wrights Guggenheim-Museum, zurückführt⁴², und in die man auch Loos' Entwurf für den *Chicago Tribune Tower* einreihen könnte. *Iconic buildings* sind für ihn Architekturen, die ihr Publikum adressieren, *enigmatic signifiers* mit einem breiten Spektrum an Bedeutungen, darin dem Eiffelturm in Barthes' Essay verwandt. Jedoch macht sie dies nicht notwendig zu populären Ikonen, die sich mit einem Ort verknüpfen – *urban icons* entstehen da, wo Architekturen sich mit Geschichten aufladen und sich ebenso mit der Kultur einer Stadt wie dem massenmedialen Imaginären verknüpfen.

Die Geschichte der *urban icons* kam lange ohne *signature architecture* aus, und es ist offen, inwieweit sich die Stararchitekturen der Gegenwart als urbane Ikonen etablieren können. Deren Verhältnis ist prekär, wie zwei jüngere Kinofilme zeigen. Die Eröffnungssequenz des James Bond-Films „The World Is Not Enough“ (1999) beginnt in Bilbao, und es ist offensichtlich, dass der Schauplatz lediglich wegen des Wiedererkennungseffekts von Gehrys Museumsbau gewählt wurde. Für den Plot sind Gebäude wie Stadt völlig irrelevant, ebenso der *Millenium Dome* in London,

⁴⁰ Hal Foster, Image Building, in: Artforum, Oktober 2004, S. 271-311.

⁴¹ Georg Franck, Medienästhetik und Unterhaltungsarchitektur, in: Merkur 615 (2000), S. 590-604.

⁴² Charles Jencks, The Iconic Building. The Power of Enigma, London 2005. Einen solchen historischen Bogen zieht auch Anthony Vidler (Hrsg.), Architecture between Spectacle and Use, Williamstown/Mass. 2008.

an dem die Eröffnungssequenz endet. Noch entleerter ist der Einsatz gegenwärtiger Stararchitekturen in Tom Tykwers Thriller „The International“ (2009), der nach dem Vorbild der Bond-Filme eine weltweite Jagd rund um den Globus schildert. Große Teile des Films wurden in der Wolfsburger Autostadt gedreht, die jedoch als Schauplatz nicht vorkommt. Ihre Eingangshalle wird stattdessen zum Foyer einer Luxemburger Bank, im Film das Zentrum einer weltweiten Verschwörung, und das Phaeno-Museum von Zaha Hadid, das Hauptquartier eines Waffenhändlers, wird gar digital in eine italienische Landschaft versetzt. Der actionreiche Höhepunkt des Films findet dagegen an einem Ort statt, der unverkennbar nicht nur für sich, sondern auch für die Stadt New York steht – in der Rotunde von Frank Lloyd Wrights Guggenheim-Museum, deren einprägsame Spiralförmigkeit auch für die Marketingkampagne verwendet wurde. Der Film nutzt die aktuelle *signature architecture*, um die ortlose Glätte der globalen Finanzwelt zu charakterisieren, als erkennbare und bedeutsame Schauplätze kommen jedoch nur Städte wie New York oder Istanbul in Betracht. Sie werden durch *urban icons* wie das Guggenheim-Museum oder die Blaue Moschee repräsentiert, lassen sich aber nicht auf diese reduzieren, vielmehr stellen sie ihre *urban icons* mit einem Resonanzraum vielschichtiger historischer wie fiktiver Narrative aus.

Abbildungsnachweise

Abb. 1: Katherine Solomonson, The Chicago Tribune Tower Competition. Skyscraper Design and Cultural Change in the 1920s, Cambridge/UK 2001, S. 119.

Abb. 2: Ebd., S. 63.

Abb. 3: Andreas Feininger Archive, c/o Zeppelin Museum Friedrichshafen.

Abb. 4: Max Page, The City's End. Two Centuries of Fantasies, Fears, and Premonitions of New York's Destruction, New Haven/London 2008, S. 73.

Abb. 5: Das Logo ist Eigentum der französischen Regierung, vertreten durch das französische Ministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Fischerei.

Christa Kamleithner, Universität der Künste Berlin, chk@udk-berlin.de,

Roland Meyer, Universität der Künste Berlin, rmeyer@udk-berlin.de

Vom Fortschrittssymbol zur städtischen Marke. Brüssel und sein Atomium

Angesichts der aktuellen Diskussion um die Zukunft der Atomenergie gewinnt eine Auslotung des Begriffs *urban icon* anhand des Brüsseler Atomiums besonderen Reiz: Die Bedeutungskonnotationen solch besonderer Bauwerke, die in Abbildungen und medialer Distribution einen signifikanten Ausdruck finden, verändern sich in Abhängigkeit von politischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen. Damit spiegeln sie auch gewandelte Identitätskonstruktionen von Städten – all' diese Aspekte lassen sich an der Geschichte von *urban icons* beispielhaft nachzeichnen.

Das Atomium wurde 1958 anlässlich der ersten Weltausstellung nach dem Zweiten Weltkrieg entworfen und auf kommunalem Grund gebaut, auf der Heysel-Ebene, einem Plateau am äußersten Rand der Stadt, das in wirkungsvoller Sichtbeziehung zum Stadtzentrum steht. Errichtet zur Demonstration technischen Fortschritts und belgischer Wirtschaftspotenz, verfiel das vielbestaunte, futuristische Bauwerk im Laufe der folgenden Jahrzehnte zunehmend in einen Dornröschenschlaf. Notwendige Unterhaltsmaßnahmen und innovative Konzepte für das Expo-Relikt blieben lange auf ein Mindestmaß beschränkt bzw. ganz aus, so dass die Feuerwehr Anfang 2000 angesichts des schlechten baulichen Zustands sogar den Zugang für die Besucher einschränken musste. Erst anlässlich seines 50-jährigen Bestehens wurde das vernachlässigte Bauwerk aufwändig saniert, und seit 2006 erstrahlt es wieder in vollem Glanz.

Das Atomium als Kristallisationspunkt der Weltausstellung in Brüssel 1958

Auf der Weltausstellung von 1958 präsentierte sich das Atomium nicht nur als begehbare Ausstellungsfläche, sondern war selbst Exponat mit einer klaren Botschaft: „Atom = Hoffnung“ lautete die an der Außenseite angebrachte Verheißung.¹ Diese Bedeutung erschloss sich den damaligen Besuchern jedoch auch ohne Beschriftung: zum einen durch die eindeutige Bildsprache des Bauwerks, zum anderen durch seine besondere Präsenz und Sichtbarkeit aufgrund seiner Größe, seiner zentralen Lage

¹ Serge Govaert, *Bruxelles en capitales. 1958-2000. De l'Expo à l'euro*, Brüssel 2000, S. 70.



Abb. 1: *Das Atomium nach der Renovierung.*

auf dem Ausstellungsgelände sowie der deutlichen Sichtbeziehung zu vielen Orten im Zentrum der Stadt. Im Auftrag der belgischen Metallindustrie – also nicht etwa der staatlichen oder städtischen Ebene – hatte Ingenieur André Waterkeyn ein 165-milliardenfach vergrößertes Modell eines Eisenkristalls entworfen, dessen neun Kugeln untereinander durch Aufzüge und Rolltreppen verbunden sind.² Die Erbauer verfolgten mit dem Bau zwei Intentionen: Aussagen wie jene Waterkeyns, „zu zeigen, dass die belgische Industrie in der Lage ist, schwierige Aufgaben zu meistern“³, oder die Erklärung des ausführenden Architekten André Polak, dass das Bauwerk dazu dienen sollte, „die Staaten zu ermutigen, den Weg der friedlichen Anwendung der Atomenergie weiter zu beschreiten“⁴, machen die Bedeutung des Bauwerks als Werbeträger

der Nuklearenergie und –industrie deutlich.

Überhaupt stand die gesamte Expo '58 im Zeichen der Atomenergie, die als Energieträger der Zukunft und genereller Heilsbringer angesehen wurde. König Baudouin brachte es in seiner Eröffnungsrede auf den Punkt: Das Atomium galt als „Symbol der Wissenschaft der Zukunft“.⁵ Zu einem Wahrzeichen Brüssels musste es dagegen erst noch werden.

Dieser Zukunftsoptimismus beschränkte sich nicht auf die Heysel-Ebene, sondern bildete gleichzeitig das Leitmotiv beim Stadtumbau Brüssels anlässlich der Expo '58: Die Initiative zur Organisation dieser Weltausstellung war von der Stadt

² Jochen Hennig, Das Atomium. Das Symbol des Atomzeitalters, in: Gerhard Paul (Hrsg.), Das Jahrhundert der Bilder. 1949 bis heute, Göttingen 2008, S. 210-217.

³ Editions de l'Atomium: Chroniques de la rénovation de l'Atomium. Atomium 2004-2005. Photographies de Marie-Françoise Plissart, Brüssel 2006, o.S.

⁴ Pierre Loze, André Polak, in: A+ 82, 1983, S. 20.

⁵ Serge Govaert, Brussel, het Atomium. De „last stand“ van het Belgische vooruitgangsgeloof, in: Jo Tollebeek et al. (Hrsg.), België. Een parcours van herinnering. Bd I: Plaatsen van geschiedenis en expansie, Amsterdam 2008, S. 377.

ausgegangen, wenn auch der belgische Staat die Federführung bei der Durchführung übernahm. Brüssels Bürgermeister van de Meulenbroeck hatte der belgischen Regierung die Austragung einer solchen Ausstellung vorgeschlagen, um seiner Stadt zu mehr internationalem Renommee zu verhelfen. Nun wurde die belgische Hauptstadt verstärkt nach fordistisch-funktionalistischen Prinzipien im Sinne der städtebaulichen Moderne umgeformt. Die Welt sollte eine kosmopolitische „grande ville moderne“ kennen lernen, die in Bezug auf Infrastruktur und Stadtbild sowie als Ort für internationale Veranstaltungen mit anderen Hauptstädten Europas konkurrieren konnte. Ein Blick in zeitgenössische Reiseführer zeigt, welches Bild bei der touristischen Vermarktung Brüssels in den 1950ern und 1960ern und bis in die 1970er Jahre dominierte: Die immer moderner werdende Stadt sei dabei, sich zum „Carrefour de l'Occident“, einer Drehscheibe der westlichen Welt, zu wandeln.⁶ Das Atomium und die Expo insgesamt eigneten sich dazu bestens, zumal Brüssel 1957 Sitz der europäischen Atomgemeinschaft EURATOM geworden war.

Eine Herausforderung für die Planer stellte die räumliche Distanz vom Expo-Areal und Stadtzentrum dar. Zu ihrer Überwindung wurden, ebenfalls dem Zeitgeist entsprechend, nicht etwa die bestehenden Straßenbahnverbindungen ausgebaut, sondern das Straßennetz.⁷ Entscheidend aber war die zentrale Blickbeziehung, die das Atomium an vielen Plätzen, vor allem von der Brüsseler Oberstadt aus, sichtbar und somit präsent machte. In der Unterstadt, wo die topographischen Besonderheiten einen direkten Blick auf das Atomium verhinderten, überbrückte ein Informationspavillon auf dem zentralen Place de Brouckère die Distanz, indem dieser die Expo medial aufbereitet quasi mitten ins Stadtzentrum transferierte. Nicht nur die Expo insgesamt, sondern auch das Atomium selbst waren darüber hinaus visuell und sogar haptisch in der Stadt präsent: Das Bauwerk fand sich abgedruckt auf Postkarten, Tellern, Besteck, Aschenbechern, Ansteckern, Trinkgefäßen, Spielwaren, Schreibzeug und vor allem als Miniaturmodell in den Souvenirshops des Brüsseler Stadtzentrums. Selbst auf belgischen Briefmarken und den 20-Franc-Scheinen der Nationalbank fanden sich Abbildungen des Atomiums.⁸ Die starke Verbreitung

⁶ Serge Jaumain, „Une grande capitale moderne“. Bruxelles dans les guides touristiques de la seconde moitié du XX^e siècle, in: Philippe Duhamel und Remy Knafou (Hrsg.), Mondes urbains du tourisme, Paris 2007, S. 308-322; Jean-Michel Decroly und Serge Jaumain, Destination Bruxelles. L'image et la place de la capitale dans le tourisme urbain européen, in: Les Cahiers de la Fonderie 34 (2006), S. 5-12, hier: S. 11; Roel de Groof und Geertrui Elaut, Europe in Brussels. Van federaal werelddistrict tot Europese hoofdstad. 1900-2010, Brüssel 2010, S. 31.

⁷ Christian Vandermotten, L'Expo 58 et l'urbanisation de Bruxelles, in: Chloé Deligne und Serge Jaumain (Hrsg.): L'Expo 58. Un tournant dans l'histoire de Bruxelles, Brüssel 2009, S. 69-91, hier: S. 81; Thierry Demey, Bruxelles, chronique d'une capitale en chantier. Band 2: De l'Expo '58 au siège de la C.E.E., Brüssel 1992, S. 21.

⁸ Rudolph Nevi, Expo 58. Nostalgie in 400 fotos, Leuven 2008, S. 208-209; Diane Hennebert, L'Expo 58,

durch kommerzielle sowie staatliche Akteure dürfte den Bekanntheitsgrad und den ikonischen Charakter des Bauwerks auch über die 40 Millionen Expo-Besucher und das Ende der Weltausstellung hinaus weiter erhöht haben. Dies sind wichtige Voraussetzungen, welche die spätere Entwicklung zu einem *urban icon* befördert haben. Eine direkte Bezugnahme von Stadt und Atomium dagegen war Ende der 1950er Jahre noch nicht auszumachen.

Veränderungen städtischer Identität im Zeichen des wirtschaftlichen Strukturwandels, Brüssel 1960-1990

Noch während der umfassende Stadtumbau Brüssels zur funktionalistisch geprägten Metropole in den zwei Jahrzehnten nach dem Ende der Weltausstellung andauerte, änderten sich die materiellen Voraussetzungen rasant: Die belgische Schwerindustrie als ehemaliger Motor des Wachstums geriet ab den 1960er Jahren in eine immer tiefere Krise. Die De-Industrialisierung in der Hauptstadt, der wichtigsten Industriestadt des Landes, wurde durch den massiven Ausbau des tertiären Sektors aufgefangen; Brüssel blieb wirtschaftliche Hauptstadt Belgiens. Einen großen Anteil daran hatte die zunehmende Präsenz internationaler Organisationen, die sich in Brüssel niederließen, allen voran die Vorläufereinrichtungen der heutigen Europäischen Union. Durch im europäischen Vergleich sehr intensive Umbauarbeiten wurde für die neuen Dienstleistungs- und Verwaltungsaufgaben großflächig Platz geschaffen, besonders im Zentrum und im Osten der Stadt. Ohne einheitliche Planung oder strikte gesetzliche Regelungen, zudem ohne die Beteiligung der Öffentlichkeit wurden in den zwei Jahrzehnten nach der Weltausstellung ganze Stadtviertel dem Erdboden gleichgemacht und Wohnraum durch Bürogebäude ersetzt, was privaten Investoren erhebliche Gewinne einbrachte.⁹ Diese durch Immobilienspekulation beförderten städtebaulichen Umwälzungen, die unter dem Deckmantel einer notwendigen Modernisierung, vor allem aber auf Kosten der ansässigen Bevölkerung durchgeführt wurden, waren in Brüssel dermaßen intensiv, dass sie sogar mit einem eigenen Terminus als „Brüsselisierung“ (*bruxellisation*) zusammengefasst werden.

So näherte sich Brüssel zwar dem Ideal einer großen und modernen europäischen Metropole immer stärker an; gleichzeitig führte die fehlende Rücksichtnahme auf die Belange der Wohnbevölkerung zur Bildung einer immer größeren Oppositionsbewegung gegen die Baupolitik in Brüssel. Auch die Leitbilder der Stadtpla-

Brüssel 2004, S. 52; Govaert, Brussel, het Atomium, S. 374.

⁹ Einen guten Überblick bieten Jacques Aron, *Le tournant de l'urbanisme bruxellois. 1958-1978*, Brüssel 1978, S. 39-70; Claire Billen, *Bruxelles, Antwerpen 2000*, S. 127.

nung wandelten sich: Zunehmend verabschiedeten sich auch die Stadtplaner vom Primat der Moderne mit ihren funktionalistischen Raumparadigmen und orientierten sich seit den 1980er Jahren mehr und mehr an der historischen Stadt mit den Prinzipien der Dichte und der Mischung.¹⁰ Und schließlich leitete der wirtschaftliche Strukturwandel, befeuert durch die Ölkrise von 1973 und die Atomreaktorunfälle von Harrisburg (1979) und Tschernobyl (1986), eine allmähliche Abkehr vom unhinterfragten technischen Fortschrittsglauben ein.

Dieser Paradigmenwechsel hatte grundlegende Auswirkungen auf den Umgang mit dem Atomium. Die ungebrochene Zukunftseuphorie, mit der die visuelle Erscheinung des Bauwerks bis dahin immer verbunden gewesen war, ging zunehmend verloren. Es stellte sich die Frage, wie man angesichts dessen mit diesem auffälligen und bekannten Bauwerk verfahren sollte, das – für jedermann offensichtlich – durch seine Bildsprache und die bis Ende der 1990er Jahre dort anzutreffende Ausstellung zur friedlichen Nutzung von Kernenergie weiterhin für den ungebremsten Glauben an die positive Wirkungskraft der Atomenergie stand.

Ein Blick in zeitgenössische Reiseführer gibt auch hier Aufschluss: Ab den 1980er Jahren betonen auch diese zunehmend die negativen Folgen der Brüsseler Abriss- und Modernisierungspolitik.¹¹ In Bezug auf die Darstellung des Atomiums selbst führt eine Auswertung von 20 Reiseführern¹² zu einem klaren Befund: Es wird seit den 1980er Jahren mehr und mehr zum Relikt einer vergangenen Epoche. In der Mehrzahl der untersuchten Quellen wird es nur nachrangig erwähnt, und einige Reiseführer führen es gar nicht mehr auf. Offensichtlich hat auch eine Umdeutung stattgefunden: Es fällt auf, dass ansonsten vor allem die historische Stadt und nicht mehr die Ergebnisse der Modernisierungsbestrebungen der Nachkriegszeit inszeniert werden. Ein Reiseführer fragte 1973 noch, ob „die neun Kugeln das Symbol einer friedlichen Wissenschaft“ seien.¹³ Spätere, ab den 1980er Jahren erschienene Publikationen dagegen bezeichnen das Atomium als „Symbol für das Atomzeitalter“¹⁴ und suggerieren, dass eben jenes und der damit verbundene Fortschrittsglaube vergangen seien.¹⁵

¹⁰ Christian Dessouroux, *Espaces partagés, espaces disputés. Bruxelles, une capitale et ses habitants*, Brüssel 2008, S. 134; Anne Van Loo (Hrsg.), *Dictionnaire de l'architecture en Belgique. De 1830 à nos jours*, Antwerpen 2003, S. 85.

¹¹ Jaumain, *Une grande capitale moderne*, S. 317-319; Decroly und Jaumain, *Destination Bruxelles*, S. 11.

¹² Es handelt sich um diverse französischsprachige Brüssel- und Belgienreiseführer, von 1973 bis 2010, die in der Bibliothèque de la Ville de Bruxelles konsultiert werden können.

¹³ Roger Bodart, *Bruxelles. Photos de Suzy Embo*, Brüssel 1973, S. 138.

¹⁴ Georges-H. Dumont, *Bruxelles – Brussel – Brussels – Brüssel*, Brüssel 1984, S. 78; Michelin – *Guide de Tourisme. Belgique. Grand-Duché de Luxembourg, Clermont-Ferrand* 1988, S. 75.

¹⁵ Vgl. Martine Duprez, *Les vieilles boules de l'Atomium: mais quelle santé!*, in: *Le Soir*, 19.12.1989; Thierry de Meulenaer, *La Renaissance de l'Atomium*, in: *Vlan*, 2.11.1988.

Mit Ende der 1970er Jahre wird eine Zäsur deutlich: Der „esprit de 58“ existierte nicht mehr, und mit dem zunehmenden zeitlichen Abstand zur Weltausstellung geriet auch deren ursprüngliches Highlight in Vergessenheit. Dem entsprach sein schlechter baulicher Zustand, der auf Abbildungen der Reiseführer sofort ins Auge fällt: Der Glanz war stumpf geworden und die Außenhaut wirkte zunehmend grau und verschmutzt. Zwar zählte das Atomium, das auch Ende der 1980er Jahre von etwa 470.000 Personen pro Jahr besucht wurde, weiterhin zu den Sehenswürdigkeiten der Stadt. Diese kamen interessanterweise zu 90 % nicht aus Brüssel oder Belgien, sondern aus dem Ausland.¹⁶ Die Brüsseler Stadtverwaltung bemühte sich stattdessen mehr um das Image Brüssels als einladende, freundliche und historische Stadt und wandte sich dazu wieder verstärkt der Altstadt um den Grand-Place als touristischem Anziehungspunkt zu. Das Atomium repräsentierte das genaue Gegenteil.¹⁷ Dass diese Einstellung bis kurz nach der Wende zum 21. Jahrhundert bestehen blieb, zeigt eine Veröffentlichung der staatlichen Fremdenverkehrsämter aus dem Jahr 2001: Sie benennt die Zielsetzungen der touristischen Vermarktung Brüssels, ohne das Atomium zu erwähnen: „Das Image [Brüssels] wird um Elemente aufgebaut, wie das Königshaus, die Gastronomie, Europa, Art Nouveau, Comics, usw.“¹⁸ Andererseits bekundete zumindest die Stadtverwaltung seit den 1990er Jahren wieder Interesse am Atomium. In der Zeitung „Le Soir“ beklagte der damalige Brüsseler Bürgermeister de Donnea etwa 1996 den schlechten Zustand des Bauwerks und forderte die belgische Föderalregierung auf, „massiv“ für die dringende Renovierung des Atomiums aufzukommen, weil „die Stadt nicht in der Lage [sei], die Kosten der notwendigen Renovierung zu übernehmen“.¹⁹

Veränderte Symbolik seit 2000: Das Atomium wird zum urban icon

Die De-Industrialisierung Brüssels ist mittlerweile so weit vorangeschritten, dass heute nur noch rund 10 % der Einwohner in der Industrie tätig sind; im Gegenzug intensiviert sich die Tertiärisierung der Stadt weiter.²⁰ In Verbindung mit der gewachsenen zeitlichen Entfernung zur Expo 58 hat die positive Entwicklung am Ar-

¹⁶ Ebd.

¹⁷ Vandermotten, S. 88-89; Decroly und Jaumain, Destination Bruxelles, S. 11.

¹⁸ Toerisme Vlaanderen (Hrsg.), Tourismus in Belgien. Produkt, Organisation, Politik. Herausgegeben in Zusammenarbeit mit den Einrichtungen für Tourismus der Französischen und Deutschsprachigen Gemeinschaft von Belgien, Brüssel 2001, S. 9.

¹⁹ François Robert, L'Atomium sens dessus dessous, in: Le Soir, 5.09.1996. Siehe auch Daniel Couvreur, La Ville n'a pas les moyens de transformer le Heysel en Walibi, in: Le Soir, 12.11.1997.

²⁰ S. Billen, S. 129; Vincent Calay, Valoriser l'Europe à Bruxelles. Un enjeu pour l'Europe, un enjeu pour Bruxelles, in: Les Cahiers de la Fonderie 34 (2006), S. 70.

beitsmarkt zu einer Neubewertung des Strukturwandels geführt, so dass der damals herrschende Zukunftsoptimismus und dessen Korrektur ab den 1970er Jahren nicht mehr als Enttäuschung aufgefasst werden. So feiert der „esprit de 58“ zumindest in seiner visuellen Komponente ein Comeback und kehrt auch der *atomic style* aus den 1950er Jahren mit seinen spielerischen Anlehnungen an die naturwissenschaftliche Formensprache in Form von Ab- und Nachbildungen des Atomiums in Miniaturmodellen, Ansteck-Buttons, Geschirr usw. verstärkt auf Flohmärkte zurück.²¹ Dazu finden sich im Handel vermehrt Reproduktionen von Postkarten und Postern aus der Zeit der Weltausstellung, vor allem seit der großen Renovierung des Atomiums von 2006 anlässlich seines 50-jährigen Bestehens zwei Jahre später.

Doch bedeutet die Renovierung des Atomiums keinesfalls eine Wiederbelebung seiner Ursprungsbedeutungen: Die vielen Ab- und Nachbildungen des Bauwerks stehen heute vielmehr an erster Stelle für das Atomium selbst, und nicht für Eisentome, Fortschritt oder die belgische Metallindustrie. In seinem Grußwort in einer Publikation anlässlich der Renovierung des Atomiums²² bezeichnet der Erste Schöffe der Stadt Brüssel das Atomium als „Juwel der Architektur der 1950er Jahre“ und als „das symbolträchtigste Gebäude unseres Landes“. Der Bürgermeister spricht von „einem der markantesten Symbole“ für die städtische Bevölkerung. Für die belgische Vize-Premierministerin handelt es sich gar um „das schönste Symbol [...] unserer Hauptstadt“. Für sie gehöre das Atomium zum „kulturellen Erbe“, weshalb sie die „kulturelle, touristische und wirtschaftliche Bedeutung dieses Gebäudes für die Region Brüssel und das ganze Land“ hervorhebt. Bemerkenswert daran ist: Keine der drei Personen stellt eine Verbindung zu den beiden ursprünglichen Bedeutungen her. Auch der Trägerverein Atomium e.V. und das Tourismus-Marketing der Stadt greifen diese in ihren Veröffentlichungen nicht auf. Im ausführlichen Eintrag auf der Homepage des Brüsseler Fremdenverkehrsamts verweist nur der Halbsatz „gebaut für die Weltausstellung von 1958“ auf die Vergangenheit des Bauwerks.²³

Die Umdeutung scheint heute also vollzogen. Seitdem das Bauwerk wieder in prächtigem Glanz erstrahlt, eignet es sich hervorragend zur Repräsentation Brüssels. Im Stadtmarketing finden sich Abbildungen des Atomiums nicht mehr in sekundärer, sondern an prominentester Stelle: Etwa seit 2005 ziert das „Highlight Brüssels“ wieder die Cover von Reiseführern.²⁴ Es ist Teil der Brüsseler Skyline geworden und wird vom städtischen Fremdenverkehrsamt in dieser Funktion, und

²¹ Pierre-Jean Tribot, *Bruxelles 58. Année lumière*, Brüssel 2008, S. 179.

²² Editions de l'Atomium, *Chroniques de la rénovation*, o.S.

²³ Vgl. http://visitbrussels.be/bitc/BE_nl/monument/708/atomium.do [12.04.2011]; S. auch: Rika Devos, *Ieder zijn Atomium*, in: *A+* 198, 2006, S. 24-30.

²⁴ Céline Fion, *Hachette Tourisme. Un grand week-end à Bruxelles*, Paris 2010, S. 35 und S. 78. Abbildung auf dem Cover: Emilie Brochard et al., *Le Petit Futé. Bruxelles 2009-2010*, Brüssel 2009.

nur in dieser Funktion, als „das ikonische Symbol Brüssels“ vermarktet.²⁵

Neben seinem lange Zeit schlechten baulich-optischen Zustand und der überholten Bildsprache gibt es einen dritten Grund, warum das Atomium erst zu Beginn des 21. Jahrhunderts zu einem *urban icon* werden konnte: Das alleinige Recht an allen – auch abstrakten – Abbildungen lag bei seinem Erfinder André Waterkeyn und bedurfte daher der kostenpflichtigen Genehmigung.²⁶ Erst seit kurz nach der Jahrtausendwende können die Bildrechte von den Fremdenverkehrsämtern kostenfrei verwendet werden.²⁷ Seitdem ist das Atomium in den Darstellungen des Stadtmarketings omnipräsent und im Falle des staatlichen Office de Promotion du Tourisme seit 2011 sogar Teil des Logos.²⁸



Belgien Tourismus Wallonie • Brüssel

Abb. 2: Das Logo des Office de Promotion du Tourisme für Wallonien und Brüssel, in Verwendung seit 2011.

Zur weiteren Steigerung seiner visuellen Präsenz im Stadtbild finden sich Abbildungen auf Wagen der Straßenbahnlinie 7, welche die Heysel-Ebene ansteuert. All dies verdeutlicht: Das Atomium ist im städtischen und staatlichen genauso wie im privat-kommerziellen Marketing nicht mehr nur eine Expo-Erinnerung oder ein vergessenes Relikt und auch kein einfaches städtisches Wahrzeichen, das von Touristen besucht wird. Es hat sich vielmehr voll und ganz zu einem *urban icon* gewandelt, mit dem sich die Stadt identifiziert und bildlich repräsentiert.

²⁵ Hervorhebung im Original! Siehe: http://visitbrussels.be/bitc/BE_nl/monument/708/atomium.do [12.04.2011]; Vgl. auch: Rika Devos, Atomium / Brussel, in: Postmodernisme en modernisme na 1945-1987. Van het Atomium tot het Huis Van Roosmalen, Tielt 2008, S. 42-45; Devos, Ieder zijn Atomium, S. 25.

²⁶ Interview mit Diane Hennebert, ehemalige Verwaltungsdirektorin des Atomium e.V. Interview geführt am 11.04.2011 (telefonisch); Interview Henri Simons, Vorsitzender des Atomium e.V., ehemaliger Erster Schöffe der Stadt Brüssel und ehemaliger Vorsitzender von Bruxelles International Tourisme & Congrès (BI-TC, heute Visitbrussels). Interview geführt am 17.03.2011 (telefonisch); Interview mit Annette Onyn, Verantwortliche für Archiv- und Pressearbeit bei Visitbrussels. Interview geführt am 14.04.2011 (telefonisch).

²⁷ Interview Henri Simons.

²⁸ Interview mit Jean-Paul Remy, Verantwortlicher für Bilddatenbanken und Bildrechte beim Office de Promotion du Tourisme (Wallonien und Brüssel). Interview geführt am 21.04.2011 (telefonisch). S. auch: www.belgien-tourismus.de [12.04.2011]; Das städtisch-regionale Fremdenverkehrsamt nutzt die Abbildung des Atomiums ebenfalls an vielen Stellen: www.visitbrussels.be [12.04.2011].



Abb. 3: Leuchtreklame des Atomium e.V. im Brüsseler Flughafen (6 m x 2 m, von 2010 bis April 2011).

Staat und Regionen: das Atomium und Brüssel im föderalisierten Belgien

Die bis hierhin beschriebenen Wandlungen der identitären Bezugnahme zwischen dem Atomium und Brüssel lassen sich zwar größtenteils auf wirtschaftliche Faktoren zurückführen, wären jedoch unvollständig, ließe man die politische Komponente außer Acht. Zum einen ist ein genauerer Blick auf die verschiedenen Akteure im hochkomplexen Verhältnis von Brüssel und Atomium vonnöten; zum anderen wirkt sich die angespannte politische Lage in Belgien in den letzten Jahrzehnten auf konkurrierende Identitätsentwürfe aus. Dies gilt auch und gerade für das zweisprachige Brüssel, das sich keiner der beiden neu entstandenen Sprachgemeinschaften zuordnen ließ und als „Brüssel-Hauptstadt“ eine eigene Region erhielt.

Kurz zusammengefasst stellt sich die aktuelle Situation wie folgt dar: Brüssel ist zwar die Hauptstadt der politischen Region Flandern, jedoch als eigene Region der flämischen Einflussnahme entzogen. Während der Expo 58 war Brüssel Hauptstadt eines starken Zentralstaats, der die Planung der Weltausstellung übernahm und den Umbau seiner Hauptstadt vorantrieb. Das Streben nach mehr kultureller und wirtschaftlicher Autonomie des niederländischsprachigen Nordteils des Landes hatte jedoch ab 1970 mehrere Staatsreformen zur Folge, an deren vorläufigem Ende seit 1989 die Region „Brüssel-Hauptstadt“ als eine von drei politischen Regionen des nun föderalisierten Belgiens steht. Wenn heute nicht explizit von der „Stadt Brüssel“ die Rede ist, meint die Bezeichnung „Brüssel“ in der Regel die gesamte Region „Brüssel-Hauptstadt“. Die Lage des Atomiums am Rande dieser Verwaltungseinheit ist wiederum für die touristische Vermarktung von Vorteil: Aufgrund seiner peripheren Position eignet sich das Bauwerk für manche – anders als eher zentral gele-

gene Wahrzeichen wie das Manneken Pis und das Rathaus der Stadt Brüssel – deutlich besser als Identifikationsobjekt für Brüssel insgesamt und nicht nur für die vergleichsweise kleine Stadt Brüssel im Mittelpunkt der Region.²⁹

Angesichts der fortschreitenden Schwächung der nationalstaatlichen Ebene zugunsten der Regionen und Sprachgemeinschaften mehrten sich, vor allem seit der Renovierung und einem flämischen Vorschlag aus dem Jahr 2000 zur Nutzung des Atomiums für flämische Regionalinteressen³⁰, die Stimmen, die das Bauwerk nicht nur als *urban icon*, sondern als *national icon* betrachten. Das Atomium gilt mit seiner Bildsprache der 1950er Jahre für manchen als nostalgische Referenz an ein geeintes und prä-föderales Belgien. „Die neun Atome des Eisenkristalls stimmten genau mit unseren neun damaligen Provinzen überein. Ein originelleres und stärkeres Symbol hätten die Schöpfer des Atomiums 1958 nicht ersinnen können“³¹, befand der damalige belgische Premierminister Guy Verhofstadt anlässlich der erfolgten Instandsetzung. Aus Anlass der Renovierung gab die Nationalbank 2006 eine 2-Euro-Münze mit einer Abbildung des Atomiums heraus. Außerdem führt das Bauwerk seit kurzem – erstmals seit dem Ende der Expo 58 – wieder eine Flagge auf der Spitze der obersten Kugel, und zwar die belgische. Bezeichnend für diese belgisch-unitaristische Symbolkraft ist eine 2006 ausgestrahlte fiktive Sendung des staatlichen Fernsehsenders RTBF, die im Land große Wellen geschlagen hat. Darin wird die Abschaffung Belgiens simuliert, im Zuge derer sich die belgische Föderalregierung an einen sicheren Ort zurückzieht: ins Atomium. Aber auch die juristische Begründung, wonach das Atomium anteilig mit Mitteln aus dem belgischen Staatshaushalt renoviert wurde, zeigt dies deutlich: Offiziell geschah die staatliche Beteiligung an der 27,5 Mio. Euro teuren Renovierung „in Anbetracht der Tatsache, dass das Atomium ein Symbol Belgiens geworden ist“.³² Dies kann als Beleg dafür gelten, dass die beiden von der Föderalisierung geschwächten und bedrohten Ebenen, nämlich der Föderalstaat und Brüssel in Bezug auf die Vereinnahmung des Atomiums als identifikationsstiftendes Bildzeichen an einem Strang ziehen.

²⁹ Dies bestätigen der Vertreter des Atomium e.V. und des Brüsseler Fremdenverkehrsamts: Interview mit Henri Simons und Interview mit Annette Onyn. Für die mitunter unübersichtlichen Zuständigkeitsbereiche der verschiedenen Einrichtungen für die touristische Vermarktung Brüssels siehe Claire Billen und Anne-Marie Duquesne, *Les acteurs institutionnels du tourisme à Bruxelles. Un imbroglio inévitable?* in: *Cahiers de la Fonderie* 34 (2006), S. 13-14.

³⁰ Govaert, *Brussel, het Atomium*, S. 382.

³¹ Devos, *Ieder zijn Atomium*, S. 29.

³² Der Text des Regierungsbeschlusses vom 15.02.2005 und vom 10.11.2005 findet sich im Belgischen Staatsblatt vom 15.03.2005, S. 10767 und vom 13.12.2005, S. 53644. Eine Auflistung der Geldgeber und die zugehörigen Summen findet sich bei Sarah Visse, *Une nouvelle vie pour l'Atomium*, in: *Voyages, voyages*, 105, 2006, S. 95.

Neben der Bedeutung als städtisches und nationales Identifikationsmerkmal bleibt noch die Bedeutung des Atomiums für die europäische Ebene zu untersuchen. Angesichts der dort – anders als im Stadtzentrum – zahlreich zur Verfügung stehenden Freiflächen hatte sich die Stadt Brüssel mehrmals vergeblich dafür eingesetzt, die europäischen Institutionen auf der Heysel-Ebene anzusiedeln:³³ Bei der Ansiedlung und später bei Erweiterungen in den 1970er Jahren votierte die belgische Regierung für die Umgebung der Rue de la Loi und des Cinquanteaire-Parks, so dass aus dem dortigen Provisorium durch zahlreiche Erweiterungen schließlich Brüssels Europaviertel wurde. Zwischen „Europa“ und dem Atomium selbst finden sich jedoch nur schwache Bezüge.³⁴ Der bekannteste und hinsichtlich der Untersuchung ikonischer Bauten interessanteste ist sicherlich der Park „Mini-Europa“ zu Füßen des Atomiums, in dem seit 1989 die bekanntesten Wahrzeichen aus den Mitgliedsstaaten der EU im Maßstab 1:25 nachgebaut und ausgestellt sind. Mini-Europa und Atomium können mit einer gemeinsamen Eintrittskarte besucht werden. Den ursprünglich nicht vorhandenen Europabezug des Bauwerks versucht Atomium e.V. mittlerweile durch weitere Maßnahmen herzustellen: So sind die Audioguides, die den Besuchern für Rundgänge durch das Atomium zur Verfügung stehen, in allen Amtssprachen der Europäischen Union erhältlich, und bei wichtigen Anlässen wird die auf der Spitze des Atomiums wehende Belgien-Flagge durch die Flagge anderer EU-Mitgliedsstaaten ersetzt.³⁵ Diese Bemühungen des privaten Atomium e.V. werden bisher jedoch nicht von der EU-Seite angenommen, denn als repräsentierende Abbildung findet das Bauwerk dort bisher keine Verwendung. Innerhalb von Mini-Europa wird „Europa“ übrigens durch das Berlaymont-Gebäude, dem Dienstsitz der EU-Kommission dargestellt.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass beim Atomium während und nach der Expo 58 eine überhistorisch-zeichenhafte Einprägsamkeit überwog und das Bauwerk vor allem als Teil der Weltausstellung mitsamt ihrem futuristisch-global orientierten Zeitgeist wahrgenommen wurde. Es war ein Bauwerk, das allein durch sein äußeres Erscheinungsbild den Fortschritt der Menschheit repräsentierte. Als solches war es konkretes Symbol für die Leistungsfähigkeit der belgischen Metallindustrie und Werbeträger für die Kernenergie als damals neue Form der Stromerzeugung. Wirtschaft, Staat und Stadt zogen hier an einem Strang und repräsentierten sich gerne mit dem Atomium. Nach einem jahrzehntelangen Prozess des baulichen Ver-

³³ Demey, *Chronique*, S. 179 und S. 199-200.

³⁴ Erst seit Beginn des 21. Jahrhunderts haben die für Brüssel zuständigen Fremdenverkehrsämter begonnen, diese europäische Komponente in ihre Außenwerbung mit aufzunehmen. EU-Kommission und Europaparlament gehören seitdem zum Repertoire der zu bewerbenden touristischen Anziehungspunkte; vgl. Decroly und Jaumain, *Destination Bruxelles*, S. 11; Calay, S. 71-73.

³⁵ Interview Henri Simons.

falls und der ikonischen Marginalisierung bemühen sich touristische und politische Akteure, das Bauwerk von seinen beiden ursprünglichen Bedeutungen loszulösen und stattdessen die Verbindung mit Brüssel und Belgien insgesamt stärker zu betonen. Der Atomium e.V. versucht zudem, das Atomium stärker mit „Europa“ in Verbindung zu bringen. Die Bedeutungsebenen haben also eine Ausdifferenzierung erfahren. Aber erst dank der Renovierung des Atomiums, die es wieder ansehnlich gemacht hat, und der Freigabe des Bildmaterials für die touristische Vermarktung sowie der aufkommenden Retro-Welle in der Geschmackskultur der Post-De-industrialisierung konnte das städtische Wahrzeichen zu Beginn des 21. Jahrhunderts zu einem *urban icon* werden. Überhaupt ist erst seit der aufwändigen Renovierung klar, dass es sich nicht mehr um die Verlängerung eines Provisoriums handelt, dessen Genehmigung von der Stadt mehrfach nur verlängert wurde, sondern um die dauerhafte Instandsetzung eines wichtigen Identifikationsmerkmals für Brüssel – und auch für Belgien als Ganzes.

Abbildungsnachweise:

Abbildung 1: © www.Atomium.be, SABAM 2009, Georgia Xenakis.

Abbildung 2: Office de Promotion du Tourisme.

Abbildung 3: © www.atomium.be (Entwurf: Axel Addington, Design: Design by SIGN).

**Dominik Scholz, Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung,
dscholz@wzb.eu**

Vom Statussymbol der DDR zum Wahrzeichen Berlins: Der (Ost-)Berliner Fernsehturm

Mit der politischen Wende hat sich auch das Image der Stadt Berlin verändert.¹ Symbole und Wahrzeichen der Stadt wurden umcodiert, verloren Bedeutung(en) und erhielten neue. Die Zuschreibung des von 1965 bis 1969 im Ostteil Berlins erbauten Fernsehturms als „Wahrzeichen der Hauptstadt der DDR“ wurde nach der deutschen Wiedervereinigung gegenstandslos. Seit 1989 ist das Symbol Fernsehturm nicht mehr klar definiert und somit offen für neue Deutungen.

Im Folgenden geht es darum, die Metamorphose der Wahrnehmung und Deutung des Fernsehturms nach 1989 nachzuzeichnen. Wir gehen davon aus, dass sich dieser Wandel signifikant an touristischen Objekten beschreiben lässt. Unsere Ausführungen stützen sich auf eine kulturanthropologische Fallstudie zur Herstellung und Distribution touristischer Objekte, die den Ost-Berliner Fernsehturm repräsentieren.² Sie bezieht sich auf den Zeitraum der 1990er Jahre bis 2011.

1. Der Fernsehturm, das Wahrzeichen für „Berlin, Hauptstadt der DDR“

Ein Funkturm für den Raum Berlin und Umgebung wurde insbesondere für die Ausstrahlung des Fernsehens in der DDR als notwendig erachtet. Der Deutsche Fernsehfunk³ verbreitete seit dem 21. Dezember 1952 erste regelmäßige Sendungen. Nachdem sich der 1954 begonnene Bau eines Fernsehturms in den Müggelbergen wegen der Nähe zum Flughafen Schönefeld als Fehlplanung erwiesen hatte und eingestellt werden musste, wurde erst 1964 der endgültige Standort festgelegt.⁴ Die Planungen für das technische Bauwerk und jene für die Gestaltung des Zentrums der Hauptstadt der DDR kulminierten in dem Fernsehturm-Projekt am Alexanderplatz. Der Entscheidung, einen Fernsehturm in der historischen Stadtmitte zu plat-

¹ Vgl. Thomas Biskup und Marc Schalenberg (Hrsg.), *Selling Berlin: Imagebildung und Stadtmarketing von der preußischen Residenz bis zur Bundeshauptstadt*, Stuttgart 2008.

² Vgl. Anja Früh, „Made in Berlin“, *Souvenirs nach der Jahrtausendwende*, in: Johannes Moser und Daniela Seidl, *Dinge auf Reisen, Materielle Kultur und Tourismus*, Münster und Berlin 2009, S. 137-151.

³ Die Bezeichnung „Deutscher Fernsehfunk“ wurde 1971 in „Fernsehen der DDR“ geändert.

⁴ Zur Planungs- und Baugeschichte mit ihren politischen, architektonischen und stadtplanerischen Umständen vgl. Peter Müller, *Symbol mit Aussicht. Die Geschichte des Berliner Fernsehturms*, Berlin 1999.

zieren, ging eine jahrzehntelange Planungsgeschichte mit vielen Kontroversen und signifikanten Wendungen voraus: Zunächst sollte im Stadtzentrum ein monumentales Hochhaus als Sitz und Symbol der sozialistischen Staatsmacht errichtet werden; der Abriss des Berliner Stadtschlusses im Jahre 1950 hatte dafür den Raum geschaffen.⁵ Im städtebaulichen Wettbewerb der geteilten „Welthauptstadt des kalten Krieges“⁶ sollte in Ost-Berlin ein repräsentatives sozialistisches Stadtzentrum errichtet werden. Im Jahre 1964 wurde schließlich vom Politbüro des Zentralkomitees der SED der Bau des Fernsehturms im Zentrum Berlins in unmittelbarer Nähe des Bahnhofs Alexanderplatz beschlossen. Statt des seit Beginn der 1950er Jahre in den Planungen vorgesehenen Regierungshochhauses bildete nun der Fernsehturm die zentrale, weithin wahrnehmbare Höhendominante. Am Schlossplatz wurde hingegen von 1973 bis 1976 der Palast der Republik errichtet. Am 3. Oktober 1969, kurz vor dem 20. Jahrestag der DDR, wurde der Fernsehturm im Beisein des Staatsratsvorsitzenden, Walter Ulbricht, seiner Bestimmung übergeben. Er ist mit 368 Metern bis heute das höchste Bauwerk in Deutschland.

Der Fernsehturm erhielt also eine Bedeutung, die ursprünglich von dem zentralen Regierungsgebäude ausgehen sollte. Zwanzig Jahre nach der Staatsgründung 1949 hatte die DDR mit ihm ein Symbol für die Hauptstadt Ost-Berlin geschaffen. Seine Wirkungsmacht begründet sich zum einen durch seine physische Präsenz im Stadtraum, in der Nähe des Alexanderplatzes, dem Gelenkraum der vom Brandenburger und Frankfurter Tor kommenden repräsentativen Magistralen. Zum anderen erklärt sie sich durch die architektonische Gestaltung des Turms, die Assoziationen mit einem Sputnik, der den „technischen und wissenschaftlichen Fortschritt“ des sozialistischen Staates symbolisieren sollte.⁷ Die markante Form wiederum ist eine Voraussetzung für grafische Reproduktionen und somit für die breite mediale Distribution des Symbols gewesen.

Die Interpretation des Berliner Fernsehturms als Symbol für die ‚Stärke und Leistungsfähigkeit‘ des ersten sozialistischen Staates auf deutschem Boden wurde bereits durch die mediale Begleitung des Baugeschehens in der DDR verbreitet. Diese

⁵ Mit der Debatte um den Schlossneubau und der beginnenden Diskussion um die Gestaltung der „vergessenen Mitte“ Berlins sind planungsgeschichtliche Fragen der Gestaltung des Ost-Berliner Zentrums in den letzten Jahren stärker in den Fokus der Öffentlichkeit gelangt, sowie zahlreiche Publikationen erschienen. Stellvertretend sei auf folgende umfassende Untersuchung verwiesen: Peter Müller, Symbolsuche. Die Ost-Berliner Zentrumsplanung zwischen Repräsentation und Agitation, Berlin 2005. Diese Thematik wurde ebenfalls in der architektur- und fotohistorisch angelegten Sonderausstellung „Berlins vergessene Mitte. Stadtkern 1840-2010“ des Stadtmuseums Berlin aufgegriffen. Vgl. Berlins vergessene Mitte. Stadtkern 1840-2010 [Ausstellung Stiftung Stadtmuseum Berlin / Ephraim-Palais 21. Oktober 2010 - 27. März 2011].

⁶ Harald Bodenschatz, Städtebau in Berlin. Schreckbild und Vorbild für Europa, Berlin 2010, S. 55.

⁷ Vgl. Müller, Symbol mit Aussicht.

durch die Staatsmacht bestimmte politische Deutung lässt sich gut in Informationsschriften nachvollziehen, die unmittelbar nach Fertigstellung des Bauwerks in Ost-Berlin vom Ministerium für Post- und Fernmeldewesen und an der Bauakademie herausgegebenen wurden. Während in diesen Schriften die „kollektive Leistung“ bei Planung und Bau, die Ästhetik und neue Technologien besonders hervorgehoben wurden, fanden beispielsweise die enormen Kosten keine Erwähnung.⁸

Die Absicht, den Fernsehturm auch emotional zu verankern, äußerte sich in bürgerlichen Formen der propagandistischen Ansprache wie etwa einem Wettbewerb zur Namensgebung des Turmcafés, aber auch in dem Versuch der Personifizierung des Bauwerkes. So benutzt eine an potentielle Besucher des Fernsehturms gerichtete Werbeschrift der Berlin-Information volkstümliche Darstellungen wie: „Du sagst man zu einem guten Freund. Du sagen die Berliner zu ihrem Fernsehturm. Man gehe nur durch die Straßen, um zu erleben, wie verbunden sie sich mit ihrem ‚Riesen‘ fühlen.“⁹



Abb. 1: Spieldose, 1970er Jahre.

Die abgebildete Spieldose gehört zu den kostspieligeren Objekten, die im Souvenirgeschäft am Fernsehturm angeboten wurden.¹⁰ Auffällig an diesem Modell ist, dass das moderne Bauwerk der 1960er Jahre ebenfalls in eine volkstümliche Formensprache übersetzt und in die Nähe historischer Berliner Originale gerückt wurde: Während mittels Walze und Tonkamm „Die Berliner Luft“ und andere Melodien erzeugt werden, kreisen um den Berliner Fernsehturm im Zentrum Figuren wie der „Hauptmann von Köpenick“ und die „Harfenjule“.

Ein Souvenir, das – anders als das volkstümliche Modell – eher die Modernität des Bauwerks unterstreicht, ist ein Kugelschreiber in Form des Fernsehturms mit Turmfuß als Ständer. Einem begeisterten Fernsehturmbesucher aus dem Jahre 1971 ist er in besonderer Erinnerung geblieben:

⁸ Vgl. Ministerium für Post und Fernmeldewesen der DDR (Hrsg.), Das neue Wahrzeichen der Hauptstadt der DDR, Berlin, 1969 und Ingrid Brandenburg, Rudolf Harnisch und Alfred Kubiziel (Hrsg.), Deutsche Bauinformation bei der Deutschen Bauakademie zu Berlin, Fernsehturm Berlin, Berlin 1970.

⁹ Dieter Bolduan und Berlin-Information (Hrsg.), Der Fernsehturm. Eine kleine Chronik des Fernseh- und UKW-Turmes der Deutschen Post Berlin und seiner Erbauer, Berlin 1969, S. 6.

¹⁰ Der damalige Verkaufspreis belief sich auf 99 Mark.

„Ich weiß noch genau, wie fasziniert ich war, als ich nach der spannenden Auffahrt in einem bis zum Bersten gefüllten Fahrstuhl aus erhabener Perspektive auf die winzig wirkenden Häuser und Autos schauen konnte. Und dennoch galt meine Aufmerksamkeit schon etwas anderem. Am Souvenirstand hatte ich einen Miniatur-Fernsehturm gesehen, [...] – Wie eine Trophäe habe ich diese vielleicht zwanzig Zentimeter hohe Architekturnachbildung mit integriertem Kugelschreiber gehütet, und sie stand immerhin einige Schuljahre lang auf meinem Schreibtisch.“¹¹

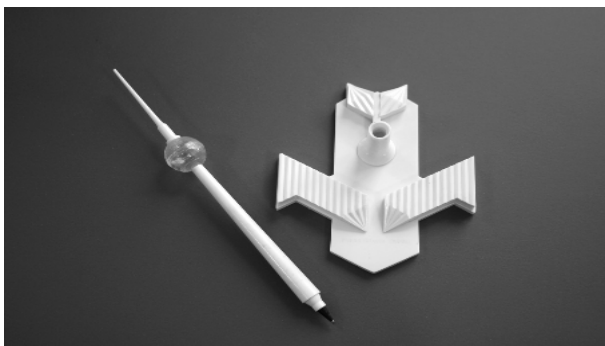


Abb. 2: Kugelschreiber in Form des Fernsehturms mit Turmfuß als Ständer, 1970er Jahre.

Zur Wahrnehmung des Bauwerks als Wahrzeichen hat wesentlich seine grafische Verwertung zu Werbe- und Tourismuszwecken beigetragen. Die symbolische Verbindung des Fernsehturms mit „Berlin, Hauptstadt der DDR“ lässt sich am Beispiel von Briefmarken, Kinderzeitschriften oder bedruckten Einkaufstüten nachvollziehen.¹² Auf diese Weise wurde er schnell zu einem über die Stadtgrenzen hinaus bekannten und in der Konsum- und Alltagswelt der DDR-Bürger präsenten Symbol und Wahrzeichen.¹³ Der Fernsehturm war beispielsweise ein zentrales Motiv auf den Plakaten der Weltfestspiele der Jugend und Studenten in Ost-Berlin 1973 oder der 750-Jahrfeier Berlins im Jahr 1987.

Dabei war die Resonanz auf das Bauwerk von Beginn an ambivalent. Sie reichte bei DDR-Bürgern vom Stolz auf das Erreichte bis hin zur spöttischen Kommentie-

¹¹ Vgl. Jörn Düwel, Vorwort. Das Staunen der Spatzen, in: Peter Müller, Symbol mit Aussicht, S. 7.

¹² Vgl. Dirk Berger, Ingo Müller und Sandra Siewert, Von der Partei zur Party, 1969-2003. Der Berliner Fernsehturm als grafisches Symbol, Berlin 2003.

¹³ Zum Begriff des städtischen Wahrzeichens siehe auch: Rolf Lindner, The Imaginary of the City, in: Inge Korneck, Georgia Illetschko und Lutz Musner (Redaktion), The Contemporary Study of Culture, Wien 1999, S. 289.

rung „Sankt Walter“.¹⁴ Unabhängig von Bedeutungen, die dem Fernsehturm zugeschrieben werden, bestimmte er mit eindringlicher Prägnanz optisch den Alltag der Menschen in Berlin und war als Aussichtsturm ein beliebtes Ausflugsziel.¹⁵

2. Der Fernsehturm nach der politischen Wende

„Für mich ist der Fernsehturm das Symbol Berlins: Egal wo du unterwegs bist, du siehst ihn immer über der Stadt thronen“.¹⁶ So lautet eines der Argumente für die Kreation des Parfüms „Breath of Berlin“. Der Duft im Flacon in der Form des Fernsehturms geht auf das Marketingkonzept des Kommunikationswirts Marcus Thiel zurück, der Anfang der 1990er Jahre zum Studium nach Berlin kam. Hersteller von Symbolprodukten wie er nehmen durch ihre Arbeit an der Umdeutung des Fernsehturms teil: Symbolprodukte funktionieren durch die Kombination einer emotionalen Botschaft mit der Glaubwürdigkeit ihrer Produzenten. Der Konsument erwirbt folglich nicht nur ein Produkt und seine Wirkungsweise, „sondern ein imaginiertes Narrativ, das Zugang zu einer sozialen Arena, zu Orten und letztlich zu Märkten verspricht“.¹⁷ Die Verwertung des Fernsehturmsymbols erscheint in diesem Zusammenhang plausibel, weil dieser ein Wahrzeichen repräsentiert.

2.1 „...wie Big Ben für London, oder der Eiffel-Turm für Paris“¹⁸

Für die befragten Unternehmer der Kreativwirtschaft, die sich seit den 1990er Jahren in Berlin angesiedelt haben, liegt die Besonderheit der Symbolik des Fernsehturms in seiner Präsenz und seiner Orientierungsfunktion.¹⁹ An diesem Aspekt lässt sich ein zusätzliches Argument im Prozess der symbolischen Umdeutung erklären: Unter den Bedingungen der sich globalisierenden Stadt erhalten die emblemati-

¹⁴ Die Bezeichnung bezieht sich auf die Lichtreflexion auf der Glaskugel des Turms und ist zugleich eine ironische Anspielung auf Walter Ulbricht (1893-1972), den atheistischen Staatsratsvorsitzenden der DDR (1960-1973).

¹⁵ Die Deutsche Funkturm GmbH, eine Tochterfirma der Deutschen Telekom, ist gegenwärtig Eigentümer und Betreiber der Anlage.

¹⁶ Marcus Thiel zitiert nach: Lothar Heinke, Das ist der Berliner Duft. Jungunternehmer bringt Fernsehturm-Parfüm heraus. Berliner Morgenpost, 23.03.2005, <http://www.tagesspiegel.de/berlin/das-ist-der-berliner-duft/595182.html> (29.7.2011).

¹⁷ Bastian Lange, Die Räume der Kreativszenen: Culturepreneurs und ihre Orte in Berlin, Bielefeld 2007, S. 276.

¹⁸ Interview mit Alejandra Borja und Jana Taube, Berlin, 20.7.2006.

¹⁹ Ebd. Eine ähnliche Beobachtung findet sich in: Philip J. Ethington und Vanessa R. Schwartz, Introduction, an atlas of the urban icons project, Urban History 33:1 (2006), S. 8.

schen Objekte eine identitätsstiftende Funktion – vor allem für diese Wahlberliner.²⁰ Am Beispiel zweier Berliner Künstlerinnen soll dieser Gedanke veranschaulicht werden: Die kolumbianische Grafikdesignerin und die deutsche Kulturanthropologin leben und arbeiten seit Ende der 1990er Jahre in Berlin. Aus ihrer Perspektive repräsentiert der Fernsehturm ein Symbol für Berlin, „wie Big Ben für London, oder der Eiffel-Turm für Paris“.²¹ Auf ihren Fotos, die sie etwa in Form von Magneten vermarkten, ist der Fernsehturm ein immer wiederkehrendes Motiv. In diesen Arbeiten geht es den Künstlerinnen darum, ihre eigene Wahrnehmung der Stadt und den Wandel Berlins zum Ausdruck zu bringen.

Dieser Fall ist exemplarisch für die befragten Akteure. Die meisten haben einen multinationalen biografischen und professionellen Hintergrund. Diese Beobachtungen sind im Zusammenhang mit der demografischen Entwicklung Berlins zu verstehen: der Anteil der aus dem Ausland zugezogenen Bevölkerung stieg im Zeitraum zwischen 1990 und 2008 von 9,2 auf 14 %, während die Einwohnerzahl insgesamt nur geringfügig zunahm.²²

Die bereits erwähnte Fallstudie hat zudem gezeigt, dass das Symbol Fernsehturm insbesondere von der Generation der 18- bis 35-Jährigen verwertet und konsumiert wird. Dieses Ergebnis korrespondiert mit einem weiteren demografischen Trend: Zwischen 1991 und 2008 lebten etwa 290.000 Menschen aus diesem Alterssegment in Berlin.²³

2.2 Der Fernsehturm und die Clubkultur Berlins der 1990er Jahre

Die Umdeutung der Symbolik des Fernsehturms ist ohne die Verbindung zur Clubkultur Berlins der 1990er Jahre nicht denkbar.²⁴ Dies wird insbesondere in der Publikation „Von der Partei zur Party. 1969-2003. Der Berliner Fernsehturm als grafisches Symbol“ deutlich, deren Besonderheit darin besteht, dass neben internationalen Künstlern aus den Bereichen Grafikdesign und Multimediakunst vor allem Ak-

²⁰ Vgl. Arjun Appadurai, *Modernity at Large, Cultural Dimensions of Globalisation*, Minneapolis 1994.

²¹ Vgl. <http://www.intransitos.de/dnos.htm> (6.6.2011), Interview mit Nana Yuriko, Multimediakünstlerin, Berlin, 11.5.2006, s. auch: Berger, Müller und Siewert, *Von der Partei zur Party*.

²² Vgl. Amt für Statistik Berlin-Brandenburg (Hg.), *Zeitschrift für amtliche Statistik Berlin-Brandenburg*, Berlin, 3 (2010), S. 29.

²³ Abrufbar unter: http://www.stadtentwicklung.berlin.de/planen/demografischer_wandel/downloads/vortrag_junge_reyer_2007.pdf. (25. Juli 2007); Siehe auch: *bevprog_ausgewErgebnis_031208_.doc* (4.6.2011).

²⁴ Vgl. Sabine Vogt, *Die Berliner „Clubkultur“ als Produkt lokaler Kulturprozesse und globaler Wirtschaft*, in: Alexa Färber (Hrsg.), *Hotel Berlin - Formen urbaner Mobilität und Verortung*, Berliner Blätter, Ethnographische und ethnologische Beiträge 37, 2005, Münster 2005, S. 44-52.

teure vorgestellt werden, die sich als Teil der Clubkultur verstehen.²⁵ Sie beziehen das Fernsehturm-Symbol bewusst in die Vermarktung ihrer Arbeiten ein.²⁶ Im Logo von „Televisor Rec.“ beispielsweise soll das Fernsehturm-Symbol „die Verbundenheit zur eigenen Stadt“ unterstreichen. Zitiert wird ebenfalls der Berliner Technoclub Sternradio, der sich direkt am Alexanderplatz befindet und nach dem gleichnamigen DDR-Rundfunkgerätehersteller benannt ist. Auch für diesen lag die Verwendung des Fernsehturms als lokaler Bezugspunkt im Logo und auf Flyern nahe.²⁷ Ein weiteres Label, „welovesouvenirs“, der deutsch-japanischen Multimediakünstlerin Nana Yuriko ersetzt das „I“ aus dem bekannten Slogan „I love Berlin“ durch das Fernsehturmsymbol.

Festivals wie die Love Parade (1989 bis 2006) waren zwar wichtige Impulsgeber für die Verwertung und Verbreitung des Fernsehturm-Symbols, wie Nana Yuriko und andere Mikrounternehmer und halbprofessionelle Künstler in Berlin berichten.²⁸ Sie schufen aber auch eigene Anlässe, der lokalen Clubkultur ähnlich, sei es durch die Kommunikation von Veranstaltungen oder durch die Form von Accessoires wie Buttons oder T-Shirts des Labels „welovesouvenirs“, die entweder zu diesen Anlässen getragen wurden oder auch als Mitbringsel der Berliner Clubkultur dienten.²⁹ Die Distribution des Fernsehturm-Symbols war demnach auch lokal in einen spezifischen sozialen Kontext eingebunden, der stark den temporären Vergemeinschaftungsformen von Szenen ähnelt. Am Beispiel der Publikation „Von der Partei zur Party“ lassen sich somit zwei Phänomene exemplarisch zeigen: zum einen, dass Künstler, die sich als Teil der Berliner Clubkultur der 1990er Jahre bezeichnen, durch die Verwertung des Fernsehturms als „(Werbe-) Symbol für die Wirtschaft und Kultur Gesamtberlins“ dessen Umdeutung seit Mitte der 1990er Jahre wesentlich beeinflusst haben.³⁰ Und zum anderen wird deutlich, dass viele dieser Künstler nach der Jahrtausendwende für die Distribution ihrer Arbeiten das Segment des lokalen Tourismusmarketing nutzen. Das Buch selbst wird seit 2003 in vielen Geschäften für Souvenirartikel in Berlin angeboten.

²⁵ Vgl. Berger, Müller und/ Siewert, Von der Partei zur Party.

²⁶ Viele dieser Künstler leben und arbeiten in Berlin-Mitte, in unmittelbarer Nähe zum Fernsehturm.

²⁷ Vgl. Berger, Müller und Siewert, Von der Partei zur Party.

²⁸ Interview mit Alejandra Borja und Jana Taube, Berlin, 20.7.2006. Interviews mit Nana Yuriko, Berlin, 11.5.2006, 5.2.2007.

²⁹ Vgl. Früh, „Made in Berlin“, S. 144-146.

³⁰ Vgl. Berger, Müller und Siewert, Von der Partei zur Party.

2.3 Selbstvermarktung und Tourismusmarketing

Mit der Benennung des Labels „welovesouvenirs“ nimmt die Gestalterin Nana Yuri-ko explizit Bezug auf Artikel des Tourismusmarketing, als Vorlage für die grafische Darstellung des Fernsehturms hat sie den Entwurf „I love New York“ des amerikanischen Grafikdesigners Milton Glaser gewählt. Während Glasers Entwurf 1977 als Auftragsarbeit zur Förderung des Tourismus für die Stadt New York entstand, sind die Nischenprodukte in Berlin nach der Jahrtausendwende Teil einer Marketingstrategie, die sich selbstreferentiell auf die Künstler und ihre Projekte bezieht.³¹

Wie viele der befragten Kleinunternehmer und Künstler hat auch Nana Yuri-ko ausdrücklich die Selbstvermarktungs-Funktion dieser Produkte betont, die wiederum in temporäre Projekte integriert gewesen sind. Sie haben ihre Produkte nicht nur selbst entworfen und produziert, sondern sind auch selbst für die Vermarktung und den Vertrieb verantwortlich gewesen.

Durch die Verwertung des Fernsehturm-Symbols wird ein spezifischer Bezug zu Berlin hergestellt, der ein wichtiges Element der Selbstvermarktungsstrategien darstellt. Diesen Zusammenhang werden wir an zwei weiteren Beispielen, dem „Kaufhaus für Produkte aus Berlin“ und dem Geschäft „boxoffberlin“, konkreter erläutern.

Die Geschäftsgründungen wurden von den befragten Akteuren als Reaktion auf ihre schwierige ökonomische Situation insbesondere nach der Jahrtausendwende dargestellt. Neben der Krise der New Economy haben die Schulden- und Finanzkrise Berlins sowie die insgesamt schwache Wirtschaftsstruktur der Stadt ihre Arbeitsbedingungen geprägt. Diesen negativen Faktoren standen zugleich die potentiellen Entwicklungstendenzen im Bereich des Tourismussektors, der Kreativ- und Medienwirtschaft gegenüber.³²

Im Bereich der Kulturindustrie und Medienwirtschaft siedelten sich bis 2004 mehr als 7000 Unternehmen an. Desweiteren entwickelte sich Berlin zu einer Stadt mit einer besonders hohen Dichte von Künstlern. Allein in der Designbranche stieg

³¹ Eine ähnliche Beobachtung ist bei Orvar Löfgren und Roger Willim zu finden. Sie gebrauchen den Begriff „self-branding“. Vgl. Orvar Löfgren, Roger Willim, Introduction, in: Dies. (Hrsg.), *Magic, Culture and the New Economy*, Oxford and New York 2005/2006, S. 6.

³² Vgl. Stefan Krätke, *City of talents? Berlin's regional economy, socio-spatial fabric and 'worst practice' urban governance*, in: *International journal of urban and regional research* 28:3 (2004), S. 511-529. Alexa Färber, *Flourishing Cultural Production in Economic Wasteland, Three Ways of Making Sense of a Cultural Economy in Berlin at the Beginning of the Twenty-first Century*, in: Martina Heßler und Clemens Zimmermann (Hrsg.), *Creative Urban Milieus, Historical Perspectives on Culture, Economy, and the City*, Frankfurt am Main und New York 2008, S. 409-428.

die Anzahl der Unternehmen zwischen den Jahren 2000 und 2011 um 47 Prozent.³³

Die Geschäftsidee des „Kaufhauses für Produkte aus Berlin“ ist ein weiteres Beispiel für Berlin-spezifische Formen des Selbstmarketings. Es befindet sich am Alexanderplatz und in unmittelbarer Nähe zum Fernsehturm. Die Betreiber präsentieren und bieten ausschließlich Produkte zum Verkauf an, die von in Berlin ansässigen Kleinunternehmen der Kreativwirtschaft hergestellt werden. Unter der Produktkategorie „Souvenir“ bietet das Geschäft eine Reihe von Artikeln an, die auf den Fernsehturm Bezug nehmen – von der Fernsehturmkerze über das „Design-Quartett“, den Bastelbogen, das Frühstücksbrettchen, Wandhaken und Ausstechformen bis zum Malbuch für Kinder.³⁴ Die Idee des Geschäftes zielt darauf, die kreativen Kleinunternehmer und gleichzeitig das Ansehen ihres Kaufhauses zu fördern, indem sie als Förderer der „kreativen Szene“ auftreten.³⁵

Viele der erwähnten Produkte, die den Fernsehturm repräsentieren, werden von den Herstellern zusätzlich mit dem Vermerk „aus Berlin“ gekennzeichnet. Die Hersteller eines Miniaturmodells des Fernsehturms mit der Geschäftsbezeichnung „berlinmade“ beispielsweise sind in Berlin-Mitte ansässig. Sie betonen, dass jedes „Kunstmodell in Handarbeit in Berlin gefertigt“ wird.³⁶ Der doppelte Berlin-Bezug von Produkten mit dem Aufdruck „made in Berlin“ in Verbindung mit dem Fernsehturmsymbol deutet auf die ökonomische Notwendigkeit für viele der Unternehmer der Berliner Kreativwirtschaft hin, sich als „Berliner“ und als möglichst kreativ zu erkennen zu geben. Sie sind auf das geografisch-symbolische Kapital des Ortes „Berlin“ angewiesen, weil die Stadt von außen positiv und als kreative Stadt bewertet wird.³⁷

Die handgefertigten oder kleinindustriell hergestellten Produkte mit dem Fernsehturmmotiv haben sich nach der Jahrtausendwende zu Nischenprodukten des Tourismusmarketings in Berlin entwickelt.³⁸ Diese Veränderung ist im Zusammen-

³³ Vgl. <http://www.ihk-berlin.de/linkableblob/1510998/.8./data/Positionspapier-Creative-Industries-data.pdf> (16.9.2011).

³⁴ Vgl. <http://www.ausberlin.de/souvenir:::153.html> (21.5.2011).

³⁵ Vgl. <http://www.luxus-international.de/> (4.6.2011); Interview mit Darius Wientzek, Inhaber des Geschäftes „ausberlin“, Berlin, 28.7.2007; Interview mit Stephan Schmidt, Geschäftsführer von „boxoffberlin“, Berlin 23.7.2007; Interview Alejandra Borja und Jana Taube, Berlin, 20.7.2006; Interviews mit Nana Yuriko, Berlin, 11.5.2006, 5.2.2007; Vgl. <http://www.luxus-international.de/> (4.6.2011).

³⁶ Vgl. Onlineshop des Geschäftes „ausberlin“ <http://www.ausberlin.de/objekt/berlinmade-modellfernsehturm:::21.html> (21.5.2011). Das Produkt wird zu einem Preis von 20 Euro angeboten.

³⁷ Bastian Lange, Culturepreneurs in der kreativen Wissensökonomie Berlins, Raumaneynungen und Vergemeinschaftungsformen, *Umweltpsychologie* 10:2 (2006), S. 55.

³⁸ Im Gegensatz dazu sind Markenwaren über ein großflächiges Vertriebsnetz zum Verkauf angeboten worden. Bei dem Produktdesign der „Marke Berlin“ etwa ist der Rekurs auf ein städtisches Symbol bewusst ausgeschlossen worden, um vor allem ein möglichst breites touristisches Publikum zu erreichen.

hang mit der gestiegenen Bedeutung des Tourismus in Berlin zu verstehen. Im Vergleich des europäischen Städtetourismus liegt Berlin hinter London und Paris an dritter Stelle. Dadurch erhält der Fernsehturm eine neue Funktion als Alleinstellungsmerkmal im nationalen und internationalen Konkurrenzkampf. Er zählt, so das Ergebnis einer jährlich durchgeführten Umfrage des Deutschen Tourismusverbandes, zu den beliebtesten Sehenswürdigkeiten in Deutschland.³⁹



Abb. 3: „boxoffberlin“ 2011.

Das Geschäft „boxoffberlin“ ist beispielhaft für diese Entwicklung. Als Idee des Unternehmens wird explizit die Vermarktung von „Design-Souvenirs“ angegeben. Für 59 Euro kann der Kunde das „Paket aus Berlin“ erwerben, das vier Produkte enthält: die Tasse und den Kugelschreiber mit Fernsehturm-Motiv, gebackene Berlin-Architektur und die „Berlinborte“.⁴⁰ Die Inhaber des 2007 eröffneten Geschäfts formulieren den symbolischen Bezug zur Stadt neu: sie assoziieren die ausgewählten Produkte mit dem Topos des „Neuen Berlin, der Stadt des Designs“.⁴¹

Interview mit Michael Stiebitz, Berlin 31.1.2007.

³⁹ Vgl. <http://tourismus.meinestadt.de/deutschland/top10> (1.8.2011).

⁴⁰ Vgl. http://www.bobwebshop.de/epages/62448541.sf/de_DE/?ObjectPath=/Shops/62448541/Products/bob01 (15.9.2011).

⁴¹ Interview mit Stephan Schmidt, Geschäftsführer von „boxoffberlin“, Berlin 23.7.2007. Zum Topos des Neuen Berlin siehe auch: Ignacio Farias, Bedingungen, Semantik und Verortung des Berliner Stadtmarketing, in: Färber, Hotel Berlin, S. 22-31; Beate Binder und Peter Niedermüller, The “New Berlin”: Re-

Die Verwertung dieses Bildes ist plausibel, weil der Senat der Stadt, anders als zu Beginn des Jahrtausends, die Kreativwirtschaft als einen der „wichtigsten Image- und Standortfaktoren“ – vor allem für die Tourismusbranche und für die Ansiedlung von Unternehmen – bewertet. Im Januar 2006 erhielt Berlin zudem den UNESCO-Titel „Stadt des Designs“.⁴²

Ein Effekt der dargestellten Nischenprodukte zeigt sich folglich darin, dass sich die konkreten Bedeutungen des verwendeten Symbols beständig ändern.⁴³ Zugleich beeinflussen und katalysieren die Künstler diese Veränderungen durch ihre Symbolproduktionen.

Fazit

Die Bedeutung des Fernsehturms als Symbol für die ‚Stärke und Leistungsfähigkeit ‚der DDR war durch die politische Situation des Kalten Krieges geprägt. Zu seiner Wahrnehmung als Wahrzeichen für „Berlin, Hauptstadt der DDR“ hat hingegen wesentlich die grafische Verwertung des Symbols in der Werbe- und Tourismusbranche beigetragen. Die politische Wende und der ökonomische Strukturwandel waren ausschlaggebend für den Bedeutungswandel des Symbols nach 1989.

Die Ergebnisse unserer Fallstudie weisen auf die steigende Dynamik des symbolischen Bedeutungswandels des Berliner Fernsehturms unter den Bedingungen einer post-industriellen und zunehmend vom Globalisierungsprozess beeinflussten Stadt.

Nach 1989 erhielt der Fernsehturm schnell eine identitätsstiftende Funktion für viele Hersteller von Symbolprodukten, die den Fernsehturm repräsentieren. Die meisten sind Mikrounternehmer der Medien- und Kreativwirtschaft mit transnationalem biografischem Hintergrund, die sich als Wahlberliner in der Stadt ansiedelten. Deren Lebens- und Arbeitsbedingungen sind vor allem von der insgesamt schwachen Wirtschaftsstruktur der Stadt, aber auch von der enormen Dichte von Künstlern und dem Wachstum des Tourismus und der Kreativwirtschaft in Berlin geprägt. Auch das Spektrum der Verwertung und Distribution hat sich seit der Jahrtausendwende wesentlich erweitert: Ob als Kulisse für Fernsehproduktionen, als Markenzeichen für Designtaschen, Eierwärmer, fair gehandeltem Kaffee oder Par-

constituting the Past and Envisioning the Future, in: Günther H. Lenz, Friedrich Ulfers und Antje Dallmann (Hrsg.), *Toward a New Metropolitanism, Reconstituting Public Culture, Urban Citizenship and the Multicultural Imaginary in New York and Berlin*, Heidelberg 2006, S. 217-234.

⁴² Vgl. <http://www.berlin.de/sen/waf/register/kulturwirtschaft.html> (20.8.2007). Im Kulturwirtschaftsbericht des Jahres 2007 sind etwa 25.800 zumeist kleine und mittelständische Unternehmen der Kreativwirtschaft notiert. Mit einem Umsatzvolumen von rund 16 Mrd. Euro hatte die Kreativwirtschaft einen Anteil von mehr als 20 % am Bruttoinlandsprodukt der Berliner Wirtschaft.

⁴³ Vgl. Früh, „Made in Berlin“, S. 144.

füm – der Fernsehturm ist zu einem im städtischen Alltag und über die Stadtgrenzen hinaus weit verbreiteten Symbol für das Nachwende-Berlin geworden, das ohne Weiteres als *urban icon* bezeichnet werden kann.

Abbildungsnachweise

Abb. 1: Hersteller PGH Friedensbrücke, Stiftung Stadtmuseum Berlin, Musikalisensammlung.

Abb. 2: Stiftung Stadtmuseum Berlin, Sammlung Alltagskultur.

Abb 3: Foto: http://www.bobwebshop.de/epages/62448541.sf/de_DE/?Object-Path=/Shops/62448541/Products/bob01 (15.9.2011).

Anja Früh MA, Université de Fribourg/CH, anja.frueh@gmx.de

Nele Güntheroth, Stiftung Stadtmuseum Berlin, guentheroth@stadtmuseum.de

From Iconicity to Dominationality: The Palace of Culture and Science and Contemporary Warsaw

Introduction

Warsaw's Palace of Culture and Science was built between 1952 and 1955 as Stalin's 'gift' to the Polish nation. It is 231 metres tall, covers a ground-area of almost 70,000 square meters and is surrounded by the windswept and largely empty Parade Square¹ measuring 240,000 square meters. The Palace is not merely tall, but also wide and sprawling – its side wings reach out like talons into the surrounding emptiness; it is not only gigantic but also aesthetically spectacular, a particularly extreme incarnation of Stalin-era 'socialist realist' architecture. As of summer 2011, the Palace contains four theatres, several art galleries, a multiplex cinema, two universities, the headquarters of the Polish Academy of Sciences, a 3,000 seat Congress Hall, the meeting room of the Warsaw City Assembly, municipal offices (including the city's Architecture Bureau), a Palace of Youth (featuring a marble-clad swimming pool), the offices of many private companies as well as a dance academy and numerous restaurants, pubs, cafes and nightclubs.

Warsaw's inhabitants often compare the Palace to London's Big Ben or to Paris' Eiffel Tower, the latter of which has been described as the "original and defining urban icon".² Referring to the debate over Warsaw's future Museum of Modern Art (which will stand in front of the Palace) as my primary example, I will describe how the Palace of Culture has functioned curiously alongside foreign buildings like Frank Gehry's Guggenheim Bilbao as a negative incentive for many architectural decision-makers and commentators to develop a distinctively Varsovian incarnation of the global critique of architectural 'iconicity'.³ Anthropologists Victor and

¹ See Marta Zielinska, *Najwiekszy Plac w Europie*, in: *Kronika Warszawy* 1989, 4/1989, pp. 105-132.

² Philip J. Ethington and Vanessa R. Schwartz, *Introduction: An Atlas of the Urban Icons Project*, in: *Urban History* 33:1, 2006, pp. 5-19.

³ More and more commentators are attacking 'iconicity' in architecture, especially in the wake of the post-2007 global financial crisis. See for example Miles Glendinning, *Architecture's Evil Empire? The Triumph and Tragedy of Global Modernism*, London 2010.

Edith Turner have put forward a three-part distinction between *iconophily*, a positive disposition towards icons, *iconophobia*, "the sentiment of which iconoclasm is the behavioural expression" and *aniconism*, which they define as "indifference to icons".⁴ I argue that something like an *anti-ideological* ideology⁵ has emerged in 21st century Warsaw, which – to strategically misapply the Turners' typology⁶ – propagates a consciously *aniconic*, minimalist public architecture to challenge the hold of screamingly brash Stalinist and capitalist buildings over Warsaw's cityscape.⁷



Abb. 1: *The Palace looming over the entrance to Centrum underground station in the corner of Parade Square.*

Thanks to the efforts of architecture critics like Charles Jencks, the notion of 'iconicity'⁸ has been established as a key category for talking about big and important buildings, both within academia and outside. However, I argue that a reliance on semiotically-based theories of representation is not enough to produce an adequate account of the relationship between the Palace of Culture and contemporary Warsaw. The Palace is much more than just an icon – it is often said by inhabitants

⁴ Victor and Edith Turner, *Image and Pilgrimage in Christian Culture*, New York 1995, p. 253.

⁵ Louis Althusser, *Ideology and Ideological State Apparatuses*, in: Louis Althusser, *Lenin and Philosophy and Other Essays*, London 1971.

⁶ See footnote 34.

⁷ This application may be justified by Jencks' definition of 'iconic' architecture as applying to those buildings which skilfully employ 'enigmatic signifiers', which make reference to the extra-architectural. Although Warsaw's aniconics often use the term 'iconic' to refer to buildings which are simply big and obnoxious, it is also often emphasised that buildings praised as 'not' iconic are 'purely architectural' and 'beyond ideology'.

⁸ Charles Jencks, *The Iconic Building: The Power of Enigma*, London 2005.

from all walks of life that the Palace ‘dominates’ Warsaw. Cautiously following recent attempts in anthropology and elsewhere to consolidate a concerted move away from linguistic categories, I will argue that the Palace’s relationship to Warsaw vividly demonstrates the extent to which the analysis of prominent buildings cannot always be reduced to their representational role. I will end this text by arguing that *dominationality* – the relationality of domination – has potential to make for a more suitable category than *iconicity* in accounting for the “concretely diverse”⁹ multi-dimensionality of the relationship between exceptional buildings and the contexts in which they function.

Iconocentrism and Aniconism – The Palace of Culture and the Museum of Modern Art

Much has been said in recent years about ‘iconic’ architecture: brash, expressive, big, loaded with ‘enigmatic’ metaphors and typically designed by celebrity ‘starchitects’. The most famous ‘iconic’ building of recent years, Frank Gehry’s Guggenheim Museum in Bilbao, is credited with having catalysed an urban rebirth in this formerly flagging Basque port.¹⁰ In his manifesto-like endorsement of this phenomenon, architect and theorist Charles Jencks argued that cities everywhere now lust after the ‘icon’ and the attendant ‘Bilbao effect’: “Put me on the map, give my industrial city a second chance, make me the centrefold of Sunday supplements, the cover of in-flight magazines, the backdrop for fashion shoots, give me an iconic landmark, give me – architectural – Shock and Awe!”¹¹ How did these hopes play out in Warsaw? The notion of an ‘iconic’ museum of modern art for the Polish capital gained currency in the late 1990s, after a local newspaper spread word that Gehry had visited the city and sketched his vision for a Guggenheim Warsaw on the back of a napkin. MoMAW was eventually included into the municipal development plan for the Palace’s immediate surroundings in March 2006, and an architectural competition was held the same year. As one analysis of the popular and media discourse which surrounded the competition points out, after years of anticipation, “everyone expected that all the public money and effort would go toward

⁹ Maurice Godelier, *Infrastructures, Societies and History*, in: *Current Anthropology* 19:4, 1978, p. 765.

¹⁰ Even if it didn’t really. In an empirical analysis of the Guggenheim’s impact on Bilbao’s economic fortunes, Beatriz Plaza argues that the museum simply gave added impetus to a carefully planned process of economic diversification in the Basque Country, which had already been going on for some years before the building was planned and completed. See Beatriz Plaza, *On Some Challenges and Conditions for the Guggenheim Museum in Bilbao to be an Effective Economic Re-Activator*, in: *International Journal of Urban and Regional Research* 32:2, 2008, pp. 506-517.

¹¹ Jencks, p. 18.

securing a project by either Frank [Gehry], Daniel [Libeskind], or Zaha [Hadid]”.¹²

In Warsaw, however, the imperative to secure a flamboyant ‘starchitectural’ design for MoMAW was not just a matter of gaining prestige and boosting the tourism economy. The immediate proximity of the Palace of Culture was an urgent factor. The challenge of undermining the Palace’s stranglehold over the city centre has occupied the attention of Warsaw’s urban planners, architects, politicians and commentators at least since 1956, when Poland turned its back on Stalinism and on its ‘official’ style, Socialist Realism. Since the fall of the Polish People’s Republic in 1989, Warsaw has been debating the relative merits of scores of proposals and development plans for building up the area around the Palace. The best known of these suggested ‘concealing’ the Palace’s bulk from the city by surrounding it with a ring of skyscrapers.¹³ All plans put forward so far, however, have either been abandoned or remain unrealised, and Varsovians speculate what lies behind the Palace’s and Parade Square’s intransigence. According to architectural historian Małgorzata Omilanowska, Warsaw’s “democratic authorities” are “helpless [...] in the face of this legacy of totalitarianism”, which exerts its debilitating impact on the city like the “magic power of a giant”.¹⁴ The Museum of Modern Art, if and when it is built, is imagined as the first, pioneering element of a new development plan ratified by Warsaw’s City Assembly in November 2010. As a well-known curator and member of the Museum’s Programme Board announced back in 2005: “The new museum for Warsaw should be so strong in expression that it can withstand the rivalry of the Socialist-Realist ornate architecture of the Palace of Culture. I think Zaha Hadid could be up to this job.”¹⁵ International celebrity architects were sought after not primarily because their signature flourishes could make Warsaw *stand out* on the international map of cultural capital. Rather, they were felt to be the only ones capable of imagining a museum building which could *stand up* to the politico-aesthetic challenge laid down by the Palace.

¹² Marcel Andino Velez, Supermarket of the Avant-Garde, in: Moritz Kueng (ed.), *Conflicts Politics Construction Privacy Obsession: Materials on the Work of Christian Kerez*, Ostfildern 2008, p. 84.

¹³ See Marina Dimitrieva, *Der Palast der Kultur und Wissenschaft in Warschau als Kultobjekt*, in: Tímea Kovács (ed.), *Halb-Vergangenheit. Städtische Räume und urbane Lebenswelten vor und nach 1989*, Berlin 2010, pp. 104-105.

¹⁴ Małgorzata Omilanowska, *Post-Totalitarian and Post-Colonial Experiences: The Palace of Culture and Defilad Square in Warsaw*, in: Alfrun Kliems and Marina Dimitrieva (eds.), *The Post-Socialist City: Continuity and Change in Urban Space and Imagery*, Berlin 2010, pp. 135-136. For more on the Parade Square, see also Zielinska, and Sławomir Gzell, *The Palace of Culture and Science and its Environs: Works of Art We Can Afford*, in: Peter Martyn (ed.), *The City in Art*, Warsaw 2005. For the Palace’s relationship with Warsaw, see the contributors to Zuzanna Grebecka and Jakub Sadowski (eds.), *Pałac Kultury: Między Ideologia a Masowa Wyobraznia*, Warsaw 2007.

¹⁵ Velez, p. 84.



Abb. 2: Kerez's design has undergone several alterations since the competition results were announced. This image comes from the most recent set of visualisations, from summer 2010 (left); the Finnish/Polish 'blob/screen' (right).

Following a drawn-out controversy, the competition was won by Christian Kerez, a Swiss architect, reputed for his sophisticated, stark minimalism. The nascent institution's director, along with all-but-one member of its Programme Board responded to the jury's announcement by handing in their resignation letters. Ex-director Zielniewicz went so far as to accompany his announcement with a public appeal, headed by the slogan, "The Palace of Culture cannot triumph!" and proclaimed his intention to launch a campaign which would override the jury's decision and press for the realisation of another design – a Finnish-Polish collaboration, which turned out not to be the work of a celebrity architectural practice, but was probably the most extravagant of all the entries. One of its facades took the form of a sensuous, wavy metallic blob, radically contrasted with the opposite side of the building, imagined as a completely flat, glass wall, suitable for use as a window into the museum or as a screen for the projection of visual material. The competition jury praised the blob/screen design "for its extremely original form, fully deserving the title of *dominant feature* of the area"¹⁶, pointing out that the entry failed to occupy a place on the podium only because its design departed markedly from the competition conditions dictated by the Parade Square development plan.

In the aftermath of the competition, those Varsovians who followed the museum debate became divided between those who harked after the radicalism of the blob/screen, and those who praised Kerez's restrained elegance. According to a sur-

¹⁶ Małgorzata Zdanczewicz (ed.), *Architecture Competition for Museum of Modern Art in Warsaw*, Warsaw 2007, p. 22.

vey I carried out in Warsaw¹⁷, many of the design's detractors concentrate on its unsuitability as an 'icon' or 'symbol' of the city, comparing it unfavourably with what could have been. Kerez's museum is derided for its similarity to the box-like heritage of 1960s and 1970s 'socialist modernist' architecture in Warsaw, to bland capitalist hypermarkets, as well as to the temporary market halls which were built in the 1990s and at the beginning of the 2000s to accommodate the traders who had established a huge open-air bazaar on Parade Square after the fall of communism in 1989. According to one informant, "I don't like the idea of turning the Museum of Modern Art into another hypermarket [...]. All over the world MoMAs are becoming icons of their cities. This is clearly not going to happen here".¹⁸ Referring to the temporary market halls, one of which was taken down in 2009 to make way for the museum's construction, one survey respondent wrote: "They destroyed one barrack, just to put up another one! I don't understand this idiotic wasting of opportunities – there was a possibility of building something original, a tourist attraction!"¹⁹ Even more plainly, one respondent wrote, "I would have preferred more extravagant architecture, perhaps some kind of blob, something that would look as if it had landed from outer space".²⁰ Many critical voices, however, concentrated on the Museum's unsatisfactory relation with the Palace of Culture next door. Echoing Director Zielniewicz's call to arms against the Palace, the problem with Kerez's design was said to boil down to the fact that it "underlines the monumentalism of the Palace of Culture", that, "it will not dominate over the Palace"²¹, and "subordinates itself to the Palace"²². In the words of one respondent, "it is great that the Museum of Modern Art will be established in the very centre of the city, which makes it all the more upsetting that it will take the form a little flea alongside the mo-loch of the Palace".²³

I want to concentrate my analysis, however, on the relation between the Museum and its (predominantly *aniconic*) supporters. The views expressed by the Mo-

¹⁷ I collected survey data from 5,271 respondents regarding attitudes to and experiences with the Palace of Culture and Parade Square. Respondents were recruited by means of articles in the Warsaw press, television appearances, as well as online portals and social networking sites. The survey makes no claim to being representative, but personal data collected from respondents show that a wide range of demographic categories took part. Young, educated professionals were the most over-represented group among respondents. Where survey numbers or demographic data from survey respondents and informants is available, I include it in footnotes below.

¹⁸ Survey respondent No. 415, a 25 year-old female professional with a university degree.

¹⁹ Survey respondent No. 587, a 29 year-old male professional with a university degree.

²⁰ Survey respondent No. 2759, a 27 year-old male interpreter with a university degree.

²¹ Survey respondent No. 1164, a 55 year-old manager with a university degree.

²² See also Omilanowska, p. 133.

²³ Survey respondent No. 4639, a 31 year-old manager with a university degree. Left-wing.

MAW aniconics are symptomatic of an *anti-ideological* architectural ideology emerging in Warsaw, which considers expressive 'refinement' and scalar 'minimalism' to be appropriate responses to Warsaw's post-totalitarian condition. By contrast, a desire to build high and/or wacky is represented as the pathological result of 'traumas' or 'complexes' resulting from an unhealthy fixation within an oppressive, 'ideological' past. Former Warsaw Chief Architect Michał Borowski, the city official responsible for working MoMAW into the Parade Square development plan, told me that, having spent thirty years in Sweden, he does not suffer from the same complexes as many of his colleagues in Warsaw, and therefore fails to see how skyscrapers or blob buildings can signify "democracy, civilizational advancement or the defeat of communism". Citing Dutch architect Rem Koolhaas' famous slogan, he pointed out that whereas the 1990s and early 2000s were dominated by an architecture determined to "fuck the context", this kind of thinking is already on its way out all over the world²⁴, and the end of the first decade of the 21st century is not the time for Warsaw to begin trying to catch up with a missed "starchitectural" moment by designing all of its buildings at "weird angles". Asked how the Palace of Culture related to this extravagant trend in late 20th/early 21st century architecture, Borowski demonstratively stuck his middle in the finger in the air, suggesting that the Palace *really* fucked the 'context' of Warsaw, on a level far beyond the worst excesses of any Gehry or Hadid creation.

What then, according to Warsaw's architectural aniconics, is the appropriate answer to the Palace's middle finger? Is it to respond to the provocation, and get into a fight? In architectural terms, can the Palace be defeated by carrying out radical material alterations to the body of the Palace itself, or to its vicinity? According to blogger Roody102 (the pseudonym of Karol Kobos, a well-known architectural journalist), Kerez's project for the museum "really has the potential to counter the oppressive might of the Palace of Culture. It won't conceal it, surmount it or scream over it, but it will undercut its foundations [...]. Under the weight of Kerez's architecture, the Palace will simply topple over and become laughable".²⁵ Roody102 rails against dramatic proposals to "defeat" the Palace, by screening it away from the city behind rows or rings of even more flamboyant structures, which "recruit architecture as a weapon in an ideological struggle", a strategy "directly derived from the repertoire of totalitarian regimes". The counterpoint to grandiose, "ideological" warfare was the delimiting of a more subtle language, which "demands our

²⁴ Miles Glendinning dates the beginning of the retreat from iconic architecture in 2004. See Miles Glendinning, *Architecture's Evil Empire: The Triumph and Tragedy of Global Modernism*, London 2010.

²⁵ See Roody102, Andrzej Wajda Naczelnym Architektem Miasta, on: <http://roody102.pl/2008/05/andrzej-wajda-naczelnym-architektem.html>.

intellectual engagement and doesn't murder our sensitivity by reducing debate about architecture to ideological and noisy gestures". The journalist's remarks are seconded very closely by Małgorzata Omilanowska. "The more grandiloquent the approach [of dealing with the Palace's dominance over Warsaw], the further-reaching the grandiose plans supported by the anti-communist ideology becomes, the less common sense seems to prevail."²⁶ The architectural historian also praises Kerez's design for the museum, which in her view "does not try to compete with the abundant detail of the monstrously large Palace of Culture, but constitutes a well-balanced counterpoint to it".²⁷



Abb. 3: The 'iconophilic' perspective (left),²⁸ The aniconic perspective (right).²⁹

I often heard people in Warsaw remark that the most eminently 'Stalinist' response to the Palace would be to blow it up. Like the destruction between 1923 and 1926 of the huge, Russian-built Alexander Nevsky Orthodox Cathedral in what had previously been Warsaw's largest public space, the Saski (now Piłsudski) Square³⁰ follo-

²⁶ Omilanowska, p. 136.

²⁷ Ibid., p. 133.

²⁸ This digital 'cartoon' of Kerez's museum with the logo of the Carrefour retail chain pasted onto the facade appeared on the forum of the gazeta.pl news portal just hours after the competition results were announced, and immediately went viral. The collage was posted to the gazeta.pl forum by "MC" on 18 February 2007. http://forum.gazeta.pl/forum/w,271,57584690,57585116,Re_Muzeum_Sztuki_Nowoczesnej_na_miare_marzen.html, accessed on October 26 2011. See also Velez.

²⁹ A popular blogger, Hypergogo, put together a mocking collage of how the Palace's surroundings might look if Warsaw's 'iconic' ambitions were to be made good, which he uploaded on to his website on 22 February 2007. It shows the Palace trapped between a tightly packed collection of some of the loudest and brashest 'iconic' buildings from around the world. Image from <http://www.hypergogo.com/2007/02/show-must-go-on.html>, accessed on 26 October 2011.

³⁰ For a comparison between the Nevsky Cathedral and the Palace see Piotr Paszkiewicz, *Pod Berłem Romanowów: Sztuka Rosyjska w Warszawie*, Warsaw 1991, and Agnieszka Haska, *Rozebrać czy Zostawić? Sobór Pod Wezwaniem Sw. Aleksandra Newskiego a Pałac Kultury*, in: Grebecka/ Sadowski.

wing Poland's unification and independence in 1918, many people seem to think that demolishing the Palace could have been an appropriate gesture of 'catharsis' in the 'wild', early post-communist years. But, according to an increasing number of Varsovians, such a move would not be appropriate 'now' that things have settled down, and Poland has allegedly become a normal, stable democratic country. Poland's flamboyant foreign minister, Radosław Sikorski, famous for his knee-jerk anti-communism, has made a habit of loudly proclaiming every few years that the Palace of Culture should be pulled down, and replaced by a park, or a lake. His provocations are recalled by many of my interlocutors as crazy talk – on at least two occasions, taxi drivers to whom I put a stock question about their attitude to the Palace while we drove past it, voluntarily recalled Sikorski's rants and told me, angrily, that the minister must be 'mentally ill' for suggesting such a thing twenty years after the fall of communism.

Ex-MoMAW director Zielniewicz, the Programme Board who allied with him, the architects of the blob/screen design for the museum, the advocates of 'starchitecture', Minister Sikorski and all 'context-fuckers' are rendered matter out of place³¹, and, it must be added, out of time.³² They are treated as remainders 'left behind' within the realms of a pathological, post-socialist and post-traumatic politico-aesthetic which should be alien to a city no longer in the throes of dictatorship or tumultuous transformation. In order to truly move out of the shadow of the Palace³³, it is suggested, Warsaw must abandon the belligerent, 'totalitarian' dispositions which emanate from within its walls, and with them a predilection for arrogant, 'iconic' architecture. An ideological 'value hierarchy of scale' is established, which identifies the achievement of an authentic, developed 'normality', which is no longer 'post-socialist' but *beyond* socialism, with maturity and restraint.³⁴ Andino Velez re-orientes this narrative directly to the debate over iconic architecture, remarking that Warsaw's architectural landscape and the discourses surrounding it are under the influence of "decades of omnipresence of that arch-iconic building, the Palace of Culture and Science".³⁵

³¹ Mary Douglas, *Purity and Danger*, London 1966.

³² Byron Ellsworth Hamann, *Chronological Pollution: Potsherds, Mosques and Broken Gods Before and After the Conquest of Mexico*, in: *Current Anthropology* 49:5, 2009, pp. 803-836; Barbara L. Voss, *Matter Out of Time: The Paradox of the 'Contemporary Past'*, in: *Archaeologies* 6:1, 2010, pp. 181-192.

³³ For a text examining the Palace through the prism of 'Stalin's shadow' see Mark Dorrian, *Falling Upon Warsaw: The Shadow of the Palace of Culture*, in: *The Journal of Architecture* 15:1, 2010, pp. 87-103.

³⁴ See the author's analysis of the opposition between 'maturity/moderation' and a 'reckless, post-traumatic gigantomania' in: Murawski, Michał, *Inappropriate object: Warsaw and the Stalin-era Palace of Culture after the Smolensk disaster*, in: *Anthropology Today* 27:4, 2011, pp. 5-10. See also Piotrowski's analysis of 'traumaphobia' and 'traumaphilia' in new Eastern European museums of modern art.

³⁵ Velez, p. 91.

The MoMAW aniconics consider those who would like to see the Palace knocked down as equivalent to those who desire for the Palace to be 'defeated' by another extravagant building. In other words, aniconics group iconophobes in the same category as iconophiliacs (together, they might be called *iconocentrics*). The archaeologist and scholar of aniconism Tryggve Mettinger points out that aniconism does not correlate with the privileging of absence over presence, merely with the rejection of anthropomorphic images. As he points out, "there are *objects* of an aniconic nature that function as the focus of the cult"³⁶, such as stelae or enormous stones used as objects of worship by several Semitic cults in the Near East who did not rely on man-made representations of deities.³⁷ The Museum of Modern Art as designed by Christian Kerez is thus the cult object of Warsaw's aniconics, in opposition to the iconocentrism embodied in the Palace as well as in attempts to erase its *dominance* over the city with even more extravagant architectural creations.³⁸

Beyond Iconicity

The two key terms which my discussion confronts with each other are *iconicity* and *domination*. When my informants in Warsaw talked about the 'iconicity' of architecture, they almost always invoked the terms of the global debate about iconic buildings, most frequently referring to Gehry's Bilbao Guggenheim. When the conversation was focused on the 'local' relationship between the Palace and the city, whether in aesthetic, ideological, material or other terms, the word 'icon' simply did not come up. Instead, the Palace was named as a *dominanta*.³⁹ Ethington and Schwartz have attempted to formulate an integrated approach to 'urban icons'

³⁶ Tryggve Mettinger, A Conversation with My Critics: Cultic Image or Aniconism in the First Temple?, in: Yair Amit et al. (Eds.), *Essays on Ancient Israel in its Near Eastern Context: A Tribute to Nadav Na'aman*, Winona Lake/Indiana 2006, p. 276.

³⁷ Tryggve Mettinger, The absence of images: The problem of the aniconic cult at Gades and its religio-historical background, in: *Studi Epigrafici e Linguistici* 21, 2004, p. 91.

³⁸ My application of the term 'aniconic' in this article may be justified by Jencks' argument that 'iconic' architecture is characterised above all by the skilfull application of 'enigmatic signifiers', which link the building to multiple symbolic domains beyond architecture. Further, although Warsaw's aniconics often use the term 'iconic' to refer to buildings which are simply big and obnoxious, the emphasis that buildings praised as 'not' iconic are 'purely architectural' and 'beyond' ideology can be seen to render them equivalent to the representation-devoid stelae of aniconic cults.

³⁹ This is a Polish term referring to prominent buildings or landscape features, which lacks a direct English equivalent. *Dominanta* does share some similarities with the term "landmark", defined by Kevin Lynch primarily in terms of "figure-background contrast". See Kevin Lynch, *The Image of the City*, Cambridge, MA 1960, pp.78-83. A search of the key phrases used by my aniconically-inclined, pro-Kerez survey respondents, revealed five mentions of the word "icon". References to "domination", however, were made 34 times.

which moves beyond C.S Peirce's canonical distinction between *symbols*, *indexes* and *icons*. In their rendition, "what separates icons from other images" is that they are "points of contact between [...] the material and the image".⁴⁰ They thus develop a five-point taxonomy, according to which 'urban icons' act as "summary representations of a particular city", "embed the materiality of experience but also deterritorialise it through [...] the circulation of images", "are 'visually noisy' attention-grabbers", "carry the stamp of place and time" and "depend on size and location."⁴¹

The Palace of Culture meets all the above criteria unambiguously. 61 percent of my survey respondents consider it to be Warsaw's primary 'symbol'; 98 percent have been inside the building, 56 percent visit it at least several times a year. Further, its impact is registered on a large variety of physical as well as intangible levels of people's experience of living in the city. Varsovians admit the Palace's direct influence over the city's architectural landscape, urban layout and aesthetics; on education and business as well as on cultural life, on timekeeping (the Palace's tower had a clockface added to it at the turn of the millennium⁴²), politics (the Palace is the meeting place of the Warsaw city assembly and contains the offices of a number of key municipal bureaus), civic pride, urban 'mentality', and even on individual well-being, sentiment, love, education, and the city's 'eco-system'.⁴³ While the Palace condenses experience, its image is strewn throughout the city, on advertisements and logos, on clothing and tattoos, in film, literature and art.⁴⁴ The Palace's visual 'noisiness' hardly needs elaborating. Its identification with and *impact on* history is unequivocal, and it is the focus of attempts to create a new future for Warsaw (the Museum of Modern Art is invested with potential as a material harbinger of this future). The size of the Palace and the Parade Square is colossal, and the prominence of its location is unparalleled by any other building in Warsaw – the Parade Square is the city's most important public transport hub and road signs to Warsaw are commonly thought to refer to their distance from the Palace. The

⁴⁰ Ethington/ Schwartz, p. 19.

⁴¹ *Ibid.*, p. 13.

⁴² See Wu Hung, *Remaking Beijing: Tiananmen Square and the Creation of a Political Space*, Chicago 2005, pp.131-164, for a discussion of temporality and power on Tiananmen Square in Beijing.

⁴³ This is primarily a reference to the media-friendly falcons who have their nest high-up in the Palace's tower. The Palace's resident falconer told me that he has carried out research on the "significant" impact on Warsaw's avian ecosystem of the number of birds who die crashing into the Palace. See Łukasz Rejt and Michał Maniakowski, *Skład Gatunkowy Ptaków Rozbijających Sie o Pałac Kultury i Nauki w Warszawie*, in: *Notatki Ornitologiczne* 41, 2000, pp. 317-324.

⁴⁴ See EleanaYalouri, *The Acropolis: Global Fame, Local Claim*, Oxford, New York 2001, pp. 49-101, for a discussion of a dispersal of the Acropolis' image and emblematic presence throughout Athens, Greece and the world.

most frequently-cited academic analysis of the Palace, by anthropologist Zbigniew Benedyktowicz⁴⁵, leaves little to the imagination by referring to the Palace of Culture, after Mircea Eliade⁴⁶, as Warsaw's *axis mundi*.

Ethington and Schwartz suggest that their elaboration of "urban icons" serves precisely to tackle "the city through a more integrated approach to the senses", "to forge links between the concrete spatiality of the city and the metaphoric spatiality of 'imaginary landscapes'".⁴⁷ Despite this, I think Ethington and Schwartz's attempt to re-define 'urban icon' as a concept which allows the materiality of buildings and other urban entities to converge analytically with the apparent non-materiality of images and language is hamstrung by its reliance on the very word "icon", which semiotics and art history have consolidated as a passive transmitter of meanings originating elsewhere, in the intangible domain of language.

Conclusion: Giving Form to the Relation: Dominationality

My argumentation follows the intuition of anthropologists and others who, in response to the perceived stranglehold of the 'linguistic turn' over post-war sociological thought and philosophy, have united behind slogans such as Bruno Latour's "Back to things!".⁴⁸ Indeed, I argue that if we centre our analysis on the notion of 'iconicity', we are bound to fall back into a position which considers 'artefacts' and 'objects' as 'an empty space, of interest only because of the "meanings" that invest it with significance'.⁴⁹ Of course, one might swing too far towards an uncritical veneration of 'the object'. The empiricism of Latour and his cohort's attempt to 'flatten' the field of social analysis in order to refocus attention on previously neglected domains certainly tends in this direction.

My intention has been to *flesh out, size up and give direction to* the relationality which inheres between Warsaw and the Palace of Culture – a relation between two differently sized things, in which one (the Palace) is absolutely gigantic and taller than anything else around it, but is nevertheless smaller than its partner 'on the

⁴⁵ Zbigniew Benedyktowicz, *Widmo srodka swiata. Przyczynek do antropologii wspolczesnosci*, in: *Konteksty* 1991:1, 1991, pp. 16-32.

⁴⁶ Mircea Eliade, *Symbolism of the Centre*, in: *Images and Symbols*, Princeton 1991.

⁴⁷ Ethington/ Schwartz, pp. 9-10.

⁴⁸ Bruno Latour, *From Realpolitik to Dingpolitik, or How to Make Things Public*, in: Bruno Latour and Peter Weibel (eds.), *Making Things Public: Atmospheres of Democracy*, Cambridge/MA 2005. For one attempt to productively go beyond Latour's approach to 'things', see Amiria Henare et al. (eds.), *Thinking Through Things: Theorising Artefacts Ethnographically*, London 2006.

⁴⁹ Chris Pinney, *Things Happen: Or, From Which Moment Does That Object Come*, in: Daniel Miller (ed.), *Materiality*, Durham/NC, London 2005, p. 257.

other side' of the relation (the city). However, as is hopefully clear from the ethnographic data presented above, the sheer intensity of the Palace's interconnectedness with Warsaw upsets the 'normal' scalar understanding according to which cities are 'larger' than individual buildings. In many ways, the Palace of Culture is a 'part' which is more than its 'whole' (Warsaw) – it does not just 'stand for' Warsaw, nor does it 'merely' condense or represent different facets of the urban experience. When talking about the Palace of Culture's relations with Warsaw, my informants did not refer to the Palace as an urban icon, but as a *dominanta*. Lending credence to my informants' own categories, and following the content of the data I collected during fieldwork, leads me to make the claim that the Palace's position in Warsaw is best defined by referring to its unstable relation of dominance with the city that circulates around its foundations – a relation of 'dominationality'.

Abbildungsnachweise:

Abb. 1: photograph by the author, 2010.

Abb. 2: Images courtesy of the Museum of Modern Art and Grupa 5 Architects.

Abb. 3: Images from: http://forum.gazeta.pl/forum/w,271,57584690,57585116,Re_Muzeum_Sztuki_Nowoczesnej_na_miare_marzen.html; <http://www.hypergogo.com/2007/02/show-must-go-on.html>

Michał Murawski, PhD cand., Univ. of Cambridge, g.m.murawski@gmail.com

Symbole des Strukturwandels von Metropolregionen: Leuchtturm-Projekte in Bilbao und dem Ruhrgebiet

In vielen altindustriell geprägten Großstadtregionen, die heute vor besonderen Herausforderungen im Wettbewerb mit etablierten Metropolen stehen, wird die Umnutzung ehemaliger Industrieflächen oder -bauten für kulturelle Zwecke als wichtiges stadtplanerisches Instrument zur Bewältigung der Folgen des Strukturwandels gesehen. Dabei werden oft spektakuläre Museumsbauten errichtet, die als sogenannte Leuchtturm-Projekte dazu beitragen sollen, die touristische Aufmerksamkeit, die kulturelle Anziehungskraft und indirekt auch die Attraktivität als Investitionsstandort zu erhöhen. Als das bekannteste Modell für eine solche Strategie gilt das baskische Bilbao, dem es seit der Eröffnung des dortigen Guggenheim-Museums gelang, von einer nur wenig beachteten Werften- und Hafenstadt zu einer Touristendestination zu werden, die internationale Besucher aus breiten Schichten anzieht. Die mit Projekten solcher Art verbundenen Hoffnungen und antizipierten Wirkungen werden daher auch oft als Bilbao-Effekt bezeichnet.¹

Auch das Ruhrgebiet gehört zu den altindustriellen Regionen, die sich verstärkt darum bemühen, ihren Strukturwandel dadurch zu kommunizieren und voranzubringen, dass einstige Industrieareale mit aufsehenerregenden Neu- oder Umbauten für kulturelle Nutzungen adaptiert werden. So erhielt 2010 der sich schon seit einigen Jahren vollziehende Umbau des Geländes der Zeche Zollverein in Essen zu einem kulturellen Zentrum einen neuen Impuls, indem das Ruhrmuseum in neu hergerichtete Räume im Großbau der ehemaligen Kohlenwäsche vom Zollverein verlegt wurde. In demselben Jahr wurde zudem in Dortmund der Umbau eines stadtbildprägenden Gebäudes der ehemaligen Union-Brauerei vollendet, der nun als „Zentrum für Kunst und Kreativität“ dient. Es gilt daher, genauer zu analysieren, wie unter solchen Bedingungen einzelne Museumbauten das Image einer Region prägen können und welche besonderen Probleme oder Chancen sich im Ruhrgebiet im Vergleich zu Bilbao bei der Durchführung von Leuchtturm-Projekten stellen.

¹ Vgl. Alexander Tölle, Quartiersentwicklung an innerstädtischen Uferzonen - Die Beispiele HafenCity, Lyon Confluence und Gdansk Młode Miasto, Berlin 2005.

Neuinszenierung des altindustriellen Erbes als Symbole des Strukturwandels

Im Zuge des Strukturwandels von der industriell geprägten zur dienstleistungsorientierten Gesellschaft sind vor allem die Städte, die nicht Hauptstadt oder *Global City* sind und nicht zu den traditionellen Kontrollzentren von Wirtschaft oder Politik gehören, vor große Herausforderungen gestellt. Hier sind die Brüche besonders radikal, und der Verlust an industriellen Arbeitsplätzen kann nur in geringem Umfang durch neue hochwertige Dienstleistungen aufgefangen werden. Das Potential an freierwerdenden innerstädtischen Flächen, die zur Gestaltung des Strukturwandels genutzt werden können, ist aber umso größer. Mit der Umnutzung solcher Flächen wird daher oft der Anspruch verbunden, dem Standort ein neues Profil zu verschaffen, und dadurch im Wettbewerb der Städte um touristische Aufmerksamkeit, kulturelle Anziehungskraft und damit auch Attraktivität als Investitionsstandort insgesamt einen Impuls zu verleihen.

Angesichts solcher Herausforderungen gilt es für die Kommunen, mit einer komplexen Imagestrategie zu reagieren, die zugleich einen stadtpolitischen, planerischen und ästhetischen Konsens für das Vorgehen schafft. Ein Mittel zu diesem Zweck sind die aufsehenerregenden Großbauten, die im internationalen Kontext als „Flagship-Projekte“ bezeichnet werden, und für die im deutschen Sprachraum analog auch der Ausdruck „Leuchtturm-Projekt“ verwendet wird. Flagship- oder Leuchtturm-Projekte werden als Teil von innerstädtischen Stadtumbauvorhaben nach Entwürfen zumeist international agierender Star-Architekten realisiert und dienen der Profilierung und Symbolisierung eines umfassenderen Stadtentwicklungskonzepts.² Die Aufmerksamkeit, die solchen Bauten zukommt, ist also nicht nur als Folge eines meisterhaft gelungenen Entwurfs für einen Solitärbau durch einen prominenten Architekten zu verstehen, sondern vielmehr als Resultat einer Planungsstrategie, die dezidiert auf die Breitenwirkung großer Kulturprojekte sowie architektonischer Sensationseffekte abzielt und damit überhaupt erst den gestalterischen und ökonomischen Spielraum für solch aufwendige Bauten schafft.

In diesem Sinne sind die Flagship-Bauten Teil einer Strategie, mit denen die Kommunen auf den durch die Globalisierung hervorgerufenen Strukturwandel reagieren und mit denen sie darauf abzielen, die Attraktivität der jeweiligen Stadt für Bewohner, Hinzuziehende und Touristen zu steigern sowie die Aufmerksamkeit potentieller Investoren zu wecken.³ Dem herausragenden Gebäude selbst kommt

² Vgl. Richard Voase, The role of flagship cultural projects in urban regeneration: a case study and commentary, in: *Managing Leisure*, 2:4 (1997), S. 230-241.

³ Vgl. Utz Ingo Küpper, Kommunale Wirtschaftsförderung – Strategien mit Akteuren, Clustern, Leuchttürme und viel Konkurrenz im Tagesgeschäft, in: Utz Ingo Küpper, Dietrich Henckel, Erwin Rothgang und Folkert Kiepe (Hrsg.), *Die Zukunft unserer Städte gestalten – Chancen aus Krisen*, Köln 2003, S. 126-142.

dann die Funktion zu, diesen Wandel zu kommunizieren und ein neues Image zu symbolisieren.⁴ Als herausragende bauliche Zeichen bieten sie dabei Orientierung, Identifikationsmöglichkeiten und vor allem Konsensfähigkeit. *Flagship-Planning* fungiert insofern ebenso als nach innen gerichtete Identitätsbildungs- und Legitimationsstrategie wie als eine nach außen gerichtete Vermarktungskampagne für die Stadt. Angesichts ihrer Größe und Komplexität sind solche Großprojekte querschnittsorientiert, so dass sie Akteure in Staat, Stadt und Wirtschaft mobilisieren. Damit entsprechen sie der Logik der „Festivalisierung der Stadtpolitik“⁵, in deren Sinne seit den 1990er Jahren Events und inszenierte Großprojekte zur Bündelung der Kräfte in der lokalen Politik dienen, da sie flexibler und mediengerechter als herkömmliche Planungen sind.

Als Vorreiter dieser Entwicklung können Olympiaden und Weltausstellungen gelten, denn sie wurden als Gelegenheit zur nationalen und städtischen Selbstdarstellung genutzt und werden immer häufiger systematisch als Auftakt zur baulichen Restrukturierung der austragenden Stadt eingesetzt und gezielt in den Dienst des Stadtumbaus gestellt.⁶ Die Fokussierung auf große Kulturbauten als noch langfristig wirksamere Form einer Dauer-„Bespielung“ setzte aber erst in den 1980er Jahren ein, und zwar zunächst in Großbritannien, wo angesichts der De-Industrialisierung und der Verringerung staatlicher Förderung erste Museumsbauten als Flagship-Projekte entwickelt wurden, die eng mit der Entwicklung neuer Stadtmarketingkonzepte für altindustrielle Standorte verbunden waren. Zu diesen frühen, zumeist in Public-Private Partnership realisierten Beispielen gehören vor allem Museumsprojekte, die auf die Breitenwirkung der Populärkultur abzielen, wie das Film-Museum in Bradford oder das Musik-Museum in Sheffield.⁷ Etwa zeitgleich setzte in Frankreich der Bau der „Grands Projets“ ein, die nicht nur in der Metropole Paris, sondern auch in den eher industriegeprägten Städten wie Lyon und Lille realisiert wurden. Sie sind im Gegensatz zum britischen Modell zwar viel deutlicher von einer aktiven Beteiligung staatlicher Akteure bis hin zur Zentralregierung geprägt, zielen aber genauso auf den Imagewandel der Standorte und reflektieren ebenfalls die Funktion von Flagship-Projekten. Zugleich setzten sie als großmaßstäbliche und herausragende

⁴ Vgl. Beatriz Plaza, *The Guggenheim-Bilbao Museum Effect: A Reply to María V. Gómez. Reflective Images: The Case of Urban Regeneration in Glasgow and Bilbao*, in: *International Journal of Urban and Regional Research* 23 (1999), S. 589-592.

⁵ Hartmut Häußermann und Walter Siebel, *Neue Formen der Stadt- und Regionalpolitik*, in: *Archiv für Kommunalwissenschaften*, 33:1 (1994), S. 32-45.

⁶ Vgl. Monika Meyer-Künzel, *Der planbare Nutzen. Stadtentwicklung durch Weltausstellungen und Olympische Spiele*, München 2001; Jean-Paul Carrière et al., *Urban Planning and Flagship Development Projects: Lessons from EXPO 98, Lisbon*, in: *Planning Practice and Research*, 17:1 (2002), S. 69-79.

⁷ Vgl. Voase, *The role of flagship cultural projects*.

bauliche Zeichen die architektonischen und städtebaulichen Standards für die darauf folgende und bis heute andauernde Boom-Phase der von Star-Architekten gestalteten Großprojekte.

Bei den meisten Flagship-Projekten sind öffentliche bzw. private, in Kooperation mit der öffentlichen Hand geplante Kultureinrichtungen die herausragenden Imageträger. Nach Entwürfen internationaler Star-Architekten werden neue Kulturbauten errichtet oder bestehende Gebäude für solche Zwecke um- und ausgebaut. Solche Verknüpfungen von Alt und Neu, die als Inszenierung von Innovation und Tradition dem Stadtimage dienen, sind charakteristisch für die Architektur der Projekte sowie die städtebauliche Konzeption der umgebenden und meist zugleich umgebauten Quartiere.⁸ Ein Potential hierfür stellen ehemalige Industrie- oder Hafentflächen dar. Letztere bieten obendrein reizvolle Waterfront-Situationen und damit die Gelegenheit, die Neubauten in exponierter Lage zu errichten. Dieses Vorgehen ist gerade in altindustriell geprägten, ansonsten baulich wenig reizvollen Städten verbreitet. Zugleich können die Projekte dann als Imageträger dazu dienen, ein umgebendes großflächiges Stadtumbauprojekt, mit dem altindustrielle Flächen für neue hochwertige Wohn- und Dienstleistungsfunktionen erschlossen werden, zu bewerben.

Selbst in Metropolen und Global Cities sind es häufig überkommene Gelände und Bauten, die in der Industrieära für Produktion, Handel oder Ähnliches genutzt wurden, die nun als Flagship-Projekte neu inszeniert werden, und mit denen großräumliche Stadtentwicklungsprozesse in Gang gesetzt oder akzentuiert werden – wie beispielsweise der von den Architekten Herzog & de Meuron realisierte Umbau eines Kraftwerks zur *Tate Modern* in London, oder der von denselben Architekten geplante Ausbau eines alten Speichergebäudes zur Elbphilharmonie in Hamburg. In vielen Fällen knüpfen solche Neu-Inszenierungen mit der Absicht, die Botschaft vom Strukturwandel des Quartiers oder der Stadt möglichst weit zu tragen, an Mythen an, von denen eine große Breitenwirkung ausgehen kann. So kommen Krüger und Schubert in einer vergleichenden Studie über die jüngeren solcher imagefördernden Stadtteile in Metropolräumen in Europa zu der Schlussfolgerung, dass die Verbreitung dieser Botschaft sogar als das zentrale Kriterium von Flagship-Projekten insgesamt gelten kann: „Wesentlich für den Erfolg der Projekte ist, ob die Projekte eine authentische Botschaft oder „Erzählung“ vermitteln, d.h. aus der Prägung der Stadt entwickelt sowie in der Substanz und Gestaltung der Projekte auch verankert wurden. Eine radikale Neuerfindung im Sinne einer Abkehr vom Tradierten und Bekannten ist bei den untersuchten deutschen Fallbeispielen im Gegensatz zu einzel-

⁸ Vgl. Ursula Flecken, „Bekenntnis zu Tradition und Demonstration von Innovation“, in: Harald Bodenschatz (Hrsg.), *Renaissance der Mitte. Zentrumsumbau in London und Berlin*, Berlin 2005, S. 338-344.

nen internationalen Referenzbeispielen nicht zu finden. Ausrichtungen auf „modische“ Themen wie etwa Medien scheiterten geradezu.“⁹

Damit werden auch die Grenzen der möglichen Erfolge solche Projekte – im Sinne eines dadurch erzielbaren Imagewandels – deutlich. Angesichts der großen stadtpolitischen Bedeutung und der Hoffnungen auf Sekundärwirkungen, die an solche Vorhaben geknüpft werden, ist der Kosten-Nutzen-Effekt der Flagship-Projekte zu meist nur schwer nachvollziehbar. Befürworter argumentieren, dass die großen Kulturprojekte, die in europäischen Städten realisiert werden, auf vielfache Weise zur Stimulierung der Ökonomie beitragen: In der Errichtungsphase stimulieren sie die Bauwirtschaft, danach schaffen sie Arbeitsplätze im Museumsbetrieb, ziehen zusätzliche Besucher an, erzeugen dadurch eine erhöhte Nachfrage nach tourismusrelevanten Dienstleistungen und tragen langfristig dazu bei, das Image der Stadt oder gar der Region zu verbessern.¹⁰ Gleichzeitig wird aber die „Ausflucht in Projekte und Events“¹¹ als stadtpolitisches Allheilmittel in Frage gestellt und vor einer Überschätzung der erzielbaren Effekte gewarnt. *Flagship Planning*, so die Kritik, kann zwar zur Entwicklung des Stadtimages beitragen, jedoch einen erfolgreichen Strukturwandel nur fördern, nicht ersetzen.¹² Nichtsdestotrotz bleibt das Konzept des *Flagship Planning* ein häufig verwendetes Modell, bei dessen Anwendung nicht zuletzt auf den jüngsten Wandel der baskischen Metropole Bilbao und deren Flagship-Projekt Guggenheim-Museum verwiesen wird.

Das Vorbild: Guggenheim-Museum Bilbao

Im Gegensatz zu dem, was die verkürzte Rezeption nahelegt, ist die imagerächtige Wirkung des Guggenheim-Museums in Bilbao nicht nur Ergebnis der gelungenen Architektur Frank Gehrys, sondern vor allem Resultat einer kommunalen und regionalen Planungsstrategie, die dezidiert auf ein Kulturprojekt mit architektonischem Sensationseffekt abzielte. Dabei stellt das Museum den wichtigsten und innenstadtnächsten Baustein einer langen Kette von Stadtumbaumaßnahmen dar,

⁹ Thomas Krüger und Dirk Schubert, Imagefördernde Stadtteile in Metropolräumen - Ergebnisse des BBSR-Forschungsprojekts, durchgeführt im Auftrag des BBSR, 2010, dokumentiert in www.bbsr.bund.de/cln_016/nn_21944/BBSR/DE/FP/ReFo/Staedtebau/Metropolraeume/03_Ergebnisse.html (Zugriff: 20.6.2011).

¹⁰ Vgl. Greg Richards, *The Development of Cultural Tourism in Europe, Cultural Attractions and European Tourism*, Wallingford 2001, S. 3-21.

¹¹ Utz Ingo Küpper und Erwin Rothgang, *Revitalisierung der Stadtentwicklungspolitik*, in: Küpper, Henckel und Kiepe, *Die Zukunft unserer Städte*, S. 20.

¹² Vgl. Franco Bianchini et al., *Flagship Projects in Urban Regeneration*, in: Patsy Healy et al. (Hrsg.), *Rebuilding the City: Property-Led Urban Regeneration*, London 1992, S. 245-255.

die sich vom Zentrum Bilbaos aus entlang des Flusses Nervión fast durch die gesamte Region ziehen und die systematisch darauf ausgerichtet sind, ehemalige Hafен-, Werft- und Industrieareale als Dienstleistungsstandorte oder Wohngebiete zu entwickeln, um so die ökonomische und soziale Entwicklung der Region voranzutreiben.

Die Stadt Bilbao mit über 350.000 Einwohnern bildet traditionell einen Schwerpunkt der metallverarbeitenden Industrien Spaniens, insbesondere des Schiffbaus. Hafenanlagen, Industrieareale und Arbeiterquartiere befinden sich vor allem in einem Gürtel entlang des Ufers der Ría del Nervión zwischen der Kernstadt und der Flussmündung. Der Strukturwandel führte dann teilweise zu einem Bruchfallen der Flächen entlang des Flusses. Durch eine in den 1980er Jahren eingeleitete Umnutzung dieser Areale wird versucht, Impulse für Dienstleistungsbranchen zu schaffen.

Voraussetzung für diese Neuerschließung der altindustriellen Areale war eine intensive innerregionale Kooperation sowie umfangreiche Infrastrukturprojekte. Unter anderem wurde dabei eine systematische städtebauliche Neuordnung der Uferzonen vorgenommen, um den Zugang zum Fluss zu ermöglichen und die bisher isolierten Bereiche mit der Umgebung zu vernetzen. Langfristiges städtebauliches Ziel ist dabei, die Flächen entlang des gesamten Verlaufs der Ría del Nervión zu reaktivieren, mit einer durchgehenden Straßenachse auszustatten und dort neue Bürostandorte bzw. ein hochwertiges Wohnungsangebot zu entwickeln.¹³ Eines der ersten, wichtigsten und der Innenstadt am nächsten gelegenen Projekte war das neue Quartier *Abandoibarra*, in dem auch das Guggenheim-Museum errichtet wurde. Erklärtes Ziel der Neuplanung war, die Innenstadt zu erweitern, die Tertiarisierung der Stadt voranzutreiben und internationale Firmen anzusiedeln.¹⁴ Zur Erschließung des Geländes waren umfangreiche Vorarbeiten nötig, u.a. die Verlegung einer Eisenbahntrasse sowie der Bau neuer Brücken.

Den städtebaulichen Masterplan für das Quartier entwickelte der US-amerikanische Architekt Cesar Pelli. Er sah unter anderem ein neues Wohn- und Dienstleistungsquartier mit mehreren Hochhäusern, einen neuen Uferpark sowie die Errichtung zweier Solitärbauten für Kultururnutzungen vor. Bereits bei diesen Projekten kamen internationale Star-Architekten zum Zuge: So wurden zwei der Türme von Arata Isozaki, die U-Bahneingänge von Norman Foster sowie eine Fußgängerbrücke von Santiago Calatrava gestaltet.¹⁵

¹³ Vgl. Kerstin Meyer, „El Guggi“ und „Los Fosteritos“: Die Revitalisierung von Hafен- und Industriebranchen im Großraum Bilbao, in: Dirk Schubert (Hrsg.), Hafен- und Uferzonen im Wandel, Planungen und Fallstudien zur Revitalisierung der Waterfront, Berlin 2001, S. 295-318.

¹⁴ Vgl. María Gómez, Reflective Images: The Case of Urban Regeneration in Glasgow and Bilbao, in: International Journal of Urban and Regional Research 22 (1998), S. 106-121.

¹⁵ Vgl. Meyer, „El Guggi“.

Konsequenterweise gewann dann auch mit Frank Gehry ein Star-Architekt den Wettbewerb für die Gestaltung des Guggenheim-Museum . Dessen von dekonstruktivistischen Formen geprägter Entwurf für einen mit glänzenden Materialien wie Glas und Titan verkleideten Bau erzeugt im Innen- wie im Außenraum spektakuläre Blicke und Raumerlebnisse und sorgte gemeinsam mit dem etablierten Museumsnamen für die von Anbeginn immense Popularität des Projekts. Unterstrichen wird dieser Sensationseffekt noch durch die Lage des Komplexes in einem Flussbogen, die eine starke Präsenz im Stadtbild ermöglicht.



Abb. 1: Das Guggenheim Museum in Bilbao.

Das Museum wurde im Rahmen der geplanten Bauzeit realisiert und im Oktober 1997 eröffnet. Die Baukosten in Höhe von 100 Millionen Dollar wurden dabei gemeinsam von der Regional- bzw. Provinzregierung aufgebracht. Die US-Amerikaner trugen im Gegenzug den berühmten Museums-Namen als Marke sowie 300 Kunstwerke aus ihrer Sammlung als Leihgabe bei. Diese *Public-Private Partnership* ist zunächst für 20 Jahre vereinbart worden, kann danach aber verlängert werden.¹⁶

¹⁶ Vgl. Edith Lenfers, Flagship-Projekte im Strukturwandel von Altindustrieregionen – Das Beispiel Guggenheim Museum Bilbao, Spanien, in: Kommunalverband Ruhrgebiet (Hrsg.), Regionalmarketing für das Ruhrgebiet: Internationale Erfahrungen und Bausteine für eine Region mit Zukunft, Strukturwandel an der Ruhr im internationalen Vergleich, Band 2, Essen 1999, S. 197 – 215.

Die Genese des Projekts verdeutlicht, dass die Neuerrichtung eines imagerächtigen Kulturbaus an der später tatsächlich genutzten Stelle in genau dieser Form also nicht von Beginn der Planungen vorgesehen war. Stattdessen war die Entscheidung für das Flagship-Projekt in Bilbao das Resultat einer günstigen Konstellation, in der die an der Planung Beteiligten es verstanden, die sich bietende Chance zu nutzen. So erwog die Guggenheim-Foundation den Standort Bilbao überhaupt erst, weil die zunächst avisierten touristisch bereits etablierten Städte kein Interesse zeigten – trotzdem war aber immer noch ein erheblicher Aufwand von Seiten der baskischen Kommune nötig, um das Projekt zu ermöglichen.¹⁷

Die Entstehung des Flagship-Gebäudes im Spannungsfeld zwischen einer politisch und planerisch durchaus steuerbaren Offenheit für ein derartiges Projekt und einem schwer vorhersehbaren *window of opportunity* verdeutlicht, dass einerseits eine Stadtentwicklungsstrategie, die bewusst die Breitenwirkung architektonischer Sensationseffekte einbezieht, zur imagerächtigen Entfaltung der Potentiale von großen Kulturbauten beiträgt, andererseits aber die Prognostizierbarkeit solcher Effekte sehr eingeschränkt ist. Umso schwieriger ist es daher, vorherzusehen, inwiefern diese Wirkung reproduzierbar ist und ob ähnliche Projekte an anderen Standorten jemals eine derartige Ausstrahlung erzielen können. Das gilt auch für das Ruhrgebiet, das zwar hinsichtlich seiner Probleme mit dem Strukturwandel von einer altindustriell geprägten Region zu einem Standort hochwertiger Dienstleistungen vor ähnlichen Herausforderungen wie Bilbao steht, ansonsten aber ganz andere Voraussetzungen – darunter auch eine andersartige baulich-räumliche Struktur – aufweist.

Neuinszenierung von Industriebauten als Kulturorte im Ruhrgebiet

Das Ruhrgebiet gehört als Teil der Metropolregion Rhein-Ruhr zum größten Ballungsraum Europas, und auch für sich genommen stellt das ehemals von Schwerindustrie geprägte Revier an der Ruhr mit fünf Millionen Einwohnern in seiner schier Dimension eine den Metropolen des Kontinents vergleichbare Siedlungseinheit dar. In Kampagnen zur regionalen Imagebildung wird daher neuerdings häufig der Ausdruck „Metropole Ruhr“ verwendet. Dieser Anspruch ist zwar in vielerlei Hinsicht überzogen, ist aber gleichzeitig auch Ausdruck einer Neuausrichtung der Wirtschaftsförderung, die nicht mehr nur auf einzelne kurzfristige Ansiedlungserfolge setzt, sondern vielmehr darauf abzielt, den Strukturwandel der Region durch eine langfristige Attraktivitätssteigerung für hochwertige Dienstleistungsunternehmen voranzutreiben. Dazu gehört auch, dass der Kultur- und Kreativwirtschaft eine

¹⁷ Vgl. Joseba Zulaica, *Crónica de una seducción: el Museo Guggenheim Bilbao*, Madrid 1997.

wachsende Bedeutung zugemessen wird.¹⁸ Ein großes Potential stellen in dieser Hinsicht die Bauten einstiger Bergbau- oder Industriebetriebe dar, die mit aufsehen-erregenden Neu- oder Umbauten für kulturelle Nutzungen adaptiert werden.

Bereits im Zuge der Internationalen Bauausstellung IBA Emscher Park in den 1990er Jahren hatte man darauf gesetzt, die altindustriell geprägte Stadtlandschaft neu zu akzentuieren und ihr Image zu verbessern. Damals wurden u.a. herausragende altindustrielle Bauten als Denkmale der Industriekultur erhalten und kulturellen Nutzungen zugeführt. Auf diese Weise bietet die alte Bausubstanz bei der Wahrnehmung des Ruhrgebiets den Bewohnern und Besuchern auch weiterhin einen Ankerpunkt und trägt zur Identitätsbindung in Zeiten des Umbruchs bei.¹⁹

An diese Erfolge anknüpfend sind in jüngster Zeit weitere herausragende Industriedenkmale zu neuen Kultureinrichtungen aus- und umgebaut worden. Den vorläufigen Höhepunkt dieser Entwicklung stellten die Aktivitäten im Jahre 2010 dar, in dem das Ruhrgebiet als Europäische Kulturhauptstadt fungierte. Zu diesem Anlass wurden nicht nur zahlreiche kulturelle Veranstaltungen durchgeführt, sondern auch mehrere große neu- oder umgebaute Museen eröffnet. Dazu gehörte die Verlegung des bereits bestehenden Essener Ruhrmuseums in neu hergerichtete Räume im Großbau der ehemaligen Kohlenwäsche des Zollvereins. Der Baukörper ist eines der wichtigsten Gebäude des Ensembles der Zeche Zollverein, das in den 1930er Jahren von den Architekten Fritz Schupp und Martin Kremmer gestaltet wurde und heute zum UNESCO-Weltkulturerbe gehört. Bereits 2006 war der Komplex nach Entwürfen von OMA-Rem Koolhaas zur Besucherattraktion umgebaut worden. Kurz darauf wurde am anderen Ende des Geländes zudem der Bau des sogenannten Zollverein-Kubus nach Entwürfen des japanischen Architektenbüros SANAA abgeschlossen.

Der würfelförmige Bau wurde für eine private Hochschule namens *Zollverein School of Management and Design* errichtet, die allerdings schon zwei Jahre nach ihrer Eröffnung – trotz erheblicher öffentlicher Förderung – wieder bankrott war und schließen musste. Seither wird das Gebäude kaum genutzt. Konstant ist dagegen seit einigen Jahren die Nutzung weiterer kleinerer Gebäude des Zechenkomplexes, in denen sich Institutionen und Firmen aus dem Kreativbereich, vor allem der Design-Branche, angesiedelt haben, so dass auf dem Gelände selbst reger Betrieb herrscht.

¹⁸ Vgl. Rainer Danielzyk und Ralf Ebert, Kultur- und Kreativwirtschaft im Ruhrgebiet: Situation, Perspektiven und raumbezogene Ansätze, in: Planerin 1:11 (2011), S. 24-26.

¹⁹ Vgl. Achim Prosek, Bild-Raum Ruhrgebiet: Zur symbolischen Produktion der Region, in: SURF – Stadt- und regionalwissenschaftliches Forschungsnetzwerk Ruhr (Hrsg.), Metropolis und Region, Band 4, Dortmund 2009.



Abb. 2: Die Zollverein School of Management and Design in Essen-Katernberg.

Eine Ausstrahlung auf das umgebende Quartier wurde aber nicht einmal ansatzweise erreicht: die Zeche Zollverein liegt über fünf Kilometer von Essens Stadtzentrum entfernt im Stadtteil Katernberg, der selbst im Vergleich mit anderen Gegenden der ohnehin wenig prosperierenden Region als sozial benachteiligt gilt.²⁰ Die unmittelbare Umgebung ist von Abstandsgrün, Gärten, Brachflächen und zwei- bis dreigeschossigen reinen Wohnbauten geprägt. Die meisten der Touristen und der auf dem Gelände arbeitenden „Kreativen“ halten sich daher nur auf dem Zollverein-Gelände selbst auf, meist ohne mit dem umliegenden Quartier in Kontakt zu treten und auch das Interesse der Bewohner Katernbergs an hochwertigen kulturellen Veranstaltungen auf Zollverein ist begrenzt.²¹ Trotz über zwei Millionen Besuchern im Jahr gibt es im Umfeld keine neuen Ansiedlungen von auf Touristen abzielenden Angeboten – nicht einmal eine der für das Ruhrgebiet typischen, als „Trinkhallen“ bezeichneten Kioske findet sich in der unmittelbaren Umgebung. Trotz der herausragenden Bedeutung der Zeche Zollverein für die Stadt Essen und das Ruhrgebiet insgesamt kann daher von einer Impulswirkung des Projekts für den Stadtteil nur bedingt die Rede sein.

²⁰ Vgl. Jan Pasternak, Essen-Katernberg: Image und Identität und die sozialen Probleme eines „Stadtteils mit besonderem Erneuerungsbedarf“, in: Angela Schwarz (Hrsg.), *Industriekultur, Image, Identität: Die Zeche Zollverein und der Wandel in den Köpfen*, Essen 2008, S. 69-122.

²¹ Vgl. Angela Schwarz, Ein Schluss ohne Ende: Rückblick, aktueller Stand und Ausblick im Jahr 2007, in: Schwarz, *Industriekultur*, S. 309-334.



Abb. 3: Das Zentrum für Kunst und Kreativität „Dortmunder U“.

Mangelhafte Vernetzung mit dem Umfeld kennzeichnet derzeit auch noch das „Dortmunder U - Zentrum für Kunst und Kreativität“, das zwar nah am Stadtzentrum, aber im Moment recht isoliert in einem auf Investoren wartenden Brachgelände liegt. Dabei handelt es sich um das Gelände der ehemaligen Union-Brauerei, die 1926/27 als herausragenden Bau ein stadtbildprägendes Gär- und Lagerhochhaus errichtete. Seit 1968 befindet sich auf dessen Spitze ein U-förmiges Logo, das seither auch zu einem Wahrzeichen der Stadt geworden ist. 1972 erfolgte der Zusammenschluss des Unternehmens mit der Berliner Schultheiss-Brauerei zum Konzern Brau & Brunnen, der 1994 die Produktion an diesem Standort aufgab und später alle Gebäudeteile bis auf den denkmalgeschützten Turm abreißen ließ. Für die Umnutzung wurde unter Beteiligung des Star-Architekten Richard Rogers ein städtebauliches Konzept entwickelt, das später aber wieder abgeändert wurde. Vorgesehen war unter anderem die Ansiedlung der Konzernzentrale.²² Doch nachdem im Jahre 2002 Brau & Brunnen von der Radeberger-Gruppe übernommen wurde und nicht mehr als eigenes Unternehmen existiert, ist dieser erhoffte ökonomische Impuls verloren gegangen. 2007 wurden die Gebäude schließlich an die Stadt Dortmund verkauft, die dort das 2010 als Leitprojekt der Kulturhauptstadt eröffnete „Zentrum für Kunst und Kreativität“ einrichtete, zu dessen Nutzern unter anderem

²² Vgl. Karl-Peter Ellerbrock, Vom Braustandort zum Einkaufszentrum?, in: Karl-Peter Ellerbrock (Hrsg.), Das „Dortmunder U“ – Vom industriellen Zweckbau zu einem Wahrzeichen der westfälischen Industriekultur, Dortmund 2010, S. 62-71.

das hierher umgezogene ehemalige Museum am Ostwall, der Hartware Medienkunstverein sowie die TU Dortmund gehören.²³ Einen Akzent im Stadtbild setzt das Gebäude vor allem mit einer vom Künstler Adolf Winkelmann entwickelten Lichtinstallation aus LED-Bildschirmen an der Außenseite der Dachkrone.

Obwohl weithin sichtbar, ist das Gebäude schwer zu erreichen: Umgeben von Brachflächen, verfügt es nur auf einer Seite über einen gepflasterten Zugang. Dieser ist jedoch vom Rest der Stadt durch eine zeitgleich mit der Renovierung neu gebaute, tiefer gelegte Straße getrennt. Diese soll zwar eines Tages durch eine geplante Fußgängerbrücke überwunden werden, es bleibt aber abzuwarten, ob dadurch der trennende Charakter der Verkehrsschneise überwunden werden kann. Einen direkten Zugang zum Stadtzentrum und einen repräsentativen Vorplatz erhielt dagegen ein neben dem U errichteter schlichter Bürobau. Das Gebäude war ursprünglich für die hinfällig gewordene Brau & Brunnen-Konzernzentrale geplant gewesen und ist 2005 – also drei Jahre nach dem Ende von Brau & Brunnen als eigenständiges Unternehmen – trotzdem realisiert worden. Es wird nun auf dem freien Markt vermietet und verhindert in seiner unspektakulären Architektur die Sicht auf den eigentlichen kulturellen Magneten. Es versperrt den direkten Weg zwischen dem alten Turmbau und der Innenstadt, so dass derzeit nur ein wenige Meter breiter, schwarz geteilter Fußweg neben der Verkehrsschneise zum neuen internationalen Aushängeschild des Ruhrgebiets führt.

Zudem droht nach den derzeitigen Planungen, dass der Blick auf den U-Turm durch den Bau weiterer ähnlich schlicht gestalteter Bürobauten auf dem umgebenen Gelände noch weiter eingeschränkt wird. Zugleich wird aber von der Kommune explizit das Ziel verfolgt, mit dem neuen Stadtteil ein Dortmunder „Kreativquartier“ zu entwickeln.²⁴ Angesichts des beschriebenen baulich-räumlichen Konzepts ist aber fraglich, ob die mangelhafte städtebauliche Einbindung sowie die Form der Neubebauung mit gleichförmigen Büro-Quadern wirklich dazu geeignet sind, entsprechende Akteure anzuziehen. In kulturell attraktiven Großstädten, in denen es tatsächlich bereits eine ausgeprägte Kreativwirtschaft gibt, wird deutlich, dass für deren Beschäftigte anstatt standardisierter Büroarchitektur eher bestehende Quartiere mit vielfältiger Bausubstanz, mit altindustriellen Bauten, die die Möglichkeit zur individuellen Adaption sowie mit Brachflächen, die auch temporäre Nutzungen

²³ Vgl. Susanne Linnebach und Kerstin Lehmann, Der „U-Turm“ in Dortmund: Zentrum für Kunst und Kreativität: Kulturelle Umnutzung eines Industriedenkmals in einem City-nahen Stadtumbaugebiet, in: RaumPlanung 143 (2009), S. 87-91.

²⁴ Wirtschaftsförderung Dortmund, Kreativ.Quartier Rheinische Straße / Dortmunder U. Informationsbrochure, 2009, dokumentiert in http://www.wirtschaftsfoerderung-dortmund.de/downloads/kreative-quartiere/Plakat_Dortmund_alle.pdf (Zugriff: 20.6.2011).

ermöglichen, attraktiv sind.²⁵ Der erst vor wenigen Jahren erfolgte Abriss der alten Brauereigebäude erscheint daher als bedauernde Entscheidung, denn diese hätten nach dem Vorbild von Projekten wie der Kulturbrauerei am Prenzlauer Berg für die angepeilten „kreativen“ Nutzer unter Umständen eine stärkere Anziehungskraft gehabt als die derzeit geplanten standardisierten Bürobauten.

So unterschiedlich die Projekte in Essen und Dortmund sind, so ist ihnen gemeinsam, dass dabei bestehende Industriedenkmale zu neuen Kultureinrichtungen aus- und umgebaut und jeweils im Kontext einer noch umfassenderen Stadtumbau-maßnahme im Umfeld realisiert wurden. Angesichts der eingangs erwähnten, von Krüger und Schubert festgestellten Notwendigkeit, solche imagefördernden Projekte aus endogenen Potenzialen zu entwickeln, die an die Besonderheiten des Bestandes vor Ort anknüpfen, scheint zumindest bezüglich der Frage der schrittweisen Weiterentwicklung des regionalen Images ein vielversprechender Weg eingeschlagen worden zu sein. Denn in dem Maße, in dem der Strukturwandel des Ruhrgebiets von einem Industrie- zu einer auch von wissensintensiven Dienstleistungen geprägten Region tatsächlich voranschreitet, werden auch Symbole benötigt, die diesen Wandel nach innen wie nach außen kommunizieren.

Überregionale Ausstrahlung und lokale Einbindung

Die Umnutzung ehemaliger Industrie- oder -bauten für kulturelle Zwecke wird sowohl in Bilbao als auch im Ruhrgebiet genutzt, um Flagship-Projekte zu realisieren, deren aufsehenerregende Architektur dazu beitragen soll, als Symbol- und Werbeträger für den Wandel der jeweiligen Stadt zu fungieren. Von diesem Vorgehen erhoffen sich die Kommunen eine langfristige Verbesserung des Stadtimages, die im Wettbewerb der Metropolregionen genutzt werden soll, um zu einem erfolgreichen Wandel vom Industrie- zum Dienstleistungsstandort beizutragen.

Angesichts der Unterschiede zwischen Bilbao und dem Ruhrgebiet bezüglich ihrer stadträumlichen Struktur stellt sich aber die Frage, ob mit Projekten dieser Art in beiden Fällen ähnliche Effekte verbunden sein können. Bilbao ist zwar der Kern einer Region, die hinsichtlich der einstigen Abhängigkeit von traditionellen Industrien Gemeinsamkeiten mit dem Ruhrgebiet aufweist. Die Region Bilbao ist aber mit etwa einer Million Einwohnern, von denen 350.000 in der Kernstadt leben, viel kleiner als das Ruhrgebiet, ist zudem erheblich kompakter bebaut und weist einen

²⁵ Dietrich Henckel et al., *Schwerpunktorte der Berliner Kreativwirtschaft: Standortfaktoren und Immobilienstrategien*, Vertiefungsstudie im Auftrag des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF), 2010, dokumentiert in http://www.isr.tu-berlin.de/upload/user/pdfs//econ/forschung/100628-Endbericht_Schwerpunktorte_Berliner_Kreativwirtschaft-Final.pdf (Zugriff: 20.6.2011).

klaren historischen und kulturellen Kern auf. Ein gestalterisch anspruchsvolles Projekt wie das Guggenheim Museum kann dort in herausragender Lage an einem Flussbogen und mit gelungener stadträumlicher Einbindung in die unmittelbar anschließenden kompakten bürgerlichen Stadtquartiere seine Impulswirkung voll entfalten.

Das Ruhrgebiet hingegen ist Teil der Metropolregion Rhein-Ruhr, die sich über Düsseldorf und Köln bis Bonn erstreckt, und damit bereits über mehrere andere etablierte Kulturzentren verfügt. Zudem ist das Ruhrgebiet zwar eine der größten verdichteten Siedlungsräume Europas, besteht aber nur aus vielen mittelgroßen Städten und ist gekennzeichnet von einer Bebauungsstruktur mit vielen kleinen Arbeitersiedlungen und Quartierszentren, aber nur wenigen kompakten, großstädtischen Bereichen. Die Gestalt der Region ist deshalb schwer zu erfassen, ein klar identifizierbares Zentrum fehlt. Anders als in Bilbao können daher im polyzentrisch strukturierten Ruhrgebiet mit seinen 5 Millionen Einwohnern einige dezentral verteilte Kulturprojekte kaum das Stadtbild der riesigen Agglomeration prägen. Um mit einem einzigen *Urban Icon* das Image der Region neu zu prägen, fehlt mithin die Grundlage.

Unter diesen Bedingungen besteht die Rolle der Flagship-Projekte im Ruhrgebiet nicht zuletzt in ihrer lokalen Ankerfunktion als Zentren für kulturelle Aktivitäten und kreative Branchen insgesamt, die sich im Umfeld ansiedeln sollen – wie dies ja von den beteiligten Kommunen auch explizit angestrebt und gerade im Kontext der Europäischen Kulturhauptstadt 2010 vorangetrieben wurde. Diese Wirkung droht jedoch abgeschwächt zu werden, wenn sich die Museumsbauten in isolierten Stadtrandlagen befinden oder gestalterisch nicht in wünschenswerter Weise in den städtebaulichen Kontext eingebunden sind. Es bleibt daher abzuwarten, ob die Aufmerksamkeit für die großen Kulturprojekte und ihre Einbettung in ein kreativ geprägtes Umfeld auch dann noch anhält, wenn die Erinnerungen an das Event „Kulturhauptstadt“ verblassen, oder ob an deren kleinräumlicher Vernetzung weiter intensiv gearbeitet wird, und damit eine Grundlage dafür entsteht, dass die neuen Museen und Kreativzentren auch eine nachhaltig wirksame Ausstrahlung entfalten und einen langfristigen Wandel signalisieren können.

Abbildungsnachweise:

Abb. 1: Foto: Frank Roost, 2011.

Abb. 2: Foto: Julia Breuksch, 2011.

Abb. 3: Foto: Julia Breuksch, 2011.

Dr.-Ing. Frank Roost, Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung (ILS), Dortmund, frank.roost@ils-forschung.de

Ikonischer Städtebau – Entwicklung und Folgen großmaßstäblichen symbolischen Entwerfens im globalen Kontext

Als urbane Ikonen gelten in der derzeitigen Diskussion zumeist einzelne herausragende Gebäude. Dieser Beitrag stellt die These auf, dass auch der größere räumliche Maßstab der Stadtform und damit einzelne Ensembles, Quartiere, Stadterweiterungen und ganze Städte urbane Ikonen darstellen können: diese können als ikonischer Städtebau bezeichnet werden. In vier anschließenden Thesen werden Grundlagen und Folgen dieser Entwicklung diskutiert.

Wie ikonische Architektur zeichnet sich ikonischer Städtebau durch eine besonders einprägsame Form aus, die zudem oft auf spezifische Eigenschaften verweisen soll. Die Grundlagen für die Entstehung bestimmter Stadtformen werden seit langem untersucht.¹ Ähnlich wie in der Architektur² lässt sich in den letzten Jahren jedoch ein neuer Ansatz im Städtebau beobachten, der mit den bisherigen Erklärungsmodellen noch nicht zu erfassen ist: der Versuch, Stadterweiterungen, Ensembles und Stadtneugründungen von Anfang an als Ikonen zu konzipieren und dementsprechend in einprägsamer Stadtform zu entwerfen. Ob diese intendierten städtebaulichen Ikonen dann tatsächlich ikonisch werden oder nicht, hängt jedoch mit Formen ihrer Rezeption zusammen. Doch schon indem die ikonische Wirkung der Stadtform zum übergeordneten Ziel des städtebaulichen Entwerfens wird, beeinflusst dies die Stadt in physischen wie in sozialen Aspekten, und zwar unabhängig von Erfolg oder Misserfolg der Absicht. Grundlage dieser neuartigen Form der Raumproduktion ist ein Verständnis der Stadt als vermarktbare Ware, der sich an vielen Orten in unterschiedlichsten politischen und wirtschaftlichen Systemen beobachten lässt. Als neues Phänomen stellen derartige intendierte städtebauliche Ikonen neue Herausforderungen an Forschung und Politik.

¹ Das Sammeln und Kategorisieren von Stadtformen ist zentraler Bestandteil der Fachrichtungen Urbane Geographie und Urbane Morphologie, die verschiedenste Modelle der Klassifizierung entwickelt haben.

² Als kurzer Überblick zum Stand der Diskussion: Leslie Sklair, Review Article: Do Cities Need Architectural Icons?, in: *Urban Studies*, 43:10, 2006, 1899–1907.

1. These: Neben ikonischen Gebäuden gibt es auch ikonischen Städtebau. Die ikonische Gestalt von Städten und Quartieren liegt dabei vor allem in der Einprägsamkeit der Stadtform und insbesondere des Stadtgrundrisses.

Skyline und Stadtgrundriss

Für die Untersuchung der These, dass es einen ikonischen Städtebau auf Grundlage einer einprägsamen Stadtform gibt, erscheint zunächst die Unterscheidung in dreidimensionale und zweidimensionale Stadtformen hilfreich. Zu den besonders einprägsamen Eigenschaften dreidimensionaler Stadtformen zählt vor allem die fernwirksame Skyline oder Stadtkrone, die aus dem Zusammenwirken einzelner Gebäude entsteht. Ob diese Gebäude ikonisch sind oder nicht, ist für die einprägsame Gesamtwirkung nicht relevant. Die Bedeutung, die Skylines und Stadtkronen zugemessen wird, lässt sich nicht zuletzt an den vielerorts auf ihre Ausformung gerichteten Planungsbemühungen erkennen.³ Der zweidimensionale Stadtgrundriss kann ebenfalls einprägsam sein, auch wenn er nur aus großer Höhe oder als Abbildung auf einem Stadtplan sichtbar wird. Neben den durch besondere Topographien bedingten historischen Stadtgrundrissen von Städten wie Venedig oder Bern lassen sich drei unterschiedliche Arten von einprägsamen Stadtgrundrissen unterscheiden: diagrammatische, figurative und thematische. Auf sie soll im Folgenden kurz eingegangen werden.

Diagrammatische Stadtgrundrisse

Insbesondere Stadtneugründungen seit der Barockzeit folgten oft einer einfachen geometrischen Anlage – wie Palmanova, Mannheim, Karlsruhe, St. Petersburg, Washington oder Manhattan. Auch im 20. Jahrhundert wurden neue Städte wie New Delhi und Canberra mit auffällig einfachen geometrischen Stadtgrundrissen gebaut. Bis heute entstehen viele neue Stadterweiterungen auf einfachen geometrischen Mustern, die als diagrammatische Stadtgrundrisse bezeichnet werden können.

³ Alex Lehnerer hat anhand von Beispielen in Nordamerika aufgezeigt, wie Städte durch genaue Regelwerke die Wirkung ihrer Skyline kontrollieren. Alex Lehnerer, *Grand Urban Rules*, Rotterdam 2009.



Abb. 1: Der Kreis als städtebauliche Ikone im diagrammatischen Stadtgrundriss, Kattenbroek, Amersfoort, Utrecht, Niederlande, 2011.

Insbesondere in Abgrenzung zu angrenzenden Stadtstrukturen werden diagrammatische Stadtgrundrisse eingesetzt, um einzelne Quartiere als Besonderheit herauszustellen.⁴ Diese Herangehensweise lässt sich gut auf Satellitenbildern von Stadterweiterungen in den Niederlanden erkennen: als isolierte Stadtbausteine lassen sich Quartiere als Kreis in Amersfoort, als Oval in Barendrecht oder als Quadrat in Alkmaar erkennen. Diese Stadtgrundrisse folgen weder vorgegebenen Strukturen aus der unterliegenden Feldstruktur noch funktionalen oder technischen Gesichtspunkten. Ihr Wert liegt in der einfachen Wiedererkennbarkeit und in der Abgrenzung zur Umgebung, die in den Beispielen aus Alkmaar und Barendrecht durch umgebende Seen noch unterstrichen wird.

⁴ In seiner Diskussion über architektonische Ikonen gibt Charles Jencks das einfache Reproduzieren und Wiedererkennen der Form als wichtigste Eigenschaft sogenannter „ikonischer Ikonen“ an: „This kind of icon can be, and has been, reduced to the size of a postage stamp and still hold up.“ Charles Jencks, *The Iconic Building: The Power of Enigma*, London 2005, S. 28; zitiert in: Sklair, Review Article, 2006.

Figurative Stadtgrundrisse

Diagrammatische Stadtgrundrisse sind zwar leicht wiedererkennbar, tragen aber keine weitere Bedeutungsebene in ihrer Form. Dies ist die Leistung figurativer Stadtgrundrisse, wie sie mit dem Entwurf von Brasilia in den 1960er Jahren erstmals entstanden. Der Stadtgrundriss der neuen Hauptstadt Brasiliens folgt keiner einfachen geometrischen Form, sondern stellt ein Flugzeug oder einen Vogel dar.

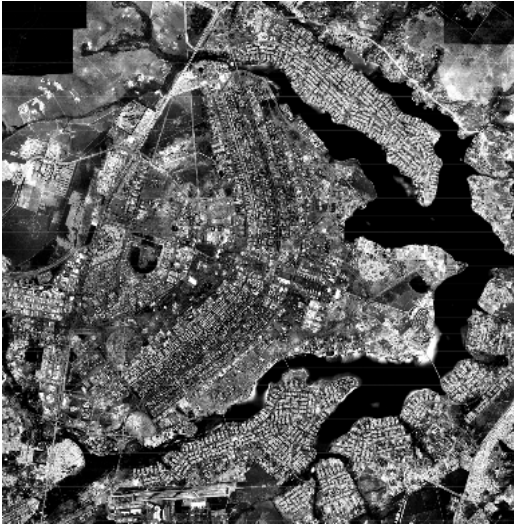


Abb. 2: Figurativer Stadtgrundriss einer ikonischen Stadt, Stadtgrundriss erscheint als Flugzeug oder Vogel, Brasilia, Brasilien.

In den letzten Jahren lassen sich figurative Stadtgrundrisse insbesondere bei spektakulären Neulandprojekten in Dubai finden. Das Arabische Emirat verfolgt das Ziel, durch besondere städtebauliche Entwicklungen weltweit Aufmerksamkeit zu erzeugen. Bereits 1999 wurde das ikonische Gebäude *Burj-Arab* eröffnet, ein segelförmiges, über dreihundert Meter hohes Hotel auf einer eigenen kleinen künstlichen Insel vor der Altstadt, das sich inzwischen auf allen örtlichen Auto-kennzeichen wiederfinden lässt. In den letzten Jahren haben aber weniger Gebäude als vielmehr eine Reihe von spektakulären städtebaulichen Projekten für künstliche Inselwelten an der Küste eine wichtige Rolle für die internationale Positionierung der Stadt gespielt.

Am bekanntesten ist das erste dieser Projekte, die *Palm Jumeira*: Die palmenförmige, fünf mal fünf Kilometer große Insel wurde 2006 fertiggestellt, bis heute werden auf ihren „Fächern“ Villen und Hotels gebaut. Ihre Form ermöglicht eine Vervielfachung der Küstenlänge und damit der attraktiven Wassergrundstücke. Vor allem aber sind sie aufgrund ihrer Größe und Form gut aus der Luft und auf Satellitenbildern auszumachen: sie stehen für ein unbeschwertes, luxuriöses Leben unter Palmen am Strand von Dubai. Der quasi-staatliche Immobilienentwickler, die Firma Nakheel, hat bereits mit dem Bau zweier weiterer, noch größerer „Palmen“ und der Inselgruppe *Die Welt* in Form einer Weltkarte begonnen. Auch legte sie Pläne für eine all' diese Entwicklungen verbindende figurative Inselgruppe mit dem Namen *Das Universum* vor. Die Landgewinnung der zweiten *Palm Jebel Ali* auf sie-

ben mal sieben Kilometern ist bereits abgeschlossen, die Arbeiten an der dritten *Palm Deira* auf zwölf einhalb mal acht einhalb Kilometer haben begonnen. Die bereits teilweise erstellte *Welt* geht jedoch nach einem Baustopp offenbar langsam im Persischen Golf unter, denn die Fertigstellung der Projekte ist derzeit aufgrund finanzieller Nöte der Entwickler und des langsamen Absatzes der Grundstücke gefährdet.



Abb. 3: Spektakuläre städtebauliche Ikonen: *Palm Jumeira*, die *Welt* und die teilweise neu gewonnene *Palm Deira*, Dubai City, UAE, 2011.

Trotz dieser Schwierigkeiten wurden die Inseln aufgrund ihrer figurativen Stadtgrundrisse bereits vor dem Bau des ersten Hauses zu weltweit bekannten Städtebauprojekten.⁵ Sie stehen damit beispielhaft für die Möglichkeit, ikonischen Städtebau ganz ohne Architektur zu verwirklichen.⁶

Thematische Stadtgrundrisse

In den Niederlanden sind in den letzten Jahren auffällige Stadterweiterungen entstanden, die historisierende oder exotische Themen visuell verarbeiten. *Brandevoort* bei Helmond folgt den Formen barocker Festungsarchitektur und wurde von dem Luxemburger Architekten Rob Krier entworfen, in *De Haverl*⁷ bei Helmond gruppierte der niederländische Architekt Soerd Soeters Wohnhäuser zu Burgen, umgeben von einem Golfplatz.⁷

⁵ Beispielhaft für die weltweite Rezeption: AMO, ‚The Gulf‘. Beitrag zur Architekturbiennale Venedig, 2006.

⁶ Beispielhaft für die weltweite Rezeption: AMO, ‚The Gulf‘. Beitrag zur Architekturbiennale Venedig, 2006.

⁷ Beide Projekte waren Teil eines umfangreichen staatlichen niederländischen Siedlungsprogramms und bieten Wohnungen mit eigenem Garten in mittleren Dichten zu durchschnittlichen Preisen an. Das VINEX-Programm (Vierde Nota Ruimtelijke Ordening Extra) von 1990 registrierte ein zehnjähriges landesweites Bauprogramm für über 800.000 neue Wohnungen, die fast ausschließlich als Reihenhäuser in mittleren Dichten erstellt wurden. Siehe: Jelte Boeijenga, Jeroen Mensink, Joost Grootens, Vinex atlas, Rotterdam 2008.



Abb. 4: „Burgen“ und „Schlösser“ auf dem Golfplatz, ikonisches historisierendes Themenquartier, De Haverlij, 's Hertogenbosch, Nord-Brabant, Niederlande, 2011.

Mit der Symbolik des Entwurfs beabsichtigen die Architekten die Ausprägung besonderer Identitäten. Ihrer Meinung nach können Festungen und Burgen historische Bezüge vermitteln sowie Status und Sicherheit implizieren – die Gestaltung zielt also auf eine im Voraus konstruierte Identität. In der Sprache der Projektentwickler und Projektvermarkter wird dieser Prozess „Thematisierung“ genannt. Die niederländischen Stadtsoziologen Sabine Meier und Arnold Reijndorp sprechen daher von „Themenquartieren“, die oft historischen, manchmal aber auch exotischen Themen folgen. In Anlehnung an diesen Begriff können diese Stadtgrundrisse als thematisch bezeichnet werden.⁸ Im Gegensatz zu diagrammatischen Stadtgrundrissen basieren sie auf komplexeren Geometrien, die sich – anders als bei einfachen figurativen Stadtgrundrissen – nur mit genügend Wissen um die zugrundeliegenden Referenzen verstehen lassen.

2. These: Ikonischer Städtebau bedarf bestimmter Voraussetzungen der Stadtproduktion, die zunehmend weltweit gegeben sind.

⁸ Sabine Meier und Arnold Reijndorp, Themawijk: wonen op een verzonnen plek, Bussum 2010.

Stadt als Marke

So unterschiedlich die Projekte erscheinen, so lassen sich doch die einprägsamen Stadtgrundrisse von Alkmaars Quadrat, Dubais Palmen oder Helmonds historische Festung auf das Aufkommen eines neuen Stadtmodells zurückführen. Die „Stadt als Marke“ soll als viertes Modell Kevin Lynchs bekannte drei Stadtmodelle ergänzen,⁹ wie kürzlich der Schweizer Architekt und Stadtplaner Thomas Kovari vorgeschlagen hat.¹⁰

Diesem Modell liegt ein Verständnis der Stadt als vermarktbarem Produkt zugrunde. Markenbildung verfolgt dabei das Ziel, Aufmerksamkeit für das Produkt zu erreichen und durch das Aufbauen einer Markenidentität damit assoziierte spezifische Qualitäten zu vermitteln. Letztlich sollen diese assoziierten immateriellen Werte der Wertsteigerung des Produkts dienen. Vor diesem Hintergrund lässt sich die von Meier und Reijndorp beschriebene Thematisierung städtebaulicher Projekte als umfassender Prozess städtischer Markenbildung auffassen, in der ikonischer Städtebau eine wichtige Rolle spielt: die Wiedererkennbarkeit der einprägsamen Stadtform dient der Markenbildung der Stadt oder des Stadtteils.

Produkt Stadt

Markenbildung für die Stadt als Produkt ist eine derzeit immer häufiger anzutreffende Strategie, wie die Beispiele zeigen. Für diese Entwicklung lassen sich drei Gründe nennen: Erstens eine Wiederentdeckung der formalen Stadtgestaltung durch postmoderne Architektur und Städtebau, zweitens der Rückzug der öffentlichen Hand aus der Produktion der Stadt einschließlich ihrer Infrastruktur mit der damit verbundenen Vergrößerung des Eingriffsmaßstabs für private Akteure; und drittens die Entdeckung der Bürger als Bewohner und Nutzer der Stadt als „Zielgruppen“, „Kunden“ oder „Konsumenten“ durch Entwickler und Politik. So stellten Meier und Reijndorp in ihrer Untersuchung dreier Themenquartiere fest, dass die

⁹ Spiro Kostof hebt in seiner Einführung zu seinem Standardwerk „The City Shaped / The City Assembled“ die drei Modelle des amerikanischen Architekten und Städtebauer Kevin Lynch aus dem Jahr 1981 hervor: die Stadt als Darstellung der kosmischen Ordnung, die Stadt als Maschine oder funktionalistische Form und die Stadt als lebender Organismus. Mit diesen lassen sich laut Kostof viele Stadtformen und die ihnen zugrundeliegenden Ideen beschreiben, doch insbesondere geometrisch einfache Muster sind nicht eindeutig einem dieser Modelle zuzuordnen. Spiro Kostof, *The city shaped: urban patterns and meanings through history*, Boston 1991, ders., *The city assembled: the elements of urban form through history*, Boston 1992. Kevin Lynch, *A Theory of good city form*, Cambridge, Mass., London 1981.

¹⁰ Thomas Kovári, *Die Stadt als Marke. Zur Rolle des Brandings in der Stadtplanung*, Dissertation, Eidgenössische Technische Hochschule ETH Zürich, Nr. 19014, 2010.

städtebauliche und architektonische Gestaltung sich zunehmend früher und deutlicher nach den Anforderungen der Immobilienvermarktung richten. Die Notwendigkeit der Vermarktung ergibt sich auch aus den Finanzierungsmodellen: die meisten Immobilienprojekte müssen mittlerweile bereits vor Baubeginn zu großen Teilen verkauft sein, um überhaupt realisiert zu werden. Für ihre Fallbeispiele, die alleamt in eher unattraktiven Immobilienlagen entstanden sind, war dabei die Abgrenzung zu den bestehenden städtischen Strukturen der Umgebung zentral. Ebenso wie diese in den Niederlanden beobachtete Entwicklung deutet auch die Zunahme komplett neu erstellter historisierender Innenstadtensembles wie in Dresden oder Frankfurt auf einen zunehmenden Erfolg des Modells der Stadt als Marke hin. Damit einher geht der Versuch, durch einprägsame Stadtformen ikonischen Städtebau zu schaffen, da dieser sich besonders gut vermarkten lässt.

3. These: Städtebauliche Ikonen gewinnen gegenwärtig gegenüber ikonischen Gebäuden an Überzeugungskraft, denn angesichts des konstatierten Überflusses an ikonischen Gebäuden bieten sie weiterhin die Möglichkeit, urbane Ikonen zu erzeugen – doch wie ikonische Gebäude unterliegt auch ikonischer Städtebau dem „Gesetz der abnehmenden Aufmerksamkeit“.

Von ikonischen Gebäuden zu ikonischer Stadtform

Die Zunahme an Versuchen, ikonischen Städtebau zu betreiben, erklärt sich auch aus dem abnehmenden Erfolg ikonischer Gebäude. Dies zeigt sich deutlich am Beispiel Dubai. Im Jahr 2006 wurde das niederländische Office for Metropolitan Architecture (OMA) des Architekten Rem Koolhaas zu einem Wettbewerb eingeladen, dessen Auslober einen Entwurf für ein ikonisches Gebäude im Entwicklungsgebiet *Dubai Business Bay* in Downtown Dubai wünschten. Nach einer ersten Analyse der Aufgabe, des Standortes und der laufenden und geplanten Bautätigkeit in Dubai kamen die Architekten allerdings zu dem Schluss, dass eine herkömmliche Herangehensweise aufgrund der Masse an entstehenden und geplanten ikonischen Gebäuden chancenlos sei. Der stattdessen von den Architekten vorgeschlagene Entwurf eines betont formlosen, sehr großen, scheibenförmigen Hochhauses wird auf der Webseite des Büros mit einer Ablehnung ikonischer Architektur begründet: „The ambition of this project is to end the current phase of architectural idolatry – the age of the icon... So far, the 21st century trend in city building leads to a mad and meaningless overdose of themes, extremes, egos and extravagance.“¹¹ Partner des Büros, das ironischerweise insbesondere durch ikonische Architektur bekannt ist,

¹¹ OMA, Dubai Renaissance, UAE, Dubai, 2006. www.oma.nl, Zugriff: 19.04.2011.

betonen in Vorträgen jedoch weniger diesen vorgeblichen moralische Anspruch, sondern erläutern die Unmöglichkeit, in Dubai überhaupt noch ein ikonisches Hochhaus zu bauen.¹² Diese These belegen Bilder, die bestehende und geplante ikonische Hochhäuser nebeneinander zeigen. Erst durch das Einblenden eines Pfeils und des Namens der jeweils bekannten Architekten werden die Gebäude identifiziert. Die Grafik illustriert damit das „Gesetz der abnehmenden Aufmerksamkeit“, dem ikonische Gebäude unterliegen: sind alle Gebäude besonders, so ist es keines mehr, denn im Nebeneinander neutralisieren sich die spektakulären Architekturen gegenseitig.



Abb. 5: Gesetz der abnehmenden Aufmerksamkeit: Ikonische Gebäude gehen in einer ikonischen Stadtform auf, Blick entlang der Sheik Zayed Road in Dubai City.

Diese Darstellung der Architekten von OMA ist sicherlich polemisch und zugespitzt, entspricht aber durchaus der Situation an der Sheik Zayed Road in Dubai City. Mehr als sechzig Wolkenkratzer säumen zu beiden Seiten die vielspurige Autobahn, die parallel zur Küstenlinie verläuft. Nach dem ersten Autobahnkreuz ändert sich die Anordnung, Hochhäuser stehen auf den folgenden zweieinhalb Kilometern vor allem im großen Entwicklungsgebiet Downtown Dubai auf der Südwestseite der Straße. Hier steht auch der 2010 fertiggestellte *Burj Kalifa*, das derzeit mit über achthundert Metern höchste Gebäude der Welt. Um den Turm herum sind für die Zukunft weitere, dicht an dicht stehende Hochhäuser geplant, deren Höhe zum *Burj Kalifa* hin zunimmt. Nicht die Gestaltung einzelner Bauten, sondern lediglich die große Anzahl und Anordnung von Hochhäusern wirkt beeindruckend – keines

¹² Reinier de Graaf, *City and the Globe*. Vortrag, ETH Zürich, 29.03.2007.

der dortigen Projekte erscheint noch außergewöhnlich oder besonders einprägsam. In ihrer Masse jedoch lassen sie das Bild Dubais als Hochhausstadt entstehen, als ebenbürtig mit bekannten Hochhausstädten wie Chicago, Manhattan oder Hong Kong. Einer derartigen Stadtform ordnen sich einzelne ikonische Gebäude zwangsläufig unter, und in der Gesamtheit entsteht dann wieder ein einfaches und einprägsames Bild.

Doch das „Gesetz der abnehmenden Aufmerksamkeit“ gilt nicht nur für ikonische Gebäude, sondern auch für ikonischen Städtebau. Wie bei ikonischen Gebäudeentwürfen konstatieren die niederländischen Forscher auch für Themenquartiere, dass die ikonische Wirkung insbesondere bei historisierenden Entwürfen aufgrund der vermehrten Anwendung bereits nach wenigen Projekten eingebüßt wird: Wo alles historisierend thematisiert wird, kann ein einzelnes Projekt keine besondere Aufmerksamkeit mehr erzeugen.

Ähnlich scheint es den diagrammatischen Stadtgrundrissen zu ergehen: auch hier wurde von den vielen geplanten Projekten mit diagrammatischen Stadtgrundrissen bislang lediglich der von Ashok Balhotra entworfene kreisförmige Stadtgrundriss von Kattenbroek bei Amersfoort als eines der ersten derartiger Projekte mit größter Aufmerksamkeit diskutiert. Stadterweiterungen wie in Barendrecht oder Alkmaar hingegen erhalten kaum noch Aufmerksamkeit, auch wenn – oder gerade weil – hier einprägsame Stadtgrundrisse dicht an dicht gebaut werden.

4. These: Eine Folge der Zunahme vermarktbarer intendierter städtebaulicher Ikonen ist das Ablösen einer offenen Stadtstruktur durch einen geschlossenen Inselurbanismus selbstbezogener Stadtbausteine.

Inselurbanismus

Dubais Palmen sind vielleicht die spektakulärsten Beispiele ikonischen Städtebaus weltweit. Ihr Wiedererkennungswert und die Außergewöhnlichkeit des gesamten Projektes sind nicht nur Teil der Vermarktungsstrategie für die neugewonnenen Grundstücke, sondern auch der Entwicklungsstrategie des Emirates Dubai insgesamt. Betrachtet man das Stadtgebiet Dubais auf Satellitenbildern, so fällt auf, dass neben der *Palm Jumeira* auch die Entwicklungen an Land besondere Formen annehmen. An den „Stamm“ der „Palme“ schließen sich zahlreiche größere realisierte und im Bau befindliche Stadtbausteine an, von denen jeder einzelne eine besondere Form und Wiedererkennbarkeit anstrebt. Das schnelle Stadtwachstum von Dubai City folgt offensichtlich nicht den bekannten Regeln sukzessiver Stadterweiterungen oder verdichtender Agglomerationsräume. Vielmehr werden in einer Art

Patchwork oder einem großmaßstäblichen Stadtmosaik die einzelnen Masterpläne nebeneinander gelegt und parallel entwickelt.¹³ Die neuen Stadtteile tragen marketingfähige Namen wie *Dubai Pearl*, *Dubai Marina*, *Jumeirah Lake Towers*, *Internet City*, *Jumeirah Islands* oder *Emirates Hills*. Auch wenn sie weniger spektakulär als die künstlichen Inseln im Persischen Golf erscheinen, ist den Projekten im Meer und auf dem Land eine ähnliche städtebauliche Grundhaltung eigen: stets lassen sich aus der Satellitenperspektive bestens die Grenzen erkennen und die jeweiligen Grundformen ausmachen, denen Straßenführung und angelegte Seen und Kanäle folgen. Jedes Projekt verhält sich insofern wie eine Insel und soll eine abgeschlossene, eindeutige Identität ausbilden. Dazu dient neben spezifischen inhaltlichen Programmen und Strategien zur Marktpositionierung der markante, sich von den benachbarten Projekten unterscheidende Stadtgrundriss. Im Entwurf und in der Entwicklung wird ikonischer Städtebau also bewusst eingesetzt, um Aufmerksamkeit und Wiedererkennbarkeit der Projekte sicherzustellen.

Leiterstädte

Diese Form des städtischen Wachstums in einer Aneinanderreihung extravaganter inselartiger Projekte zum großen Patchwork lässt sich nicht nur in der aus vielen Gründen äußerst speziellen Stadtentwicklung in Dubai City beobachten. Die Satellitenbilder zeigen an unterschiedlichsten Orten und in verschiedenen Staaten einen zunehmenden „Inselurbanismus“: in den schnell wachsenden Städten Chinas und Südkoreas ebenso wie in den Ferien- und Rentnerstädten im Sunbelt der USA, die derartige Muster innerhalb der „subdivisions“ im amerikanischen Ein-Meilen-Kontinentalraster aufweisen. Jede Insel versucht, ihre eigenständige Identität in Abgrenzung zu der benachbarten Stadtstruktur mit einem einfachen und gut wiedererkennbaren Stadtgrundriss zu betonen. Damit einher geht eine Konzentration der gemeinschaftlich genutzten Freiräume im Inneren der Insel, während die am Rand gelegenen Freiräume als Abstandhalter und Grenze dienen. Bei Siedlungen übernehmen diese Rolle häufig Golfplätze und künstliche Seen oder Kanäle, bei Einkaufs- und Freizeiteinrichtungen meist Parkplätze.¹⁴ Bereits in den 1990er Jahren sprach der amerikanische Architekt Albert Pope in diesem Zusammenhang von „Leiterstädten“: Statt in einem verbindenden Raster von gemeinsam genutzten Erschließungsstraßen und öffentlichen Räumen sind die einzelnen Inseln an großen

¹³ Moutamarat, AMO Archis Foundation u.a., *Al manakh*, Amsterdam 2007.

¹⁴ Interboro, „Community“. Ausstellungsbeitrag, Ausstellung *Open City. Designing Coexistence. 4. Internationalen Architekturbiennale Rotterdam IABR*, kuratiert von Kees Christiaanse und Tim Rienits, 2009.

Autobahnen wie Sprossen einer Leiter angeordnet.¹⁵ Im Ergebnis entsteht eine „geschlossene“ anstelle einer „offenen“ Stadt. Die geschlossene Struktur führt zu stärkerer Segregation, fehlenden Begegnungs- und Kommunikationsräumen, mangelnder Nachhaltigkeit aufgrund schlecht erweiterbarer Infrastrukturen und stark eingeschränkter räumlicher und sozialer Entwicklungsfähigkeit.¹⁶

Der „Inselurbanismus“ intendierter städtebaulicher Ikonen wird damit zu einem Archipel autistisch wirkender Einzelentwicklungen, oder, wie das Architekturbüro OMA in Bezug auf die inflationär eingesetzten ikonischen Bauwerke schreibt: eine „meaningless overdose of themes, extremes, egos and extravagance.“ Damit verändern sich nicht nur die einzelnen Teile, sondern auch das Gesamtgefüge der Stadt, denn zwischen den so entstehenden städtischen Inseln liegt als verbindendes Element nur noch die übergeordnete Verkehrsinfrastruktur. Daher sollte die zunehmende Ikonisierung des Städtebaus genauer untersucht und diskutiert werden, denn während ikonische Gebäude mittlerweile von vielen Fachleuten und einigen Städten wie Zürich explizit abgelehnt werden, sind Ursachen und Folgen der „Stadt als Marke“ auf städtebaulichem Maßstab bisher noch nicht Gegenstand der Debatte.

Abbildungsnachweise

Abb. 1: Amersfoort, Niederlande: ©2011 Google - Grafiken ©2011 DigitalGlobe, GeoContent, Aerodata International Surveys, GeoEye.

Abb. 2: Brasilia, Brasilien: ©2011 Google - Grafiken ©2011 DigitalGlobe, Cnes/Spot Image, GeoEye.

Abb. 3: Dubai City, Dubai, UAE: ©2011 Google - Grafiken ©2011 DigitalGlobe, Cnes/Spot Image, GeoEye, U.S. Geological Survey.

Abb. 4: 's-Hertogenbosch, Niederlande: ©2011 Google - Grafiken ©2011 DigitalGlobe, GeoEye, Aerodata International Surveys.

Abb. 5: Skyscrapers on Sheikh Zayed Road in May 2006, <http://en.wikipedia.org/wiki/File:DubaiSkyscrapers2.jpg>, Zugriff 19.4.2011.

Dr. Christian Salewski, ETH Zürich, salewski@arch.ethz.ch

¹⁵ Albert Pope, *Ladders*. Architecture at Rice. Houston, Tex. und New York: Rice School of Architecture; Princeton 1996.

¹⁶ Für eine Diskussion des zunehmenden Problems „geschlossener Städte“ siehe: Kees Christiaanse, Tim Rieniets und Jennifer Sigler, *Open City. Designing Coexistence*, Amsterdam 2009.

Berlin 1933-1945

I. Forschungsperspektiven

Unser Wissen über die Geschichte Berlins im Nationalsozialismus – das hat Michael Wildt im November 2009 in seiner Antrittsvorlesung an der Humboldt Universität betont – ist trotz der nachgerade auf der Hand liegenden Bedeutung der Reichshauptstadt immer noch lückenhaft.¹ Peter Steinbach, Johannes Tuchel und Wolfgang Wippermann haben dies schon in den 1990er Jahren beklagt und auf die wenigen, verdienstvollen Arbeiten unter anderen von Wolfgang Ribbe und Christian Engeli hingewiesen.² Zweifellos hat sich seither einiges getan, aber eine umfassende Darstellung zu Berlin im Nationalsozialismus steht nach wie vor aus. Das ist auf den ersten Blick überraschend, kann aber im Wesentlichen als eine Spätfolge der Teilung der Stadt erklärt werden. Denn erst die Zusammenführung der Archivbestände unter dem Dach des Landesarchivs am Eichborndamm eröffnete die Möglichkeit einer systematischen Erforschung Berlins im Nationalsozialismus. Für ein solches Forschungsvorhaben lassen sich folgende Bereiche herausarbeiten, in denen sich die deutlichsten Lücken abzeichnen:

1. Berlin galt in den 1920er Jahren als linke Hochburg und liberale Weltstadt. In Berlin wurden, nachdem Joseph Goebbels 1926 dort zum NS-Gauleiter bestellt worden war, neue Methoden der Machtdurchsetzung erprobt.³ Eine zentrale Rolle spielte einerseits die destruktive Kraft zahlloser Propagandakampagnen, die Goebbels über das eigens hierzu gegründete Blatt „Der Angriff“ lancierte. Daneben war Gewalt der zentrale Baustein der Machteroberung, zuweilen sogar Selbstzweck. Gewaltsame Ausgrenzung wurde konstitutiver Bestandteil der Etablierung der rassistisch definierten Volks- und Leitungsgemeinschaft. Wie wirkte sich dies einerseits in Berlin aus – einer Stadt, in der besonders viele politische Gegner, politisch Miss-

¹ Michael Wildt: Berlin im Nationalsozialismus. Neue Forschungsperspektiven, Antrittsvorlesung 11.11.2009, (<http://edoc.hu-berlin.de/humboldt-vl/162/wildt-michael-3/PDF/wildt.pdf>).

² Christian Engeli / Wolfgang Ribbe: Berlin in der Zeit des Nationalsozialismus, in: Wolfgang Ribbe (Hrsg.), Geschichte Berlins. Hrsg. W. Ribbe, Bd. 2, 3. aktual. Aufl. München 2002, S. 927–1024.

³ Vgl. z. B. Daniel Siemens: Horst Wessel. Tod und Verklärung eines Nationalsozialisten, München 2009.

liebige und aus rassistischen Gründen auszuzugrenzende Menschen lebten? Zur Exklusion trat andererseits immer auch Inklusion. Eine moderne Gesellschaftsgeschichte des Nationalsozialismus muss dies berücksichtigen und die immaterielle Dimension der Geschichte in den Blick nehmen, die emotionalen Bindungen, die Projektionen, Verheißungen wie Erwartungen, und damit zugleich die Perspektive drehen von einem Blickwinkel des „Führerbefehls“, in dem es allein auf die Akteure an der Spitze ankommt und deren Fähigkeit, sowohl den Apparat mit Befehlen zu dirigieren als auch die Massen zu manipulieren, hin zu einer komplexeren Beobachtungsposition eines „Führer befehl, wir folgen“, in der die Interaktivität und Kommunikativität im Mittelpunkt steht. Weniger die Manipulationskunst des Nationalsozialismus ist zu erklären, als vielmehr dessen Mobilisierungsvermögen.

2. In Berlin waren – mit wenigen Ausnahmen – sämtliche Reichsbehörden, der Reichstag, der Reichsrat als Vertretung der Länder, der Reichspräsident, die Spitze des Militärs sowie alle preußischen Behörden und der Oberpräsident der Provinz Brandenburg angesiedelt. Rund um die Wilhelmstraße lagen die verschiedenen Machtzentren in Steinwurfweite zusammen – kein Wunder, dass der größte der Nürnberger Nachfolgeprozesse gegen die Ministerialbürokratie des Dritten Reiches, in dem unter anderem die Mittäterschaft des Auswärtigen Amtes, des Reichsinnen- und Reichsjustizministeriums an den Massenverbrechen verhandelt wurde, der „Wilhelmstraßen-Prozess“ genannt wurde. Und es ist erstaunlich genug, dass weder dieser umfangreiche Prozess mit seinen Abertausenden an Beweisdokumenten noch diese räumliche und personelle Konzentration der Administration Gegenstand einer komparativen, Politik als Kulturgeschichte verstehenden Studie geworden ist, wie sie beispielsweise Thomas Mergel für den Reichstag der Weimarer Republik vorgelegt hat.⁴

3. Wegen des Status als Reichshauptstadt war die Verwaltungsstruktur Berlins besonders starken Eingriffen ausgesetzt. Im Zuge verschiedener Gesetzesänderungen wurde 1933 mit der Behörde des Staatskommissars (ab Dezember 1936 Stadtpräsident) ein neuer Verwaltungszug geschaffen und die Stadt gleichsam zu einer Provinz des Reichs.⁵ Ab 1937 griff mit dem Generalbauinspekteur schließlich eine weitere Behörde in die Belange der Stadt ein, die weitreichende Kompetenzen hatte. Gravitationszentrum der innerstädtischen politischen Macht aber war Gauleiter Jo-

⁴ Thomas Mergel: *Parlamentarische Kultur in der Weimarer Republik. Politische Kommunikation, symbolische Politik und Öffentlichkeit im Reichstag*, Düsseldorf 2002.

⁵ Christoph Kreuztmüller / Michael Wildt: ‚Ein radikaler Bürger‘. Julius Lippert. Chefredakteur des „Angriff“ und Staatskommissar zur besonderen Verwendung in Berlin, in: *Beiträge zur Geschichte des Nationalsozialismus* 27 (2011), S. 19-38. Vgl. auch: Martina Wiemers: *Kommunalpolitik und allgemeine Verwaltung*, in: dies. / Karl-Heinz Metzger / Monika Schmidt / Herbert Wehe (Hg.), *Kommunalpolitik unterm Hakenkreuz. Berlin-Wilmersdorf 1933-1945*, Berlin 1992, S. 34-168.

seph Goebbels, der ab 1944 auch als Stadtpräsident fungierte. Zwischen den einzelnen Instanzen gab es eine Vielzahl offizieller und „kleiner“ Dienstwege. Das Handelsregister beispielsweise wurde per Aktenwagen mit Informationen über emigrierte und deportierte Juden versorgt. Neben der besonderen Formen der Verwaltungspraxis zählt zu den klaren Forschungsdesiderata die Frage, wie sich die umfassenden Verwaltungsreformen der Nationalsozialisten auswirkten.

4. In der Reichshauptstadt Berlin war das Oberkommando der Reichswehr / Wehrmacht angesiedelt und die Stadt ein wichtiger Militärstandort. Zusätzlich zu den alten preußischen Anlagen entstand ab 1935 eine Vielzahl neuer Kasernen und Militäreinrichtungen. In der Spandauer Heeresversuchsanstalt wurden Waffen getestet und weiterentwickelt. Ab 1942 wurden zudem umfangreiche Bunkeranlagen errichtet. Neben der Wehrmacht verfügten aber auch die Gliederungen der NSDAP über eine Vielzahl von Standorten im gesamten Stadtgebiet. Schon lange vor der Machtergreifung hatte die SA mit den in Berlin entwickelten Sturmlokalen eine primitive aber äußerst wirkungsvolle Organisationsstruktur entwickelt. Nach dem 30. Januar 1933 kam es zu einer Flut von Aufnahmeanträgen in die NSDAP. Zu „Märzgefallenen“ und „Maikäfern“ gesellten sich nicht-jüdische Berliner, die insbesondere in die Deutsche Arbeitsfront (DAF) gelockt, teils auch gepresst wurden.⁶ Allorten wachten ab 1936 Blockwarte darüber, wer seine Fahne aus dem Fenster hängte und wer nicht. 1937 erschien sogar ein Rundführer über Gedenkorte für die Märtyrer der Bewegung in Berlin.⁷ Dringend klärungsbedürftig ist, wie der Dienstbetrieb der nationalsozialistischen Organisationen das tägliche Leben in der Großstadt prägte. Gerade für diesen Bereich bietet es sich an, neben schriftlichen Quellen auch auf die Analyse fotografischer Überlieferungen zurückzugreifen, die einen weiteren Schwerpunkt der unten näher skizzierten wissenschaftlichen Arbeit am Lehrstuhl für deutsche Geschichte am Lehrstuhl im 20. Jahrhundert der Humboldt-Universität zu Berlin bilden.

5. Berlin war Finanz- und Handelsplatz des Reiches und ein überragender Industriestandort. Jedes vierte deutsche Aktienunternehmen hatte seinen Sitz in Berlin. Von den Folgen der Weltwirtschaftskrise war die Berliner Wirtschaft besonders stark betroffen, so dass Ende 1932 mehr als 500.000 Menschen arbeitslos gemeldet waren. Die Berliner Unternehmen hatten den Nationalsozialisten schon vor der Machtübernahme als Experimentierfeld gedient. So war die erste NS-Betriebszelle im Werk der Knorr Bremse AG in Berlin gegründet worden. Im Rahmen der Gleich-

⁶ Vgl. Bjoern Weigel: ‚Märzgefallene‘ und Aufnahmestopp im Frühjahr 1933. Eine Studie über den Opportunismus, in: Wolfgang Benz (Hg.): Wie wurde man Parteigenosse? Frankfurt/Main 2009, S. 91-109.

⁷ Joris von Engelbrechten / Hans Volz: Wie wandern durch das Nationalsozialistische Berlin. Wir wandern durch die Gedenkstätten des Kampfes um die Reichshauptstadt, München 1937.

schaltung wurden die freien Gewerkschaften gewaltsam aufgelöst und in die Deutsche Arbeitsfront überführt. Ebenso wurden die Gewerkschaftshäuser und die Bank der Arbeiter und Angestellten und Beamten von der Arbeitsfront besetzt. Wie verlief die Durchsetzung der Diktatur an der Werkbank und in den Büros? Wie wurde Berlin dann zu einem der wichtigsten Rüstungsstandorte des Reichs? Welche Unternehmen arbeiteten zu welchem Zeitpunkt und in welchem Umfang für den Krieg? Wie viele Zwangs- und Sklavenarbeiter wurden dabei eingesetzt? Welche Auswirkungen hatten der Bombenkrieg und die damit einhergehenden Betriebsverlagerungen auf die Wirtschaftskraft der Stadt? Während viele Fragen noch offen sind, wurde der bedeutende Anteil, den jüdische Unternehmer an der Wirtschaft der Stadt hatten, wie auch der Prozess der Vernichtung der jüdischen Gewerbetätigkeit, bereits untersucht. Die Ergebnisse des entsprechenden Forschungsprojekts werden 2012 veröffentlicht.⁸

6. Wie sehr Sport und Sportveranstaltungen in Berlin namentlich auch bei den Olympischen Spielen instrumentalisiert wurden, wurde inzwischen weitgehend erforscht, andere wesentliche Aspekte der Freizeit hingegen noch nicht.⁹ In den 1920er-Jahren hatte sich Berlin den Ruf einer internationalen Amüsiermetropole erworben. Allabendlich strömten die Menschen in die Kinos und Varietés, Theater und Opernhäuser, Kaffeehäuser und Kneipen. Doch wurde die Freizeit im Laufe der Zeit immer stärker reglementiert. Das Programm der Kinos und Theater wurde von der Reichskulturkammer überwacht und gelenkt, und missliebige Künstler wurden vertrieben. Selbst die Schrebergärten wurden von Polizei und Gestapo politisch überwacht. Gleichzeitig diente die Stadt bis 1939 auch als Aushängeschild einer zur Schau gestellten weltoffenen Seite des Regimes. Später beherrschte der Kriegsalltag auch die Freizeit, und das Straßenbild wurde zunehmend von Kriegszerstörungen und Zwangsarbeitern geprägt. Wie umfassend war die Kontrolle der „Volksgenossen“? Wie schnell wurden ein Feierabendbier zum Kameradschaftsabend und politische Gespräche in Kneipen gefährlich? Welche Spannung ergab sich aus dem Versuch, die Fassade der einstigen weltoffenen Metropole aufrecht erhalten zu wollen? Wie wirkte sich der Umstand aus, dass mit Goebbels ein Mann an der Spitze der „Kulturverwaltung“ stand, der gleichzeitig auch Gauleiter von Berlin war? Wie schnell ergriff der Krieg den Alltag in Berlin, und wie war schließlich das Verhältnis der „Volksgenossen“ zu den Zwangsarbeitern, die in den Betrieben oft die Mehrheit der Arbeiter darstellten?

⁸ Christoph Kreuzmüller: Ausverkauf. Jüdische Gewerbebetriebe in Berlin 1930-1945, erscheint: 2012. Vgl. auch: ders. / Kaspar Nürnberg (Hg.): Verraten und Verkauft. Jüdische Unternehmen in Berlin 1933-1945, Berlin 2010 (Berlin 2008).

⁹ Armin Fuhrer: Hitlers Spiele. Olympia 1936 in Berlin, Berlin 2011; Reinhard Rürup: Die Olympischen Spiele und der Nationalsozialismus. Berlin 1996; Richard D. Mandell, The Nazi Olympics, Illinois 1987.

II. Ein Forschungsschwerpunkt des Lehrstuhls für deutsche Geschichte im 20. Jahrhundert der Humboldt Universität zu Berlin

Natürlich können die oben skizzierten Desiderata nicht ad hoc geschlossen werden, doch werden die wissenschaftlichen Arbeiten am Lehrstuhl für deutsche Geschichte im 20. Jahrhundert in den nächsten Jahren einen Beitrag dazu liefern können. Zwei konkrete Projekte konnten bereits begonnen werden:

1. In Vorbereitung ist ein Sammelband, der sich nach dem Vorbild des Studie über „Köln in der Zeit des Nationalsozialismus“ von Horst Matzerath oder dem von der Hamburger Forschungsstelle für Zeitgeschichte herausgegebenen Band „Hamburg im ‚Dritten Reich‘“ als Beitrag zu einer modernen NS-Gesellschaftsgeschichte versteht.¹⁰ Unter dem Titel „Berlin 1933-1945. Stadt und Gesellschaft im Nationalsozialismus“ analysieren 21 Autoren ausgewählte Aspekte der Geschichte von Stadt und Gesellschaft im Nationalsozialismus quellennah. Vom Team des Lehrstuhls für deutsche Geschichte im 20. Jahrhundert werden sich Eva Balz (mit einem Beitrag über Jugendliche), Marc Buggeln (mit einer Studie über Zwangsarbeiter), Patricia Pientka (mit einem Aufsatz zur Verfolgung der „Zigeuner“), Elisabeth Weber (mit einem Beitrag zur Abstempelung und Verfolgung der „Asozialen“) und Bjoern Weigel (mit Beiträgen zu Kunst und Kultur, sowie – zusammen mit Christian Dirks – auch zum Verkehr in der Hauptstadt) an dem Band beteiligen. Darüber hinaus konnten Christoph Bernhardt (für einen Beitrag zu Wohnungspolitik und Bauwirtschaft), Laurenz Demps (für einen Aufsatz zu den Auswirkungen des Kriegs auf die Stadt), Matthias Donath (für das Thema Städtebau und Architektur), Christian Dirks (für einen Beitrag zum Verkehr), Christine Fischer-Defoy (für einen Artikel zum Exil) Manfred Gailus (für einen Beitrag über Kirchen), Wolf Gruner (für einen Beitrag zur Judenverfolgung und jüdischer Selbstbehauptung), Rüdiger Hachtmann (für einen Beitrag zum Wissenschaftsstandort, sowie – in Zusammenarbeit mit Christoph Kreuzmüller – auch zu Deutschen Arbeitsfront), , Stefan Hördler (für einen Beitrag zur Polizei), Armin Nolzen (für einen Beitrag zur NSDAP und ihrem Personal), Cord Pagenstecher (für einen Beitrag zu Zwangsarbeitern), Thomas Schaarschmidt (für einen Beitrag zur Mobilisierung der Bevölkerung durch die NSDAP), Daniel Siemens (für einen Beitrag zum Mythos des „Kampfs um Berlin“) und Johannes Tuchel (für einen Beitrag zum Widerstand) sowie Klaus Hesse (für Fotorecherchen) als Beiträger gewonnen werden.

Herausgeber Michael Wildt wendet sich der Frühgeschichte der Partei zu, während Christoph Kreuzmüller die Geschichte der Verwaltung sowie der Wirtschafts-

¹⁰ Horst Matzerath: Köln in der Zeit des Nationalsozialismus 1933-1945, Köln 2009; Forschungsstelle für Zeitgeschichte in Hamburg (Hg.): Hamburg im ‚Dritten Reich‘, Göttingen 2005.

entwicklung analysieren wird. In ihrer Einleitung werden die beiden Herausgeber die Besonderheiten der Entwicklung in der Reichshauptstadt durch einen Vergleich mit anderen deutschen Großstädten, insbesondere aber anderen europäischen Hauptstädten herausarbeiten. Damit möchte der Sammelband einen Anstoß für eine übergreifende, vergleichende Metropolengeschichte bieten. Gleichzeitig befreit sich das Buch aber auch als Beitrag zu einer vom Berliner Senat geplanten Landesausstellung, die vom Lehrstuhl für Deutsche Geschichte im 20. Jahrhundert wissenschaftlich begleitet wird, und als Ausgangspunkt für weitere Studien.

Die Stadt Berlin will 2013 mit einer solchen Landesausstellung unter dem Titel „Zerstörte Vielfalt“ dem 80. Jahrestag der so genannten Machtergreifung und des 75. Jahrestags des Pogroms gedenken. Beide Ereignisse hatten für Berlin eine herausgehobene Bedeutung. Als Reichshauptstadt war Berlin Schauplatz und Symbol der Machtergreifung und der Macht der nationalsozialistischen Diktatur. Als jüdische Metropole mit mehr als 160.500 jüdischen Bürgerinnen und Bürgern (3,8 % der Gesamtbevölkerung) war die Stadt zugleich von den Auswirkungen der Judenverfolgung besonders stark betroffen. Inhaltlich ist angedacht, das Jahr 1933 gleichsam an zwei Zeitachsen zu spiegeln. Einerseits soll exemplarisch gezeigt werden, welche herausragende Bedeutung Juden *vor* 1933 in allen Bereichen der pluralistisch verfassten, überaus lebendigen Weltstadt Berlin besaßen, andererseits soll die Zerstörung dieser Tradition *nach* 1933 analysiert und in den Gesamtkontext – den nationalsozialistischen Versuch, eine „Volksgemeinschaft“ in der Reichshauptstadt zu schaffen – eingebettet werden. Dieser Vielfalt und ihrer Zerstörung soll mit einer kooperativen, dezentral organisierten Ausstellung mit vielfältigen Aktivitäten gedacht werden, zu der Berliner Archive, Gedenkstätten, Museen, Universitäten, Kirchen und Gewerkschaften genauso wie die Jüdische Gemeinde, der Landesverband der Sinti und Roma verschiedene Geschichtsinitiativen und Kultureinrichtungen jeweils einen spezifischen Aspekt beitragen.

2. Im Rahmen eines von der Einstein-Stiftung, Berlin, finanzierten Projekts wird in Kooperation mit der Hebrew University, Jerusalem, seit Sommer 2011 überdies die Geschichte der Juden in Berlin 1918-1938 untersucht. Hierbei sollen einerseits die verschiedenen Gewaltmaßnahmen, die insbesondere für die Zeit vor 1933 allenfalls cursorisch erforscht worden und in der Öffentlichkeit auch kaum bekannt sind, im Fokus stehen. Im Glanz der so genannten Goldenen 1920er-Jahre wird allzu oft vergessen, dass die Stadt nach dem Ersten Weltkrieg bereits Schauplatz gewaltsamer Verfolgung war. Nur in Umrissen bekannt ist beispielsweise das Pogrom im Scheunenviertel am Alexanderplatz im November 1923, obgleich dieser, wie das „Berliner Tageblatt“ seinerzeit festhielt, „manches Vorkommnis des zaristischen

Russlands in den Schatten stellte“.¹¹ Im darauf folgenden Jahr errichteten die Polizeibehörden auf dem Tempelhofer Feld ein „Konzentrationslager“ für Juden aus Osteuropa, das freilich – auf internationalen Druck hin – bald wieder geschlossen wurde. Nach der Ernennung von Joseph Goebbels zum NS-Gauleiter von Berlin im November 1926 wurde Gewalt gegen Juden immer wieder gezielt als Mittel der Politik eingesetzt. Am 13. Oktober 1930, dem Tag der konstituierenden Sitzung des neu gewählten Reichstags zertrümmerten SA-Männer in der Leipziger Straße die Schau-fensterscheiben jüdischer Unternehmen. In ihrem Bericht über die „Ausschreitungen in der Berliner Innenstadt“ betonte die „Central-Verein-Zeitung“ zwar, dass dies ein „Dummejungenstreich“ gewesen sei, musste aber gleichzeitig einräumen, dass die zerbrochenen Fensterscheiben „der erste Beginn einer Ernte [seien], die politische Verhetzung seit Monaten und Jahren gesät habe“.¹²

Parallel hierzu soll andererseits ein von der Forschung seit einigen Jahren eingeforderter Perspektivwechsel vorgenommen werden. Die gängige Engführung soll aufgebrochen und Juden und Jüdinnen als aktiv Handelnde dargestellt und damit nicht aus der Perspektive gleichsam passiver Opfer betrachtet werden.¹³ Tatsächlich entwickelten Juden auf Grund der spürbaren und bedrohlichen Gewalt schon in den 1920-er Jahren individuelle und kollektive politische Behauptungsstrategien. Parallel hierzu entstand in der Wirtschaft ein jüdisches Marktsegment. Im Jahr 1924 erfolgte z. B. die Gründung der ersten jüdischen Darlehnskasse Deutschlands in Berlin.¹⁴ 1928/29 wurden überdies die ersten rein jüdischen Genossenschaftsbanken gegründet.¹⁵ Der älteste Stützpfiler jüdischer Selbstbehauptung war der in der Emser Straße in Wilmersdorf ansässige Central-Verein deutscher Staatsbürger jüdischen Glaubens (CV), der 1932 rd. 60.000 Mitglieder zählte. Der CV war 1893 zu Abwehr des erstarkenden Antisemitismus gegründet worden und hatte sich insbesondere nach dem Ersten Weltkrieg vehement gegen die zahlreicher werdenden Boykotte jüdischer Unternehmen eingesetzt,¹⁶ und dabei teils eng mit dem Berliner

¹¹ Antisemitische Ausschreitungen in Berlin, in: Berliner Tageblatt, 7.11.1923 (Morgenausgabe). Vgl. Die judenfeindlichen Ausschreitungen in Berlin, in: Jüdische Rundschau, 9.11.1923.

¹² Zertrümmerte Fensterscheiben, in: Central-Verein-Zeitung, 17. Oktober 1930. Vgl. Michael Wildt: Volksgemeinschaft als Selbstermächtigung. Gewalt gegen Juden in der deutschen Provinz 1919 bis 1939. Hamburg 2007, S. 91.

¹³ Vgl. u. a. Saul Friedländer: Das Dritte Reich und die Juden. Verfolgung und Vernichtung, 2. Bde., Bonn 2006 (München 1998 und 2006), S. 12. Vgl. Arnold Pauker: Der jüdische Abwehrkampf gegen Antisemitismus und Nationalsozialismus in den letzten Jahren der Weimarer Republik, Hamburg 1969.

¹⁴ Die jüdische Darlehnskasse, in: Der Jüdische Handwerker, Oktober 1925; Wilhelm Marcus, 10 Jahre jüdische Darlehnskasse in Berlin, in: GBJGB, 16.6.1934.

¹⁵ Mitteilungsblatt der Hitachduth Olej Germania, Oktober 1937, in: Central Zionist Archive, Jerusalem (CZA), A 339/138.

¹⁶ Avraham Barkai: ‚Wehr Dich‘. Der Central-Verein deutscher Staatsbürger jüdischen Glaubens (C.V.)

Polizeipräsidenten zusammengearbeitet.¹⁷ Das komplexe Feld von Selbstschutz und Anpassung, von Isolierung und Öffnung gilt es methodisch sorgfältig sowohl in räumlicher als auch zeitlicher Dimension zu analysieren und kategorisieren. Die Geschichte der Juden Berlins soll also nicht nur die gesamte Zwischenkriegszeit umfassen und die Zäsur des Jahres 1933 hinterfragen, sondern zugleich die jüdische Kultur und Selbstbehauptung mit in den Blick nehmen. Sich der Dichotomie von Akkulturation und Entrechtung, Verfolgung und Selbstbehauptung erstmals anzunähern, ist damit das wesentliche Ziel des Forschungsprojekts.

In einem dritten Teilbereich des Forschungsprojekts soll darüber hinaus ein weiterer Perspektivwechsel vollzogen und die Sicht des Auslandes auf die Ereignisse in Deutschland unersucht werden. Berlin bietet sich für eine solche Analyse besonders an, weil hier einerseits diplomatische Vertretungen konzentriert waren, die teils ausführliche Berichte über die Lage in der Reichshauptstadt zur vertraulichen Information nach Haus sandten. Diese Berichte, stellen eine wichtige und wenig beachtete Quelle zur Judenverfolgung dar.¹⁸ Andererseits befanden sich in Berlin auch die wichtigsten internationalen Nachrichtenagenturen. Deshalb befand sich die Stadt, wie es Helmut Genschel in seiner Pionierstudie zur Verdrängung jüdische Gewerbetreibender formuliert hat, „im stärksten Scheinwerferlicht der Auslandspresse“.¹⁹

Auch der kaum beachtete Umstand, dass die Boykottposten in Berlin zweisprachige Plakate trugen, wie auf diesem Foto eines unbekanntes Fotografen zu sehen ist, verweist auf die besondere Rolle Berlins.²⁰ Offenbar versuchten die Nationalsozialisten durch die bilinguale Inszenierung des Boykotts, die öffentliche Meinung im Ausland zu beeinflussen. Dies scheiterte allerdings. Die *New York Times* beispielsweise druckte am 12. April ein Foto des Boykotts, auf dem die Menschen vor den boykottierten Geschäften und *nicht* die Boykottposten und zweisprachigen Schilder im Vordergrund standen.²¹

1893-1938, München 2002; Arnold Pauker: Der jüdische Abwehrkampf gegen Antisemitismus und Nationalsozialismus in den letzten Jahren der Weimarer Republik, Hamburg 1969 (Hamburg 1968), S. 45-62.

¹⁷ Arnold Pauker: Der jüdische Abwehrkampf, in: Werner E. Mosse / Arnold Pauker (Hg.). Entscheidungsjahr 1932. Zur Judenfrage in der Endphase der Weimarer Republik, Tübingen 1966, S. 458ff.

¹⁸ Eine erste Auswahl von Konsulatsberichten wurde jüngst veröffentlicht: Vgl. Frank Bajohr / Christoph Strupp (Hg.): Fremde Blicke auf das ‚Dritte Reich‘. Berichte ausländischer Diplomaten über Herrschaft und Gesellschaft in Deutschland 1933-1945, Göttingen 2011.

¹⁹ Helmut Genschel: Die Verdrängung der Juden aus der Wirtschaft im Dritten Reich, Göttingen 1966, S. 52.

²⁰ Das Foto wurde im *Völkischen Beobachter* am 2. April 1933 veröffentlicht. Es zeigt Boykottposten von dem Weißwarengeschäfts Michalski & Striemer in der Grünstraße 5 in Berlin Mitte. Vgl. Ganz Deutschland boykottiert die Juden, in: *Völkischer Beobachter*, Norddt. Ausgabe, 2./3. April 1933.

²¹ Vgl. More moderation is shown by Nazis, in NYT, 12.4.1933.



Abb. 1: Boykottposten in der Berliner Grünstraße im April 1933.



Abb. 2: Boykott vor Berliner Textilgeschäft, New York Times v. 12.4.1933.

Auch war die Ablehnung des Boykotts durch die führenden ausländischen Zeitungen einhellig.²² Unbekannt ist jedoch, ab welchem Zeitpunkt die – wie auch immer zu definierende Weltöffentlichkeit – die Gewalt in Berlin als Bedrohung für die Juden wahrnahm und wie genau die internationalen Zeitungen über die pogromartigen Ausschreitungen in den zwanziger und in den dreißiger Jahren berichteten

Wenn auch mit endgültigen Resultaten erst in zwei bis drei Jahren zu rechnen ist, werden Zwischenergebnisse in eine internationalen Tagung einfließen, die im Herbst 2012 in Jerusalem stattfinden wird. Auf dieser Tagung wird unter dem Titel „Volks-Wirtschaft“ im europäischen Vergleich der Frage nachgegangen, wann sich ethnische und oder rassistische Trennlinien in der Wirtschaft ausprägten und entlang welcher Bruchstellen sich diese entwickelten. Damit soll ein wesentlicher Aspekt des Auseinanderdriftens jüdischer und nicht-jüdischer Lebenswelten analysiert und wirtschaftswissenschaftliche und klassische politikgeschichtliche Ansätze zusammengedacht werden.

Abbildungsnachweise:

Abb. 1: Foto eines unbekanntes Fotografen, März 1933, in: Landesarchiv Berlin II, 693.

Abb. 2: Foto der New York Times, 12.4.1933, US Holocaust Memorial Museum, Photo Nr. 78589.

Christoph Kreutzmüller, Humboldt-Universität zu Berlin, Lehrstuhl für Deutsche Geschichte im 20. Jahrhundert, kreutzmuellerc@geschichte.hu-berlin.de

²² Vgl. z. B. Boycott at an End, in: New York Times, 3.4.1933; Nazi Boycott off until Wednesday, in: Washington Post, 3.4.1933; Heavy Cost of Germany One-day Boycott, in: Daily Telegraph, 3. April 1933; Judeboykotten Dämpas, in: Stockholms Tidningen, 1.4.1933. Vgl. Christoph Kreutzmüller: 'Aryanisation' et spoliations dans le Reich allemand, 1933-1945, in: Tal Bruttman (Hg.), Spoliés. L' 'Aryanisation Économique' en France, Grenoble 2010, p. 11-18, hier: S. 13f.

Tagungsbericht: GSU-Nachwuchstagung und Workshop „Stadt und Moderne“, Darmstadt vom 22.-23.9.2011

Die diesjährige Nachwuchstagung der Gesellschaft für Stadtgeschichte und Urbanisierungsforschung war um drei sehr unterschiedliche Themenkomplexe gruppiert. Die aus einem breiten fachlichen Spektrum stammenden Referenten präsentierten Dissertations- und PostDoc-Projekte zu den Schwerpunkten ‚Religion‘, ‚Segregation‘ und ‚Die 1970er Jahre als Umbruchphase‘. Obwohl diese Zusammensetzung äußerst heterogen erscheint, zeigten sich vielfach erstaunlich große Überschneidungen. Zum einen wurde immer wieder über die Verknüpfung von kulturellen Phänomenen und sozialen Strukturen diskutiert, zum anderen verband die Beiträge die Analyse spezifischer Orte als Methode der Stadtgeschichtsforschung.

Deutlich wurde dies bereits im ersten Vortrag von Steffen Jost (München), der über den Katholizismus als zentrales Moment städtischer Erinnerungskultur im Sevilla des frühen 20. Jahrhunderts sprach. Er machte deutlich, wie religiöse Symbole im Stadtraum durch Denkmäler, Straßenbenennungen und Prozessionen verankert worden seien, aber auch, dass deren Relevanz mit dem Einfluss der jeweiligen sozialen Trägergruppen des organisierten Katholizismus korrespondiert hätten. Religiöse Symbole waren auch der zentrale Gegenstand von Eszter Gantners (Berlin) Vortrag. Sie befasste sich mit dem post-sozialistischen Umgang mit ehemals jüdischen Vierteln in Berlin und Budapest. Die Schwierigkeit, jüdische Viertel zu definieren zeige, dass eine ausschließlich symbolische Zuschreibung von Stadtvierteln als „jüdisch“, ohne das Engagement einer entsprechenden Bewohnerschaft, defizitär bleiben müsse. In japanischen Städten, über die Beate Löffler (Dresden) sprach, hat Religion dagegen weit weniger identitätsstiftende Funktionen. Löffler verwies darauf, dass Tempel genau wie christliche Kirchen zwar der Form nach als religiöse Orte erkennbar seien, aber eine gänzlich andere gesellschaftliche Funktion hätten: für die soziale Strukturierung der Städte käme religiösen Einrichtungen in Japan trotz ihrer Präsenz im Stadtraum praktisch keine Bedeutung zu.

Die Sektion zu Segregation eröffnete Christiane Reinecke (Berlin) mit einem Vortrag, in dem sie den populären und sozialwissenschaftlichen Diskurs über „Ghettos“ um 1970 nachzeichnete. Sie zeigte, wie die Diskussion die Wahrnehmung der sozialen und ökonomischen Veränderungen in innerstädtischen Wohngebieten sowie in peripheren Großsiedlungen geprägt hätten. Phillip Wagner (London) vertiefte einen bereits auch von Reinecke behandelten Aspekt: die internationale Verflechtung des politischen und sozialwissenschaftlichen Diskurses über Segregation. Am Beispiel der International Federation for Housing and Town Planning in der Zwischenkriegszeit legte Wagner dar, wie entsprechende Ordnungsprinzipien des Städtebaus verhandelt und in unterschiedlichen nationalen Kontexten umgesetzt worden seien. Bei der Segregation innerhalb eines einzelnen Gebäudes setzte Olga Moatsou (Lausanne) an. Sie referierte über den griechischen Gebäudetypus der Polykatoikia, Wohnhäuser für mehrere Familien, die seit den 1950er Jahren ungeplant angelegt und schrittweise ausgebaut wurden.

In der Sektion ‚Die 1970er Jahre als Umbruchphase‘ lag ein gewisser Schwerpunkt auf der kommunalen Kulturpolitik. Sowohl Susanne Dengel (Saarbrücken) als auch Cordula Obergassel (Münster / Dortmund) präsentierten die Dekade als eine Zeit der Reorientierung. Kultur sei ausgehend von sozialdemokratischen Idealen zunehmend als Gemeinschaftsgut konzeptionalisiert worden, das nicht nur für alle zugänglich sein, sondern auch entscheidend zur „Urbanität“ der Städte beitragen sollte. Anregend war, dass beide Vortragende dabei auf Fallstudien von Städten zurückgriffen, die gerade nicht über ein ausgeprägtes Profil als Vorreiter einer „neuen Kulturpolitik“ verfügten. Dies waren neben Münster und Dortmund, die Obergassel miteinander verglich, Krefeld, Saarbrücken und Kassel, die Dengel analysierte. Als schwieriger einzulösen erwies sich in der anschließenden Diskussion die Forderung, nicht nur den Wandel des Kulturangebots, sondern auch die veränderten Erwartungen des Publikums zu rekonstruieren. Alexandra Jäger (Hamburg) wandte sich abschließend dem Widerstand gegen den sogenannten „Radikalenerlass“ im lokalen Kontext zu. Sie präsentierte das Beispiel einer 1972 im Hamburger Stadtteil Harburg gegründeten Bürgerinitiative, in der sich DKP-Aktivist*innen, Sozialdemokraten und Linksliberale zusammengefunden hätten. Jägers Beitrag verwies auf die Umbrüche in der politischen Kultur der Bundesrepublik, aber auch auf die weiterhin hohe Bedeutung örtlicher sozialer Netzwerke, die für das Zustandekommen der Initiative entscheidend gewesen sein dürften.

Mit dem Vortrag „Die Alte Stadt – eine Konstruktion für die Moderne“ führte der Kunsthistoriker Gerhard Vinken (Darmstadt) in den an die Nachwuchstagung anschließenden Workshop „Stadt und Moderne“ ein. Vinken argumentierte, dass die Altstadt in dreierlei Hinsicht ein „Produkt“ der Moderne sei. Erstens sei das

Konzept der „Altstadt“ als spezifischer Ort überhaupt erst als Sehnsuchtsraum nach vermeintlicher historischer Stabilität in einer Phase beschleunigter urbaner Veränderung im 19. Jahrhundert entstanden. Zweitens müsse die räumliche Definition einer Altstadt im Rahmen der funktionalen Differenzierung von Stadträumen gesehen werden, die nicht zuletzt durch die moderne Stadtplanung normativ verordnet wurde. Drittens, so Vinken, sei die Entstehung der Altstadt mit einer Modernisierung der Bausubstanz einhergegangen, bei der das Ziel schon im frühen 20. Jahrhundert keineswegs der Erhalt authentischer Strukturen, sondern die Rekonstruktion eines historisierten Stadtbildes gewesen sei.

Damit stiegen die Teilnehmer des Workshops in eine mehrstündige Diskussion über die Frage ein, wie sich das Konzept der „Moderne“ für die Stadtgeschichte nutzbar machen lässt. Gestützt auf verschiedene Grundlagentexte wurde zum Teil in Kleingruppen, zum Teil im Plenum debattiert. Als besonders kontrovers erwies sich dabei die Frage nach der Singularität der „Moderne“ in Abgrenzung zu Konzepten wie „Multiple Modernities“ oder „Indigenous Modernity“. Auf jeden Fall müsse vermieden werden, darin waren sich alle Diskussionsteilnehmer einig, westeuropäische und nordamerikanische Entwicklungen als Norm anzusehen. Friedrich Lenger (Gießen) verwies aber darauf, dass westliche Vorbilder schon im späten 19. Jahrhundert Bedeutung als Schrittmacher einer Modernisierung mit globaler Reichweite hatten. Gerade Städte seien in allen Teilen der Welt oft „Laboratorien“ der Moderne gewesen, wo westliche Modelle, wenn nicht umgesetzt, so doch zumindest wichtigster Referenzpunkt waren. Dagegen wies Martin Baumeister (München) darauf hin, dass nicht einmal von einer einheitlichen europäischen Moderne gesprochen werden könne. Anregungen, bestimmte Phänomene als Charakteristika der „Moderne“ zu benennen, oder den Einfluss bestimmter Pfade konkreter Modernisierungskonzepte zu analysieren, bewegten sich zwischen den beiden Positionen.

Insgesamt setzte sich die Meinung durch, dass das Konzept einer „Moderne“ zwar nicht als Norm, aber doch als analytisches Gerüst für die Stadtgeschichtsforschung sinnvoller erscheint als eine plurale Definition, denn, so die zugespitzte These, städtische Raumproduktion sei immer auch lokal, und daher immer auch „indigenous“. Entscheidend ist aus dieser Perspektive das Wissen um bzw. eine relativ breite Akzeptanz von Vorbildern urbaner Phänomene westlicher Provenienz in allen Teilen der Welt, unabhängig davon ob, oder unter welchen Modifikationen sie tatsächlich Anwendung fanden. In der Diskussion wurden schließlich die 1880er Jahre und die 1970er Jahre als wichtige Wendepunkte einer derart konzipierten „Moderne“ ausgemacht und damit genau der Zeitraum benannt, innerhalb dessen sich auch die meisten Beiträge der Nachwuchstagung bewegt hatten.

Dr. Sebastian Haumann, TU Darmstadt, haumann@pg.tu-darmstadt.de

**Das „Eigene“ von Städten erforschen.
Tagungsbericht zur internationalen Konferenz
„The Distinctiveness of Cities –
Modes of Re-Production“,
vom 15. bis 17. Juni 2011 in Darmstadt**

Im Alltag ist es ganz selbstverständlich, Städten charakteristische Eigenschaften zu unterstellen und ganz bestimmte Bilder mit ihnen zu verbinden: Städte wirken dynamisch, kosmopolitisch, kreativ oder gar gefährlich. Keine Stadt scheint wie die andere, auch wenn Ähnlichkeiten festzustellen sind. In der Wissenschaft streitet man indessen, ob sich jede Stadt durch ganz spezifische Eigenheiten, durch einen eigenen Habitus oder je besondere kulturelle Dispositionen auszeichnet. Die Frage ist: Wie und in welchen Kategorien kann das Eigene einer Stadt erfasst und interpretiert werden?

Diese Frage stand im Zentrum der internationalen Konferenz „The Distinctiveness of Cities –| Modes of Re-Production“, die vom 15. bis 17. Juni 2011 in Darmstadt stattgefunden hat. Etwa 300 Teilnehmerinnen und Teilnehmer sowie 60 Rednerinnen und Redner aus aller Welt und aus den unterschiedlichsten Disziplinen diskutierten drei Tage lang intensiv darüber, wie Städte sich als distinkte Kontexte der Vergesellschaftung erweisen. Die interdisziplinäre Zusammensetzung der Rednerinnen und Redner gewährleistete kontroverse Auseinandersetzungen darüber, wie die Stadt als raumstrukturelle Form gefasst werden kann, die sich von anderen räumlichen Gebilden unterscheidet und prägend sowohl auf das Soziale, das Politische, das Bauliche und das Kulturelle wirkt. Im Eröffnungsvortrag stimmte Helmut Berking (Technische Universität Darmstadt) auf diese Zusammenhänge ein, die in den einzelnen Panels mit unterschiedlicher Schwerpunktsetzung eingehender beleuchtet wurden.

Im Panel „Power“ standen die Ausprägungen von Machtverhältnissen in einer Stadt im Vordergrund. Soziale Ungleichheit und Migration wurden ebenso diskutiert wie die Rolle von Partnerschaften für die Stadterneuerung. Im Panel „Space“ wurden die räumlichen Herausforderungen für Städte, der Zusammenhang von Stadt, Raum und gebauter Umwelt sowie die mediale Bespielung und Spiegelung

des städtischen Raums thematisiert. In welchem Verhältnis „Stadt“ und „Körper“ stehen und wie hier das eine das andere formt beziehungsweise umkehrt, waren die Leitfragen im Panel „Body“. Das Panel „Infrastructure“ stand ganz im Zeichen der Versorgungssysteme von Städten und ihrem Verbundensein mit deren gebauter und institutioneller Struktur. Im Panel „Knowledge“ wurden aus unterschiedlichsten Perspektiven die Rolle von Wissensordnungen in einer Stadt betrachtet – von der Kreativindustrie über die Entwicklung von Nachhaltigkeitskonzepten bis hin zur Entstehung und Reproduktion lokalen Wissens. Welche Rolle das kulturelle Erbe einer Stadt zunehmend für deren Alltag, deren Positionierung im nationalen und internationalen Wettbewerb und für die Prägung ihres Erscheinungsbildes hat, war Thema des Panels „Heritage“.

Im Rahmen der Diskussionen sowohl in den Panels wie auch nach den anregenden Eröffnungsvorträgen im Plenum zeigte sich deutlich, wie wichtig eine multidisziplinäre Perspektive auf die Stadt ist, um ihre hochkomplexen Strukturen und Wirkungszusammenhänge zu verstehen und damit auch die sozialen Verhältnisse, die im spezifischen räumlichen Kontext *Stadt* entstehen, interpretieren und einordnen zu können. So wirken sich zum Beispiel die geografischen und klimatischen Bedingungen eines Ortes sowohl auf die Baugestalt als auch auf die technischen Infrastruktursysteme einer Stadt aus, und die baulich-materielle Umgebung hat wiederum Auswirkungen auf die Alltagpraxis der Menschen. Bauliche Ausdrucksformen, Infrastrukturen und Technologiestile sind jedoch auch eng an die institutionelle Struktur einer Stadt gebunden, an die sozialen Arrangements und Lebensstile sowie die kulturellen Gegebenheiten.

Welche Entscheidungen in einer Stadt am Ende getroffen werden, ist an einen für jede Stadt ganz besonderen Wissensvorrat an Problemlösungsstrategien und Handlungsalternativen gebunden, der sich auf alle Lebensbereiche auswirkt: auf die politischen Entscheidungen, die Entwicklung von Institutionen sowie auf die Gestaltung von Stadtquartieren, Wohnvierteln, Einkaufszonen etc. Für die großen beziehungsweise größeren Städte kommt hinzu, dass sie zunehmend miteinander konkurrieren und deshalb darauf bedacht sind, ihre Alleinstellungsmerkmale besonders hervorzuheben. Das „kulturelle Erbe“ der eigenen Stadt, ihre touristische Attraktivität wie auch ihre besonderen Lebensqualitäten werden immer stärker herausgestellt. Das alltägliche Leben und Miteinander der Bewohnerinnen und Bewohner dieser Stadt bleibt davon sicherlich nicht unberührt.

In der Stadt scheint alles mit allem in Wechselwirkung zu stehen. Für die wissenschaftliche Untersuchung der Stadt als besonderes raumstrukturelles Gefüge bedeutet das die Notwendigkeit, Instrumente zu entwickeln, die diese Komplexität weder ausblenden noch aufblähen. Die Konferenz bot ein breites Spektrum an Lö-

sungsvorschlägen für diese Herausforderung. Deutlich wurde jedoch auch, wie sehr einzelne Disziplinen hier an Grenzen stoßen. Alle Teilnehmenden haben im Verlauf der Konferenz anregende Impulse erhalten, über den eigenen Tellerrand hinauszublicken, um neue Wege der Stadtforschung zu entdecken und diesen weiter auf der Spur zu bleiben.

Veranstalter der Konferenz war der LOEWE-Schwerpunkt „Eigenlogik der Städte“, eine Kooperation der Technischen Universität und der Hochschule Darmstadt, der durch das Hessische Ministerium für Wissenschaft und Kunst im Rahmen der Landes-Offensive zur Entwicklung wissenschaftlich-ökonomischer Exzellenz (LOEWE) gefördert wird. Ziel des Schwerpunkts ist es, die grundlegenden Strukturen der Städte zu verstehen sowie Relationen und Ähnlichkeiten zwischen den Städten nachzuvollziehen. „Eigenlogik“ steht dabei als Arbeitsbegriff für die je spezifischen und „typischen“ Eigenschaften und stillschweigend wirksamen Prozesse der Sinnformung einer Stadt.

Dipl.-Soz. Tina Enders, Technische Universität Darmstadt, LOEWE-Schwerpunkt "Eigenlogik der Städte", enders@stadtforschung.tu-darmstadt.de

C E L I N A K R E S S

Tagungsbericht: Queen Jane Jacobs. Jane Jacobs and paradigm shifts in urban planning and urban redevelopment, HafenCity Universität Hamburg, am 12. und 13. Mai 2011

1961 erschien das wohl einflussreichste Buch von Jane Jacobs „The Death and Life of Great American Cities“. Die engagierte Streitschrift richtete sich gegen die Stadt-sanierungspraxis der 1950er Jahre in den USA. Eindringlich beschrieb Jacobs Vorteile und Nutzen jener Gebiete, die zum Flächenabriss bestimmt waren: innerstädtische Altbaugebiete. Sie lenkte den Blick auf Qualitäten, die bisher wenig Beachtung

gefunden hatten: Mannigfaltigkeit, zufällige Begegnungen, Austausch und Abwechslung. Genau darin sah Jacobs die wesentliche Bedingung für eine positive Stadtentwicklung. Es galt, die alte Stadt und das urbane Leben, das sie ermöglichte, zu schützen und von ihr für die Zukunft zu lernen. Nicht nur in Nordamerika, sondern auf der ganzen Welt löste diese Botschaft ein grundsätzliches Umdenken im Städtebau und in der Architektur aus, dessen Folgen bis heute wirksam sind. Das 50-jährige Jubiläum der bedeutenden Schrift nahm Dirk Schubert (Hamburg) zum Anlass für eine Tagung über Jane Jacobs, die von der HafenCity Universität Hamburg organisiert wurde und am 12. und 13. Mai 2011 im Hamburgmuseum stattfand. Kooperationspartner waren die Sektion Planungsgeschichte der GSU, die International Planning History Society (IPHS), sowie der Bund Deutscher Architekten und Architektinnen Hamburg (BDA). Die internationale Tagung wurde gefördert durch die Fritz Thyssen Stiftung. Sie führte transatlantische Forscher und Forschungsprojekte zur Person Jane Jacobs, ihr Werk und ihren Einfluss zusammen und ermöglichte einen fruchtbaren Austausch über Relevanz und Folgen der Positionen dieser streitbaren Autorin und Aktivistin für die heutige, globale Stadtentwicklung. In seinem Einführungsvortrag markierte Dirk Schubert wichtige Stationen im Leben von Jane Jacobs vor ihrem zeitgeschichtlichen Hintergrund: die Kindheit in einer im Niedergang begriffenen Industriestadt in Pennsylvania, zwei politisch aktive Jahrzehnte in *Greenwich Village* in New York und ihren Kampf gegen Stadtumbaupläne in Toronto ab 1968: Jacobs' vehementes Eintreten für Dichte, Vielfalt, gemischte Nutzungskonzepte und die Wiedergewinnung des öffentlichen Raums stellte er auch als Rekurs auf die Folgen von De-Industrialisierung, Segregation und sozialen Problemen in nordamerikanischen Städten der 1950er und 60er Jahre dar. Mary W. Rowe (New York) betonte die weit über das Feld der Stadtplanung hinausreichende Bedeutung von Jane Jacobs, die auf vielfältige Weise versuchte, Formen der Selbst-Organisation in Städten zu initiieren und damit direkt auf Systeme menschlichen Zusammenlebens einzuwirken. Mit Hinweis auf die seit Beginn der 1970er Jahre steil ansteigenden Immobilienpreise im New Yorker *West Village* lenkte Christopher Klemek (Washington DC) den Blick auf die Kehrseite der Wiederentdeckung innerstädtischer Altbauviertel unter den Bedingungen des Kapitalismus. Auf der Basis seiner Forschung zur Planungsgeschichte Torontos kam Richard White (Toronto) zu dem Schluss, dass Jacobs' persönlicher Einfluss dort allgemein überschätzt werde. Der Befund vermittelte zugleich einen Eindruck davon, wie wirkungsmächtig der medial vermittelte Einfluss von Jane Jacobs bereits in den 1960er Jahren war. Die dominante Sichtweise vom Paradigmenwechsel in der Stadtentwicklung stellte Sebastian Haumann (Darmstadt) in Frage. In mehreren Fallbeispielen fand er, dass moderne Stadtplanung auch „Grassroots participation“ erlaub-

te, und umgekehrt Beteiligungsprojekte oft auf traditionellen Planungsstrukturen aufbauten. Jörg Seifert (Hamburg) beschäftigte sich mit der Verwandtschaft zwischen Kevin Lynch's bildlicher Strukturierung von Städten und Jane Jacobs' Blick auf die Straße im Wohnviertel. Gert-Jan Hospers (Twente) und Peter Zlonicky (München) suchten Bezüge zu Jane Jacobs in aktuellen Themen der Stadtentwicklung: Konzepte aus wirtschaftsanalytischen Schriften von Jane Jacobs zu lokalem Wirtschaften und Improvisation stellte Hospers als Anregungen für schrumpfende Städte und Regionen vor. Eher cursorisch ging Zlonicky auf Stadtentwicklungen der letzten Jahrzehnte in europäischen Städten ein und verwies auf Zusammenhänge mit den Forderungen von Jane Jacobs zur Gestaltung einer humanen Umwelt. Christiane Feuerstein (Wien) stellte die „behutsame Stadterneuerung“ in Bezug zu Kernkonzepten von Jane Jacobs und beschrieb sie als Erfolgsmodell der Wiener Stadtentwicklungspolitik seit den 1970er Jahren bis zu ihrer Institutionalisierung Mitte der 1980er Jahre. Als Kontrastfall zu diesem gemeinwirtschaftlich orientierten und auf gesellschaftlichen Ausgleich zielenden Modell präsentierte José Luis Sáinz Guerra (Valladolid) Stadtentwicklungspolitik in Spanien, machte aber zugleich deutlich, dass auch dort städtebauliche Projekte realisiert wurden, die Forderungen von Jane Jacobs umzusetzen versuchten. Sharon Zukin's jüngst erschienener Text „Naked City: The Death and Life of Authentic Urban Places“ liest sich wie eine Abrechnung mit Jane Jacobs, deren Konzept der Authentizität für Gentrifizierungsprozesse verantwortlich gemacht wird. Mit Verweis auf die Unmöglichkeit, diese Folgen in den 1960er Jahren abzusehen, versuchte Madeleine Lyes (Dublin) eine Versöhnung. Nikolai Roskamm (Berlin) beschäftigte sich mit dem Begriff der „Dichte“ in Bezug auf das Konzept bei Jane Jacobs. Auch er sah eher eine Kontinuitätsgeschichte, indem er den Blick darauf lenkte, dass auch nach dem vermeintlichen Paradigmenwechsel die Reglementierung der baulichen Dichte das entscheidende Instrument von Stadtplanung und Stadtentwicklungspolitik geblieben sei. Jane Jacobs' Einfluss auf aktuelle Themen der Stadtentwicklung war Gegenstand der folgenden drei Beiträge: Gerben van Straaten (Rotterdam) ging in dem zusammen mit Birgit Dulski (Nyenrode) entwickelten Beitrag auf Interventionsmöglichkeiten in schrumpfenden Regionen und auf neue Handlungsformen in urbanen Regenerationsprojekten ein. Friedhelm Fischer (Kassel) und Uwe Altrock (Kassel) entwickelten einen Überblick über Formen der Stadtentwicklung im Kontext der Globalisierung, die zwischen Partizipation und Kleinteiligkeit und großen, kapitalgesteuerten Prozessen andererseits changierten. In Abgrenzung zur klassischen Stadtplanung stellte Stephen Goldsmith (Salt Lake City) die noch junge Disziplin „Urban Ecology“ vor.

Die internationale Tagung, die exklusiv auf die Persönlichkeit von Jane Jacobs fokussierte, eröffnete auf diese Weise ein inhaltlich und geographisch breites Spek-

trum an Einsichten zu Stadtpolitiken und -entwicklungen im Verlauf der letzten 50 Jahre. Es wurde deutlich, dass die Kombination von theoretischer und praktischer politischer Einmischung und einem weit über disziplinäre Grenzen reichenden Radius der Aktivitäten von Jane Jacobs ihren Ideen bis heute Überzeugungskraft und Einfluss verleiht.

Umfangreiches Material zu Jane Jacobs ist jetzt zugänglich unter:

<https://www.hcu-hamburg.de/professorinnen/dirk-schubert/jane-jacobs/>

**Dr. Celina Kress, Center for Metropolitan Studies (CMS) der TU Berlin,
celina.kress@metropolitanstudies.de**

R U D O L P H U S T E E U W E N

Tagungsbericht zur Konferenz 'The City and the Ocean. Urbanity, (Im)migration, Memory, and Imagination', vom 16. bis 17. Oktober 2010 in Kaohsiung, Taiwan

In October 2010, The Center for the Humanities and Social Sciences of National Sun Yat-sen University in Kaohsiung, Taiwan, organized a two-day international conference on the theme of "The City and the Ocean: Urbanity, (Im)migration, Memory, and Imagination". In both Chinese and English-language sessions, scholars from various disciplines and from places as diverse as Taiwan, the People's Republic of China, England, Singapore, the United States, Macau, the Philippines, and Hong Kong dealt with questions of the lure, allure, illusions, and disillusion of cities. Cities were discussed as utopian and dystopian places; as places planned and overwhelmed; as places of political contest and as the well-springs of mythology and civilization; as architectural constructs and as constructs of the new media; as home and as destination; as the focus of immigrant hopes and of autochthonous nostalgia; as places of congregation and encounter as well as of six-lane highways

leading in and out of an empty heart; as places of holiness and religious worship as well as decadence and worldliness; as places that inspire and places that distress.

One of the keynote speakers, Jonathan White of Essex University, United Kingdom, asked, “who still experiences streets, and what kinds of intimate human encounters still occur – encounters of the kind that foster memory and imagination (two key terms of this conference) – in the prevailing anomie of drive-through culture?” Talking about Shanghai’s cosmopolitanism, Sheng-mei Ma of Michigan State University remarked, “spatially, cosmopolitanism as a form of the sprawling metropolis decenters, flattens, and scrambles the self or subjectivity, intensifying all the more the fixation on roots or a sense of time ‘deepened’, found in a city of East and West, a mirage at the water’s edge, repeatedly torched and reincarnated.” Isabel Morais of the Universidade de São José, Macau, spoke about the Dutch poet J. J. Slauerhoff and his journeys to the Far East, imaginarily identifying himself with the Portuguese poet Camoes’s own journey from Lisbon to Macau, centuries earlier. Fernando Rosa, also of the Universidade de São José, spoke of creolization in the domain of domestic life and intimate relationships as a common theme in many novels of the late nineteenth and first half of the twentieth centuries. Jason Huang of the Business School of National Sun Yat-sen University discussed how the *Hoa*, a Vietnamese ethnic group who consider themselves as ethnic Chinese, fled Vietnam in large numbers after the communist victory of April 1975, and joined the multicultural workforce in many of today’s global business environments. Cynthia Neri Zayas of the University of the Philippines looked at the social and global organization of fishing in the Visayas, a region of central Philippines. Complex relations are forged between the fishing *amo* (financier, boss, big-man), Chinese financiers based in the mainland, i.e. Cebu Island, and the local *sakop*, i.e. servants, divers, and fishermen. I-chun Wang of National Sun Yat-sen University looked at the prominent place of the islands Rhodes, in the Aegean Sea, and Malta, in the Mediterranean, in English Renaissance drama. Malta and Rhodes, she explained, “epitomize the conflicts between European countries and the Ottoman Empire. Dramatists tend to incorporate the war history into their dramatic works so that Rhodes and Malta became the settings for cultural representations; some literary works manifest the historiography of historical events and some exhibit dramatists’ ideological commentaries.”

Special attention was paid to harbor cities such as Kaohsiung, Hong Kong, London, and Shanghai, places of commercial and cultural openness, vibrant because of this influx from outside but also vulnerable for the same reason: patterns of trade and consumption change and hit especially those cities that are largely defined by the needs, desires, and whims of the world they seek to serve. The 2010 conference

is part of an ongoing series of related annual conferences that the Humanities Center organizes. See their website for information regarding the upcoming 2011 conference and other activities: <http://humanitiescenter.nsysu.edu.tw/engvision/eng-news.php>.

**Rudolphus Teeuwen, National Sun Yat-sen University in Kaohsiung, Taiwan,
Department of Foreign Languages, jeeuwen@mail.nsysu.edu.tw.**

N I C O L A S K E N N Y

Conference report: The Five Senses of the City: From the Middle Ages to the Contemporary Period. International Conference in Tours, France from 19th to 20th May 2011

In the pleasant warmth of an early-summer sun shining into a top-floor room that offered stunning panoramic vistas of the Loire Valley, several dozen researchers gathered on 19 and 20 May 2011 at the Université François-Rabelais in Tours for a highly stimulating conference on “The Five Senses of the City: From the Middle Ages to the Contemporary Period.”¹ Their senses piqued by the charms of the setting, it was through a multitude of approaches that participants answered the conveners’ call to historicise the connection between urban space and the senses, and more specifically to reflect upon the way residents of cities have mobilised and drawn upon their sensorial experiences to give meaning to their environments, to forge identities and to shape communities. The conference was organised by Robert Beck, Ulrike Krampl and Emmanuelle Retaillaud-Bajac. Some thirty papers were delivered from a range of disciplinary backgrounds, centring on an eclectic diversity of periods and locations. From this scholarly smorgasbord of sensorial inquiry emerged a set of important questions on the nature of sensory experiences as social and cultural phenomena fraught with issues of power and identity, as well as on the historiographical challenges and possibilities of drawing on bodily experiences

¹ The text of this review appeared first in an expanded version in *H-Soz-Kult*. Copyright (c) [2011] by H-Net, Clío-online and the author, all rights reserved.

to illuminate broader historical processes, in this case the development of the city as a locus of human interaction since medieval times.

The nature of sensory experiences and their role in shaping society have preoccupied scholars since antiquity, but it is only in the last decades that social historians have confronted the problem in a sustained manner. Alain Corbin's innovative studies of nineteenth-century France, focussing on the decreasing threshold of tolerance for urban smells and on the role of church bells in dictating the rhythm of rural life, are widely considered to have pioneered the field.² As such, it was a privilege for conference attendees to listen to his keynote address on the first morning. Drawing on the wealth of his research, Corbin (Paris) reminded listeners that the city constitutes a particularly fertile terrain on which to approach this "sensorial turn". Far from forming a still-life of streets and buildings, the city's significance extends far beyond this hard materiality and must be thought of in terms of its smells, its light, the "flows of sensation" that animate it, and, he insisted, on the perpetual movement and interaction of those who inhabit it. Though his current research has taken him in new directions, Corbin displayed an impressive familiarity with recent scholarship identifying new tendencies in the field, and suggesting avenues for further exploration, in particular the way individuals interiorise the urban spectacle through diverse sensorial habits, emotional geographies, thresholds of tolerance and vigilance, norms, and aesthetic codes.

Following on these exploratory lines, Arlette Farge (Paris), another revered figure in the study of the urban sensorium, chaired the opening panel on "Approaches".³ Here the objective was to examine broad theoretical and methodological problems that underlie the vexing matter of how to problematise sensory experiences that are necessarily fleeting and ephemeral. How, asked Olivier Balaÿ (Lyon), does an "atmosphere", something as ubiquitous as it is intangible, become a definable object of study? While sources constantly demonstrate urban dwellers' receptivity to the atmosphere of their living environment, as well as its role in shaping contact and interaction within it, Balaÿ, an architect by training, noted that historians have been slow to conceptualise this "sensitive materiality". Doing so, he argued, requires a systematic and quantitative assessment of the city's spaces and volumes, and a measuring of the flow of light, sound and smell, combined with an assessment of how these were received by residents. Recordings contrasting the contemporary soundscape of Lyon streets dating from the eighteenth century with those built in

² Alain Corbin, *Le miasme et la jonquille : l'odorat et l'imaginaire social, XVIIIe-XIXe siècles* (Paris: Flammarion, 1986); Alain Corbin, *Les cloches de la terre : paysage sonore et culture sensible dans les campagnes au XIXe siècle* (Paris: A. Michel, 1994).

³ Arlette Farge, *Vivre dans la rue à Paris au XVIIIe siècle* (Paris: Gallimard, 1979); Arlette Farge, *Effusion et tourment, le récit des corps. Histoire du peuple au XVIIIe siècle* (Paris: Odile Jacob, 2007).

the nineteenth offered telling examples of the specific types of atmospheres produced by distinct material spaces. For her part, Anne Bargès (Tours) posed the more reflexive question of how the scholar's own sensorial experiences and physical immersion in the urban milieu intervene in the research process. Rejecting the artificiality of a supposed distance to be maintained between observer and subject, the anthropologist instead drew on her experiences working in two very different urban centres – Tours and Bamako – to urge listeners to consider their own relationship with the environments they study, remaining attuned to how it conditions the questions they pose and the answers they derive.

The next two talks then delved into distinct spatial and sensorial case studies. In an erudite presentation on the architecture of French medieval cathedrals, art historian Nicolas Reveyron (Lyon) examined the privileged relationship between light and places of worship in the city. Light is not merely seen, he argued, it is felt and breathed, filtered and reflected by the ornate stones of the cathedral, finding itself at the heart of the spiritual experiences of faithful and passers-by alike. Ways of hearing are also socially and culturally bounded, as Daniel Morat (Berlin) then pointed out in reference to the “dynamic acoustic spaces” that were early twentieth-century German cities. Focussing on anti-noise campaigns, Morat astutely connected Georg Simmel's proposition of growing nervous intensity to Walter Benjamin's idea of “innervation”, showing how modernity ushered in a distinct urban soundscape, provoking urban dwellers' fear of society's weakening nerves, particularly among the bourgeoisie. By midday, as participants headed for sensorial pleasures of the buffet, the table was set for two days of nourishing debates.

This interplay between sensory stimuli as objectified realities – to be shaped and controlled, eliminated or celebrated – and as subjective experiences – that forge identities, communities and conflict – ran through the entire proceedings. Together, the papers demonstrated the contested role of the senses in shaping ideas and ideals about urban space. At the heart of such tensions stood efforts to control and regulate sensory pulses in various urban settings. While Corbin and others have shown that this tendency intensified in the nineteenth century, through attempts to shape and regulate the city, to bring it in line with modern principles of rationality, sanitation, circulation and profit, several speakers traced these tendencies to much earlier times. As far back as the thirteenth century, Judicaël Petrowitse (Paris) showed, the cramped and colourful medieval market came under the moral fire of religious authorities, while Dolly Jørgensen (Umeå) adopted an environmental history approach to demonstrate that medieval urban dwellers also felt repulsed by smells considered to be unpleasant. By the early modern period, Parisian gardeners responded to upper-class sensibilities by creating urban sensory oases (Clé-

ment Gurvil, Paris), while Old Reich municipal authorities worked to regulate the auditory clamour of bustling towns (Philip Hahn, Frankfurt). For all of their apparent cacophony, the soundscape of the Italian Renaissance cities were also highly politically and socially structured, noted Florence Alazard (Tours).

If these tendencies predated modernity's regulatory impulse, so too did the modernising body resist attempts to codify and standardise sensorial norms. This was true as much in late seventeenth-century America, where as Paul Musselwhite (Williamsburg) discussed, colonial realities conflicted with the norms imposed by metropolitan elites, as in turn-of-the-twentieth-century cities on both sides of the Atlantic, where rapid expansion brought urban dwellers into unprecedented haptic contact, challenging bourgeois ideals of the individualised body (Nicolas Kenny, Vancouver), and of the ritualised city square (Vanessa Rodríguez-Galindo, Madrid).

While sensory experiences happen first on an individual level, several papers showed how their significance lies in the shared meanings they acquired through contact among occupants of urban spaces. Some speakers explained how space is deliberately imagined and constructed with the senses in mind, as in Daniel Siret's (Nantes) discussion of evolving conceptions of sunlight in architecture, or Stéphanie Guilmeau-Shala's (Paris) look at the importance attached to perception in Louis Bonnier's writings on urban design. Other participants focused instead on how spatial significance is itself borne out of striking sensory encounters, such as in Eric Fournier's (Paris) work on the sights and sounds of the 1871 Commune, in Anne-Emmanuelle Demartini's (Paris) analysis of the sensorial impulses of the spectacle of public executions, or in Mylène Pardoën's (Lyon) account of how military music shaped the rhythms of daily life for seventeenth-century urban dwellers.

Scholars have long taken note of western sensorial hierarchies through which sight and sound have been deemed the most rational and masculine forms of perception, casting smell, touch and taste as feminine, animalistic and perfidious. While sight and sound did take a prominent billing over the two days, though often as part of a broader sensorial whole, several papers delved specifically into what Viktoria von Hoffman (Liège) called the "lower senses" in a nuanced examination of taste and touch in Casanova's lascivious memoirs. Allan Kissane (Nottingham) concentrated specifically on touch in analysing contested claims of church sanctuary in medieval Lincoln. Smell featured prominently in talks by Lucile Grésillon (Caen/Alençon) on the contentious emanations of Kebab restaurants in the contemporary Parisian neighbourhood of la Huchette, and by Maria Pirogovskaya (St. Petersburg) on the changing olfactory memories associated with chlorine and cleanliness in Soviet Russia.

Scholarship on the senses has also noted the extent to which these bodily automatisms intervene in the construction of social identities, an issue also discussed in Tours, though to a lesser degree than what one might have expected, and with practically no discussion of how physical disabilities might modify the sensorial experience of the city. Gender roles and identities featured prominently in two papers on archetypes of Parisian women. Anne Monjaret (Paris) and Michela Niccolai (Montreal) showed how all five senses were instrumental in defining the norms of working-class femininity that were inculcated in the young women of the Belle Époque known as “midinettes”. For her part, Emmanuelle Retaillaud-Bajac (Tours) examined masculine travel writings to deconstruct representations of Paris itself as feminine, a tourist destination of gastronomic delight and sensuous discovery. One paper, by Mathilde Rossigneux-Méheust (Paris), concentrated specifically on age, examining the desensitising of old-age hospices in nineteenth-century Paris. Questions of how sensory experiences shaped racial and ethnic otherness were raised primarily by Sophie Chevalier’s (Besançon) study of the spatialisation of apartheid in Durban, by Nicolas Pitsos (Paris) who examined the orientalist discourse of French travel writers visiting nineteenth-century Constantinople, and by Anne Brogini (Nice) whose colourful depiction of the port of Malta in the modern period pointed to the sensorial surveillance to which were subjected the city’s residents and visitors, particularly its religious minorities.

A high point of the conference came at the end of the first day, when Jean-Marie Moine (Tours) entertained the participants with an animated barrel organ performance of several old French songs that vividly and humorously evoked the sensorial intensity of a crowded and bustling nineteenth-century Paris. The laughter and enthusiasm generated by the music reflected the richness of the exchanges that marked the entire symposium. Covering a wide range of periods and places, the event offered a dynamic meeting of approaches, methods and disciplines, going beyond history to include architecture, anthropology, geography, and musicology. This intellectual diversity, noted Emmanuelle Retaillaud-Bajac in her concluding remarks, was reflected in the truly international character of the meeting, and reinforced by the auditory delight of hearing discussions flow remarkably smoothly from French to English and back. The array of themes testified to the sustained relevance of the topic and the breadth of interpretive possibilities it offers, the extent of which will undoubtedly be confirmed in the planned publication of the proceedings.

Nicolas Kenny, Simon Fraser University, nicolas.kenny@sfu.ca

NINA JAVETTE KOEFOED /
ÅSA KARLSSON SJÖGREN

**Conference report:
Gender, Town and Citizenship ca. 1770-1870.
The making of the Modern Town in Umeå,
Sweden from 24th to 26th May 2011,
organised by *Gender in the European Town
Network*.**

Gender, Town and Citizenship

In May 2011, the network *Gender in the European Town* held a meeting in Umeå, Sweden. The interests of the network lie in examining the ways that the European urban experience was gendered over time and across borders. The network revolves around the operation of gender in three distinct, but interrelated, areas of urban study: the economic, the political and the spatial, and in Umeå special attention was paid to the political. A one-day seminar was held on the theme *Gender, Town and Citizenship ca. 1770-1870*, to be followed by a publication.

The political aspect was central to the seminar exploring how content and meaning was ascribed to citizenship through political actions. From a gender perspective, the seminar examined how modern citizenship developed. Political actions can have different forms and occur in different places depending on the gender and social status of the actor. Drawing on case-studies from different northern European towns, the papers examined how citizenship was negotiated and used in urban spaces, how people's need of care and support became political and how political citizenship was established and institutionalized.

The overall theme for the seminar was different sides of political activities, like print culture, courts, institutions, streets and care, and how these various activities performed by different actors in diverse places became political. The gender perspective in these studies addressed the relation between gender, the different frame for action given to men and women, and the content and meaning given to their actions. The papers in the seminar both discussed how the notion of gender had

consequences for the transformation and modernization of towns, and how the development of citizenship influenced the relations between gender and the meaning of gender.

The themes covered by the nine papers given at the seminar were divided into three main parts. Three papers addressed the active use of the urban space for negotiations about the content and the limitations of citizenship. Three other papers focused on poor relief as an issue where the active citizen could act to define his or her social and political role, and play an active role in the development of the town. The last three papers addressed the way in which political and legal conflicts contributed to establishing inclusion and exclusion in citizenship and the political arena.

The concepts of citizenship, civic identity and political action were central to the discussions. There is a long tradition of using the concept of citizenship within gender research. T. H. Marshall (in "Citizenship and social class") has been criticised for being blind on gender, but he points out how important it is to regard citizenship from different aspects and emphasises the unstable character of citizenship, with fluid boundaries and being under constant renegotiation. The papers addressed different aspects of gendered citizenship and examined how they interacted in the making of the political citizen and the modern town, focusing on citizenship as an active involvement while discussing the relation between action and the way in which it is described and understood in its own era. Thereby the implications and understanding of political activities were examined as well.

Civic identity is a theoretical concept complementary to citizenship. While it has not been used much in gender research, it is an established concept within research in urban history. Civic identity can be described as a locally rooted 'imagined community' with identification towards common norms and morals, which imitated the pattern of identification known from societies based on social ranks. Several papers investigated the establishment of 'imagined communities' made up by different kinds of civic identities and shaped by gender. Besides the gender perspective in relation to the concepts of citizenship and civic identity, the contributions dealt with the relation between different social groups and classes and the dynamic in these relations for the transformation of the concepts.

Towns and urban environments in a north-west European context were the subject of the seminar with case-studies from Ireland, Wales, England, Scotland, Denmark, Northern Germany and Sweden. Even though there are political, economic and social differences between the individual countries, there are aspects of urban environments that are inspired and developed on a transnational level, relating to an urban culture in which civic identity and citizenship are central to both action

and understanding. Taking the negotiating of male citizenship as a point of departure and closing with women's political citizenship, the seminar showed how both male and female political citizenship were based locally in the towns. It also theorized how the modernization of the town influenced political action and what action meant in transforming male and female citizenship during different periods of time.

Nina Javette Koefoed, Department of History and Area Studies, Faculty of Humanities, Aarhus University, hisnk@hum.au.dk,
Åsa Karlsson Sjögren, Department of historical, philosophical and religious studies at Umeå University, asa.karlsson.sjogren@historia.umu.se

E R I C L E B O U R H I S

**Tagungsbericht:
Zwischen Rekonstruktion und Modernisierung:
Öffentliche Debatten über historische
Stadtkerne im 20. und 21. Jahrhundert.
8. Tallinner Symposium zur Geschichte und
Kultur Nordosteuropas vom 15. bis 18.
September 2011 in Tallinn, Estland**

Das 8. Tallinner Symposium zur Geschichte und Kultur Nordosteuropas wurde vom Stadtarchiv Tallinn, der Universität Szczecin (DAAD Alfred Döblin-Proffessur für ost-europäische Geschichte), der Academia Baltica in Lübeck und der Aue-Stiftung in Helsinki in den Räumlichkeiten des Stadtarchivs Tallinn vom 15 bis 17. September 2011 veranstaltet. Die vom Verfasser konzipierte Themenstellung „Zwischen Rekonstruktion und Modernisierung: Öffentliche Debatten über historische Stadtkerne im 20. und 21. Jahrhundert“ umfasste etwa zwanzig Referate von Historikern, Architektur- und Kunsthistorikern sowie Kultur- und Sozialwissenschaftlern, die

den vielfältigen Umgang mit historischen Stadtkernen nach den Zerstörungen des Zweiten Weltkriegs im Ostseeraum reflektierten. Gemeinsame Schlüsselfrage war die Herausbildung einer fachinternen und öffentlichen Debatte, und deren Entwicklung in politischer oder wirtschaftlicher Hinsicht.

Die von Winfried Nerdinger 2010 herausgegebene Publikation zur Ausstellung *Geschichte der Rekonstruktion – Konstruktion der Geschichte* in der Münchener Pinakothek der Moderne hat eine neue wissenschaftliche Auseinandersetzung mit den Deutungen der Rekonstruktion ausgelöst und wurde zum Anknüpfungspunkt verschiedener Vorträge. In dieser Perspektive betonte Małgorzata Omilanowska (Danzig) die weitreichende Ausstrahlung der Warschauer Erfahrung: Während die Rekonstruktion der Altstadt nach dem Krieg vor allem psychologisch durch das Ausmaß der Zerstörung motiviert war, begründete die Rekonstruktion des Schlosses nach 1970 eine im Ostseeraum folgenreiche Zäsur. Denn von nun an wurde die Frage der Originaltreue anders gestellt. Das gilt insbesondere für Projekte, zu denen nur wenige Dokumente über den alten Zustand vorhanden sind, wie etwa beim Schloss in Vilnius (Alfredas Bumblauskas / Salvijus Kulevicius, Vilnius). Zu solchen Entwicklungen gehört auch die umstrittene Wiederherstellung des Berliner Stadtschlosses. John V. Maciuika (New York) verwies für diesen Fall auf die Macht politischer und gesellschaftlicher Diskurse, in denen die Beseitigung des Palasts der Republik wichtiger war als die konkrete Gestaltung des Schlossneubaus. Die Rückkehr oder Aneignung historischer Topographien tritt nämlich heute oft in Projekten hervor, die sich mit der Vergangenheit nicht nur unter kunsthistorischen Fragestellungen auseinandersetzen, sondern mehr auf historische Grundstückstrukturen oder auch nur die Atmosphäre des Ortes achten. Das zeigen jeweils der Versuch, dem Lübecker Gründerviertel ein historisierendes Gesicht zu verleihen (Manfred Finke, Lübeck), sowie, besonders plastisch, das neue „Fischerdorf“ in Kaliningrad, für das ein postmoderner Hansastil entwickelt wurde (Bert Hoppe, Berlin).

Meistererzählungen, die in solchen Prozessen kultureller Aneignung des städtischen Raumes zum Vorschein kommen, betonen die kulturellen Trennlinien der Gesellschaft. So bringt die moderne Fragestellung zu Altstädten kulturelle oder nationale Bilder mit sich, wie in Vilnius, wo vier kulturelle Bilder der Stadt gegenüber nacheinander antreten (Alvydas Nikžentaitis, Vilnius). Dass die (Re-)Nationalisierung von Denkmalpflege und Wiederaufbau auf nationale Konfliktlagen zurückzuführen ist, legte Arnold Bartetzky (Leipzig) an Beispielen aus Deutschland und Ostmitteleuropa nuanciert dar. Solche Deutungen verdichten sich in den Hauptstädten, wie Jerzy Kochanowski (Warschau) für Warschau nach dem Zweiten Weltkrieg zeigte. Interessanterweise hilft die Analyse des polnischen Wiederaufbaus, die städtische Rekonstruktion der frühen Francozeit in Spanien zu verstehen, da der

nationale Diskurs im autoritären politischen Kontext zur Konkretisierung ähnlicher Auferstehungsrhetoriken führte (José Faraldo und Carolina Rodríguez-Lopez, Madrid). In Breslau, so Gregor Thum (Seattle), wurden erste allumfassende Deutungen mittlerweile durch multiple „Narrative“ ersetzt, die eine zentrale Rolle in der Wiederaufwertung des historischen Stadtkerns seit 1990 spielen. Der Fall Wyborg (Petri Neuvonen, Helsinki) zeigt seinerseits, dass neue Deutungen auch mit Grenzen überschreitender Kooperation einhergehen können.

Darüber hinaus sollen diese Diskurse über Altstädte im Rahmen praktischer Fragestellungen analysiert werden. Die Schlussbemerkungen des Symposiums betonen, dass letztlich in jeder Stadt lokale und wechselnde Kompromisse zwischen Modernisierung und Erhaltung anzutreffen sind. Dies ist natürlich mit der Entwicklung des Städtebaus der Vorkriegszeit verbunden, wie es parallele Arbeiten über Stettin jeweils vor und nach dem Krieg zeigen (Katja Bernhardt, Berlin, und Szymon Piotr Kubiak, Stettin). In Danzig konnte der Wiederaufbau nach 1948 beispielhaft gleichzeitig historische und modernistische Utopien befriedigen (Jacek Friedrich, Danzig). Die Historisierung der Diskurse nach 1945 zeigt auch, wie präsent Wunschbilder einer modernen Transformation waren, selbst für die früh als wertvoll anerkannte Altstadt Tallinn (Epp Lankots, Tallinn). Parallel dazu entwickelte sich in Tallinn nach 1965 eine Denkmalpflege, die zu einem Muster der Altstadtpflege in der Sowjetunion wurde (Riin Alatalu, Tallinn). Darauf weisen die Verflechtungen im Denkmalschutzes und der Stadtplanung hin, wie Eric Le Bourhis (Paris) für Riga herausarbeitete. Solche Diskussionen waren aber kein Privileg von Fachleuten. Georg Wagner-Kyora (Berlin) hat am Beispiel des Nikolaikirchenviertels in Hamburg in der Nachkriegszeit die sozialen Mechanismen für eine Aufwertung der Bausubstanz analysiert und die Kommunikation zwischen Politikern, Fachleuten, Investoren und Einwohnern hervorgehoben. Eine Analyse des Immobilienmarktes in Stockholm lässt ein Übernehmen von Werten erkennen, die von der Denkmalpflege entwickelt wurden (Håkan Forsell, Örebro). Mart Kalm (Tallinn) betonte dagegen, dass in der Sowjetunion bzw. den staatssozialistischen Systemen die Beziehung zwischen Entscheidungsträgern und Gesellschaft eine deutlich andere war als im Westen. Nichtsdestotrotz sind heute selbst in Sankt Petersburg Aktionen der Zivilgesellschaft gegenüber ambitionierten Modernisierungsprojekten möglich (Ljubov' Kudrjavceva, Sankt-Petersburg). Letztere Beispiele ermutigen, so Marc Schalenberg (Berlin), den Fokus der Forschung vom Rahmen der einzelnen Städte auf eine vergleichende Analyse der örtlichen Akteure wie auf transnationale Dimensionen der Debatten (z. B. das UNESCO-Welterbe) zu lenken.

Eric Le Bourhis, Doktorand an der École des hautes études en sciences sociales (EHESS), Paris, ericlebourhis@hotmail.com

Ausschreibung Forschungspreis für Nachwuchswissenschaftler/innen 2012

Zum dritten Mal schreibt die Gesellschaft für Stadtgeschichte und Urbanisierungsforschung (GSU) im Jahr 2012 einen Forschungspreis für Nachwuchswissenschaftler/innen aus.

Mit dem Preis soll eine herausragende Arbeit im Feld der Stadtgeschichte und Urbanisierungsforschung ausgezeichnet werden. Die Fördersumme beträgt 1.000,- Euro.

Der Preis wird während der Mitgliederversammlung der GSU auf dem Historikertag in Mainz (26.9.-29.9.2012) verliehen werden.

Zur Teilnahme aufgefordert und berechtigt sind junge Wissenschaftler/innen, die in theoretischer, methodischer oder empirischer Hinsicht einen innovativen Beitrag zur interdisziplinären Stadtgeschichtsforschung geleistet haben. Ausgezeichnet wird eine einschlägige Doktorarbeit, die nach dem 1. Mai 2010 an einer Universität im deutschsprachigen Raum eingereicht wurde. Die Arbeit muss in deutscher oder englischer Sprache verfasst sein.

Die Bewerbungsfrist endet am 30.4.2012. Einzureichen sind drei Exemplare der Arbeit, ein kurzer Lebenslauf, eine Zusammenfassung der Arbeit (max. 3 Seiten) sowie eine Bestätigung der Universität, dass die Arbeit dort eingereicht wurde, bzw. das Verfahren bereits abgeschlossen ist (z.B. Kopie der Promotionsurkunde).

Postanschrift:

Die stellvertretende Vorsitzende der GSU

Prof. Dr. Gisela Mettele

Friedrich-Schiller-Universität Jena

Historisches Institut

Lehrstuhl für Geschlechtergeschichte

Zwätzengasse 3

D-07743 Jena

Für die Gesellschaft für Stadtgeschichte und Urbanisierungsforschung e.V.

Dieter Schott

(1. Vorsitzender)

Sektion Städtebau- und Planungsgeschichte der GSU

Der AK Planungsgeschichte hat sich inzwischen in mehreren Tagungen und Kooperationen inhaltlich erweitert und möchte dies mit einem leicht veränderten Titel deutlich machen.

Die Sektion Städtebau- und Planungsgeschichte der GSU ist ein disziplinenübergreifendes Netzwerk für Geschichts- und Planungswissenschaftler sowie Praktiker, die sich mit der historischen Dimension von Planung und Entwicklung von und in Städten und Regionen beschäftigen. Das Netzwerk fördert den interdisziplinären Austausch in diesem Themenfeld. Die Überzeugung, dass bei der Diskussion und Bewertung aktueller Themen der Stadtentwicklung fundierte Kenntnisse sowie tragfähige Analysen historischer Entwicklungszusammenhänge von hoher Bedeutung sind, bildet die inhaltliche Grundlage für dieses Netzwerk.

Wir verstehen Planung als Transformation gesellschaftlicher Erwartungen in Zukunftsentwürfe und Strategien für städtische und regionale Entwicklungen. Städtebau- und Planungsgeschichte setzt die Reflexion über Landes- und Regionalplanung sowie Städtebau – ihre Theorien und Entwürfe, ihre Ziele und Wirkungen, ihre Möglichkeiten und Grenzen – in Bezug zu sozialen, politischen, kulturellen und ökonomischen Entwicklungen in Städten. Ein wichtiges Ziel der Aktivitäten des Netzwerks ist es, vergangenheits- und gegenwartsorientierte Arbeitsweisen auf dem Gebiet der Stadtplanung und des Städtebaus aufeinander zu beziehen und konstruktiv zu verknüpfen.

Die Sektion Planungs- und Städtebaugeschichte ermöglicht und erleichtert die Kommunikation, den Austausch und die Zusammenarbeit zwischen einzelnen Forschern und Forschergruppen in Hochschulen und Forschungsinstitutionen sowie Akteuren in Politik und Praxis.

Die Sektion organisiert wissenschaftliche Konferenzen in Kooperation mit wechselnden Forschungsinstitutionen und sorgt für die Veröffentlichung der Arbeitsergebnisse dieser Diskussionsforen. Sie kooperiert mit weiteren nationalen wie internationalen Initiativen und Fachvereinigungen, die sich mit Städtebau- und Planungsgeschichte beschäftigen. Ein besonderes Anliegen der Sektion ist die Nachwuchsförderung auf diesem Gebiet.

Kontakt:

Dr.-Ing. Celina Kress
Center for Metropolitan Studies (CMS)
Technische Universität Berlin
Ernst-Reuter-Platz 7 | TEL 3-0
10587 Berlin
Fon: +49 (0)30-314 28429
celina.kress@metropolitanstudies.de

Dr. Sebastian Haumann
Technische Universität Darmstadt
Institut für Geschichte
Residenzschloss
64283 Darmstadt
haumann@pg.tu-darmstadt.de

Termine

1. Halbjahr 2012

19. – 20. Januar
Konferenz: *12. Werkstattgespräch zur Bau- und Planungsgeschichte der DDR*
Leibniz-Institut für Regionentwicklung und Strukturplanung (IRS)/Wissenschaftliche Sammlungen, Erkner
<http://hsozkult.geschichte.hu-berlin.de/termine/id=16807>
5. – 8. Februar
Konferenz: *Urban Transformations: booms, busts and other catastrophes. 11th Australasian Urban History/Planning History Conference.*
University of Western Australia, Perth, Australien
<http://www2.le.ac.uk/departments/urbanhistory/news/2012/february/auhphc.pdf>
10. – 11. Februar
Konferenz: Nationalism and the City
The Centre for Research in the Arts, Social Sciences and Humanities, Cambridge, Großbritannien
<http://www.crash.cam.ac.uk/events/1684/>
09. – 10. März
Konferenz: *The City. Analysing Contemporary Transformations and Structures*
Bielefeld Graduate School in History and Sociology, Universität Bielefeld
<http://hsozkult.geschichte.hu-berlin.de/termine/id=16544>
19. – 20. März
Tagung: *Urbanität. Formen der Inszenierung in Texten, Karten, Bildern.*
Institut für vergleichende Städtegeschichte, Münster
<http://www.uni-muenster.de/Staedtegeschichte/veranstaltungen/fruehjahrstagung.html>

29. – 30. März *Konferenz: The Living and Liveably City: Health, Lifestyle and Sustainability. Urban History Group Annual Conference.*
St. Catherine's College, Oxford
<http://www2.le.ac.uk/departments/urbanhistory/uhg/conference-2012>
24. – 25. April *Konferenz: Sports and the city: competition, cultures, identities and urban life since 1880.*
University of Westminster, London
<http://www2.le.ac.uk/departments/urbanhistory/news/2012/april/SportCity.pdf>
10. – 11. Mai *Tagung: Kirchenräume neu denken. Kirchen und Stadtidentität in Klein- und Mittelstädten.*
Forum Stadt e.V., Rottweil
http://www.forum-stadt.eu/servlet/PB/menu/1428297_11/index.html

Vorschau 2. Halbjahr 2012

15. – 18. Juli *Konferenz: Cities, nations and regions in planning history 15th International Planning History Society Conference.*
Sao Paulo, Brasilien
<http://www.fau.usp.br/15-iphs-conference-sao-paulo-2012/>
29. August – 1. Sept. *Konferenz: 11th International Conference on Urban History*
European Association for Urban History
Prag, Tschechien
<http://www.eauh2012.com/>

25. – 28. September 49. Deutscher Historikertag, *“Ressourcen – Konflikte”*
Universität Mainz
Während des Historikertags wird die Mitgliederversammlung der GSU mit Verleihung des Forschungspreises stattfinden.
<http://www.historikertag.de>
26. – 28. Oktober Konferenz: *The cosmopolitan metropolis: Sixth biennial Urban History Association Conference*
New York (USA)
<http://uha.udayton.edu/conf.html>

