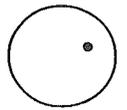


Gesellschaft für Volkskunde



in Schleswig-Holstein e.V.



TOP 33



TOP 33

Berichte der Gesellschaft für Volkskunde in Schleswig-Holstein e.V.
www.volkskunde-sh.de

17. Jahrgang

Juni 2007

TOP ist ein Mitteilungsheft der GVSH und berichtet über die Arbeit von Vorstand, Beirat, Arbeitskreisen und Mitgliedern. Alle mit Namen gezeichneten Beiträge von Mitarbeitern und Lesern sowie Anzeigen geben die Meinung der jeweiligen Autoren und nicht die Meinung der Redaktion oder der Gesellschaft wieder. Wir möchten alle, die sich mit volkskundlichen, kultur-, sozial- und alltagsgeschichtlichen Fragen beschäftigen, motivieren, von ihrer Arbeit zu berichten. Beiträge für TOP sind jederzeit willkommen. Auswahl und Kürzung behält sich die Redaktion vor. Manuskripte können in den Dateiformaten .doc oder .rtf eingereicht werden. Bilddateien bitte in den Formaten .jpg oder .tif senden. Die Auflösung von Fotografien und ähnlichen Abbildungen sollte mindestens 300 dpi betragen. Für Strichzeichnungen (z. B. Grundrisse) ist eine Auflösung von 600 dpi erforderlich. Bildvorlagen können aber auch bis zum Format DIN A 4 direkt an die Redaktion geschickt werden. Nach der Bearbeitung werden die Vorlagen zurückgesandt, wenn dies gewünscht wird.

CD-ROMs und Bildvorlagen bitte an:

Melanie Zühlke M.A., Alsenstraße 9, 23556 Lübeck, Tel. (0451) 2 09 41 97. Per E-Mail erreichen Dateien die Redaktion unter der Adresse redaktion@volkskunde-sh.de.

Redaktionsschluss für das nächste Heft ist der **31. Oktober 2007**

Titelbild: Marke des Zinngießers Hans Krohn in Oldesloe.

TOP 33/2007

Herausgeberin: Gesellschaft für Volkskunde in Schleswig-Holstein e.V.

Redaktion für dieses Heft: Renko Buß M. A., Dr. Nils Hansen, Guntram Turkowski M. A.,
Melanie Zühlke M.A.

Layout: Katja Nawroth

Geschäftsstelle der GVSH: Dr. Stefanie Janssen,
Heikendorfer Weg 86, 24248 Mönkeberg,
Tel. (04 31) 23 18 62, E-Mail: geschaeftsuehrung@volkskunde-sh.de

Bankverbindung der GVSH: Sparkasse Mittelholstein AG Rendsburg

Konto Nr.: 13 796 (BLZ: 214 500 00)

ISSN 1860-2282

© 2007 Gesellschaft für Volkskunde in Schleswig-Holstein e.V.

Inhaltsverzeichnis

Aufsätze

- Jördis Erich*, Die Stadt Kiel und die „Zebras“: Der THW als Identitäts- und Imagekampagne 4
- Esther Leroy*, Frauenforschung und ihre Institutionalisierung: Das Beispiel des Promotionsstudienganges „Interdisziplinäre Kulturanalyse: Gender Studies“ an der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel 37

Berichte und Mitteilungen

- Jenni Boie*, Volontariat am Museum der Arbeit 47
- Heinz-Wilhelm Hansen*, Von Meistermarken und wissenschaftlichen Ambitionen 51
- Aufruf: Vergessene Orte in Schleswig-Holstein und ihre Geschichten 56
- Stefanie Janssen*, Schiffe fliegen durch die Welt ... und landen im Flensburger Schifffahrtsmuseum 57
- Thomas Winkelmann*, GVSH-Kassenbericht. Abrechnung für das Geschäftsjahr 2006 62

Buchbesprechungen 63

Die Stadt Kiel und die „Zebras“: Der THW als Identitäts- und Imagekampagne¹

Jördis Erich

Einleitung

In der Außendarstellung und in seiner Präsenz vor Ort gehört der Handballbundesligist THW Kiel² zur Landeshauptstadt Schleswig-Holsteins wie die Kieler Woche, das Meer oder die Sprotten. Dass der konstante sportliche und wirtschaftliche Erfolg des Vereins auch für die Imagewerbung und als Identifikationsangebot der Stadtpolitik genutzt wird, scheint aus diesem Grund nur allzu nahe liegend. Wieso, kann man sich fragen, ist dies überhaupt nötig? Die Antwort darauf kann zunächst mit einem Blick auf die Situation der bundesdeutschen Städte gefunden werden: denn in Zeiten ökonomischen Strukturwandels und zunehmender nationaler sowie internationaler Konkurrenz wird es für die Kommunalpolitik immer wichtiger, die eigene Stadt oder Region über räumliche Besonderheiten und Einzigartigkeit hervorzuheben. In optimaler Form kann diese Präsentation über inszenierte Stadt-ereignisse geschehen, denn diese bieten die Möglichkeit, zentriert die Darstellung der Einzigartigkeit zu bündeln und via Medien an mögliche Neuinvestoren sowie zu Touristen zu transportieren. Neben der Betonung historischer und kultureller Merkmale und der Akzentuierung natürlicher Gegebenheiten kann auch die Reputation eines Sportvereins sowie seiner Veranstaltungen dazu beitragen, die Wertigkeit eines Standortes zu steigern, indem ein bereits bestehendes inszeniertes Selbstbild eines Sportvereins auf das Image einer Stadt übertragen wird.³

Gleichzeitig können die transportierten Botschaften eines Sportvereins als wirk-same Mittel eingesetzt werden, um eine zusätzliche Identifikationsebene für die Bürger der Stadt herzustellen. Mit dem Hintergrund der gesteigerten gesellschaftlichen Bedeutung des Freizeitsektors als Abgrenzung zum Arbeitsalltag liefern Sport-veranstaltungen verschiedenster Art, direkt vor Ort als gemeinsames Erlebnis oder

¹ Dieser Aufsatz basiert auf den Ergebnissen meiner Magisterarbeit mit dem Titel „Olé, hier kommt der THW. Zur Festivalisierung einer Sportveranstaltung“, die im Juli 2004 dem Prüfungsamt der Philosophischen Fakultät der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel vorgelegt worden ist. Der vorliegende Text entspricht meinem Vortrag unter dem gleichen Titel im Kieler Stadtmuseum Warleberger Hof am 11. Januar 2007.

² Im Folgenden wird der Handballbundesligist THW Kiel als THW abgekürzt.

³ Vgl. als weitere Darstellung: Christoph Burmann/Axel Nitschke: Bewertung von Sponsorships und Marketing-Events. Ökonomisierung der Imagewirkungen von Werder Bremen auf die Stadt Bremen (= Markenmanagement, Bd. 1). Münster 2005.

in rezeptiver Ebene über die Medienberichterstattung, zusätzliche Identitätsangebote.

Als gesellschaftstheoretische Einordnung ist in diesem Zusammenhang die Darstellung „Die Erlebnisgesellschaft“⁴ des Soziologen Gerhard Schulze aussagekräftig. In seiner auf empirischen Daten basierenden Untersuchung hält er fest, dass Identitätsbezüge in der Gegenwart immer häufiger und intensiver über gemeinsame Erlebnisse hergestellt werden. So gilt für ihn die zunehmende Erlebnisorientierung der Gesellschaft als „... unmittelbarste Form der Suche nach Glück.“⁵ Milieus und Lebensstile würden sich nicht mehr durch Beziehungsvorgaben durch Herkunft und Beruf bestimmen, sondern durch Wahlen, in denen das Individuum das Milieu aufgrund ähnlicher ästhetischer Präferenzen bzw. Abneigungen von Erlebnissen aussuche. In Bezug auf Sportvereine kann die regionale Ausrichtung des Vereins als Manifestierung von Identität für die Rezipienten als besonders elementar eingeschätzt werden, speziell als räumlicher Bezugsraum und emotionaler Kompensationsraum.

In diesem Aufsatz sollen diese angesprochenen Funktionsebenen am Beispiel der Handballbundesligamannschaft des „Turnverein Hassee-Winterbek“ (THW e.V.), als Kieler Stadtteilverein, untersucht werden. Dabei geht es weniger darum, städtische Werbekampagnen in ihrer konkreten Ausrichtungen und ihren Aufgaben zu beschreiben, als die funktionalen Selbstbilder des THW zu untersuchen, die dann als ein Aspekt unter vielen von Seiten der Stadt in eigener Sache genutzt werden. Aus diesem Grund wird zunächst das inszenierte Image des Vereins als vermitteltes Selbstbild geklärt. Dies geschieht durch die Analyse der Vereinszeitschrift „Zebra Journal“⁶ als jährlicher Überblick zum Stand des Vereins vor Saisonbeginn sowie der Imagebroschüre des Vereins⁷ unter besonderer Berücksichtigung des Auftretens als Wirtschaftsunternehmen⁸ und der Positionierung der Spieler.

Im Anschluss daran wird auf der tatsächlichen Ereignisebene gedacht, d.h. dass sowohl die Bundesligaspiele als auch die Meisterfeiern des THW dargestellt und analysiert werden. Als theoretische Grundlage wird dafür auf einen Ansatz zurück-

⁴ Vgl. Gerhard Schulze: Die Erlebnisgesellschaft: Kultursoziologie der Gegenwart. Frankfurt/Main 1992, hier S. 14.

⁵ Schulze 1992, S. 14.

⁶ Erstmals erschien das „Zebra Journal“ im Jahre 1997. In die Untersuchung eingebunden wurden alle Jahrgänge bis 2003.

⁷ Die Imagebroschüre stammt aus dem Jahr 2003. Sie wird vom THW an mögliche Neusponsoren verteilt, ist aber auch auf der Homepage des Vereins einzusehen. Vgl. www.thw-provinzial.de vom 05.03.2004.

⁸ Dies ergibt sich aus der zunehmenden Professionalisierung und Kommerzialisierung im Leistungssport. Vgl. u.a. Markus Lamprecht/Hanspeter Stamm: Sport zwischen Kultur, Kult und Kommerz. Zürich 2002.

gegriffen, der die Elemente der Image- und Identitätskampagnen über Stadtereignisse in Abhängigkeit zu gesellschaftlichen Prozessen miteinander bindet: der Ansatz der Festivalisierung, der von den Stadtsoziologen Hartmut Häußermann und Walter Siebel geprägt wurde.⁹ Die beiden Autoren heben in ihrer Arbeit hervor, dass die Ausrichtung von Großereignissen zu einem Teil der Stadtentwicklungspolitik geworden sei, indem einerseits über die Veranstaltung zusätzliche Identifikationsangebote zur Stärkung der innerbürgerlichen Gemeinschaft gemacht werden, zum anderen ein prägendes Stadtimage inszeniert wird. Des Weiteren wird die Festivalisierung als optimale Möglichkeit der Stadtpolitiker bestimmt, Ereignisse dieser Art in populistischer Absicht zu nutzen, um die Identifikation der Bürger mit ihrer Stadt und vor allem deren Repräsentanten zu stärken. „Den Bewohnern und Bewohnerinnen soll die Bedeutung ‚ihrer‘ Stadt vor Augen geführt werden. Die Identifikationsmöglichkeiten der Bewohner mit der Stadt sollen gefördert, das Image der Stadt nach außen wie nach innen ‚aufpoliert‘ werden.“¹⁰

Da die Theorie der Festivalisierung im eigentlichen Sinne von einer einmaligen, zentrierten Großveranstaltung ausgeht¹¹, werden in dieser Untersuchung die Meisterfeiern des THW als ‚klassische‘ Festivalisierung angenommen. Schwerpunkte bilden die Symbiose von Stadtpolitik und Sportverein als Voraussetzung für das Gelingen der Festivalisierung, die Inszenierung eines Stadtimages sowie die Ausbildung von Identitätsbezügen für die Kieler Bürger.¹² Die Bundesligaspiele passen im eigentlichen Sinne nicht zu der in der Literatur angegebenen Typisierung der Festivalisierung, da sie eine wöchentliche Wiederholung finden. Aus diesem Grunde werden sie als ‚abgewandelte‘ Festivalisierung bezeichnet. Anhand der Abläufe, Inszenierungen und Rituale der Spiele soll analysiert werden, wie auf dieser Ebene die Festivalisierung, gerade zugunsten des Images des Sportvereins, funktioniert.

⁹ Hartmut Häußermann/Walter Siebel (Hg.): Festivalisierung der Stadtpolitik. Stadtentwicklung durch große Projekte (= Leviathan. Zeitschrift für Sozialwissenschaften Sonderheft 13). Opladen 1993.

¹⁰ Bernhard Stratmann: Stadtentwicklung in globalen Zeiten. Lokale Strategien, städtische Lebensqualität und Globalisierung (= Stadtforschung aktuell Bd. 75). Berlin 1999, S. 172.

¹¹ Die bisherigen Themenschwerpunkte der wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit der Festivalisierung sind u.a. Weltausstellungen und Olympische Spiele, die einmalig, auf begrenzte Zeit an unterschiedlichen Orten stattfinden. Vgl. Häußermann/Siebel (Hg.) 1993, S. 7ff. sowie Heidi Müller/Klaus Selle (Hg.): EXPOst. Großprojekte und Festivalisierung als Mittel der Stadt- und Regionalentwicklung. Lernen von Hannover (= Werkbericht der AGB, Bd. 48). Dortmund 2002.

¹² Für die Analyse wurden ausgesuchte Artikel der Kieler Nachrichten (folgend abgekürzt mit KN) ab 1997 genutzt.

Anhand von Schulzes theoretischem Lebensstilmodell der Erlebnisgesellschaft soll gleichzeitig als kulturwissenschaftliches Modell herausgestellt werden, welche Wertvorstellungen der Gesellschaft sich hinter diesen Darstellungen verbergen und welche möglichen Identitäts- und Gemeinschaftsmanifestationen sich für die Teilnehmer der Veranstaltung feststellen lassen.¹³

Begriff und Funktion der Festivalisierung als theoretischer Ausgangspunkt

Der Festivalisierungsbegriff entstammt im eigentlichen Sinne der Eventforschung.¹⁴ Die Ausbildung und Ausformung von Events kann als Ergebnis gesellschaftlicher Prozesse bezeichnet werden:

„Betrachtet man Events in diesen größeren gesellschaftlichen Zusammenhängen, dann lassen sie sich als die spezifischen Feiern und Feste einer sich individualisierenden, pluralisierenden und zunehmend verszenenden Konsum- und Erlebnisgesellschaft bezeichnen.“¹⁵

Trotz aller Unterschiede im Detail ist allen Events eines gleich: das Versprechen eines totalen Erlebnisses, das unterschiedlichste Erlebnisinhalte und -formen zu einem nach ästhetischen Kriterien entwickelten Ganzen zusammenbindet. Die Projektorientierung der Festivalisierung ist charakteristisch für die Reaktion der Politik auf den ökonomischen Strukturwandel der Städte, der ihre Funktion und Entwicklung seit Mitte der 70er Jahre des 20. Jahrhunderts bestimmt.¹⁶ Denn unter den Bedingungen globalen Strukturwandels verengen sich die Handlungsbedingungen lokaler Politik zunehmend. Orientierungslosigkeit über die Wertigkeit des lokalen Standortes in Zeiten von ökonomischer Stagnation, öffentlichen Finanzkrisen und Deregulierung ist die Folge. In dieser Zwangslage verspricht das Event und die Festivalisierung Kompensation, finanzielle Aufwertung und ästhetische Herausforderung, gerade durch spektakuläre Aktionen, die sie aus der Masse der anderen Städte bzw. Events hervorheben.¹⁷ Städte und ihre Veranstaltungen werden mit

¹³ Methodisch wurde sich dem Thema vor allen Dingen über die Zeitschriften- und Zeitungsanalyse genähert. Sinnvolle Ergänzungen fanden sich in der teilnehmenden Beobachtung bei der Teilnahme an fünf Bundesligaspielen und über ein Experteninterview, das mit der Marketingverantwortlichen des THW Katja Kazanowski geführt wurde.

¹⁴ Vgl. zur Entwicklung und Bedeutung des Events: Winfried Gebhardt u.a. (Hg.): Events. Soziologie des Außergewöhnlichen (= Erlebniswelten, Bd. 2). Opladen 2000.

¹⁵ Gebhardt u.a. (Hg.) 2000, S. 29.

¹⁶ Zur Stadtentwicklung der BRD seit dem 2. Weltkrieg und den entsprechenden politischen Aktionen: vgl. Häußermann/Siebel (Hg.) 1993, S. 11 ff.

¹⁷ Vgl. Häußermann/Siebel (Hg.) 1993, S. 19 ff. sowie Franz Springer (Hg.): Standort Stadt. Vorträge, Aussprachen und Ergebnisse der 29. ordentlichen Hauptversammlung des Deut-

Hilfe des Stadtmarketings zu Waren, die produziert, angeboten und beworben werden und im Idealfall dadurch ein bestimmtes Image zugeschrieben bekommen.¹⁸ Dabei wird der Erfolg der Veranstaltung auf die Stadt und sein Image übertragen.

Dass die Festivalisierung auch als Mittel genutzt wird, um eine für ihre Bürger identifikationsfähige Stadt oder Region zu bewahren, zeigt Ueli Gyr: „Ein [bereits bestehendes] Symbol einer Region wird aus dem eigentlichen Kontext herausgeholt, um es anders zu besetzen, um Identität nach Innen und Besonderheit nach Außen darzustellen.“¹⁹ Städte sind heute in Zeiten der Globalisierung für große Teile der Bevölkerung immer weniger der gemeinsame Ort des ganzen Alltags. Damit nimmt die generalisierende Identifikation der Bürger mit ihrer jeweiligen Stadt ebenso ab, wie ihre eigentliche Kompensationsfunktion. Die Inszenierung eines großen Stadtereignisses kann infolgedessen einerseits den Versuch bilden, städtische Identität und Identifikation mit der Stadt zu stärken, andererseits als „... Inszenierungen von ‚Gemeinsinn‘“²⁰ zu gelten. Eine besonders intensive Form der räumlichen Identitätsvergewisserung durch ein Ereignis kann der Sportveranstaltung zugeschrieben werden, da es um Parteinahme für einen Verein, das emotionale Miteinander und die offensichtliche Gemeinschaft beim Zittern um Sieg und Niederlage geht. Die Wahl, zu welchem Sportereignis man geht, hat zumeist einen stark regionalen Bezug. Denn es ist nicht nur die Veranstaltung an sich, die die Besucher anzieht, sondern häufig auch die bereits bestehende Verbindung oder Identifikation mit einem Verein als Teil der eigenen regionalen Kultur.²¹

Zielgruppenanalyse beim THW Kiel

Die Anbieter von Erlebnissen sind daran interessiert, sich über die Konstruktion eines Produktimages, aus der Masse der Möglichkeiten hervorzuheben. Dies gilt auch für die Sportveranstaltung und für die Vereine:

schen Städtetages vom 3. bis 5. Juni 1997 in Hamburg (= Neue Schriften des Deutschen Städtetages Bd. 73). Stuttgart 1997.

¹⁸ Startmann 1999, S. 175.

¹⁹ Ueli Gyr: Kühe in der Stadt. Alpinisierung und Ethnoboomb im Zeichen der Postmoderne. In: Siegfried Becker u.a. (Hg.): Volkskundliche Tableaus. Eine Festschrift für Martin Scharfe von Weggefährten, Freunden und Schülern. Münster 2001, S. 446.

²⁰ Häußermann/Siebel (Hg.) 1993, S. 23.

²¹ Vgl. Karl-Heinrich Bette: Asphaltkultur. Zur Versportlichung und Festivalisierung urbaner Räume. In: Hans-Jürgen Hohm (Hg.): Straße und Straßenkultur. Interdisziplinäre Beobachtungen eines öffentlichen Sozialraumes in der fortgeschrittenen Moderne (= Passagen und Transzendenzen. Studien zur materiellen Religions- und Kulturosoziologie Bd. 2). Konstanz 1997, S. 319.

„Vereine beanspruchen einen spezifischen ‚Stil‘ für sich: Damit ist weniger die konkrete Spielweise als vielmehr ein ideelles Gerüst gemeint, damit sind sinnstiftende Lebensorientierungen und Vorstellungen verbunden. Vereine überzeugen aufgrund der Bilder, Werte und Verknüpfungen, die sie für ihre Anhänger transportieren.“²²

Der Transport der Botschaften geschieht weitestgehend über die Medien, wie auch beim THW, der mit dem Zebra Journal sogar ein eigenes Sprachrohr herausgibt, in dem er nachhaltig sein Image herstellen kann. Unterschiede gibt es darin, wie sich Vereine verschiedener Sportarten für ihre Zielgruppe präsentieren. Deswegen muss gefragt werden, welche spezifische Zielgruppe der THW hat und inwieweit sich diese auf Schulzes Deutung der Sozialmilieus übertragen lässt. Denn die Inszenierung eines Selbstbildes und die Vermarktung eines Vereins können nur funktionieren, wenn auf die emotionale Struktur der Konsumenten eingegangen wird.²³ Nach Schulzes Deutung der Erlebnisgesellschaft finden sich anhand dieser Einschätzung unterschiedliche Erlebnisinteressen der Sportzuschauer ausgelegt nach unterschiedlichen ästhetischen Erwartungen.²⁴

Für die Zielgruppenanalyse beim THW wurde auf eine empirische Untersuchung aus dem Jahre 1985 zurückgegriffen, in der verschiedene Sportpublika in Hinblick auf Anfahrtswege, Alters- und der Bildungsstruktur eingeteilt wurden.²⁵ Es wurde festgestellt, dass der Besuch der Handballspiele beim THW ein eher lokales Phänomen ist, d.h., dass die Zuschauer mehrheitlich aus Kiel und Umgebung anreisen.²⁶ Des Weiteren ist das THW-Publikum im Vergleich mit anderen Besuchern von Sportveranstaltungen mit einem Durchschnittsalter von 35 Jahren relativ alt²⁷ sowie in der Mehrzahl beruflich den Angestellten zuzurechnen.²⁸ Trotz dieser Einschätzung ist es schwierig, eine generelle Aussage über die Zielgruppe zu treffen, denn Zuschauer sind in den wenigsten Fällen eine homogene Einheit. Um der Gefahr der zu starken Kategorisierung zu entgehen, soll nur davon ausgegangen werden, dass es eine mögliche Großgruppierung der Zuschauerschaft darstellt. Vergleicht man diese Daten mit Schulzes Aussagen über Milieus als gruppenspezifische Profile und Mo-

²² Brigitta Schmidt-Lauber (Hg.): FC. St. Pauli. Zur Ethnographie eines Vereins (= Studien zur Alltagsforschung Bd. 4). Münster 2003, S. 16.

²³ Vgl. Schmidt-Lauber (Hg.) 2003, S. 155 ff.

²⁴ Vgl. Bernd Strauß (Hg.): Zuschauer. Göttingen 1998, S. 119 ff.

²⁵ Hans J. Stollenwerk: Sport-Zuschauer-Medien (= Edition Sport und Freizeit Bd.4). Aachen 1996.

²⁶ Stollenwerk 1996, S. 54.

²⁷ Vgl. Stollenwerk 1996, S. 62.

²⁸ Vgl. Stollenwerk 1996, S. 68.

delle, ist festzustellen, dass die aufgestellten Kriterien des THW-Publikums am ehesten in das Konzept des Integrationsmilieus passen.²⁹ Diese Einschätzung widerspricht Schulzes eigentlicher Deutung des Sportzuschauers und ist umso erstaunlicher, weil in der Darstellung des Integrationsmilieus der Sport keinerlei Erwähnung findet.

Das Selbstbild des THW Kiel als „Wirtschaftsmarke“

Für die Darstellung des Selbstbildes des THW ist der Umgang mit der zunehmenden Kommerzialisierung und Professionalisierung im Leistungssport aussagekräftig. „Die Kommerzialisierung des Sports ... hat veränderte Sportformen hervorgebracht, die mit dem ursprünglichen Werten oft nur wenig zu tun haben.“³⁰ Kommerzialisierung bedeutet hier vor allen Dingen, dass der Sport für sportfremde Zwecke vermarktet wird, wie z.B. für das Fernsehen oder Investoren und Sponsoren. Innerhalb der Kommerzialisierung und Professionalisierung hat sich auch die Funktion der Vereine gewandelt, da viele Ursprungsvereine von den neuen Pflichten überfordert sind.³¹ Im Zuge dieser Entwicklung ist es indes wichtig, dass gerade die „Echtheit“³² des Sports und seine klassischen Werte beibehalten und in die Organisation integriert werden, um die Anhänger des Sports langfristig an die Veranstaltung zu binden.³³ Die steigende Popularität des Handballsports bietet heute eine große Plattform für Sponsoren, die ihre Werbung einem breiten Publikum präsentieren wollen. Um den Ansprüchen des Sportmarktes entgegenzukommen, musste auch der THW seine Vereinsstrukturen ändern. Folge war die Herauslösung der 1. Handballbundesligamannschaft des THW aus dem Ursprungsverein im Jahre 1992 sowie die Gründung der „THW Kiel Handball-Bundesliga GmbH & Co.KG“. Heute ist der THW zu einem erfolgreichen Wirtschaftsunternehmen unter professioneller Führung geworden, dessen Etat in die Millionen geht und sich im stetigen Wachstum befindet.³⁴

Der THW Kiel setzt sich als Wirtschaftsunternehmen das Ziel, durch Qualität und professionelle Arbeitsmethoden zu bestehen und die äußeren Entwicklungen

²⁹ Vgl. Schulze 1992, S. 311.

³⁰ Wolfram Ochs: Der inszenierte Sport und seine Stars. Der publikumswirksame Spitzensport auf dem Weg zum kommerzialisierten Spektakel. In: Olympische Jugend 38 (1993), S. 16-20.

³¹ Vgl. Klaus Heinemann/Hartmut Becker (Hg.): Die Zukunft des Sports. Materialien zum Kongress „Menschen im Sport 2000“. Berlin 1986, S. 123.

³² Vgl. Gebhardt u.a. (Hg.) 2000, S. 309.

³³ Vgl. Heinemann/Becker (Hg.) 1986, S. 122.

³⁴ Betrag der Etat des THW im Jahre 1996/1997 noch 3,7 Mio. DM sind es in der Saison 2003/2004 bereits 4,8 Mio. Euro. Vgl. www.thw-provinzial.de vom 17.04.2004.

auf seine Arbeitsweise anzupassen. Er gilt als Branchenprimus und „Trendsetter der Handballbundesliga“³⁵, da er als einer der ersten Bundesligavereine die wirtschaftlichen Entwicklungen hin zum Profisport professionell umgesetzt hat.³⁶ Die Darstellung der eigenen Arbeit ist konform mit den optimalen Normen, Tugenden und Werten anderer Wirtschaftsunternehmen: Leistungsfähigkeit, Qualität, perfekte Organisation, Teamfähigkeit und freundschaftliches Miteinander. Dies wird in den Sprachrohren des Vereins bestätigt: „Beim THW arbeiten an allen Stellen fachkundige Leute. Außerdem ist das Klima im Klub ausgezeichnet.“³⁷ Neben der Geschäftsführung existiert als zusätzliche Einheit der wirtschaftlichen Aktivität „Zebra 2000“, das es seit dem Jahr 1993 gibt. Er vereint Kleinsponsoren, hauptsächlich selbstständige Handwerker, aus dem regionalen Umland, die den THW unabhängig von anderen großen Geldgebern unterstützen wollen. Uwe Schwenker, Geschäftsführer des THW, stellt die Unterstützung der Kleinsponsoren als wichtige Basis des Erfolgs heraus: „Ganz wichtig bleiben unsere vielen treuen Förderer aus der Region im Zebra-2000-Club oder als Anzeigenkunden in den THW-Programmheften, die alle dafür sorgen, dass es Spitzensport in Kiel gibt.“³⁸ Dies zeugt von der regionalen Bindung, die der THW, trotz nationaler Aufmerksamkeit, aufrecht erhalten will, um die räumliche Komponente und den darüber entstehenden regionalen Identitätsbezug nicht aus den Augen zu verlieren: „Die Zusammenarbeit mit regionalen Sponsoren ist wichtig, um das Identifikationspotential des THW zu steigern.“³⁹

In der Präsentation im Zebra Journal kommt des Weiteren die besondere Bedeutung des Hauptsponsors ‚Provinzial-Versicherung‘ zum Tragen, dem in jeder Ausgabe ein eigener Artikel gewidmet wird. Dabei nutzen die Unternehmen die positiven Werte, die über den THW entstehen, als Projektion auf ihre eigene Tätigkeit. Der Geschäftsführer der Provinzial Roland Reime dazu: „Aber sowohl der THW wie auch wir setzen auf Kontinuität. Wir stehen in guten wie in schlechten Zeiten zusammen. ... Der THW übermittelt Sympathiewerte, die für uns unbezahlbar sind.“⁴⁰ Dem THW ist es allerdings wichtig, dass der Rückbezug auf den Sport als wichtigste Basis stets gewährleistet ist. „Der Grund, warum alles geschieht, ist der Sport.“⁴¹ Er zielt darauf, als authentischer Sportverein zu wirken, und zu vermitteln, dass es bei der Arbeit des THW nicht nur um Geld, sondern auch um den sportlichen Erfolg

³⁵ „THW-GmbH feiert ihr Zehnjähriges.“ In: Zebra Journal 2002, S. 12.

³⁶ Imagebroschüre 2003, S. 30.

³⁷ „Sponsor mit Herz für ‚Zebras‘.“ In: Zebra Journal 1997, S. 28.

³⁸ „Storm und Schwenker: Der ewige Kampf ums liebe Geld.“ In: Zebra Journal 1998, S. 60.

³⁹ Katja Kazanowski im Gespräch vom 19.04.2004

⁴⁰ „Sponsor mit Herz für die ‚Zebras‘.“ In: Zebra Journal 1997, S. 28.

⁴¹ Katja Kazanowski im Gespräch vom 19.04.2004.

geht. So ist es auffällig, dass innerhalb der Geschäftsführung des THW, markante Positionen mit ehemaligen Spielern besetzt werden.⁴² Dies kann die Identifikation der Leser mit dem Verein stärken, da geglaubt wird, dass die ehemaligen Spieler auch die sportliche Seite im Blick behalten. „Wichtige Bedingung [für die Zusammenarbeit]: Das Herz muss für den THW schlagen.“⁴³ Der THW folgt damit dem Trend der Professionalisierung, ohne den Sport und sein damit verbundenes Image zu vernachlässigen. Dies ist wichtig, um die positiven Werte, die die Gesellschaft mit dem Sport verbindet, in die Überlegungen einzubeziehen. Trotz der Entwicklung zum Profiverein mit Profispielern will der THW ‚authentisch‘ als Sportclub und nicht als autonomes Wirtschaftsunternehmen gelten, da man davon ausgehen kann, dass es schwierig ist, sich mit einem Wirtschaftsunternehmen zu identifizieren.

„Sportlicher Erfolg kann in heutiger Zeit nur in Zusammenarbeit mit wirtschaftlichen Faktoren passieren. Die sportliche Basis steht allerdings beim THW im Vordergrund und wird auch immer das Hauptanliegen bleiben.“⁴⁴

Der THW schafft mittels der Darstellung durch seine Sprachrohre den Mittelweg zwischen Wirtschaftsunternehmen und traditionellem, regional geprägten Sportverein, indem er die professionelle Arbeit mit positiven Wertungen, den Vorstellungen der Gesellschaft entsprechend, ausstattet. Dabei gelten Begriffe wie Leistung, Fairness unter den Partnern, freundschaftliches Miteinander, Qualität oder Treue sowohl als positive Attitüden für die Wirtschaft als auch für den Sportbereich. Mit diesen bestimmten Bewertungen können sich die Leser identifizieren und so besser akzeptieren, dass der moderne Sport zum Geschäft geworden ist. Dies geschieht auch durch die Betonung der Zusammenarbeit mit regionalen Unternehmen. Der THW stärkt dadurch die Präsentation der schleswig-holsteinischen Wirtschaft und zeigt, dass er die ‚einfachen‘ Leute trotz bundesweitem Interesse nicht vergessen hat. Dies festigt sein Bild als Verein ‚von nebenan‘.

Vergleicht man die Erkenntnisse mit den Aussagen über das Integrationsmilieu als eine Zielgruppe des THW, so lassen sich durchaus Übereinstimmungen feststellen. Die Professionalisierung des Sports wird verstanden als Teil der modernen Welt, der man sich nicht widersetzen kann. Dies entspricht dem Wunsch des Milieus nach Konformität. „Das sozial Erwünschte ist auch das subjektiv Erwünschte.“⁴⁵ Die professionelle Organisation, die von Seiten des THW durch sein Selbst-

⁴² Geschäftsführer der THW Kiel GmbH & Co. Kg ist Uwe Schwenker, Spieler des THW von 1980-1992; Thorsten Storm, verantwortlich für Werbung und Anzeigenakquisition, bis 2002; Martin Schmitt, Mitarbeiter für „Zebra 2000“, seit 2003.

⁴³ „Ex-„Zebra“ Thorsten Storm bringt das Marketing auf Trab.“ In: Zebra Journal 1997, S. 55.

⁴⁴ Katja Kazanowski im Gespräch vom 19.04.2004.

⁴⁵ Schulze 1992, S. 302.

bild dargestellt wird, wird von den Mitgliedern des Integrationsmilieus wahrgenommen als Perfektion, die in den Grundfesten ihrer Lebensphilosophie entspricht. Durch den Bezug auf das freundschaftliche Miteinander der Wirtschaftspartner erschließt sich gleichzeitig ihr Grundbedürfnis nach Harmonie. „Die ... Lebensphilosophie der Perfektion schließlich, ... , verschmilzt mit der ... Lebensphilosophie der Harmonie zum Ideal der Ordnung.“⁴⁶ Ihre Unsicherheit, ob der Schritt in die Professionalisierung des Sports der richtige ist, wird dadurch vermindert, dass die Treffen der Wirtschaftspartner vornehmlich wie dargestellt in gemütlicher Runde stattfinden.⁴⁷ Mit diesen Äußerungen, die der THW im Zebra Journal für seine Zielgruppe preisgibt, können sich diese identifizieren, weil sie zu ihren Wertevorstellungen passen. Es scheint, als wenn die Verantwortlichen des THW ihnen ähnlich sind.

Im Zebra Journal finden sich daneben Darstellungen, in den proklamiert wird, dass gewisse Vereine den Anforderungen des modernen Sports zwischen Tradition und Moderne nicht gerecht werden. Begriffe, wie „Kaufhaus Minden“⁴⁸, die „neureichen Saarländer“⁴⁹, das „Protzen mit den Etats“⁵⁰ repräsentieren das Gegenbild des professionalisierten Leistungssports durch Vereine, in denen nur noch das Geld und nicht mehr der Sport zählt. Dies soll für den THW nicht gelten und zeigt sich auch so in seiner Selbstdarstellung. Das Integrationsmilieu als Zielgruppe würde dieses Verhalten von Missachtung der Werte im Sport distinktiv als „barbarisch“⁵¹ bezeichnen, als Zuwiderhandlung des anständigen Verhaltens. Die Professionalisierung des Sports soll nach ihren Wertemaßstäben nur als Mittel eingesetzt werden, um den sportlichen Erfolg zu garantieren. Ziel ist es, die alten Traditionen mit der Modernisierung des Sports zu verbinden.

Eine wichtige Rolle zur Präsentation eines positiven Images ist die Darstellung der Spieler, die die Basis und die Repräsentanten der Vereine darstellen. Denn die Identifikation über Sportler und ihre positiven Bewertungen kann grundsätzlich eher funktionieren als die Identifikation mit einem modernen Wirtschaftsunternehmen.

Die Positionierung der „Zebras“⁵²

Mit zunehmender Professionalisierung hat sich der Berufssportler aus der klassischen Vereinsbindung weitestgehend herausgelöst. Er verfolgt persönliche, oft auch

⁴⁶ Schulze 1992, S. 309.

⁴⁷ Schulze 1992, S. 307.

⁴⁸ „Manege frei: Handball-Zirkus.“ In: Zebra Journal 1998, S. 3.

⁴⁹ „Manege frei: Handball-Zirkus.“ In: Zebra Journal 1998, S. 3.

⁵⁰ „TBV Lemgo ist das Maß der Dinge.“ In: Zebra Journal 2003, S. 4.

⁵¹ Schulze 1992, S. 311.

⁵² Die Spieler des THW werden, wahrscheinlich aufgrund der schwarz-weißen Trikots, „Ze-

finanzielle Ziele, die mit den eigentlichen Strukturen der Vereine nicht mehr gänzlich übereinstimmen. Er erhält eine ungewöhnliche öffentliche Aufmerksamkeit zwischen traditioneller Sportlerrolle und professionalisierten Entertainer.⁵³ Die Vermittlung dieses Eindrucks geschieht in den Medien durch die so genannte ‚Human Touch‘-Berichterstattung.⁵⁴ Diese meint eine Art von Hintergrundberichterstattung, die weg von der reinen Beschreibung des Spiels die Person des Spielers oder des Trainers im Beruf oder im Privatleben zum Thema macht, um durch Personalisierung des Wettkampfs den Unterhaltungswert zu steigern. Im Experteninterview wurde deutlich, auf welche Kriterien die Vereinsführung des THW bei der Auswahl ihrer Spieler achtet, um das Bild des Vereins ‚von nebenan‘ zu erschaffen: „Zunächst einmal müssen es natürlich gute Spieler sein, die den sportlichen Ansprüchen des THW entsprechen. Gleichzeitig müssen sie aber auch zur Mannschaft und zum Image des Vereins passen. Die Persönlichkeit muss stimmen.“⁵⁵ In der Darstellung des personalisierten Selbstbildes über die Spieler nutzt der THW positive Assoziationen, die den gesellschaftlich anerkannten Werten des Sports entsprechen. Die ‚Zebras‘ werden beschrieben als „leistungsbereit“⁵⁶, „engagiert, siegeshungrig und professionell“⁵⁷, „kreativ“⁵⁸, „mannschaftsdienlich“⁵⁹ und „titelhungrig“⁶⁰. Auffallend ist, dass die Schwerpunkte der Darstellung aber nicht nur in sportlicher Hinsicht getroffen werden, sondern gleichzeitig auch Umschreibungen der Spieler auftauchen, die ihr privates und individuelles Auftreten hervorheben.

Welche Funktion kann dies haben? Die Antwort lässt sich wiederum in Zusammenhang mit der Frage nach der Zielgruppe des THW, hier dem Integrationsmilieu, erschließen. Damit sich die Mitglieder des Milieus verstärkt mit den Spielern identifizieren können, muss der THW in der Darstellung dieser darauf achten, die Wertvorstellungen in ähnlicher Form zu bestätigen. Eine Aussage aus der „Erlebnisgesellschaft“ entspricht dem Bezug des Ähnlichen zwischen Integrationsmilieu und Darstellung der THW-Spieler treffend: „Er [das Mitglied des Integrationsmilieus] versucht nicht, mehr zu scheinen als zu sein und unterscheidet sich dadurch vom
bras“ genannt.

⁵³ Vgl. Hans-Joachim Czoske: Spitzensportler als Vorbilder? Grundlagen und Ansätze zur Analyse der Vorbildfunktion des Spitzensports für sportbezogene Sozialisation. Oldenburg 1980.

⁵⁴ Vgl. Thomas Horky: Die Inszenierung des Sports in der Massenkommunikation: theoretische Grundlagen und Analyse von Medienberichterstattung. Hamburg 2001.

⁵⁵ Katja Kazanowski im Gespräch vom 19.04.2004

⁵⁶ „Noka Serdariusic: ‚Beten, dass alle Jungs gesund bleiben.“ In: Zebra Journal 1997, S. 10.

⁵⁷ „Wem gehört der Thron?“ In Zebra Journal 1997, S. 24.

⁵⁸ „Ein echter Glücksfall.“ In Zebra Journal 1999, S. 9.

⁵⁹ „Ein Allrounder per excellence.“ In: Zebra Journal 1999, S. 26.

⁶⁰ „Die neuen im Zebra-Stall.“ In: Zebra Journal 2001, S. 14.

klassischen Kleinbürger, der immer gerne größer gewesen wäre.“⁶¹ Das Auftreten als Spieler ‚von nebenan‘ ist ein großes Anliegen der THW-Vereinsführung, wie sich im Experteninterview herausstellte: „Es ist uns wichtig, dass die Zuschauer die Nähe zu den Spielern behalten. Deswegen verlangt die Geschäftsleitung von den Spielern, dass diese auf dem Teppich bleiben. Die Spieler sollen als Teile des sympathischen Vereins ‚von nebenan‘ auftreten ohne Starallüren. Das fordern auch die Zuschauer.“⁶²

Neben der direkten Konfrontation bei den Spielen ist es auch die Darstellung im Zebra Journal, die vorrangig durch die ‚Human Touch‘-Berichterstattung dieses Bild bestätigt. Anhand kleiner Anekdoten und Hintergrundberichten bekommt der Leser einen Eindruck vom Leben der Spieler außerhalb des Platzes. Dies kann als Intention des Vereins gedeutet werden, eine zusätzliche Identifikationsebene für den Leser zu schaffen und Nähe zu vermitteln. So heißt es z.B., dass Trainer Serdariusic, Betreuer Claßen und der Spieler Magnus Wislander sich in jeder freien Minute zusammenfinden, um Skat zu spielen.

„Da hockt ein Skattrio beisammen, dass nicht die kleinste Chance auslässt, die abgewetzten Karten zu mischen. ... Geht’s mit dem Flugzeug auf Überlandsreise, ist die angeordnete Sitzplatzverteilung schnell umgestoßen. Die drei Skatbrüder wollen schließlich zusammensitzen.“⁶³

In einigen Ausgaben gibt es Rubriken, die nur aus dem Grund der Vermittlung von Bodenständigkeit und ‚Normalität‘ aufgeführt werden und an sich nur einen geringen Informationswert besitzen. Besonders markante Beispiele sind u.a. die Aufzählung des Essens, das die Spieler zum Frühstück einnehmen⁶⁴, die Mitteilung, dass Serdariusic mit dem Rauchen aufgehört hat⁶⁵, welche Spielerfrauen gerade Nachwuchs erwarten⁶⁶ und die Information darüber, welche Spieler in Trainingslagern die Zimmer teilen⁶⁷. All dies stiftet Nähe zwischen Leser und Verein, da die Anhänger sich durch diese Informationen als spezielle Kenner und Spezialisten des THW fühlen und damit zum Teil von etwas Besonderem werden.

In jeder Ausgabe des Zebra Journals findet sich die mehrseitige Vorstellung der ‚Zebra-Herde‘. In einzelner Darstellung werden die Spieler dem Leser nahe gebracht mit Nennung von Geburtstag und -ort, Größe, Gewicht, Familienstand, Beruf, Hob-

⁶¹ Schulze 1992, S. 301.

⁶² Katja Kazanowski im Gespräch vom 19.04.2004.

⁶³ „Zocker-Trio kennt keine Pausen.“ In: Zebra Journal 1997, S. 11.

⁶⁴ „Gegessen wird, was da ist.“ In: Zebra Journal 1997, S. 17.

⁶⁵ „Noka Serdariusic: Zigaretten weg und neuer Pass.“ In: Zebra Journal 1998, S. 25.

⁶⁶ „Trainingslager ‚Auslöser‘ für Babyboom.“ In: Zebra Journal 1998, S. 58.

⁶⁷ „Wer mit wem?“ In: Zebra Journal 1999, S. 58.

bys und Daten aus der jeweiligen Handballkarriere.⁶⁸ Ergänzt wird dies zumeist mit einem kleinen Interviewteil, in dem es um sportliche Ziele und die Beziehung zum THW geht und mit einem Foto des Spielers entweder als Porträt, aus der Spielposition oder bei der Ausübung des Hobbys. Bei der Betrachtung der Spielervorstellungen fallen mehrere Aussagen auf, die für die bereits angesprochene Nähe zu den Spielern unterstützend auf die Identifikation wirken können. Daher ist die Nennung des gelernten oder noch ausgeübten Berufs markant. Dies soll aufzeigen, dass die ‚Zebras‘ nicht nur verbissen nach sportlichem Erfolg streben, sondern gleichzeitig, wie die Leser, einem Beruf nachgehen müssen, um sich auch für die Zeit nach der Karriere finanziell abzusichern.

Das Gegenbild hierzu bilden Fußballer, die, wie die weitläufige Meinung ist, völlig überbezahlt sind, obwohl sie doch ‚nur‘ Fußball spielen. Die Gefahr dieser Meinungsbildung soll beim THW verhindert werden, auch wenn einschränkend hinzugefügt werden muss, dass die meisten THW-Spieler heute Handballprofis sind. In den Interviewteilen geben sich die THW-Spieler bodenständig, offen und mit dem THW und den Mitspielern freundschaftlich verbunden: „Auf jeden Fall ist es mit dem THW immer ziemlich lustig und harmonisch. Ich glaube nicht, dass es in anderen Bundesliga-Mannschaften so einfach ist, als jüngerer Spieler Anschluss zu finden.“⁶⁹ Ebenso ist festzustellen, dass es zwar einen sportlichen Konkurrenzdruck unter den Spielern gibt, dass dieser Wettkampf um den Stammplatz aber nicht auf Kosten der Freundschaft geht und die Leistung des Konkurrenten stets anerkannt wird. „Von Konkurrenzkampf im reinen Wortsinne ist nichts zu spüren. Es gibt kein Gegeneinander, jeder kämpft für sich allein, um mit guten Leistungen zu überzeugen. ‚Unter uns Torhütern gibt es keinen Neid und keine Rivalität‘, behauptet Henning Fritz.“⁷⁰ Dieses Verhalten der THW-Spieler wirkt auf die Leser sympathisch, da das faire Miteinander zwischen den Spielern für sie entscheidender ist als eine verbissene Konkurrenzsituation, die dem Sinn des Mannschaftssports widerspricht.

Eine wichtige Komponente ist zudem der starke Bezug der Spieler zur Stadt Kiel bzw. der Region, die im Zebra Journal, wie bereits in der Hervorhebung der regionalen Unternehmen angedeutet, zusätzlich betont wird. Kiel wird dargestellt als ein regionaler Raum, der mit unterschiedlichen positiven Bewertungen ausgestattet wird: „An die Temperaturen, die Stadt und die Menschen hat er [der Spieler Nenad Perunicic] sich längst gewöhnt. ‚Alles wunderbar: die Fans, die Ostseehalle, die Menschen hier‘.“⁷¹ Oder: „‚Ich fühle mich pudelwohl‘, sagte er [der spanische Spie-

⁶⁸ Vgl. als Beispiel: „Unsere Zebra-Herde.“ In: Zebra Journal 1999, S. 14-20.

⁶⁹ „Unsere Zebra-Herde.“ In: Zebra Journal 1999, S. 20.

⁷⁰ „Ein Luxusproblem mit dem Team im Team.“ In: Zebra Journal 2002, S. 30.

⁷¹ „Ein echter Glücksfall.“ In: Zebra Journal 1999, S. 9.

ler Demitrio Lozano] nach wenigen Tagen in seiner Wahlheimat, obwohl er von Kiel bisher nur den Strand von Strande und sein Reihenhaus in Russee richtig wahrgenommen hat.“⁷² In der Vorstellung der ‚Zebra-Herde‘ wird in der Ausgabe aus dem Jahr 2001 im Interviewteil sogar explizit die Frage gestellt, was das Leben für die Spieler gerade in Kiel so attraktiv macht.⁷³ Dies hebt die Verbundenheit zwischen THW und der Stadt Kiel hervor und zeigt, dass der Verein nicht ohne regionale Wurzeln existieren kann und will. Gerade in Andeutung der angenehmen Lebenssituation in Kiel fühlen sich die Leser des Zebra Journals über gemeinsame regionale Gesichtspunkte dem Verein verbunden und in ihrer regionalen Identität bestätigt.

Durch die Darstellung der durchweg positiven, sportlichen Haltungen aller Spieler, wie Fairplay, Teamwork und Einsatz, fühlt sich der Leser des Zebra Journals an grundsätzliche gesellschaftliche Werte erinnert. Er findet eine neue Identifikationsebene mit dem Sportler trotz der Entwicklung zum professionalisierten Berufssportler. Auf anderer Identifikationsebene wird bestätigt, dass die Sportler auch außerhalb des Spielfeldes bestimmte Werte, wie Bodenständigkeit, Harmonie und Konformität, verfolgen. All diese Eigenschaften wirken auf den Leser identitätsstiftend, besonders in Hinsicht auf das Integrationsmilieu, deren Werte deckungsgleich mit den vermittelten Werten der Spieler sind.

Jede Darstellung eines Selbstbildes braucht auch ein Gegenbild. Wie sieht dies im Falle des THW aus? Auf einer Ebene finden sich die Gegenbilder im rein sportlichen Einsatz verschiedener Spieler. Wird von den THW-Spielern als „kampfstark, engagiert und siegeshungrig“⁷⁴ gesprochen, heißt es bei den Gegenspielern: „Der Mann von Badel Zagreb ist in der Deckung wegen seiner kompromisslosen Härte gefürchtet.“⁷⁵ An dieser Stelle erkennt man die Auslegung von Handlungen und Begrifflichkeiten zur Darstellung des eigenen Vorteils. Denn man muss schon fragen, wo der ‚kampfstarke‘ Einsatz anfängt und die ‚kompromisslose Härte‘ aufhört?

Ein weiteres Gegenbild stellt die fehlende Identifikation einiger Spieler mit ihrem Verein dar, die mit der Annahme interpretiert wird, dass bei den Spielern hauptsächlich der finanzielle Aspekt eine Rolle spielt. „Unterschiedliche Lebensplanungen: Klaus-Dieter Petersen vom THW ist vereinstreu und geht in seine elfte THW-Saison. ... Thorsten Jansen hat in relativ jungen Jahren schon den dritten Vereinswechsel innerhalb der Bundesliga hinter sich.“

Das deutlichste Gegenbild, dass sich zwar nicht aus direkten Zitaten aus dem Zebra Journal, sondern im Vergleich mit der Sichtung der Literatur ergibt, sind die

⁷² „Das THW-Spiel wird sich mit Lozano ändern.“ In: Zebra Journal 2001, S. 15.

⁷³ Vgl. „Unsere Zebra-Herde.“ In: Zebra Journal 2001, S. 20-26.

⁷⁴ „Wem gebührt der Thron?“ In: Zebra Journal 1998, S. 24.

⁷⁵ „Transfer: Einsteiger der Extraklasse.“ In: Zebra Journal 1998, S. 31.

Verhaltensweisen der Fußballstars, die bereits kurze Erläuterung fanden. Entgegen gesetzt zu deren teilweise auftretenden ‚Starallüren‘ stellen die THW-Spieler ihre Bodenständigkeit als distinktives Mittel dar. Während die Fußballer nicht mehr die Spieler ‚von nebenan‘ sind, ist die Vereinsführung beim THW explizit darauf bedacht, ihre Spieler so aufzuzeigen. Dies kann ein Anzeichen für die verschiedenen Zielgruppen und ihre unterschiedlichen Wertvorstellungen sein, die diese beiden Sportarten ansprechen.

Die Meisterfeiern des THW Kiel als ‚klassische‘ Festivalisierung

Im Untersuchungszeitraum von 1999-2002⁷⁶, der für diesen Teil der Analyse von Bedeutung ist, wurde der THW insgesamt sechs Mal Deutscher Handballmeister. Eine Besonderheit der Festivalisierung ist hier die Verknüpfung von Stadt und Sportverein. Denn die Stadt Kiel plant das Event nicht als eigens-kreiertes Projekt, sondern nutzt den sportlichen Erfolg des THW, um daraus ein Stadtevent zu schaffen. Die Stadt versucht damit, vom positiven Image des THW in eigener Sache zu profitieren und dies auf die eigene Arbeit zu übertragen. Die Organisation beschränkt sich hier nur auf einen kurzen Zeitraum und ist abhängig davon, ob der THW den Meister- oder einen anderen wichtigen Titel gewinnt.

Zum Ablauf der Meisterfeiern: im Jahr 1995 verteidigte der THW seinen Meistertitel aus dem Vorjahr bereits drei Spieltage vor Ende der Saison. Die Feier der Mannschaft zu diesem Anlass fand in einer Großraumdisco in der Kieler Innenstadt statt.⁷⁷ Nähere Begebenheiten über die Gäste und den Ablauf ließen sich anhand der Artikel nicht erschließen. Als die Meisterschale am letzten Spieltag von Ministerpräsidentin Heide Simonis überreicht wurde, folgte in der Ostseehalle eine weitere Feier mit den Zuschauern des Spiels. Zusätzliche ‚Aktionen‘ fanden im Rahmen einer geplanten, aber aufgrund des Wetters abgesagten Ballonfahrt⁷⁸ sowie beim Besuch eines lokalen Radiosenders statt.⁷⁹ Im Jahr 1996 sind keinerlei bedeutende Veränderungen festzustellen.

1998 zeigte sich in sportlicher Hinsicht als erfolgreichstes Jahr des THW. Mit dem Gewinn der Deutschen Meisterschaft, des Deutschen Pokals und des EHF-Pokals wurde das so genannte ‚Triple‘ erreicht. In den KN erschienen in diesem Zeitraum so viele Artikel über den THW wie in keinem anderen Jahr. Zur Hervorhebung des Ereignisses und des sportlichen Erfolgs erschien zusätzlich eine zwölfsei-

⁷⁶ Mit Ausnahme der Jahre 1997 und 2001, da der THW in diesen Jahren keine Meistertitel errungen hat.

⁷⁷ Vgl. „Jetzt feiern wir den zweiten Streich.“ In: KN 81, 05.04.1995, S. 11.

⁷⁸ Vgl. „Heute lernen die Zebras das Fliegen.“ In: KN 82, 06.04.1995, S. 12.

⁷⁹ Vgl. „Meister-Mafia am Mikro.“ In: KN 83, 07.04.1995.

tige, farbige Sonderbeilage in den KN.⁸⁰ Für das Saisonfinale wurde zum ersten Mal in Zusammenarbeit mit dem Norddeutschen Rundfunk (NDR) eine Videoleinwand auf dem Rathausplatz in Kiel aufgestellt, auf der das entscheidende Spiel des THW um die Deutsche Meisterschaft übertragen wurde. „Trostpflaster für alle, die nicht direkt dabei sein können.“⁸¹ Die KN kündigte dieses Ereignis einen Tag vor dem Spiel an. Es wurde berichtet, dass mit „... 5 000 Litern gesponsertem Bier (zwei Mark) und Würstchenbuden ...“⁸² verschiedene gastronomische Angebote zur Verfügung stehen würden. Ehrungen durch den damaligen Oberbürgermeister Norbert Gansel, musikalische Unterhaltung sowie verschiedene NDR-Moderatoren komplettierten die Organisation der Feier. 20 000 Menschen aus Kiel und dem Umland nahmen dieses Angebot wahr. Mit Spielende begann die offizielle Feier von Mannschaft und Zuschauern bereits in der Ostseehalle mit der Übergabe der Meisterschale. Danach „... ging es für Fans und Spieler in eine ausgedehnte Verlängerung. Das Triple und die vierte Deutsche Meisterschaft in fünf Jahren wurden nach der Ehrung durch Oberbürgermeister Norbert Gansel auf dem Balkon des Rathauses bis in die frühen Morgenstunden gefeiert.“⁸³ Abgeschlossen wurden die Feierlichkeiten in den folgenden Tagen mit einem Diskotheken- und einem Biergartenbesuch.⁸⁴ In den Jahren 1999, 2000 und 2002 wurde der THW erneut Deutscher Meister. Die Feierlichkeiten zeigten sich in ähnlicher Form wie im ‚Triple-Jahr‘.

Anhand der Entwicklung der Meisterfeiern lässt sich insofern feststellen, dass in den Jahren eine Öffnung der Feierlichkeiten stattgefunden hat. Waren in den Jahren 1995/1996 die Festivitäten nur in ‚exklusiven‘ Räumen angedacht, sind die Teilnahmebedingungen in den folgenden Jahren offen, so dass jeder Kieler die Möglichkeit besitzt, daran teilzuhaben. Die Ausformung der Meisterfeiern des THW als offene Eventveranstaltung kann als Parallele zum Erfolg anderer Meisterfeiern verstanden werden, hauptsächlich beim Fußball, und als Wunsch der Stadt Kiel, diesen Anlass stadtentwicklungspolitisch zu nutzen. Voraussetzung für das Wirken der Meisterfeier als Imageprodukt Kiels ist die Symbiose zwischen der Stadt und dem THW.

Symbiose von Politik und Sport

„Mittlerweile ist es unter Politikern ein wichtiger, medienwirksamer Teil ihrer ‚Öffentlichkeitsarbeit‘, die eigene Popularität mit Hilfe des Sports zu steigern.“⁸⁵ Am Bei-

⁸⁰ Vgl. „THW-Journal.“ In: KN 102, 04.05.1998.

⁸¹ „NDR-Fete mit Livebildern auf dem Rathausplatz.“ In: KN 99, 29.04.1998, S. 11.

⁸² „NDR-Fete mit Livebildern auf dem Rathausplatz.“ In: KN 99, 29.04.1998, S. 11.

⁸³ „Glückwunsch, THW!“ In: KN 100, 30.04.1998, S. 1.

⁸⁴ Vgl. „Zebra-Tanz in den Mai.“ In: KN 101, 02.05.1998, S. 9.

⁸⁵ Schmidt-Lauber (Hg.) 2003, S. 79.

spiel des THW lässt sich dies bestätigen. Die Verknüpfung von Sport und Politik geschieht bereits im Vorfeld der Meisterfeiern in der Darstellung des Zebra Journals. In den Ausgaben von 1997-2000 gibt es ein Grußwort des damaligen Oberbürgermeisters Norbert Gansel.⁸⁶ Diese Tatsache spricht bereits für die enge Verbindung zwischen Stadt und Verein. Die Zusammenarbeit der beiden Partner wird auch an dieser Stelle für die Leser als freundschaftliches Miteinander hervorgehoben. „Es ist schon zu einer kleinen Tradition geworden, dass die Landeshauptstadt Kiel die Handballer vom THW nach der Saison zu Kaffee und Kuchen einlädt.“⁸⁷ Gleichzeitig präsentieren sich die Politiker im Grußwort offensichtlich als ‚Fans‘ des THW: „Auch im Rathaus gibt es viele THW-Fans, die sich schon auf die Spiele der Zebras freuen. Wir zittern mit, wenn die Spiele besonders spannend sind. Wir feiern mit, wenn Meisterschaften und Pokale gewonnen werden.“⁸⁸ Mit dieser Darstellung soll demonstriert werden, dass sich die Politiker nicht von den ‚normalen‘ Zuschauern und den Bürger der Stadt Kiel unterscheiden. Unterstützt wird dies von Aussagen im Vorwort, in denen der THW als ‚unsere‘ Mannschaft aufgezeigt wird: „... hoffen wir, dass unsere Jungs von Verletzungen verschont bleiben, weil nur dann bei unserem THW alles möglich ist.“⁸⁹

Wie sich daran erkennen lässt, ist die Zusammenarbeit zwischen Verein und Stadt nicht nur eine Möglichkeit zur Imagesteigerung Kiels, sondern beinahe ein Muss. Denn der regionale Stellenwert des THW und die gleichzeitige Anbindung und Identifikation der Bürger mit dem Verein ist so groß, dass es für die Politiker ein Imageschaden bedeuten kann, wenn sie ihre Öffentlichkeitsarbeit nicht mit dem THW verbinden.

„Imageprofilierung“⁹⁰ der Stadt und des THW Kiel

Der THW mit seinem positiven Image kann dazu beitragen, dass sich die Stadt Kiel mit Hilfe dieses Bezugs innerhalb der Standortkonkurrenz durchsetzen kann. In den Grußworten des Zebra Journals wird der THW als wichtiges Mittel für die Präsentation Kiels im nationalen Vergleich betont. „Der THW und seine Mannschaft sind

⁸⁶ 1999 stammt das Grußwort vom Oberbürgermeister und auch von der Stadtpräsidentin. Vgl. „Grußwort der Landeshauptstadt Kiel.“ In: Zebra Journal 1999, S. 2. Im Jahr 2000 vom Oberbürgermeister, der Stadtpräsidentin und der Bürgermeisterin. Vgl. „Grußwort der Landeshauptstadt Kiel.“ In: Zebra Journal 2000, S. 2.

⁸⁷ „Grußwort der Landeshauptstadt Kiel.“ In: Zebra Journal 2000, S. 2.

⁸⁸ „Grußwort der Landeshauptstadt Kiel.“ In: Zebra Journal 2000, S. 2.

⁸⁹ „Grußwort der Landeshauptstadt Kiel.“ In: Zebra Journal 1998, S. 2.

⁹⁰ Vgl. Horst W. Opaschowski: Wir werden es erleben: zehn Zukunftstrends für unser Leben von morgen. Darmstadt 2002, S. 36.



Abb. 1: Beispielhaft: Meisterfeier des Jahres 2006 (aus: www.kiel4kiel.de vom 09. Januar 2007)



Abb. 2: Der Empfang des Deutschen Meisters THW Kiel im Kieler Rathaus im Jahr 2006 (aus: www.kiel4kiel.de vom 09. Januar 2007)

Botschafter und Imageträger für unsere Stadt im In- und Ausland. Sie sind aus dem sportlichen Leben Kiels nicht mehr wegzudenken.⁹¹ Da diese Ansicht aber auch mit anderen kulturellen und sportlichen Einrichtungen übereinstimmt, sind die Meisterfeiern als zentriertes Event eine optimale Möglichkeit, sich zumindest für einen Tag im nationalen und sogar internationalen Vergleich als attraktive und besondere Stadt hervorzuheben. Hier kann die perfekte Organisation der Stadt im Ablauf mit Großbühnen, Musikuntermalung und Moderatoren ebenso aufgezeigt werden wie die Begeisterungsfähigkeit der Kieler Bürger für den Erfolg ‚ihres‘ Vereins. Man erhofft sich dadurch, dass sich diese Perfektion, Euphorie und Fröhlichkeit auf das Image der Stadt übertragen lassen und sich infolgedessen mehr Besucher, Touristen und Investoren an der Stadt Kiel interessiert zeigen. Die Vermittlung dieser Botschaft geschieht insbesondere durch die Medienberichterstattung.⁹²

Durch die Medienpräsenz kann sich sowohl der THW als auch die Stadt Kiel durch die Inszenierung selbstgesteuerter Bilder präsentieren. In der Organisation der Meisterfeiern ist seitens der Stadtpolitiker eine Spur Selbstironie und ‚Verrücktheit‘ zu erkennen, die den positiven Bewertungen des THW als Verein ‚von nebenan‘ entsprechen. So wird jedes Jahr der Kieler Rathausurm sowie der gesamte Rathausplatz mit THW-Fahnen geschmückt.⁹³ Die Meisterfeiern können als eine Art ‚Ausnahmestand‘ in Kiel bezeichnet werden, während dessen alle auferlegten Regeln und Normen zu Gunsten des Vereins außer Kraft gesetzt werden. Dafür sprechen auch das legitimierte und ausgelassene Feiern mit Alkoholkonsum auf dem Rathausplatz sowie die Benennung des Vorzimmers des Oberbürgermeisters als ‚Schankbude‘⁹⁴. Durch die Darstellung in den Medien wird der Stadt Kiel für diesen Tag das Image der ausgelassenen, fröhlichen und ‚verrückten‘ ‚Handball-Hauptstadt‘⁹⁵ auferlegt, die gemeinschaftlich hinter dem Traditionsverein THW steht.

Allerdings geschieht dies auch bei Meisterfeiern anderer Handballvereine⁹⁶, so dass sich die Frage stellt, ob die Inszenierung eines solchen Bildes konservierbar ist. Es kann wohl am ehesten bestehen, wenn der sportliche Erfolg wie beim THW mehrere Meisterfeiern hintereinander zulässt, die das Bild durch Wiederholungen verstärken können. Durch ein dauerhaftes Bild kann nicht nur für die Stadt, sondern auch im Sinne des THW, ein Mythos der Meisterfeiern entstehen, der sonst eigentlich nur bei Fußballvereinen erkennbar ist. Dafür stehen insbesondere die Fußballvereine Schalke 04 und der FC St. Pauli, die mit dem Image der ‚fußballverrückten‘

⁹¹ „Grüßwort der Landeshauptstadt Kiel.“ In: Zebra Journal 1997, S. 2.

⁹² Vgl. „Die THW-Karawane zieht nüchtern weiter.“ In: KN 95, 24.04.1998, S. 12.

⁹³ Vgl. „Die Ernte einfahren.“ In: KN 99, 29.04.1998, S. 11.

⁹⁴ „Meisterwetter zum Meisterfrühstück.“ In: KN 120, 27.05.2002, S. 10.

⁹⁵ „Zebras auf dem Thron.“ In: KN 101, 03.05.1999, S. 7.

⁹⁶ Vgl. „TBV Lemgo ist das Maß der Dinge.“ In: Zebra Journal 2003, S. 4.

Fans und des Rückhalts durch die Städte, durchweg positive Imagegewinne zu verzeichnen haben.⁹⁷

Identitätsbezüge für die Kieler Bürger

Die Zusammenkunft von mehreren tausend Zuschauern zur THW-Meisterfeier stellt einen optimalen Fall für die Vergewisserung von kollektiver und regionaler Identität sowie Gemeinschaftssinn für die Bürger der Stadt Kiel dar. „Eine ganze Stadt steht hinter dem THW.“⁹⁸ Diese Versammlung findet vornehmlich unter einem Aspekt statt, der alle Teilnehmer zu einer kollektiven Gruppe auf Zeit, von gleichen Interessen und Erwartungen vereinigt: der sportliche Erfolg ‚ihrer‘ Mannschaft aus ‚ihrer‘ Stadt. „... [sie] bejubelten ... ihre Lieblinge, so dass im Scheinwerferlicht des NDR kurz vor Spielende nur noch klatschende Kieler Hände zu sehen waren. ‚Olé, hier kommt der THW‘ tönte es lautstark über den Platz.“⁹⁹ Den Bewohnern der Stadt wird vermittelt, dass ‚ihre‘ Stadt zu diesem Zeitpunkt ein einzigartiger Ort mit einem einzigartigen Event ist, zu dem sie dazugehören. In diesem Zeitraum können sich die Bürger Kiels als Gemeinschaft in direkt erlebter räumlicher Identifikation fühlen und die Stadt, der in der Literatur das Attribut der ‚Unsichtbarkeit‘¹⁰⁰ angehaftet wird, kann wieder der gemeinsame Ort der Bürger sein. „Es ist eine ganze Stadt, die Anteil an Sieg oder Niederlage nimmt. Mannschaft und Zuschauer bilden so eine Einheit, die ihresgleichen sucht.“¹⁰¹

Da die Meisterfeiern ab 1998 als offene Veranstaltungen zelebriert werden, kann über die genaue Teilnehmerstruktur nur spekuliert werden. Es ist jedoch anzunehmen, dass es sich um ein stark heterogenes Publikum handelt. Denn die Zelebrierung der Meisterfeier als eine Art Volksfest mit Bier- und Würstchenbuden lockt auch neugierige Zuschauer an, die normalerweise mit dem Handballsport nichts zu tun haben. Somit kann man es durchaus als Teil eines „offenen Stadtfestes“¹⁰² bezeichnen, dass zum Konsumschauspiel der kommerziellen Interessen wird. Auf den Fotos der Meisterfeiern, die in den KN zu sehen sind, zeigen sich beinahe ausnahmslos junge Menschen, die dem Spiel auf der Leinwand folgen. „Deutscher Meister ist nur der THW‘ ... skandieren über 18 000 Freude trunkene Fans auf dem Rathausplatz

⁹⁷ Vgl. zur Position Schalke 04: Rolf Lindner/Heinrich Th. Breuer: „Sind doch nicht alle Beckenbauers“. Zur Sozialgeschichte des Fußballs im Ruhrgebiet. Frankfurt/Main 1979, S. 47 ff. Zur Position des FC St. Pauli: Schmidt-Lauber (Hg.) 2003, S. 153 ff.

⁹⁸ „Fertig: Das Triple `98.“ In: KN 100, 30.04.1998, S. 9.

⁹⁹ „Party beim OB.“ In: KN 100, 30.04.1998, S. 9.

¹⁰⁰ Häußermann/Siebel (Hg.) 1993, S. 15.

¹⁰¹ „Grüßwort der Landeshauptstadt Kiel.“ In: Zebra Journal 1998, S. 2.

¹⁰² Köstlin/Bausinger (Hg.) 1980, S. 113.

immer und immer wieder. ... Manche Leber um einige Promille reicher ...¹⁰³ Diese Charakterisierung der Teilnehmer der Meisterfeier widerspricht der Einordnung des THW-Publikums aufgrund der Zielgruppenanalyse. Die ausgelassenen Feierlichkeiten passen nicht eindeutig in die aufgezeigte Struktur des Publikums und die hier vorgenommene Einordnung des Hauptanteils als Mitglieder des Integrationsmilieus. Denn das Skandieren von Liedern und der selbstvergessene Umgang mit der Festlichkeit stimmen nicht mit den Verhaltenszügen dieses Milieus überein. Daher kann in Frage gestellt werden, ob es sich beim Publikum der Meisterfeiern und bei dem der Bundesligaspiele um zwei unterschiedliche Gruppen mit unterschiedlichen Erlebnisgehalten handelt.

Es muss jedoch festgehalten werden, dass es auf diesen Feiern ebenfalls viele ‚Kenner der Handballszene‘ gibt, die sich durch konkrete Rituale und äußere Merkmale, wie Schals und charakteristische Bemalungen, als solche bewusst offenbaren und sich so, als distinktives ästhetisches Mittel, als etwas Besonderes präsentieren. Die dargebotenen Rituale der ‚Handballkenner‘ sind jedoch recht einfach strukturiert, so dass es für die Gesamtheit der Teilnehmer nicht schwierig ist, diese, z.B. Liedtexte, zu übernehmen und sich gleichzeitig als integrierte Kenner zu fühlen. Diese gemeinsam präsentierten Rituale stärken das Gemeinschaftsgefühl der gesamten Teilnehmer.

Aufgrund des Verständnisses über regionale Identitätsprozesse wird anhand dieser Feste die These aufgestellt, dass hier die eigentlichen Ziele, nämlich lokale Lebensqualität und lokale Identität zu steigern, nur in „... illusionären Symbolen zelebriert werden ... anstatt es praktisch zu fördern.“¹⁰⁴ Die regionale Identifikation über die traditionelle Bindung zum Verein kann wohl nur bei den ‚Handballkennern‘ funktionieren, aber nicht langfristig bei den anderen Festteilnehmern. Selbst wenn es schwierig erscheint, generell von einer Intensivierung der regionalen Identität über die Meisterfeiern zu sprechen, kann jedoch davon ausgegangen werden, dass durch diese das Gemeinschaftsgefühl der Kieler Bürger untereinander zumindest in diesem Moment gestärkt wird, aber nicht mit weiterführenden Diskursen.

Die Bundesligaspiele als ‚abgewandelte‘ Festivalisierung

Da die Haltung der Stadt in Symbiose mit dem THW bereits anhand der Meisterfeiern als ‚klassische‘ Festivalisierung angeführt wurde, wird hier im besonderen Maße die Stellung des Vereins hervorgehoben. Zentraler Bestandteil dieser Festivalisierung ist die Inszenierung und Ermöglichung eines kollektiven Gemeinschaftserlebnisses und einer kollektiven Identität. Während der Bundesliga-

¹⁰³ „Wir woll’n den Meister seh’n.“ In: KN 120, 27.05.2002, S. 10.

¹⁰⁴ Köstlin/Bausinger (Hg.) 1980, S. 113.

spiele können sich die Zuschauer durch wiederholte Rituale und Inszenierungen der Gemeinschaft in optimaler Form vergewissern.

Bevor auf den Ablauf der Spiele eingegangen wird, müssen hier einige Besonderheiten der THW-Spiele geklärt werden. Für den Erfolg eines Events müssen bestimmte Kriterien erfüllt sein.¹⁰⁵ Diese sind hervorzuheben, wenn es sich um wiederholte Sportveranstaltungen handelt, da es hier schwieriger als bei anderen Ereignissen ist, für einen permanenten Erlebnisreiz zu sorgen. Das Kriterium der Offenheit, d.h. das Eventangebot für ein möglichst breites Publikum, zeigt sich bei den Spielen des THW nicht eindeutig bestätigt. Denn seit mehreren Jahren ist es beinahe unmöglich, den Bundesligaspielen in der Ostseehalle beizuwohnen, da alle Plätze durch Dauerkartenbesitzer eingenommen werden. „Trotz gestiegener Preise verkaufte der THW alle 6050 Sitzplätze in der Ostseehalle als Dauerkarten – dieser Bundesliga-Titel ist bereits vor dem ersten Anpfiff vergeben.“¹⁰⁶ Der Verkauf von Dauerkarten zeugt davon, wie sehr der Hallenbesuch zu den sozialen und regionalen Ritualen der Lebensführung bei den Besuchern der THW-Spiele zählt. Auch nach dem Umbau der Ostseehalle zur ‚Eventarena‘ und Aufstockung der Plätze änderte sich dies nicht.¹⁰⁷ Damit ist ein grundsätzliches Kriterium der Offenheit im Eventverständnis bei den Ligaspielen des THW nicht eindeutig zutreffend. Die kommerziellen Organisatoren benötigen diese Offenheit auch nicht, da die Auslastung der THW-Spiele bereits ihren optimalen Stand erreicht hat.

Die „Hierarchie“ der THW-Zuschauer

Es wurde bereits herausgestellt, dass das Publikum der THW-Spiele am ehesten in Schulzes Integrationsmilieu wieder zu finden ist. Anhand der teilnehmenden Beobachtung und durch Aussagen im Experteninterview wurde allerdings festgestellt, dass die Publikumsstruktur bei Weitem nicht so homogen ist, wie es in der Untersuchung über das THW-Publikum herausgefiltert wurde und dass es sich bei den Zuschauern nicht ausschließlich um Mitglieder des Integrationsmilieus handelt. „Hier ist alles vertreten: vom Arbeitslosen über den Arbeiter zum Studenten und Manager.“¹⁰⁸ Aus diesem Grunde ist es wichtig, an dieser Stelle eine differenziertere Darstellung vorzunehmen.

Die Einteilung der Zuschauer lässt sich innerhalb der Ostseehalle als eine Hierarchie wahrnehmen, die, ähnlich wie im Fußballstadion, anhand der Platzverteilung sichtbar wird.¹⁰⁹ In groben Einteilungen kann von drei Ebenen innerhalb der Ostsee-

¹⁰⁵ Vgl. Gebhardt u.a. (Hg.) 2000, S. 19 ff.

¹⁰⁶ „Aufbruch zum Gipfel.“ In: Zebra Journal 1998, S. 6.

¹⁰⁷ Imagebroschüre 2003, S. 4.

¹⁰⁸ Katja Kazanowski im Gespräch vom 19.04.2004.

¹⁰⁹ Vgl. zur hierarchischen Einteilung innerhalb des Fußballstadions u.a. Knut Dietrich/Klaus

halle ausgegangen werden, die untereinander aufgrund ähnlicher Verhaltensweisen und äußerer Merkmale jeweilig eine ausgeprägte rituelle Form der Gemeinschaft wahrnehmen können. Der zugeordnete Sitz- oder Stehplatz kann so als Inszenierungsraum der je eigenen Rituale verstanden werden.

Die auffälligste Einheit bilden die Stehplatzfans, die gleichzeitig die meisten Mitglieder des Fanclubs ‚Zebrasprotten‘ stellen.¹¹⁰ Für sie ist das Handballspiel ein willkommener Anlass, sich gesellschaftlichen Zwängen durch emotionales Auftreten zu entziehen. Zu ihrem gemeinsamen Ritual gehört es, die Halle, im Gegensatz zu den anderen Zuschauern, früh zu betreten. Sie tragen auffällige Kleidung in den Vereinsfarben, Trikots und Bemalungen im Gesicht. „Der Fanclub geht zum Spiel in voller Montur.“¹¹¹ Sie zeigen ihr ‚Fandasein‘ somit auch nach außen. Die Stehplatzinhaber sind diejenigen Teilnehmer, die die Mannschaft am lautstärksten durch ritualisierte Fansprüche und -lieder, auch bei schlechten Spielen, unterstützen.¹¹² Insbesondere die Fanlieder, die sich zumeist aus Melodien von Schlagern oder Volksliedern ableiten, eignen sich dazu, von Seiten der Stehplatzzuschauer ihre „... prahlerische Selbstdarstellung und Siegesgewissheit zu inszenieren.“¹¹³ Zur weiteren Unterstützung dienen bestimmte Klatsch- und Trommelrhythmen, die sich von ihnen ausgelöst auf den Rest der Halle übertragen sollen. Dadurch demonstrieren sie Geschlossenheit in der Halle, die für die gegnerische Mannschaft ‚angsteinflößend‘ wirken kann. Für diese Zuschauer scheint der Besuch des Handballspiels eine besondere emotionale und identifikatorische Bedeutung einzunehmen. „Die wahren Fans befinden sich auf den Stehplätzen.“¹¹⁴ Sie sind wohl, nimmt man Schulzes Ansatz der Erlebnisgesellschaft als Muster, am ehesten im Unterhaltungsmilieu zu finden, auch wenn dies aufgrund der Beobachtungen im Falle der Altersrichtung dieses Milieus nach Action, Spannung und Narzissmus finden sich jedoch übereinstimmende Formen.¹¹⁵ Es ist vorstellbar, dass diese sich mit der Mannschaft, auch außerhalb des Spielfeldes, am deutlichsten identifizieren.

Die größte Einheit während der THW-Spiele nehmen die „normalen Zuschau-

Heinemann (Hg.): Der nicht-sportliche Sport. Beiträge zum Wandel im Sport (= Texte, Quellen, Dokumente zur Sportwissenschaft Bd. 25). Schorndorf 1989, S. 198 ff.

¹¹⁰ Vgl. „Auf sie ist Verlass.“ In: Zebra Journal 1998, S. 23.

¹¹¹ Katja Kazanowski im Gespräch vom 19.04.2004.

¹¹² Vgl. „Auf sie ist Verlass.“ In: Zebra Journal 1998, S. 23.

¹¹³ Peter Becker/Gunter A. Pilz: Die Welt der Fans. Aspekte einer Jugendkultur. München 1988, S. 36.

¹¹⁴ Katja Kazanowski im Gespräch vom 19.04.2004.

¹¹⁵ Vgl. Schulze 1992, S. 330.

er“¹¹⁶ auf den Sitzplätzen der Ostseehalle ein. Diese gehen in ihrer besseren Alltagskleidung zum Spiel und unterstützen ihre Mannschaft, wenn der sportliche Erfolg da ist. „Die Zuschauer feiern erst dann, wenn sportlicher Erfolg da ist. Die Zuschauer selbst animieren selten die Spieler, wenn sie schlecht spielen.“¹¹⁷ Dies ließ sich anhand der teilnehmenden Beobachtung bestätigen. Im Spiel gegen den Konkurrenten Frischauf Göppingen führte der THW schnell mit mehreren Toren, auch wenn sie spielerisch eine schlechte Leistung zeigten und viele Fehler machten. Außer den Fans auf den Stehplätzen versuchte jedoch niemand, den THW zu einem besseren Spiel zu animieren und zu unterstützen. Lautstarke Stimmung kam erst dann auf, als es zu strittigen Entscheidungen des Schiedsrichtergespannes kam. Im Experteninterview wurde bestätigt, dass dies ein gängiger Fall während der THW-Spiele sei.¹¹⁸ Das Verhalten der Sitzplatzzuschauer zeigte sich trotz offensichtlichem Engagement für die Mannschaft allerdings während der Spiele eher zurückhaltend, etwas behäbig und wenig emotional. Auffallend war es bei der Beobachtung der Spiele, dass die Zuschauer auf den Sitzplätzen kaum Fanartikel trugen, sondern eher kleine Fahnen in den Vereins- oder skandinavischen Farben schwenkten. Mit diesen Symbolen kann Zugehörigkeit und Gemeinschaft innerhalb der Halle demonstriert werden, nach Ende des Spiels allerdings auch sofort wieder abgelegt werden. Dies entspricht der Deutung des Publikums als Mitglieder des Integrationsmilieus, die „... öffentliches Aufsehen [vermeiden], ohne sich zu verstecken.“¹¹⁹

Da das Integrationsmilieu eine deutliche Distanz zum Unterhaltungsmilieu aufweist, kann die These aufgestellt werden, dass die ‚normalen‘ Zuschauer sich von diesem bewusst äußerlich abgrenzen wollen, da sie kaum Fanartikel tragen. Sie wollen zwar ihr Zusammengehörigkeitsgefühl und ihre Sympathie für die Mannschaft demonstrieren, aber sich gleichzeitig „... vom Image der Stehplatzfans distanzieren.“¹²⁰

Die Autoren Becker und Pilz haben in ihrer Betrachtung über den Fußballzuschauer die Unterschiede zwischen Steh- und Sitzplatzzuschauern herausgestellt. Diese Aufstellung passt auch auf die Teilnehmer der THW-Spiele: „Das Sitzen hat mit Bequemlichkeit, Annehmlichkeit, mit genussreichem Konsumieren zu tun. ... Das Stehen hat die Qualität des Massenhaften, des Unsteten, des Unästhetischen.“¹²¹ Auch wenn dies eine stark typisierte Einstellung ist, zeigt es die bewusst gehaltene Distanz, die zwischen den beiden Positionen innerhalb der Halle offensichtlich wird.

¹¹⁶ Katja Kazanowski im Gespräch vom 19.04.2004.

¹¹⁷ Katja Kazanowski im Gespräch vom 19.04.2004.

¹¹⁸ Katja Kazanowski im Gespräch vom 19.04.2004.

¹¹⁹ Schulze 1992, S. 301.

¹²⁰ Katja Kazanowski im Gespräch vom 19.04.2004.

Die Sitzplatzzuschauer wollen ihre Identifikation mit dem Verein zwar ausleben, es wird aber bewusst offengelegt, dass es nicht ihre einzige Identifikations- und Erlebnisebene der Freizeitgestaltung ist.

Was kann aber die Motivation dieser Zuschauer sein, dauerhaft zu den Spielen des THW zu gehen, obwohl sie eigentlich nach Schulze nicht als ‚typische‘ Sportzuschauer auszumachen sind? „Beim Besuch der THW-Spiele kann man ganz zwanglos seine Freunde treffen.“¹²² Aufgrund der Tatsache, dass die Dauerkartenzuschauer seit Jahren auf den gleichen Plätzen sitzen, „... kennt man sich meist im ganzen Sitzblock.“¹²³ Bereits vor Anpfiff des Spiels treffen sich viele Zuschauer im Foyer der Ostseehalle, um unter Freunden die gastronomischen Angebote wahrzunehmen. Die Spiele des THW sind somit keine völlig anonymen Veranstaltungen, sondern versprechen aufgrund des wöchentlichen Besuchs Sicherheit bei der Erlebnisbeteiligung. Sucht man den Bezug zum Integrationsmilieu, ist erkennbar, dass dies dem Optimum des Erlebnisparadigmas dieser Gruppe entspricht, denn ihr Kontaktpunkt ist die ‚nette Runde‘. „Die nette Runde vermittelt das Gefühl des Dazugehörens. ... Freundlichkeiten sorgen für ein angenehmes Raumklima.“¹²⁴ Somit bietet der Handballsport an sich hier zunächst nur den Rahmen für eine Verabredung, die sich aufgrund des Spielplanes des THW ergibt. Allerdings wäre es vorschnell zu behaupten, dass das Eventthema in diesem Zusammenhang austauschbar wäre. Zwar kann es ohne statistische Werte nicht ausgeschlossen werden, doch muss bedacht werden, dass der Handballsport, auch aufgrund des sportlichen Erfolges, eine lange Tradition in Schleswig-Holstein hat, gerade auch als regionaler Identifikationspunkt.

Ein wichtiger Punkt zum Besuch des Events sind sicherlich auch die positiven Assoziationen, die der Teilnehmer mit dem THW verbindet. Sein dargestelltes Selbstbild vermittelt die Ähnlichkeit, die zwischen Verein, Spieler und Besucher besteht. Dies führt zu einer zusätzlichen Gemeinschaftsvergewisserung durch offensichtlich ähnliche Lebensstile. Ebenso muss festgehalten werden, dass es in der Landeshauptstadt Schleswig-Holsteins ein gesellschaftliches ‚Muss‘ zu sein scheint, an den Spielen des THW durch den Besitz einer Dauerkarte teilzuhaben.¹²⁵ „Es gehört in Kiel zum guten Ton, zum THW zu gehen. Denn was knapp ist, ist begehrt. Es ist in der Ostseehalle durchaus ein ‚Sehen und Gesehen werden‘“¹²⁶. Die THW-Spiele werden so zu einem gesellschaftlichen Ereignis. Durch den Besitz einer Dauerkarte

¹²¹ Becker/Pilz 1988, S. 133.

¹²² Katja Kazanowski im Gespräch vom 19.04.2004.

¹²³ Katja Kazanowski im Gespräch vom 19.04.2004.

¹²⁴ Schulze 1992, S. 307.

¹²⁵ Vgl. Stollenwerk 1996, S. 74.

kann sich der Teilnehmer zu einem exklusiven Kreis dazugehörig fühlen, der das Ereignis an sich trotz Wiederholung einzigartig macht, vor allem denjenigen gegenüber, die den Spielen nicht beiwohnen können. „Der THW ist was in Kiel, und ich bin ein Teil davon.“¹²⁷ Die Hervorgehobenheit der eigenen Person verstärkt hier die direkte Identitätsbildung durch das Event, auch indem es als distinktives Mittel und Vergewisserung der eigenen Besonderheit gegenüber den Nicht-Teilnehmern dient. Als Gegenbild beider Zuschauereinheiten gelten die VIPs. Es handelt sich bei dieser Gruppe um Organisatoren, Sponsoren, Politiker und wichtige Mitglieder des Vereins, die in den elf Logen der Ostseehalle die ‚besten Plätze‘ einnehmen.¹²⁸ Als ‚normaler‘ Zuschauer oder Stehplatzinhaber ist es unmöglich, in die Logen zu gelangen, da sie durch Türen abgesperrt und bewacht sind.¹²⁹ Diese Plätze werden nicht nur genutzt, um das Spiel zu verfolgen, sondern sie fungieren auch als Treffpunkt für Gespräche unter Geschäftsleuten. „Die Sponsoren erhoffen sich hier, mögliche Geschäftspartner in netter Atmosphäre kennen zu lernen.“¹³⁰

Die Bundesligaspiele des THW können folglich auf zwei unterschiedlichen Ebenen das Gefühl der kollektiven Gemeinschaft als Teil der Festivalisierung vermitteln: zum Einen durch die Möglichkeit der Teilnahme an sich, zum Anderen durch die offensichtlichen Ähnlichkeiten innerhalb der unterschiedlichen Zuschauerteilungen.

Inszenierungsebenen der Spiele

Während der für die Untersuchung relevanten THW-Spiele dieser Saison wurde beobachtet, dass in diesen im Gegensatz zu früheren Spielen, eine deutlich abgeschwächte begeisterte Haltung der Zuschauer erkennbar war. Dies äußerte sich zum Einen in der Beobachtung, dass die Zuschauer die Spieler bei schlechter Leistung selten unterstützten, zum Anderen darin, dass selbst auf die Anfeuerungen der ‚handballorientierten‘ Fans der Stehplätze die Sitzplatzzuschauer nur mit behäbigem Klatschen reagierten. Im Experteninterview wurde dies bestätigt: „Die Zuschauer sind nicht mehr so euphorisch wie noch vor ein paar Jahren. Das Publikum ist mit den Jahren auch älter geworden, denn die Dauerkartenbesitzer bleiben die gleichen. Sie laben sich eigentlich aufgrund der Wiederholungen nur noch am Außergewöhnlichen.“¹³¹ Das Außergewöhnliche kann im optimalen Fall ein entscheidendes Spiel um die Meisterschaft sein, bei dem die Zuschauer spüren, dass durch ihre Unter-

¹²⁶ Katja Kazanowski im Gespräch vom 19.04.2004.

¹²⁷ Katja Kazanowski im Gespräch vom 19.04.2004.

¹²⁸ Vgl. www.thw-provinzial.de vom 24.02.2004.

¹²⁹ Vgl. Dietrich/Heinemann (Hg.) 1989, S. 198.

¹³⁰ Katja Kazanowski im Gespräch vom 19.04.2004.

stützung der THW zum Sieg geführt werden kann. Ähnliches zeigte sich beim Spiel gegen den VfL Pfullingen in dieser Saison, in dem der langjährige Rekord der meistgeworfenen Tore in einem Spiel überboten werden konnte. Durch das Bewusstsein, dass diesen Spielen etwas Besonderes, Einzigartiges anhaftet und sich die Zuschauer darüber selbst zum Teil des Außergewöhnlichen machen können, wird ihr kollektives Gemeinschaftsgefühl im Mikrokosmos der Ostseehalle intensiviert. Doch nicht jedes Spiel kann dem Zuschauer die Einzigartigkeit dieser Spiele vermitteln. Damit die Veranstaltung trotzdem zum ‚schönen‘ Erlebnis wird, steuert der THW durch Inszenierungen dem aufkommenden Problem der Erlebnishewöhnung¹³² entgegen. Damit wird die Sportveranstaltung aus ihrem eigentlichen Kontext herausgehoben und zu einem Event stilisiert, das durch spezifische Reize den Erlebniswert für die Teilnehmer steigern kann. Vorbildfunktion bei der Initiierung der Inszenierungen hat die Fußballveranstaltung, deren Gestaltungen teilweise abgewandelt oder übernommen wurden.¹³³

Bei den Spielen begann die Inszenierung und „... Eventisierung mit zwei Moderatoren.“¹³⁴ Sie begrüßen die Zuschauer in der Ostseehalle vom Spielfeld aus bereits eine Stunde vor Anpfiff der Partie. Durch verschiedene Anfeuerungen wird von ihnen versucht, die Stimmung der Zuschauer zu steigern. Untermalt wird dies von Musik, d.h. insbesondere ‚Stimmungsmusik‘, die zum Singen und Schunkeln anregt. Im weiteren Vorfeld findet zudem der Wettkampf des ‚Torwandwerfens‘ für Kinder statt. Diese und eine Reihe anderer Kinder lockern den Eventcharakter als festgeplanten Ablauf dadurch auf, dass sie während jeder Spielpause auf dem Feld Handball spielen und durch die Ostseehalle laufen. „Die Erlaubnis, dass die Kinder auf dem Spielfeld spielen dürfen, wirkt auf die Zuschauer sympathisch und lässt die Nähe der Spieler zu den Zuschauern authentisch wirken.“¹³⁵

Seit dem Umbau der Ostseehalle¹³⁶ gibt es außerdem das ‚THW-TV‘, das in Zusammenarbeit mit dem Medienpartner NDR aufgebaut wurde. „Gemeinsam mit den Profis aus dem Funkhaus soll den Fans auf 60 Monitoren und zwei Videowänden ein unterhaltsames Info-Angebot aus Interviews, Filmbeiträgen oder Gewinnspielen angeboten werden.“¹³⁷ Die Moderatoren werden von einem Kamerteam durch ihr ‚Show-Programm‘ begleitet. So ist es möglich, bereits im Foyer die Geschehnisse in der Halle zu verfolgen, ohne selbst dort zu sein. Die Atmosphäre,

¹³¹ Katja Kazanowski im Gespräch vom 19.04.2004.

¹³² Vgl. Opaschowski 2002, S. 239.

¹³³ Zur Fußballveranstaltung als Event: vgl. u.a. Gerhard Bausenwein: Geheimnis Fußball: auf den Spuren eines Phänomens. Göttingen 1995.

¹³⁴ Katja Kazanowski im Gespräch vom 19.04.2004.

¹³⁵ Katja Kazanowski im Gespräch vom 19.04.2004.

¹³⁶ Abgeschlossen waren die Arbeiten im Jahr 2001

Abb. 3: Illumination der Ostseehalle zum Einlauf der Spieler (aus: www.thw-provinzial.de vom 09. Januar 2007)



die darüber geschaffen wird, erhöht den Event- und Erlebnischarakter für die Zuschauer, die dadurch nicht nur für den kurz abgegrenzten Zeitraum des Spieles zusammenkommen, sondern bereits vorher in das ‚THW-Event‘ eintauchen können. Nach dem Spiel wird aus genanntem Grund außerdem die Pressekonferenz der gegnerischen Trainer als Analyse des Spiels vom THW-TV übertragen. Bevor die Spieler auf das Feld kommen, treten noch einmal die Moderatoren in den Vordergrund und versuchen, die Zuschauer zu einer gemeinschaftlichen Laola-Welle zu animieren. Dies gehört beinahe zum Ritual der Spiele, um die Teilnehmer kurz vor Beginn des Spiels noch einmal für die gute Stimmung und für sich selbst zu begeistern. Denn innerhalb dieses sinnlichen Eindrucks, der jeden einzelnen Zuschauer durch die wellenhafte Bewegung zu einem zusammenhängenden Ganzen formiert, wird die Wucht des emotionalen Eindrucks als Gemeinschaft noch einmal konkret vor Augen geführt.

In der Zwischenzeit wird ein roter Teppich ausgerollt. Nachdem die gegnerischen Spieler, vom Hallensprecher angekündigt, die Halle betreten haben, wird das Licht in der Ostseehalle gelöscht.

„Als Spieler steht man in den Katakomben, ist aufgeregt, tippelt von einem Bein auf das andere. Das Herz schlägt höher, man spürt es bis in den Hals klopfen. Wohl dem, der in diesem Moment das schwarz-weiße Trikot trägt. Dann läuft man mit seinen Kameraden ein in diese imposante Arena. 10 000 Augenpaare sind auf einen gerichtet. Die Beleuchtung im weiten Rund ist erloschen. Stattdessen funkeln und blinken tausend kleine Lichter. Kleine Taschenlampen um einen herum, als wären es eben jene Augen, die man nur erahnt. Dann geht das Licht wieder an. Man ist vom Anblick überwältigt.“¹³⁸

Der Einlauf der Spieler gleicht durch die Inszenierung beinahe dem Aufmarsch von ‚Helden‘. Durch das Auslöschen des Lichts wird zunächst ein Spannungsgefüge aufgebaut, das die Bedeutung des Einlaufens für das gesamte Event unterstützt.

¹³⁷ „Zebbras auf Sendung.“ In: Zebra Journal 2001, S. 62.

Durch das gleichzeitige Einschalten der Lämpchen wird der Eindruck der Einheit und Gemeinschaft unter den Teilnehmern auf den Höhepunkt gebracht. Die Zuschauer werden hier auch in der sinnlichen Wahrnehmung zu einem Ganzen verschweißt. Unterstrichen wird dies durch das Erklingen der ‚THW-Hymne‘ ‚Olé, hier kommt der THW‘, die die gesamte Halle lautstark mitsingt. „Das gemeinsame Singen der Fanlieder unterstützt das rituelle Vernichten der Gegner.“¹³⁹ Ferner gibt es ein Spotlight, das jeden einzelnen Spieler beim Einlaufen beleuchtet sowie durch die Vorstellung der Spieler vom Hallensprecher. Dabei wird von ihm nur der Vorname genannt, der Nachname wird begeistert von den Zuschauern der Halle gerufen. Dies unterstützt das Gemeinschaftsgefüge und beweist das Expertentum der Zuschauer durch spezielle Kenntnisse über Mannschaft und Ablauf der Spiele. Dass der Spielerlauf einen stark rituellen Charakter hat, wurde durch die Reaktionen der Fans deutlich, als von Seiten der Organisatoren die Einlaufmusik geändert wurde. Wütende E-Mail-Proteste auf der Homepage des THW waren die Folge. „Viele Neuerungen werden von den Zuschauern kritisch wahrgenommen. ... Die Leute sind schon so lange dabei, dass sie ihre alten gewohnten Standards beibehalten wollen.“¹⁴⁰ Den Erfolg und Misserfolg neuer Inszenierungsformen bestimmen somit ausschließlich die Zuschauer.

Eine Aktion, die von den Teilnehmern der Veranstaltung ebenso abgelehnt wurde, war die Cheerleader-Gruppe, die während der Spielpausen mit akrobatischen Einlagen einen zusätzlichen Unterhaltungspunkt bieten sollte:

„Wir haben sie wieder aus dem Programm genommen, weil sie zum Einen unzuverlässig waren und eigentlich auch besser zur Unterstützung bei amerikanischen Sportarten passen. Sie widersprachen in ihrem Auftreten dem Image des Vereins und wirkten bei unseren Spielen deplaziert.“¹⁴¹

Somit lässt sich festhalten, dass sich nicht alle Inszenierungsformen für jedes Event und jede Zuschauergruppe eignen. Was bei einer Veranstaltung erfolgreich war, muss es deswegen nicht im gleichen Maße bei einer anderen sein. Da jedes Sportpublikum als ein Einzelfall zu betrachten ist, müssen die Organisatoren darauf achten, die Lebensstilmuster und Wertvorstellungen der Teilnehmer in ihre Planung zu integrieren, damit diese von dem Event überzeugt sind. Zu viele unpassende Formen könnten dafür sorgen, dass die Zuschauer das Event nicht mehr besuchen, da es zu viele Muster gibt, von denen sie sich bewusst distanzieren.

Am Beispiel des THW zeigt sich, dass es bei den Teilnehmern des Events eine eher konservative Haltung gegenüber den Inszenierungs-Neuerungen gibt. Zu viel

¹³⁸ Imagebroschüre 2003, S. 29.

¹³⁹ Becker/Pilz 1988, S. 36.

¹⁴⁰ Katja Kazanowski im Gespräch vom 19.04.2004.

Neues, das vom eigentlichen Thema ablenkt, ist für den Großteil der Zuschauer nicht akzeptabel und wirkt eher abschreckend. Es wird nur das angenommen, was nicht allzu weit vom klassischen Sportkontext entfernt ist bzw. was ‚ihre‘ Spieler in eine hervorgehobene Position der Darstellung bringen könnte. Das Gewohnte und Bekannte ist hier als Wertorientierung des Integrationsmilieus das Optimum des Erlebnisses. Da der THW das Ziel verfolgt, innerhalb seiner Darstellung als Verein ‚von nebenan‘ zu wirken, kann er die Inszenierungen nur so weit konstruieren, dass dieses Selbstbild nicht aufgehoben wird. Er würde ansonsten Gefahr laufen, seinem inszenierten Bild zu widersprechen und als Identifikationspunkt seine gewollte ‚Authentizität‘ als Sportverein zu verlieren.

Was die Außenwirkung der Festivalisierung betrifft, haben die Inszenierungen der Sportveranstaltung beim THW Vorbildfunktion. So wird es in den Medien wiederkehrend als „Handball-Fest in der Ostseehalle“¹⁴² mit den „... handballverrückten Anhängern aus der Landeshauptstadt“¹⁴³ bezeichnet. Die Gemeinschaft der Zuschauer und die gelungenen Inszenierungen werden vom THW zum Anlass genommen, für die eigene Veranstaltung zu werben und ihr eine hervorgehobene Stellung zu verleihen. „Die Atmosphäre im Hexenkessel Ostseehalle mit über 7 000 Zuschauern wird schon jetzt in der Bundesliga kaum überboten.“¹⁴⁴ Dies geschieht zunächst nicht, um mehr Besucher für die Veranstaltung zu begeistern, denn die Auslastung ist bereits gesichert. Vielmehr verfolgt der THW damit das Ziel, sein eigenes Image als erfolgreicher identifikationsfähiger Sportverein und als erfolgreiches Wirtschaftsunternehmen in alle Richtungen zu präsentieren. Während des Events kann das inszenierte Selbstbild, das u.a. durch das Zebra Journal geschaffen wurde, direkt am Ort überprüft und bestätigt werden.

Zusammenfassung und Ausblick

Diese Studie verfolgte das Ziel, am Beispiel der THW-Spiele und der Meisterfeiern verschiedene Festivalisierungsbemühungen seitens der Stadtpolitik und des Vereins aufzuzeigen. Im gesellschaftswissenschaftlichen Kontext wurde versucht, die aus den Methoden gewonnen Erkenntnisse über die verschiedenen Funktionsweisen des Ereignisses mit dem Lebensstilkonzept von Schulze als theoretische Einordnung in Beziehung zu setzen. Es zeigte sich, dass seine Deutung der zunehmenden Erlebnisorientierung der modernen Wohlstandsgesellschaft auch anhand der Untersuchungsbeispiele bestätigt wurde. Denn der allwöchentliche Konsum der gleichen Ereignisse

¹⁴¹ Katja Kazanowski im Gespräch vom 19.04.2004.

¹⁴² „Zweiter Schritt zum Triple.“ In: KN 94, 23.04.1998, S. 7.

¹⁴³ „Die THW-Karawane zieht nüchtern weiter.“ In: KN 95, 24.04.1998, S. 12.

bei den Ligaspielen des THW setzt den Wunsch nach ‚schönen‘ Erlebnissen ebenso voraus, wie die Teilnahme an den Meisterschaftsfeiern.

Die Festivalisierung von Stadtereignissen als Teil der Eventforschung wurde herangezogen, um die gegenwärtige soziokulturelle Funktion der Veranstaltungen zu klären. Am Beispiel der Meisterfeiern wurde die Festivalisierung als Form der Stadtentwicklungspolitik dargestellt. Es zeigte sich, dass sowohl über die direkt vorgeführte Nähe zwischen Verein und Stadt als auch über die Hervorhebung des besonderen Ereignischarakters zumindest kurzfristig die Identifikation der Bürger mit der Stadt Kiel gefestigt werden kann. Durch die Teilnahme können sie sich als Stadtgemeinschaft fühlen und ihre regionale Identität aufgrund der räumlichen Besonderheit stärken. Die Festivalisierung steuert dazu bei, dass Kiel über die vermittelten Bilder der gemeinschaftlichen Freude ein bestimmtes Stadtimage zugeschrieben bekommt, das seine Außendarstellung in entscheidender Weise prägen kann. Gerade durch Inszenierung bestimmter Selbst- und Gegenbilder versucht der THW, sich als ein Verein ‚von nebenan‘ zu präsentieren, der die traditionellen Werte des Sports trotz Entwicklung zum Wirtschaftsunternehmen nicht aus den Augen verliert. Die Nähe, die zwischen Verein und Rezipienten entstehen soll, wird auch durch die Hervorhebung regionaler Unternehmen als Sponsoren und durch die Darstellung der Spieler erreicht. Mit den Spielern werden traditionelle Werte verbunden, wie Familiensinn, Treue und Bescheidenheit. Diese sollen eine ganz bestimmte Zielgruppe erreichen, die ähnliche Ziele im Leben verfolgt.

Im Vergleich zwischen ‚klassischer‘ und ‚abgewandelter‘ Festivalisierung wurde die These aufgestellt, dass es bei diesen zwei Arten der Stadtentwicklungspolitik sowohl im Ereignis an sich als auch in der Zielgruppe um unterschiedliche Zielinhalte geht. Ist es bei den Bundesligaspielen des THW nicht möglich, jederzeit an diesen teilzunehmen, so dass es sich um eine exklusive Eventform handelt, kann an den Meisterfeiern jeder Bürger der Stadt und der Umgebung dabei sein, ohne spezielle Kenntnisse zu besitzen bzw. einen großen Aufwand betreiben zu müssen. Die Meisterfeiern weisen somit eher Volksfestcharakter auf als die Spiele des THW und vereinen Menschen unterschiedlicher sozialer Erlebnisorientierungen mit je unterschiedlichen Teilnehmermotiven. Hier findet man sowohl den klassischen Zuschauer der THW-Spiele, der mit ‚seiner‘ Mannschaft feiern will, als auch das Mitglied der ‚Spaßgesellschaft‘, das diesen Anlass nutzt, um darüber an reizintensiven Erlebnissen in der direkten Umgebung teilzuhaben. Etwas spekulativ kann man behaupten, dass die Meisterfeiern als ‚klassische‘ Festivalisierung zwar den Bekanntheitsgrad und die Vermittlung des Stadtimages steigern, dass aber die Gemeinschaftsstiftung und die darüber entstehende regionale Identität für die Teilnehmer der Veranstaltung eher temporär ist. Es scheint so, als wäre das Eventthema für einige Teilnehmer

austauschbar und die Meisterfeier nur Mittel zum Zweck des Vergnügens ohne nachfolgende Konsequenzen.

Dieser Punkt konnte bei der Analyse der Teilnehmergruppe der THW-Spiele nicht bestätigt werden. Denn der kostspielige und zeitaufwändige Einsatz durch den Erwerb einer Dauerkarte, setzt ein Mindestmaß an Handballinteresse voraus. Auch wenn einschränkend hinzugefügt werden muss, dass es sicherlich auch Zuschauer gibt, die das Event nur als gesellschaftlich verpflichtendes Ereignis in der Stadt Kiel wahrnehmen. Da statistische Daten über das Verhältnis fehlen, konnte hier keine nähere Überprüfung dieser Hypothese erfolgen. Hinsichtlich des Festivalisierungsbegriffs wurde deutlich, dass sowohl durch die Darstellung und die Durchführung der THW-Spiele als auch durch die Präsentation der Ostseehalle ein positiver Imagegewinn Kiels und des Vereins erreicht wird. Durch Hervorhebung der perfekten Organisation, der Euphorie der Zuschauer und der Veranstaltungsarena wird das optimale Bild eines Events präsentiert, das durch die Medien über die Kieler Grenzen hinaus bekannt wird, auch als Vorbild für andere Vereine. Diese allgemein positive Bewertung des THW ist auch für die Stadt Kiel von Bedeutung. Der THW und damit auch das Image des Vereins werden als eine der Besonderheiten und Einzigartigkeiten der Stadt hervorgehoben. Dies stellt zum einen ein Werbemittel dar, zum anderen kann sich bei den Zuschauern der Spiele die regionale Identität über die Identifikation mit dem Verein stärken. Anders als bei den Meisterfeiern wirkt diese Identifikation langfristig, da der THW für die Dauerkartenbesitzer zu einem Teil ihres Freizeitens geworden ist, der auch außerhalb der Halle, zumindest als Gesprächsthema, eine gewisse Bedeutsamkeit erhält.

Der Vorwurf allerdings, dass durch die Zunahme an Events und ihre offene Zugänglichkeit der gemeinschafts- und identitätsstiftende Ansatz verloren geht, konnte am Beispiel der THW-Bundesligaspiele nicht bestätigt werden. Da es sich beim THW-Publikum seit Jahren um die gleiche Personengruppe handelt, wurde hier ein besonderer Typus der Sportzuschauerschaft angenommen. Dies erschloss sich über eine Teilnehmeranalyse. Selbst wenn diese aus unterschiedlichen sozialen Milieus stammen, wie an den Verhaltensunterschieden zwischen ‚Kuttenfans‘, ‚normalen‘ Fans und VIPs während der Spiele deutlich wurde, haben sie doch, zumindest an diesem Ort, gleiche Identifikationsebenen. Alle Zuschauer wollen den Erfolg ihrer Mannschaft sehen und als ein Teil dieses Ereignisses zu ihrer eigenen Besonderheit finden. Durch die wiederholte Teilnahme werden bei den Spielen des THW die Ausbildung der kollektiven Identität und das Gefühl der Gemeinschaft durch gleiche Werte den Sport betreffend gefördert. Zwar schwimmen auch bei den Spielen des THW die kulturellen Grenzen durch die gemeinsame Teilnahme unterschiedlicher Milieus, sie werden aber durch die Sitz- und Stehplatzverteilungen als hierarchische

Struktur wieder aufgehoben. Gemeinschaft und Identität wird hier vor allen Dingen über die verschiedenen kleinen Gruppen innerhalb der Halle konstruiert. Innerhalb dieser können Ähnlichkeiten, durch die Betrachtung der anderen Teilnehmer auch Abgrenzungen vorgenommen werden, die die eigene Identität stärken, gerade wenn diese Muster jede Woche sinnlich wahrgenommen werden können.

In der gegenwärtigen Auseinandersetzung wird immer häufiger von der Erlebnis-sättigung der Rezipienten gesprochen. Das Überangebot würde nicht mehr distink-tiv genutzt, um die eigene Identität zu ermitteln, sondern mache die Gestaltung der Freizeit zur überhöhten Qual der Wahl, gerade durch die Herausbildung des Event, das verschiedene Interessen und Zeichen zu einem einheitlichen Ganzen verbindet.¹⁴⁵ Aus diesem Grund hat in der letzten Zeit eine Art der Konterrevolution gegen den Erlebnisstress begonnen. In Jahren der gesellschaftlichen Veränderungen, wie die politische Diskussion um die Verlängerung der Arbeitszeiten sowie den immer knapperen Geldmitteln, versucht der Mensch wieder zu sich selbst zu finden, zu seiner eigenen Zeit und seiner eigenen Muße. „Genießen statt anstrengen, Selbstfindung statt Disziplin, Ruhe statt Betriebsamkeit – so könnte die Devise lauten.“¹⁴⁶

Auch der Sport und die Organisatoren der Sportveranstaltungen müssen sich weiterhin bemühen, gesellschaftliche Entwicklungen in ihre Überlegungen einzu-passen. Eine markante Position vertritt hier die ARD-Sportschau mit ihrem Werbe-slogan „Football is coming home“.¹⁴⁷ Die Moderatoren der Sendung betonen expli-zit, dass die Sportschau im Gegensatz zu der Fußballunterhaltungsshow ‚ran‘ wie-der den Rückweg zur reinen Berichterstattung finden will, damit der Fußball wieder im Vordergrund steht und nicht die Show. Dies ist vielleicht eine Tendenz, die die Unterhaltungselemente auf den Fußballplätzen wieder verschwinden lassen wird. Offensichtlich hat hier eine Übersättigung der Zuschauer stattgefunden.

Für den Handball scheint dies noch nicht erreicht, wie der sportliche, wirtschaft-liche und öffentliche Erfolg der diesjährigen Handballweltmeisterschaft mit gleich-zeitigem Imagegewinn für den Sport unter Beweis stellt. Bedenkt man allerdings, dass die Anfänge der Festivalisierung beim Handball später stattgefunden haben als beim Fußball, so kann man davon ausgehen, dass diese Verzögerung auch bei der Rückentwicklung zur reinen Sportveranstaltung auftritt. In diesem Falle würde auch für die Stadt Kiel die Gefahr bestehen, dass sie aufgrund der Sättigung des Publikums nicht mehr mit dem konstanten Erfolg der Festivalisierung durch die Ausrichtung von Großereignissen rechnen könnten.

¹⁴⁴ „Der Muff verschwindet.“ In: Zebra Journal 1999, S. 25.

¹⁴⁵ Vgl. Opaschowski 2002, S. 243.

¹⁴⁶ Opaschowski 2002, S. 249.

¹⁴⁷ Vgl. www.ard-sportschau.de vom 03.06.2004.

Frauenforschung und ihre Institutionalisierung: Das Beispiel des Promotionsstudienganges „Interdisziplinäre Kulturanalyse: Gender Studies“ an der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel¹

Esther Leroy

Forschung über Frauen hat eine lange Tradition. Insbesondere über das Wesen und die Aufgaben der Frau wurde viel geschrieben, in der Regel jedoch aus männlicher Sicht. Gegen diese Ausrichtung setzte die Frauenforschung ihr eigenes Konzept einer Forschung von Frauen über Frauen entgegen, die die männliche Perspektive um eine weibliche ergänzen sollte. Dementsprechend stehen die Anfänge der insti-tutionalisierten Frauenforschung in engem Zusammenhang mit der Frauenbewe-gung in der 2. Hälfte des 20. Jahrhunderts, die wiederum verknüpft ist mit den Protestbewegungen der 1960er Jahre. Sie wird im Allgemeinen als „Neue Frauenbe-wegung“ oder „Zweite Frauenbewegung“ bezeichnet, um sie von den weiblichen Emanzipationsbestrebungen des 19. und beginnenden 20. Jahrhunderts abzugren-zen, die wiederum unter der Bezeichnung „Erste Frauenbewegung“ in der Literatur firmieren.

Die Frauen, die in Deutschland in den genannten Protestbewegungen der 1960er Jahre und der studentischen Linken aktiv waren, hatten häufig die Erfahrung ge-macht, dass trotz der vorherrschenden Gleichheitsrhetorik die Veränderung der Geschlechterverhältnisse nicht auf die Tagesordnung kam. Frauen sahen sich selbst innerhalb dieser Bewegungen ähnlich diskriminiert wie in der üblichen Gesellschaft. Es formierten sich daraufhin zahlreiche Frauengruppen, vor allem in Universitäts-städten, mit dem Ziel, die erwünschte Veränderung der Geschlechterverhältnisse und die Emanzipation der Frauen selber voranzutreiben.

Es folgte mit großer Öffentlichkeitswirksamkeit die Abtreibungskampagne im „Stern“ nach französischem Vorbild, in der mehrere hundert Frauen sich dazu be-kannten, Abtreibungen vorgenommen zu haben, darunter auch namhafte Schau-spielerinnen wie Romy Schneider und Senta Berger.

Der Protest gegen die strafrechtliche Verfolgung des Schwangerschaftsabbruchs war in dieser Zeit ein zentrales inhaltliches Anliegen der Frauenbewegung. In der

¹ Es handelt sich bei dem vorliegenden Text um das Manuskript eines Vortrags, den die Autorin 2006 an der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel gehalten hat. Der Vortragsstil wurde beibehalten, die dem Vortrag zugrunde liegende Literatur findet sich im Literaturver-zeichnis. Zum Promotionsstudiengang Gender Studies vergleiche auch Esther Leroy: Promotionsstudiengang Gender Studies: ein neuer Studiengang an der CAU. In: TOP 29, 15/2005, S. 46-49.

Folge trat die Frauenbewegung immer wieder an die Öffentlichkeit, sie organisierte sich vor allem aber auch institutionell in Frauen- und Selbsterfahrungsgruppen, durch die Gründung von Frauenarchiven und Frauenzentren und vielem mehr. Ebenfalls kam es zur Schaffung einer feministischen Öffentlichkeit mit Frauenbuchläden, Frauenverlagen und Frauencafés. Inhaltlich stand dabei die Erfahrung im Mittelpunkt, dass die zeitgenössische Gesellschaft geprägt war von patriarchalischen und männerzentrierten Strukturen, dass also das Verhältnis von Frauen und Männern von Sexismus bestimmt sei.

In diesem Kontext gerieten auch schnell die wissenschaftliche Forschung und die Universität als Institution in die Kritik. Die Wissenschaft als Teil der Gesellschaft sei bisher hauptsächlich an männlichen Maßstäben und Werten orientiert gewesen; die Institution Universität als Teil der Gesamtgesellschaft androzentrisch – also mit der Genusgruppe Mann im Zentrum – organisiert. Zentrale Anliegen waren im akademischen Kontext daher zum einen, frauenspezifische Fragen an etablierte Forschungsinhalte und Forschungsmethoden zu richten, zum anderen, grundlegende Wissenschaftskritik zu üben. Der enge Zusammenhang zwischen Frauenbewegung und Frauenforschung hatte von Anfang an eine intensive Diskussion darüber zur Folge, ob Frauenforschung rein akademisch betrieben werden könne oder ob die politische Dimension mit einbezogen werden müsse, ob Frauenforschung also konkret für die Veränderung der Situation von Frauen verwendbar sein solle. Einen wichtigen Diskussionsbeitrag hierzu lieferte 1978 die Ethnologin Maria Mies, als sie einige „Methodische Postulate zur Frauenforschung“ formulierte. Sie forderte eine bewusste Parteilichkeit der Forschung, die aus der eigenen Betroffenheit der Wissenschaftlerinnen erwachsen sollte. Dabei sollte gezielt die Perspektive der Unterdrückten, also der Frauen, eingenommen werden. Diese Forderung implizierte zum einen, dass nur Frauen über Frauen forschen könnten und sollten, zum anderen eine enge Bindung an die politische Praxis. Mies' Thesen waren schon zum Zeitpunkt der Publikation nicht unumstritten. Es stellte sich vor allem das Problem der Wissenschaftlichkeit so entstandener Forschungen, die explizit als parteiliche Forschungen konzipiert waren. Auch wenn viele Forscherinnen und Forscher Mies nicht in dieser Radikalität folgen wollten, hatte sie doch einen wichtigen Punkt deutlich gemacht: dass Wissenschaft und damit auch das Forschen über Frauen nie in einem wertneutralen Raum stattfindet, sondern die Erkenntnisgewinnung selber abhängig ist von einem gesellschaftlichen Rahmen, der auch durch Macht- und Ohnmachtsverhältnisse bestimmt ist.

Inhaltlich trat in der sich formierenden Frauenforschung zunächst in den Vordergrund, Frauen und ihre Lebenszusammenhänge in den Blick zu nehmen. Vorrangig ging es darum, Unterschiede zwischen Männern und Frauen aufzuzeigen und zu

benennen, Informationen von und über Frauen zur Verfügung zu stellen sowie Kritik an der gesellschaftlichen Marginalisierung von Frauen und den eindeutigen Machtmechanismen zu üben, die dieser zugrunde lagen. Auch Gesellschaftstheorien wurden auf ihren Geltungsbereich hin untersucht. Kritisiert wurde, dass diese trotz ihrer vorgeblich universellen Perspektive die weiblichen Erfahrungen nicht im Blick hatten. Dies betraf vorrangig Theorien zur Geschlechterdifferenz, die nicht nur inhaltlich, sondern auch methodisch darauf hin befragt wurden, ob sie tatsächliche empirische Befunde widerspiegeln oder ob es sich bei den festgestellten Differenzen um Zuschreibungen handelte. Vor allem Forschungen zum Sozialisationsprozess wurden intensiv und kritisch betrachtet. Geschlechterdifferenzen wurden von der Frauenforschung dabei nicht als natürlich gegebene Phänomene, sondern als ein Resultat von Erziehung und kultureller Einflussnahme begriffen. Gemeinsam ist dieser Kritik also die Abwehr von Argumenten, die Geschlechterdifferenzen naturalisieren und biologisieren.

Auch die Frauengeschichtsschreibung wurde als eine bedeutende Komponente angesehen. Sie sollte bei der Suche nach positiven weiblich-feministischen Traditionen helfen und somit Identifikationsangebote für Frauen liefern. Im Vordergrund stand zunächst eine Richtung, die allgemein mit dem Begriff der kompensatorischen Forschung bezeichnet wird und dazu diente, die vergessene Perspektive auf weibliche Lebenswelten nachzuholen. Ziel dieser Richtung war es, Frauen in der Geschichte überhaupt sichtbar zu machen. Die Ansicht Simone de Beauvoirs in ihrer berühmten Schrift „Das andere Geschlecht“, die Geschichte böte für Frauen keine positiven Identifikationsmöglichkeiten², wurde von vielen Frauenforscherinnen der 1970er Jahre nicht geteilt, die vielmehr positive und identitätsstiftende Frauenditionen in der Geschichte aufspüren wollten. Voraussetzung dafür war die Erkenntnis, dass das Problem nicht in der Geschichte selber, sondern in der Geschichtsschreibung liegt, die – auch wenn sie unter dem Anspruch angetreten war, allgemeine Geschichte zu beschreiben – nicht den Menschen, sondern den Mann in den Mittelpunkt gestellt habe. So würden Frauen und Frauenbewegungen in der Geschichte nicht sichtbar gemacht. Dieses Defizit sollte behoben werden, da es in der Konsequenz einen Mangel an Identifikationsmöglichkeiten für Frauen darstelle. So entstanden Forschungen zu den so genannten „großen, bemerkenswerten Frauen“ in der Geschichte, also zu Einzelpersonen. Diese Forschungsrichtung ist nicht zufällig historisch zu einer Zeit entstanden, als der Kampf um die Emanzipation der Frau auf der politischen Agenda stand. Frauen erkämpften für sich politische Rechte und

² Beauvoir sieht einen verschwindend geringen Einfluss von Frauen in der Geschichte, den sie aus deren Unterdrückung ableitet. Sie plädiert für einen radikalen Bruch mit der Geschichte, die für die Frauenbewegung nur als Negativbeispiel nützlich sei.

einen gleichberechtigten Zugang zu gesellschaftlichen Institutionen. Diese Gleichheits-Perspektive wurde auch auf die Geschichtsschreibung übertragen. Problematisch war jedoch zum einen, dass damit nur ein sehr kleiner Anteil von Frauen erfasst wurde, zum anderen, dass Frauen oft nur als Ehefrauen, Mütter oder Schwestern, gegebenenfalls auch als Mäzeninnen bedeutender und berühmter Männer auftauchen, so dass hier die männlich definierte Gesellschaft der maßgebliche Bezugspunkt blieb. Deshalb wurde auch versucht, den Beitrag zu erforschen, den Frauen allgemein in historischen Gesellschaften geleistet haben, der Fokus wurde auf ihren sozialen Status und ihren Einflussbereich sowie die mit diesem Status verbundene Unterdrückung gerichtet. Diese beschriebene Forschungsrichtung wird allgemein als Frauenforschung im engeren Sinne bezeichnet. Sie konzentriert sich auf die Angehörigen der weiblichen Genusgruppe. Das männliche Geschlecht ist vor allem als Gegenpart präsent und dient als Folie der Abgrenzung.

Diese Beschränkung auf die Genusgruppe der Frauen und auf weibliche Lebensbereiche wurde schnell auch als kritisch gesehen, selbst wenn sie zunächst zur Wissensbildung notwendig war. In der Folge wurde der Blick auf gesamtgesellschaftliche Zusammenhänge ausgeweitet: Es erfolgte eine Ablösung der zentralen Kategorie „Frau“ durch die Kategorie „Geschlecht“, die als strukturelle Kategorie begriffen wurde. Die Relationen zwischen den Geschlechtern wurden verstärkt in den Blick genommen, das gesamtgesellschaftliche System in den Vordergrund gestellt. Diese Phase kann man ab etwa Mitte der 1980er Jahre verorten; für diese Forschungsrichtung ist die Bezeichnung „Geschlechterforschung“ üblich. Sie stellt im Vergleich zur Frauenforschung andere Fragen, nämlich nach dem Verhältnis der Geschlechter zueinander, nach seinen strukturellen Ursachen und seinen strukturellen Konsequenzen. Dahinter steht die These, dass die Geschlechterdifferenz ein zentrales Strukturprinzip von Gesellschaften darstellt, das in einen bestimmten historischen und kulturellen Kontext eingebettet ist. Die Unterscheidung und Hierarchisierung der Geschlechter wird dabei als ein mindestens ebenso bedeutendes Element der Sozialstruktur gesehen wie die Unterscheidung nach gesellschaftlichen Klassen. Es ist jedoch nicht so, dass Geschlechterforschung eine Alternative zur Frauenforschung darstellt oder diese abgelöst hat. Je nach Fragestellung werden auch in der gegenwärtigen Forschung noch beide Ansätze gewählt.

Parallel dazu entwickelte sich Mitte der 1980er Jahre ein Diskussionsstrang, der den Begriff „Gender“ in den Mittelpunkt rückte. Die hier anschließende Forschungsrichtung wird dementsprechend auch unter dem Begriff der Genderforschung gefasst. Ausgehend von der Abwehr des Arguments, Geschlechterrollen seien biologisch determiniert, setzte sich im englischen Sprachraum bereits in den 1980er Jahren die Unterscheidung zwischen den Begriffen „sex“ und „gender“ durch. Während „sex“

dabei biologisch konnotiert wird, bezeichnet „gender“ die sozio-kulturelle Konstruktion von Geschlecht. Zu bemerken ist, dass es sich hierbei ebenfalls nicht um eine Abkehr von den Forschungsrichtungen der Frauen- und Geschlechterforschung handelt, sondern um ihre Weiterführung und Ergänzung. Die Unterscheidung von sex und gender brachte aber auch Probleme mit sich. Sie ließ den Eindruck entstehen, dass es eine unwandelbare biologische und vom Soziokulturellen trennbare Geschlechtlichkeit gebe und implizierte so die Annahme, dass das biologische Geschlecht die unwandelbaren Grundlagen enthält, auf denen das soziale Geschlecht aufbaut. Die Befürchtung der Kritikerinnen war, dass so ein Konzept der biologischen Determiniertheit beibehalten werde, das gleichzeitig die Zweigeschlechtlichkeit impliziert. Insbesondere die US-amerikanische Theoretikerin Judith Butler trug mit ihrer dekonstruktivistischen Kritik an der Zweigeschlechtlichkeit stark dazu bei, auch die Kategorie „sex“ als konstruiert zu entlarven. Ihre theoretischen Ausführungen hatten großen Einfluss bei der Entwicklung einer weiteren Forschungsrichtung, die sich vor allem in den USA auch institutionalisiert hat: den Queer Studies, die sich radikal von der Annahme der Zweigeschlechtlichkeit abwenden.³

Der Begriff „Gender“ dient also zum einen zur Kategorisierung von Forschungsrichtungen, der wie im Begriff der Genderforschung den Bezug zu den verwendeten theoretischen Grundlagen anzeigt, zum anderen in der Zusammensetzung „Gender Studies“ aber auch als Bezeichnung für eine institutionalisierte Frauen-, Geschlechter- und Genderforschung, vor allem an Universitäten. Die Etablierung von Gender Studies als eigenständigem Studienfach beginnt in den 1980er Jahren in den USA und wenig später auch in Großbritannien, also vor allem im englischen Sprachraum. Während deren inhaltliche Ansätze in Deutschland schnell in den unterschiedlichen Disziplinen rezipiert wurden und auch hier die Erforschung frauen- und geschlechtsspezifischer Themen in den 1980er Jahren aufblühte, erfolgte die Umsetzung in Organisationsstrukturen erst wesentlich später, und dann vor allem im Rahmen von Graduiertenkollegs oder durch die Einrichtung von fachübergreifenden Zentren zur Frauen- und Geschlechterforschung. Die Einrichtung von gender-

³ Zwei weitere Forschungsrichtungen sind an dieser Stelle zu nennen: zum einen die so genannten Men's Studies, die die Genusgruppe Mann in den Mittelpunkt ihrer Forschungen stellen. Angeregt wurden diese von den Entwicklungen im Bereich der Frauen- und Geschlechterforschung, auch hier wird von einer soziokulturellen Konstruktion von Geschlecht ausgegangen. Zum anderen ist dies die so genannte Intersektionalitätsforschung, die außer der Differenzierung, die auf der Geschlechtszugehörigkeit beruht, weitere Kategorien sozialer Ungleichheit in ihre Analysen mit einbezieht. Vorausgegangen war hier die Kritik vor allem afroamerikanischer Feministinnen, die sich häufig nicht in Diskussionen und Forschungen wieder fanden. Dies trug wie auch die sex-gender-Debatte dazu bei, die doch stark homogenisierende Kategorie der Zweigeschlechtlichkeit ausdifferenzieren.

spezifischen Studiengängen dagegen ließ auf sich warten, und zwar bis weit in die 1990er Jahre hinein.⁴ Inzwischen sind Gender Studies aber an vielen deutschen Universitäten etabliert. Am häufigsten ist dabei die Institutionalisierung im Angebot eines Magister-Nebenfaches, das in der Regel von einem interdisziplinären Fächerverbund getragen wird; die Organisation liegt dabei meist bei den schon genannten Zentren zur Frauen- und Geschlechterforschung. Die Christian-Albrechts-Universität zu Kiel folgte im Wintersemester 2004/05 mit der Einrichtung des Promotionsstudienganges „Interdisziplinäre Kulturanalyse: Gender Studies“.

Die Vorbereitungen zur Einrichtung eines Studienganges Gender Studies in Kiel reichen bis ins Jahr 2001 zurück. Im Juli diesen Jahres wurde zu diesem Zweck eine Stelle aus den Mitteln des Hochschul- und Wissenschaftsprogramms (HWP)⁵ eingerichtet, die die entsprechende programmatische und organisatorische Vorarbeit leisten sollte. Da bereits zu diesem Zeitpunkt im Zuge des Bologna-Prozesses die Umstellung aller Studiengänge auf die neuen Abschlüsse Bachelor und Master diskutiert wurde, waren zunächst zwei Varianten im Gespräch: entweder die Einführung eines Magister-Nebenfaches Gender Studies oder die Einführung eines Master-Studienganges Gender Studies. Um sich von den in Deutschland bereits bestehenden Studiengängen abzugrenzen, die vor allem im Bereich der philosophischen Fakultäten angesiedelt waren, wurde ein Schwerpunkt auf wirtschaftlichen und juristischen Fragestellungen geplant, weil hier auch die Möglichkeit einer erhöhten Praxisrelevanz gegeben schien.

Es ergaben sich dabei jedoch große Probleme, die dieses Vorhaben scheitern ließen: Im Jahr 2002, also mitten in der Planungsphase, wurde die Universität von einer großen Einsparungswelle getroffen und die Schaffung von neuen Stellen, wie sie zur Errichtung eines solchen Studienganges nötig gewesen wäre, lag nicht im Rahmen des Möglichen. Damit stellte sich das Problem, dass die Lehr- und Prüfungskapazität, die für einen grundständigen Studiengang garantiert werden musste, nicht aufzubringen war. Dazu kam, dass das Zentrum für Interdisziplinäre Frauenforschung, das bereits an der Kieler Universität vorhanden war, im Zuge dieser Einsparungswelle in den Zuständigkeitsbereich der Soziologie verschoben wurde und somit auch hier die gender-spezifische Lehrkapazität verloren ging. Um das Projekt eines

⁴ So wurde im Sommersemester 1997 der Aufbaustudiengang Kulturwissenschaftliche Geschlechterstudien an der Universität Oldenburg ins Leben gerufen, im Wintersemester 1997/98 nahm der Studiengang Geschlechterstudien/Gender Studies als Magisterhaupt- und -nebenfach an der Humboldt-Universität Berlin seine Arbeit auf.

⁵ Das Hochschul- und Wissenschaftsprogramm HWP war ein vom Bund und den Ländern finanziertes befristetes Förderprogramm, das unter anderem zur Herstellung der Chancengleichheit von Frauen in Forschung und Lehre diente.

Studienganges Gender Studies nicht aufzugeben, wurde die Form des Promotionsstudienganges gewählt, der studienbegleitend konzipiert war und damit ohne zusätzliche Lehr- und Prüfungskapazitäten auskam.

Promotionsstudiengänge allgemein haben zum Ziel, ein strukturiertes Promotionsstudium zu schaffen, das diese Qualifizierungsphase attraktiver und effektiver machen soll. Den Studierenden soll dabei ein zügiger Abschluss ihrer Promotion ermöglicht werden. Die Phase der Promotion soll dabei nicht mehr ein langer Weg sein, der individuell mit vielen Unsicherheiten und Unwägbarkeiten zu bewältigen ist, sondern sie soll ein übersichtlich gestalteter Zeitraum sein, der in verschiedenen Phasen die Qualifizierungen vermittelt, die für einen Abschluss nötig sind. Konkret sollten in Kiel neben der Vermittlung von Fachwissen im Bereich der Gender Studies sowohl inhaltliche Unterstützung und Hilfestellungen für die Studierenden treten als auch Angebote geschaffen werden, fächerübergreifende Kontakte wahrzunehmen und zu gestalten. Um dieses Ziel zu erreichen, wurde der Promotionsstudiengang Gender Studies als interdisziplinärer und strukturierter Studiengang eingerichtet. Sein Aufbau sieht die Teilnahme an unterschiedlichen Veranstaltungen vor. Als einführende Veranstaltung ist je nach Anzahl der Teilnehmerinnen und Teilnehmer ein gemeinsames Wochenende zum gegenseitigen Kennenlernen, zur ersten Vorstellung der Projekte und zur Orientierung über theoretische und thematische Analogien, Differenzen, Interessensgebiete und Probleme vorgesehen. Die Vertiefung im Bereich der Gender Studies erfolgt im Rahmen eines Doktorandenkollegs, in dem sich 14-tägig alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer über ihre Projekte und die gemeinsamen Grundlagen ihrer Arbeiten austauschen und die Arbeiten unter dem Vorsitz der beteiligten Betreuerinnen und Betreuer vorstellen. Jeweils monatlich findet außerdem eine öffentliche Ringvorlesung zu ausgewählten Themen der Gender Studies statt, die die interdisziplinäre Perspektive erweitern soll. Ziel des Promotionsstudienganges war es also, alle Dissertationsprojekte der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel zu vernetzen, die sich mit dem Verhältnis der Geschlechter befassen. Gerade der interdisziplinäre Ansatz kam nicht nur einem Bedürfnis vieler Doktorandinnen und Doktoranden zum fächerübergreifenden Austausch nach, sondern trieb auch die wissenschaftliche Diskussion innerhalb der einzelnen Fachbereiche voran. Bereits im ersten Studienjahr konnten Promovierende aus den Bereichen Anglistik, Europäische Ethnologie/Volkskunde, Didaktik, Psychologie sowie Sanktionenrecht und Kriminologie zur Teilnahme am Promotionsstudiengang gewonnen werden.

Die Teilnehmerinnen des Promotionsstudienganges „Interdisziplinäre Kulturanalyse: Gender Studies“ bewerteten diesen sowohl auf fachlicher als auch auf persönlicher Ebene als sehr positiv und gewinnbringend, insbesondere die Möglichkeit zur regelmäßigen interdisziplinären Auseinandersetzung. Auf inhaltlicher

Ebene wurde als positiv hervorgehoben, dass der Austausch im Kolloquium den eigenen Horizont erweitere, aber auch dazu anrege, die eigene Fachtradition und die Leistungsfähigkeit der jeweiligen fachspezifischen Ansätze zu reflektieren. Dadurch ergaben sich neue Blickwinkel auf die eigenen Dissertationen und eine Abgrenzung des eigenen Themenbereichs wurde erleichtert. Insgesamt wurde es sehr geschätzt, die eigene Arbeit präsentieren zu können und damit nicht nur wertvolle Denkanstöße zu erhalten, sondern sich auch regelmäßig der eigenen Fortschritte bewusst zu werden. Weiterhin wurden die Möglichkeit zum Knüpfen neuer Kontakte beziehungsweise zum Aufbau eines Netzwerkes mit anderen Dissertierenden sowie die Gelegenheit zum Kennenlernen der ProfessorInnen eigener und fremder Universitäten als positiv hervorgehoben. Dies erleichterte die Arbeit an den interdisziplinären Aspekten der eigenen Dissertation und machte damit das eigene Arbeiten effektiver, weil auftretende Fragen aus fremden Fachbereichen – beispielsweise zum jeweiligen Stellenwert bestimmter theoretischer Modelle, der Einordnung von ForscherInnen oder zu relevanter Sekundärliteratur – informell und schnell untereinander geklärt werden konnten oder ein kompetenter Ansprechpartner vermittelt wurde.

Die Institutionalisierung von Gender Studies, wie sie seit einigen Jahren auch an der Universität Kiel erprobt wird, bringt dabei jedoch sowohl Probleme als auch Chancen mit sich, vor allem für die interdisziplinäre Arbeit. „Gender“, verstanden als sozio-kulturelle Konstruktion von Geschlecht, ist eine Kategorie, die in den Geistes- und Sozialwissenschaften entwickelt und beschrieben wurde und vorrangig auch nur dort als Analyseinstrument verwendet wird. Dem gegenüber steht das Arbeiten mit einem essentialistischen Begriff der Zweigeschlechtlichkeit vor allem in den Naturwissenschaften. Publikationen zu diesem Thema verzeichnen oft aggressive Debatten beider Wissenschaftskulturen. Dies zeigte sich im Kieler Studiengang nicht, wo besonders das Kolloquium, das zur Vorstellung der Arbeiten und zur Diskussion dient, geprägt war von einer Atmosphäre der Offenheit und Neugier. Dennoch war das Finden einer gemeinsamen Gesprächsgrundlage oft schwierig, da eine vergleichbare theoretische Basis oft erst erarbeitet werden musste. Bevor es zu Diskussionen über Inhalte kam, mussten Fachtraditionen, erkenntnistheoretische Fragen, Theorien und Begriffsdefinitionen einer grundsätzlichen Klärung unterzogen werden: ein zeitintensives Unterfangen. Hinzu kommt, dass beim Beginn der interdisziplinären Arbeit zu solch einem späten Zeitpunkt wie der Promotion, wie es in Kiel der Fall ist, die Promovierenden bereits eine professionelle und emotionale Heimat in ihrem Herkunftsfach gefunden haben, die die schon genannten methodischen und theoretischen Zugriffe ebenso beinhaltet wie einen bestimmten Fachhabitus, dessen Selbstverständlichkeit in der interdisziplinären Arbeit in Frage gestellt wird. Dieses Problem stellt sich jedoch auch in interdisziplinär organisierten

Magisterstudiengängen. Dass sich disziplinäre Fachgrenzen als nahezu unüberwindbar erweisen, scheint allerdings auch ein Charakteristikum der deutschen Universitätslandschaft zu sein, gerade im englischen Sprachraum ist ein flexiblerer Umgang mit disziplinären Grenzen zu beobachten.

Angetreten waren Frauen- und Geschlechterforschung im akademischen Bereich mit der Zielsetzung, die Wissensproduktion grundlegend zu verändern. Es ging um nichts Geringeres als um die Neuerfindung von Wissenschaft überhaupt, um die Neudefinition wissenschaftlicher Kategorien und Theorien. Verschiedene Vertreterinnen dieser Forschungsrichtung befürchteten derzeit, dass die Institutionalisierung von Gender Studies als eigenständiges Studienfach diesem Vorhaben zuwider läuft, indem genderspezifische Fragestellungen und Impulse in das Fach Gender Studies gedrängt werden und damit aus den anderen wissenschaftlichen Disziplinen verschwinden. Gender-Themen sind zwar in den meisten wissenschaftlichen Disziplinen präsent, wie beispielsweise der Blick auf das von der Gleichstellungsbeauftragten der Kieler Universität herausgegebene „Verzeichnis der Genderzentrierten Lehrveranstaltungen“ zeigt. Doch gilt es immer noch als ein mögliches Karrierehindernis, wenn Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler in ihren Qualifizierungsarbeiten eine deutliche Konzentration auf Genderthemen erkennen lassen. Die Institutionalisierung von Gender Studies scheint also zwar darauf hinzuweisen, dass sich diese als Fach und Forschungsperspektive an den Universitäten etabliert haben, es muss jedoch die Frage gestellt werden, ob dies uneingeschränkt als ein Zeichen des Erfolges gedeutet werden kann. Außerdem ist die Institutionalisierung selbst prekär. Dies zeigt sich auch in Kiel, wo die Finanzierung aus den Mitteln des Hochschul- und Wissenschaftsprogramms HWP zum Ende des Jahres 2006 ausgelaufen ist, so dass auch der dortige Promotionsstudiengang wieder vom Untergang bedroht ist. Dass dies kein Einzelfall ist, zeigt ein Blick auf andere Zentren, Studiengänge und Programme, die in der Regel finanziell vergleichsweise schlecht abgesichert, oft nur schwach in den Verfassungen der Hochschulen verankert und, ebenso wie der Kieler Promotionsstudiengang, bei der Finanzierung oft von Sonderprogrammen abhängig sind. Institutionalisierte Gender Studies scheinen wie schon die Frauenforschung der frühen Jahre immer noch abhängig vom persönlichen Engagement der Forscherinnen und Forscher zu sein, die sich meist zusätzlich zu ihrer Tätigkeit in ihren Herkunftsfächern auf dem Gebiet der Gender Studies engagieren. Die Vielzahl von Studiengängen, die es in diesem Bereich mittlerweile in Deutschland gibt, zeigt jedoch, dass dieses Engagement Früchte getragen hat. Es ist zu hoffen, dass die erreichten Erfolge bei der Umstrukturierung der Universitätslandschaft mit der Einführung von Bachelor- und Masterstudiengängen Bestand haben und in der Zukunft noch weiter ausgebaut werden können.

Literatur:

Conrad, Anne (2003)

Frauen- und Geschlechtergeschichte. In: Michael Maurer (Hg.). *Aufriß der historischen Wissenschaften*, Bd. 7: Neue Themen und Methoden der Geschichtswissenschaft. Stuttgart, S. 230-293.

Hausen, Karin (1998)

Die Nicht-Einheit der Geschichte als historiographische Herausforderung. Zur historischen Relevanz und Anstößigkeit der Geschlechtergeschichte. In: Hans Medick/Anne-Charlott Trepp (Hg.): *Geschlechtergeschichte und Allgemeine Geschichte: Herausforderungen und Perspektiven*. Göttingen, S. 15-55.

Hof, Renate (2003)

Kulturwissenschaften und Geschlechterforschung. In: Ansgar F. Nünning (Hg.): *Konzepte der Kulturwissenschaften*. Stuttgart/Weimar, S. 329-350.

Honegger, Claudia/Caroline Arni (Hg.) (2001)

Gender – die Tücken einer Kategorie. Joan W. Scott, *Geschichte und Politik*. Zürich.

Palm, Kerstin (2004)

Gender - eine unbekannte Kategorie in den Naturwissenschaften? In: Therese Frey Steffen/Caroline Rosenthal/Anke Väth (Hg.): *Gender Studies: Wissenschaftstheorien und Gesellschaftskritik*. Würzburg, S. 97-110.

Schulz, Kristina (2002)

Der lange Atem der Provokation. Die Frauenbewegung in der Bundesrepublik Deutschland und in Frankreich 1968-1976. Frankfurt/M. u. a.

Wesely, Sabine (Hg.) (2000)

Gender Studies in den Sozial- und Kulturwissenschaften. Einführung und neue Erkenntnisse aus Forschung und Praxis. Bielefeld.

Zentrum für transdisziplinäre Geschlechterstudien an der Humboldt-Universität zu Berlin (2004)

Geschlechterstudien im deutschsprachigen Raum: Studiengänge, Erfahrungen, Herausforderungen. Dokumentation der gleichnamigen Tagung vom 4. -5. Juli 2003. Berlin.

Berichte und Mitteilungen**Volontariat am Museum der Arbeit**

Jenni Boie

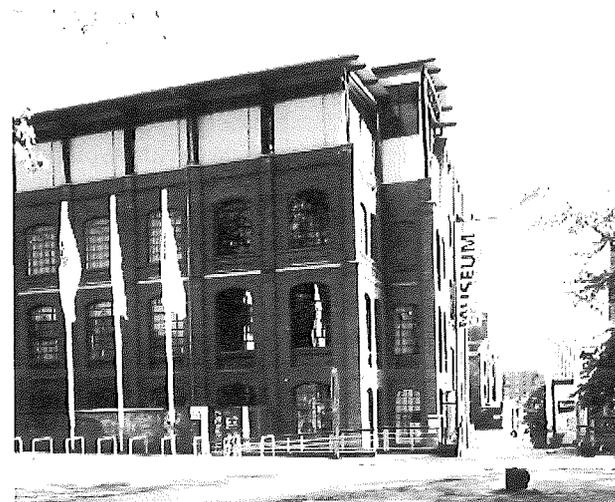


Abb. 1: Blick auf das Museumsgebäude. Museum der Arbeit, Wiesendamm 3, Hamburg.
(Foto Karin Plessing, © Museum der Arbeit).

Kurz nach meinem Masterabschluss am Seminar für Europäische Ethnologie/Volkswissenschaften in Kiel im Herbst 2004 wurde im Hamburger Museum der Arbeit eine Volontariatsstelle ausgeschrieben, für die ich ca. drei Wochen nach meinem Bewerbungsgespräch eine Zusage erhielt.

Insgesamt drei Volontariatsstellen sind am Museum der Arbeit besetzt, wobei zwei der Volontäre sowohl die „klassischen“ Museumsaufgaben erlernen, als auch in den Bereichen der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit mitarbeiten. Der dritte Volontär ist ausschließlich in der Sammlungsdokumentation tätig. Mein Volontariat umfasste Ersteres.

Das Museum der Arbeit im Hamburger Stadtteil Barmbek befindet sich auf dem ehemaligen Fabrikgelände der „New-York Hamburger Gummi-Waaren Compagnie“. Wo früher aus Kautschuk Hartgummikämme gefertigt wurden, präsentiert sich heute ein Museum, das die Industrialisierung und ihre Folgen in den Blick nimmt. Vor der Umnutzung zum Museum stand hier eine Industrieruine mit Teilen der Alten

Fabrik von 1871, dem Torhaus, der Zinnschmelze, dem Kesselhaus und der Neuen Fabrik von 1908. Diese Teile bilden die Gebäude des 1997 eröffneten Museums.

Das Museum hat zwei Außenstellen: Das Speicherstadtmuseum, das in einem über 100 Jahre alten Lagerhaus liegt und typische Waren und Arbeitsgeräte aus den traditionsreichen Lagerfirmen und Handelshäusern der Speicherstadt zeigt, sowie das im Aufbau befindliche Hafenumuseum. Hier gibt es neben einem Schaudapot, das Einblicke in die Sachkultur der Hafenarbeit gewährt, auch Kaikräne und Van Carrier, ein Schwimmdampfkran und andere schwimmende Objekte, die den Wandel des Hafens vom Stückgut- zum Containerumschlag demonstrieren.

In den ständigen Ausstellungen des Haupthauses werden an verschiedenen Beispielen Arbeit und Arbeitsbedingungen in für Hamburg typischen Branchen beschrieben. Auf drei Ebenen widmet sich das Museum u.a. der Metallverarbeitung, der Geschichte des Buchdruckes, dem Handel mit Kautschuk und Kakao, der Arbeit im Kontor sowie verschiedenen Frauenarbeitsplätzen. Neben einigen kleineren Sonderausstellungen (z.B. Fotoausstellungen) wird einmal pro Jahr eine große Sonderausstellung gezeigt, beispielsweise zu den Themen „nachindustrielle Stadt“ oder „Migration“. Die aktuelle Sonderausstellung schildert die Geschichte zweier Kautschuk-Fabriken, wobei die Kautschukverarbeitung ebenfalls eine für Hamburg typische Industriebranche ist. In der Ausstellung geht es um die oben genannte „New-York Hamburger Gummi-Waaren Compagnie“, die heute in Harburg ihren Sitz hat, und die auf Hartgummi spezialisierte größere Schwesterfirma „Phoenix“, die 1856 in Harburg entstand, als Vereinigte Gummiwaaren-Fabriken Harburg-Wien 50 Jahre lang Weltgeltung hatte und später von einem anderen Unternehmen (der Continental) übernommen wurde.

Nachdem ich mich vier Wochen lang intensiv in die Themen einarbeiten konnte, um auf Anfragen zur Sammlung und zu den Ausstellungen kompetente Antworten zu geben, ging es los: Zu meinen regelmäßigen Aufgaben gehörte die Mitarbeit im Bereich der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, so dass ich sehr häufig auf Anfragen zu einzelnen Themen des Museums reagieren musste. Die Arbeit in dieser Abteilung umfasste neben der Betreuung von Presseanfragen auch die Organisation von Pressekonferenzen, die immer vor Eröffnung einer größeren Ausstellung stattfinden: Das schließt die Einladung der im hauseigenen Presseadressverteiler eingetragenen Journalisten ebenso mit ein, wie die Bereitstellung des für sie nötigen Infomaterials in Pressemappen (Texte, Flyer, Fotos, Benennen des Ansprechpartners für weitere Fragen). Bei der Konferenz selbst stehen dann die Kuratorin der Ausstellung, eventuell ein Experte zum jeweiligen Thema sowie die Direktorin des Museums, Prof. Lisa Kosok, für Fragen zur Verfügung.

Eine weitere ständige Aufgabe war die Mitarbeit in der Redaktion des zweimonatlich zu erstellenden Programmfaltblattes: das Sammeln und Redigieren der Texte zu den neuen Sonderausstellungen, das Zusammentragen verschiedener Aktivitäten, die im Museum stattfinden (Führungen, Kurse, Aktionen für Kinder etc.) sowie das Abstimmen mit dem Grafiker, der das Faltblatt gestaltet. Zudem muss dafür gesorgt werden, dass es hinterher an alle wichtigen Orte in und außerhalb Hamburgs versendet wird (Museen, andere Kultureinrichtungen, Kneipen usw.).

Neben dieser Arbeit erhielt ich die Möglichkeit, als Assistentin an einem außergewöhnlichen und sehr erfolgreichen Sonderausstellungsprojekt mitzuwirken – der Realisation einer großen und interdisziplinär angelegten Ausstellung zum Thema Prostitution. Unter der Leitung von Dr. Elisabeth von Dücker, Wissenschaftlerin am Museum der Arbeit, wurde die Ausstellung mit dem Titel „SEXARBEIT. Prostitution – Lebenswelten und Mythen“ im November 2005 eröffnet. In der Projektarbeit erhielt ich einen sehr guten Einblick in die Abläufe einer Ausstellungsvorbereitung und -konzeption. Die Aufgaben umfassten hier unter anderem die Recherche, Interviews, Verfassen und Redigieren der Ausstellungstexte, Konzeption von Führungen, Neuinventarisierung von Objekten und das Erstellen von Objektlisten mit den dazugehörigen Erläuterungen. Mein Hauptschwerpunkt in den Vorbereitungen war die Mitarbeit am Themenbereich „Prostitution in Europa und Übersee“, was die wissenschaftliche Recherche über den Umgang mit Prostitution in anderen Ländern und zu möglichen Objekten ebenso mit einschloss, wie das Suchen und Zusammenstellen der Objekte (Leihgaben und museumseigene Gegenstände). Zudem mussten Ausstellungstexte geschrieben und korrigiert, Absprachen mit der Restauratorin über die Lagerung der Objekte getroffen, Katalogtexte sortiert, redigiert und Gespräche mit den Autoren geführt werden.

Die Schwierigkeit für mich als Neuling lag bei der Erstellung von Texten zunächst darin, immer auch mitzubedenken, wie die Themen einem möglichst breit gefächerten Publikum zugänglich gemacht werden können. Bei einem so schwierigen Thema wie dem der Prostitution muss besonders auf mögliche Empfindlichkeiten sowohl im Publikum als auch bei den an der Ausstellung mitwirkenden Hilfsorganisationen und den für viele Teilbereiche so wichtigen Interviewpartnerinnen geachtet werden.

Wichtig war es auch, Texte nicht allein für ein wissenschaftlich interessiertes Fachpublikum, sondern für (junge) Erwachsene zu schreiben. Vor allem kurz sollten sie sein – das war das eigentliche Problem. Da ich aus eigener Erfahrung weiß, dass nichts ermüdender ist, als in einer großen Ausstellung seitenweise Texte zu lesen, musste ich mich immer wieder dazu ermahnen, nur das Wichtigste in die Objekttexte zu schreiben, mich an die Zeichenvorgaben der Grafiker zu halten und nicht, wie aus Referaten und Hausarbeiten im Studium gewohnt, eine detaillierte Abhandlung zur

Objektgeschichte abzuliefern. Das, so wurde immer wieder betont, sei Aufgabe der Autoren des Ausstellungskataloges.

Organisatorisch war unser Team so aufgebaut, dass es neben Elisabeth von Dücker und mir zwei studentische Hilfskräfte und zeitweise jeweils zwei Praktikanten gab, die am Projekt mitarbeiteten. Die Fäden liefen bei Frau von Dücker zusammen, die dann wiederum technische Details, wie etwa Objektlagerung und Ausstellungsaufbau, mit Restauratorin und Museumswerkstatt besprach, so dass sie immer für alle Beteiligten die feste Ansprechpartnerin war. Denn auch der organisatorische Aufwand eines Ausstellungsprojektes ist nicht zu unterschätzen: Abgabetermine für die Texte, Organisation und Durchführung von Projekttreffen für alle MitarbeiterInnen (Werkstatt, Gestalter, Grafiker, Bühnenbildner, Wissenschaftler), Überlegungen für das Rahmenprogramm zur Ausstellung und zum Ablauf des Aufbaus und der Eröffnungsveranstaltung. Und es gilt auch, die Deadlines, die es bezüglich der Pressearbeit gibt, zu beachten: das heißt Informieren aller Medien, Einberufen der Pressekonferenz, Plakatierungen. Nebenbei muss immer darauf geachtet werden, dass auch in hektischen Situationen ein gutes Miteinander gepflegt wird.

Letztendlich erhielt ich durch dieses große Projekt, das mit Hilfe zahlreicher Organisationen und unter Beteiligung von Studierenden entstanden ist, einen sehr guten Einblick in inhaltliche und organisatorische Abläufe sowie Zuständigkeiten in der Ausstellungskonzeption und -durchführung.

Neben weiteren Ausstellungsprojekten (zwei Fotoausstellungen: „Europäischer Architekturfotografiepreis“ und „Michael Wolf: The Real Toy Story“), an denen ich gearbeitet habe, bot sich mir am Ende noch die Möglichkeit der Inventarisierung eines alten Fotobestandes mit dem hauseigenen Inventarisierungsprogramm „Faust“. Dieser Bestand enthielt Fotos eines Hamburger Fotografen der frühen 1950er Jahre mit Aufnahmen des Werksgeländes, der Labore und teilweise auch der Arbeiter der DEA-Werke in Hamburg und Heide.

Dieses Volontariat bietet eine gute Grundlage sowohl für die Arbeit in Kultureinrichtungen als auch in wissenschaftlicher Hinsicht: Denn das Erarbeiten von wissenschaftlichem Material und die Aufbereitung für ein breites Publikum erleichtern zugleich den Umgang mit eigenen wissenschaftlichen Texten. Aber auch der stramme Tagesablauf sorgt dafür, dass man sich und seine Arbeit gut strukturiert, sich Ziele steckt, an Terminabsprachen hält und nötige Pausen einlegt. Bleibt nur zu hoffen, dass die derzeitigen zahlreichen Volontariatsangebote auch im Verhältnis zu den später offenen Stellen stehen.

Von Meistermarken und wissenschaftlichen Ambitionen

Heinz-Wilhelm Hansen

Das Sammeln ist einer der ureigenen menschlichen Grundtriebe und beinhaltet bereits in seiner Grundform die Frage nach Wegwerfen oder Aufbewahren. Seit den letzten einhundert Jahren wird privat eigentlich alles gesammelt, sei es auf dem Gebiet der Kunst und des Kunstgewerbes, seien es Gefäße oder Schmuck aus kostbaren Materialien, Gläser, Militaria oder auch ganz profane Dinge des Alltags. Die Aufzählung könnte unendlich fortgeführt werden. Es gibt viele Gründe und Anlässe, wie man dazu kommt, bestimmte Dinge zu sammeln. Dabei ist die Nachfrage nach höchster Qualität ebenso groß wie nach Trödel, nach Kitsch und Krempel nicht nur aus großerlicher Zeit.

Meine Mutter erbt von ihrem Vater eine sehr schöne, nicht gerade kleine Zinnsammlung mit großen, schlichten und gravierten Trinkkannen, Tellern, Schüsseln und Platten, sämtlich datiert Ende des 17. bis Mitte des 18. Jahrhunderts. Schon als Junge verliebte ich mich in die Formen und das Material der Gegenstände, setzte mich aber noch nicht weiter damit auseinander. Das geschah erst sehr viel später, eigentlich erst mit dem Erwerb einer eigenen Wohnung und den für ein solches Hobby allmählich ausreichenden finanziellen Mitteln; denn ganz ohne Geld geht es nun mal nicht. Aber, wie es einem Neuling so ergeht, sammelte ich zunächst ohne System alles an Zinngerät, was mir gefiel und mich interessierte. So erwarb ich nach mehreren Verhandlungen in einem anerkannten Antiquitätengeschäft kurz vor Weihnachten eine stilechte süddeutsche Weinkanne und schenkte sie in meiner großen Freude meiner Frau, die enttäuscht dreinschaute und zu meinem Erstaunen nichts damit anfangen konnte. Letztlich aber war diese Art des Sammelns nichts weiter als Ausdruck meiner persönlichen Wohnkultur.

Es dauerte noch Jahre, bis die Einsicht kam, dass derartiges Sammeln niemals zu einer systematischen, für wissenschaftliche Zwecke geeigneten Sammlung führen konnte. Erst das auch heute noch gültige Standardwerk von Erwin Hintze¹ über Zinngießer Norddeutschlands und ihre Stempel brachte mich dazu, mich nur noch mit den Zinngießern Schleswig-Holsteins zu beschäftigen und schließlich selbst dieses Sammelgebiet noch einzuschränken. Mein besonderes Interesse gilt jetzt Zinngeräten mit dem holsteinschen Nesselblatt als Beschauzeichen. Dieses findet man mit leichten Abänderungen in Schleswig-Holstein und im südlichen Dänemark für 23 Orte: Abenra, Eckernförde, Elmshorn, Flensburg, Friedrichstadt, Haderslev, Heide (1624-1736), Husum, Kiel, Krempe, Lütjenburg, Marne, Meldorf (1660-1780),

¹ Hintze 1964.

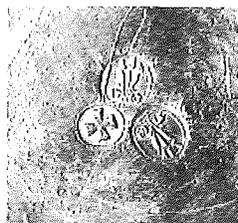


Abb. 1: Dreimarkenstempelung von Johann Jacob Kooke.

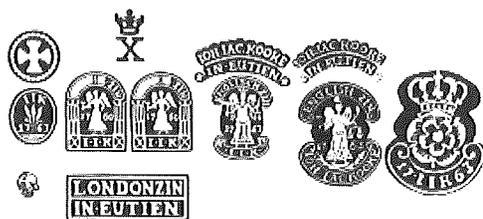


Abb. 2: Die Marken des Eutiner Zinngießers Johann Jacob Kooke.

Neumünster, Neustadt, Oldenburg i.H., Oldesloe, Plön, Preetz, Schleswig, Sonderburg, Tondern und Wilster.

Zur Überwachung des Mischungsverhältnisses des Zinns mit anderen Metallen, insbesondere hinsichtlich des erlaubten Anteils Blei, das dem Zinn zwar eine bessere Gussfähigkeit, Härte und Geschmeidigkeit verleiht, bei größerem Zusatz aber gesundheitsschädlich wirkt, führte der Ämterverband der sechs wendischen Städte Lübeck, Lüneburg, Hamburg, Rostock, Stralsund und Wismar 1596 für alle Mitglieder verbindlich Klar- oder lübsches Zinn mit einer zulässigen Legierung von 8:1 ein. Gekennzeichnet wurde dieses durch die Stempelung nach dem Dreimarkensystem mit einer Stadtmarke (= Beschauzeichen) und der zweimal eingeschlagenen, individuell gestalteten Meistermarke (Abb. 1). „Mankgut“ aus umgeschmolzenem Zinn oder in einer Mischung von drei Teilen Zinn und einem Teil Blei wurde nur mit einem Meisterzeichen gepunzt. Diese 10 bis 50 mm großen Marken sollten also die Einhaltung des verordneten Mischungsverhältnisses und damit die Zinnqualität garantieren. Eine zusätzliche römische X gab die Mischung zum Zehnten an. Heute würde man eine solche Verordnung als „Verbraucherschutz“ bezeichnen. Ab Ende des 18. Jahrhunderts wurde dieser durch bleifreies Kronen- oder „Englisch Zinn“ und kennzeichnende besondere Qualitäts- oder Feinzinmarken weiter verbessert. Es sind zu nennen die Marken einer bekrönten Rose oder eines Engels mit den Initialen des Meisters, oft mit der Jahreszahl versehen, die seiner Meisterpromotion, der Aufnahme in das zuständige Amt oder dem Erhalt des Bürgerrechts entspricht (Abb. 2). Auch Stempel mit ausgeschriebenem Namen und Wohnort des Meisters waren durchaus üblich. Die Garantie für reines Zinn sollte auch der Schriftzug „LONDON“, „LONDONZIN“, „ENGLISCH ZINN“ oder „BLOCKZINN“ bezeugen. Ihre Vielfalt in verschiedenen Kombinationen findet man auf Objekten der Eutiner Zinngießerfamilie Kooke². Garantierten die Zinnmarken ursprünglich eine einwandfreie Qualität, sind sie heutzutage der wichtigste Hinweis darauf, wer der Meister des Objektes war und wo er wohnte.

² Buß 2001; Hansen 2003.

Sind wissenschaftliche Ambitionen erst einmal geweckt, beginnt die eigentliche, oft sehr zeitintensive Arbeit in den Museen und Archiven des Landes, der Kirchen, Ämter und Gemeinden, mit Besuchen von Auktionen, Antiquitätengeschäften, Antik- und Flohmärkten. Einerseits möchte man natürlich seiner Sammlung das eine oder andere Stück hinzufügen, oder aber einen Katalog der bekannten Arbeiten erweitern. Oder man versucht bestimmte Marken einem in den Archivalien verzeichneten Zinngießer durch Kombination über Ort, Meisterpromotion, Einbürgerung etc. zuzuweisen. Eine besondere Fundgrube waren auch die „Schätze“ der Gilden, die mir zugänglich gemacht wurden. So gelang es, einige der bei Hintze ungedeuteten Marken aufzulösen: Nr. 2496 für Jürgen Hinrich Dechen in Oldenburg (Abb. 3a), Nr. 2497 für Johan Jürgen Langhein in Harderslev³, Nr. 2499 für Christian Sander und Nr. 2500 für Conrad Hartwich Wehling in Neumünster, Nr. 2501 für Johann Andreas Ohrt in Tondern, Nr. 2503 und 2504 für Carl Friedrich Lemff in Lütjenburg⁴ und Nr. 2506 für Carl Friedrich Linde in Eckernförde⁵. Weiterhin wurden einige bisher völlig unbekannte Meistermarken mit dem Beschauzeichen „Nesselblatt“ entdeckt und aufgeklärt: In Oldenburg die von Jochim Bumann (Abb. 3b), Jochim Dreyer (Abb. 3c), Peter Friedrich Dechen (Abb. 3d), Johann Friedrich Christopher Rohde (Abb. 3e) und Johann Jacob Mensch (Abb. 3f) sowie in Oldesloe die von Hans Krohn (Abb. 4a) und zwei des Johann Detlev Grammelsdorf mit der Jahreszahl 1747 (Erhalt des Bürgerrechtes; Abb. 4b) und 1763 (Aufnahme in das Lübecker Amt; Abb. 4c). Nach wie vor aber gilt die Aussage von Hintze, dass „die restlos gesicherte Aufteilung des Nesselblattstempels in den Bereich der unerfüllten Wünsche gehört“.

Ungedeutete und unbekannte Marken (Abb. 5) zu identifizieren, wird letztlich nur durch gegenseitigen Erfahrungsaustausch interessierter Privatpersonen untereinander und durch die Zusammenarbeit der Sammler mit den Museen möglich sein. Für die Dokumentation der Zinnmarken gibt es neben der Digitalkamera eine einfache Möglichkeit, diese abzubilden. Mit einer Kerze wird die Punze eingeschwärzt, darauf ein Streifen Tesafilm fest aufgeklebt, dieser danach wieder abgezogen und auf ein weißes Papier geklebt. Mit wenig Aufwand erhält man so ein schönes Markenbild, das Interessierten und Experten problemlos vorgelegt werden kann. So kann es gelingen, neue Informationen über die Herkunft und das Alter eines Objektes zu erhalten und in der Zusammenschau mehr über dieses fast vergangene Handwerk herauszufinden. Letztlich ist das Sammeln mit wissenschaftlichem Anspruch wesentlich zeitaufwändiger, befriedigt dafür aber umso mehr, als wenn man sich die Sachen bloß in die Vitrine stellt.

³ Kristensen 1983.

⁴ Hansen/Kruse 2003.

⁵ Lorenz 1994.

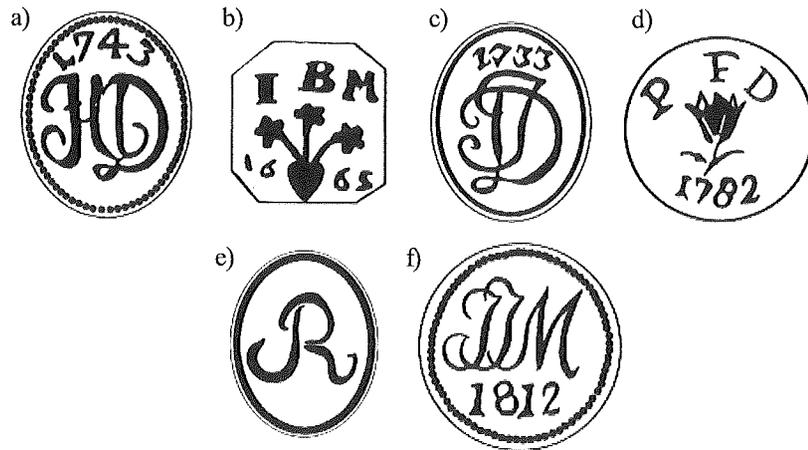


Abb. 3 a)-f): Die Marken der Oldenburger Zinngießer a) Jürgen Hinrich Dechen, b) Jochim Bumann, c) Jochim Dreyer, d) Peter Friedrich Dechen, e) Johann Friedrich Christopher Rohde, f) Johann Jacob Mensch.

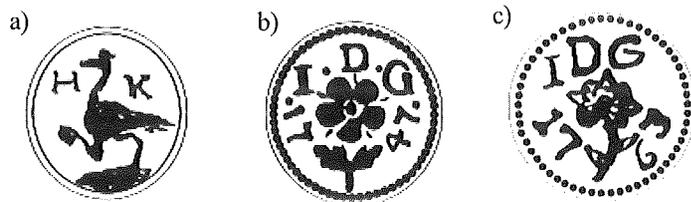


Abb. 4 a)-c): Marken der Zinngießer in Oldesloe: a) Hans Krohn, b)+c) Johann Detlev Grammelsdorf.



Abb. 5: Nicht zugewiesene Marke eines schleswig-holsteinischen Zinngießers.

Literatur:

- Buß, Renko (2001)
Eutiner Zinn im Ostholstein-Museum Eutin. In: TOP 21. Berichte der Gesellschaft für Volkskunde in Schleswig-Holstein, S. 21-32.
- Hansen, Heinz-Wilhelm (2003)
Das Zinngießerhandwerk in Eutin. In: Jahrbuch Eutin 37, S. 95-107.
- Hansen, Heinz-Wilhelm / Hans-Joachim Kruse (2003)
Das Zinngießerhandwerk in Lütjenburg. In: Jahrbuch Plön 33, S. 83-107.
- Hintze, Erwin (1964)
Die deutschen Zinngießer und ihre Marken, Bd. III: Norddeutsche Zinngießer. Leipzig 1923, Neudruck Aalen.
- Kristensen, P. H. (1983)
Danske Tinmaerker. Kopenhagen.
- Lorenz, M. (1994)
Carl Friedrich Linde (1798-1865), Zinngießer in Eckernförde. In: Jahrbuch Eckernförde 52, S. 19-24.

Kontakt:

Dr. med. Heinz-Wilhelm Hansen
Am Wiesengrund 28
24211 Schellhorn

Einfach nur ein Parkplatz oder ein Ort mit Geschichte?



Abb.:
Aufnahme
August 2005.

Aufruf: Vergessene Orte in Schleswig-Holstein und ihre Geschichten

Während der Begriff des kollektiven Gedächtnisses seit einigen Jahren in den Geisteswissenschaften und im Feuilleton en vogue ist, lassen sich in Schleswig-Holstein vielerorts Orte, Plätze und Häuser finden, deren Geschichten den meisten Passanten heute nicht mehr vertraut sind. In Kiel z.B. befindet sich an der Stelle eines Wilhelminischen Wohnhauses ein Einkaufszentrum gleichen Namens; das Gelände, auf dem einst das Hauptgebäude der Universität stand, wird nun als Parkplatz genutzt; vom ehemaligen Marientempel im Düsternbrooker Gehölz blieb lediglich eine ruinenhafte Plattform übrig – die wenigen Beispiele aus Kiel lassen sich, auf ganz Schleswig-Holstein bezogen, zu einer umfangreichen Liste ergänzen.

Alle Interessierten sind aufgerufen, sich an der neuen Rubrik der *TOP. Berichte der Gesellschaft für Volkskunde in Schleswig-Holstein e.V.* zu beteiligen und dem Vergessen entgegen zu wirken. Der Umfang der Texte sollte drei bis fünf Maschinenseiten umfassen, Abbildungen, die sowohl den ehemaligen als auch den derzeitigen Zustand der beschriebenen Objekte zeigen, sind erwünscht. Längerfristig und bei reger Beteiligung ist geplant, die Beiträge in einer selbstständigen Publikation zu veröffentlichen und damit einem größeren Personenkreis zugänglich zu machen.

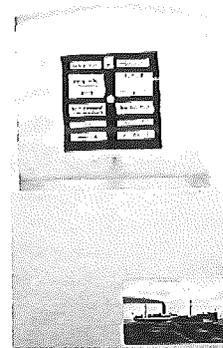
Ihre Manuskripte mit Abbildungen senden Sie bitte an folgende Adresse:
Melanie Zühlke M.A., Alsenstraße 9, 23556 Lübeck
oder per E-Mail an redaktion@volkskunde-sh.de.

Schiffe fliegen durch die Welt ...

... und landen im Flensburger Schifffahrtsmuseum

Stefanie Janssen

Am 11. März 2007 eröffnete der neue Leiter des Flensburger Schifffahrtsmuseums, Thomas Overdick, eine Sonderausstellung der besonderen Art: Eine Auswahl von 1200 Postkarten mit Schiffsmotiven aus der Sammlung der Düsseldorfer Künstlerin Dorothee Bouchard.



Es begann im Jahr 1978 mit der Radierung eines Briefkastens von Dorothee Bouchard, die als Jahresgabe an die Mitglieder des Düsseldorfer Kunstvereins ging. Jedem Exemplar fügte sie eine Postkarte mit einem Schiffsmotiv bei mit der Bitte, ihr eine Schiffspostkarte zurückzuschicken. Die Resonanz war verblüffend: bis heute gingen bei der Künstlerin mehr als 5000 Karten ein.

Dorothee Bouchard wurde 1937 in Hamburg geboren, studierte an der Kunstakademie in Istanbul und an Theaterschulen in Paris. Seit 1968 lebt sie in Düsseldorf, seit 1983 auch in Südfrankreich.

Dorothee Bouchard arbeitet als Malerin, Happeningkünstlerin, Drehbuchautorin, Filmerin und Buchgrafikerin.

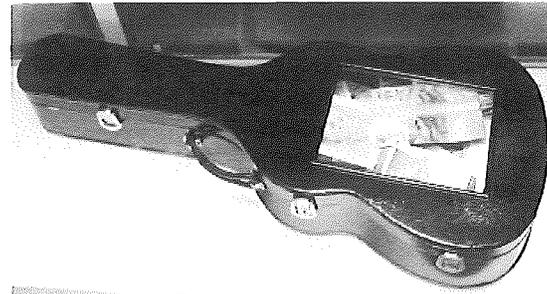
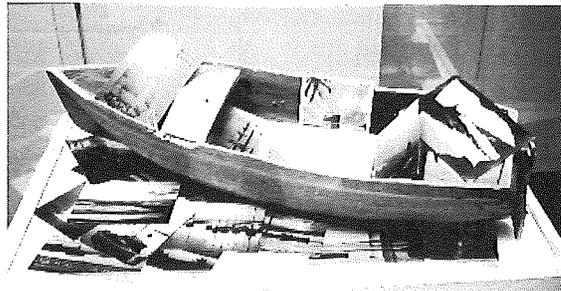
Die umfangreiche Schiffspostkartensammlung bezeichnet sie als „Kollektives Schiffspostkartenmuseum“ oder „Musée Maritime de Balsiège“, nach ihrem Wohnort in Frankreich.



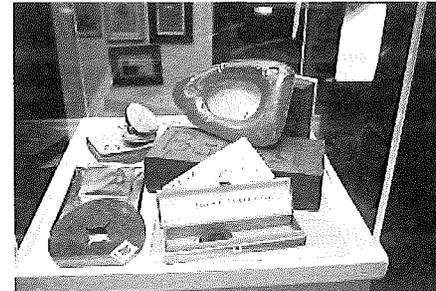
Mit der Entwicklung der Seeschifffahrt entstand auch ein Bedarf an Schiffsportraits – vor allem bei den Eignern, Kapitänen und Reedern. Ende des 19. Jahrhunderts lösten Fotografien die Kunstmalerei weitgehend ab. Hafenfotografien dokumentierten Hafenan-sichten, Stapelläufe und einzelne Schiffe. Diese Aufnahmen dienten oft als Vorlagen für Postkarten.



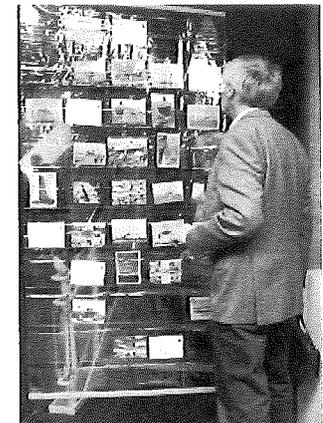
Bildpostkarten wurden (und werden) nicht nur in großer Zahl verschickt, sondern auch fast von Beginn an, gesammelt. Bereits in den 1890er Jahren gab es Sammelalben für Ansichtskarten.



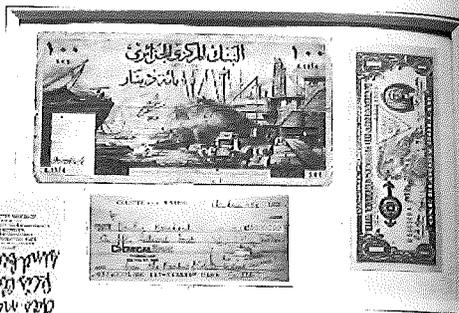
Der Gitarrenkoffer und der Mantel sind Inszenierungen von Dorothee Bouchard. Den Mantel trug sie nur einmal – wegen seines Gewichts zieht sie die feste Montage vor.



Die Sammlung besteht nicht allein durch ihre Fülle und Variationsbreite, sondern auch durch die Präsentation in Flensburg.



Nicht nur Postkarten im hergebrachten Format finden sich in der Ausstellung, zu sehen sind auch phantasievolle Abwandlungen.



Nicht nur die jüngeren Besucher machten von dem Angebot, eine eigene Schiffs-postkarte zu gestalten, Gebrauch.



Auch die Prominenz zeigte sich beeindruckt: Jochen Barckmann, der zweite Bürgermeister der Stadt Flensburg, der zuvor ein Grußwort zur Eröffnung gesprochen hatte.



Diese erste Ausstellung von Thomas Overdick ist gelungen. Die Vielfältigkeit der Ausstellung entsteht nicht allein durch die variantenreichen Objekte, sondern auch durch eine pfiffige Präsentation. Kurz gesagt: es macht Spaß, die Schiffs-postkarten anzuschauen – und wem das nicht reicht, der kann selbst kreativ werden. Weitere Karten, die die Sammlung bereichern, werden vom Museum gern angenommen. Die Ausstellung ist noch bis zum 28. Oktober 2007 im Flensburger Schifffahrtsmuseum zu sehen.



GVSH-Kassenbericht. Abrechnung für das Geschäftsjahr 2006¹

A.	Kontostand am 01.01.2006:	EURO	2.288,80
B.	Einnahmen:		
1.	Mitgliedsbeiträge/Spenden	EURO	2.229,45
2.	Verkauf TOP/Publikationen	EURO	90,00
Gesamt:		EURO	2.319,45
C.	Ausgaben:		
1.	Herstellung/Druck/Vertrieb TOP	EURO	1.233,05
2.	Vortragsreihe	EURO	450,00
3.	Internetpräsenz	EURO	71,88
4.	Porti/Büromaterial/div. Leistungen	EURO	42,47
5.	Bankgebühren	EURO	66,33
Gesamt:		EURO	1.863,73
D.	Saldo:	EURO	+ 455,72
E.	Kontostand am 31.12.2006:	EURO	2.744,52

Kiel, den 04. März 2007

Dr. Thomas Winkelmann

¹ Zugunsten der Überschaubarkeit wurden in dieser Abrechnung nur die im Jahr 2006 registrierten Buchungen berücksichtigt. Forderungen und Verbindlichkeiten aus 2005 und 2007 werden deshalb an dieser Stelle nicht ausgewiesen. Sinn dieser Aufstellung ist es, unseren Mitgliedern aufzuzeigen, wie die Mitgliedsbeiträge verwendet werden.

Buchbesprechungen

Hermann Heidrich/Ulrike Looft-Gaude (Hg.): „Das Leben kann viel schöner sein“. Die 50er Jahre im Kieler Schaufenster (= Veröffentlichungen des Schleswig-Holsteinischen Freilichtmuseums, Bd. 3; zugl. Sonderveröffentlichungen der Gesellschaft für Kieler Stadtgeschichte, Bd. 53). Kiel (Schleswig-Holsteinisches Freilichtmuseum) 2006, 264 S., zahlr. Abb.

Bei vorliegender Publikation handelt es sich um einen Begleitband zur gleichnamigen Sonderausstellung im Schleswig-Holsteinischen Freilichtmuseum Molfsee, die vom 21.05. bis zum 31.10.2006 gezeigt wurde. Ausgangspunkt von Ausstellung und Publikation war der Kontakt des Museums mit Conny Landsberger, die eine Sammlung historischer Fotografien von dekorierten Schaufenstern der Kieler Filiale des Kaufhauses Karstadt am Alten Markt sowie eine Sammlung von Gegenständen aus den 1950er Jahren zusammengetragen hat. Aus diesem Zusammentreffen wurde die Idee entwickelt, eine Ausstellung mit diesen Schaufensterfotografien zu realisieren.

Zunächst skizziert Herausgeber Hermann Heidrich in seiner Einleitung in groben Zügen die gesellschaftspolitischen Besonderheiten der 1950er Jahre. Ein großer Teil des Buches stammt aus der Feder von Ulrike Looft-Gaude, die sich zunächst dem Thema über eine kurze Kulturgeschichte des Kaufhauses im Allgemeinen und dem Schaufenster im Speziellen nähert. Nach einem Überblick zu den Eigenarten des Designs der damaligen Zeit arbeitet Ulrike Looft-Gaude die Themen Haushalt (mit einem Exkurs zum Waschen von Sigune Kusseck), Männer- und Frauenbilder sowie Kindheit und Jugend auf. Astrid Paulsen verfasste einen Artikel über den Urlaub in den 1950er Jahren. Der Leser erfährt dabei viel über die Entwicklungen dieser Jahre, über Wertvorstellungen, (Konsum-)Wünsche, Neuerungen und Veränderungen. Besondere Berücksichtigung findet hierbei die Situation Kiels, so z.B. in den Ausführungen zur Wohnsituation in jenen Jahren sowie in der Auswahl des Bildmaterials. Immer wieder werden Kieler Schaufenster, Werbeanzeigen, aus der Zeit stammende Gegenstände sowie Fotografien gezeigt, die das Beschriebene illustrieren und ein Bild des Warenangebots zeigen. Wie auch heute, war nicht alles für jeden finanzierbar.

Der letzte Teil des Buches ist das Resultat eines Projektes, das aus einer von Hermann Heidrich geleiteten Lehrveranstaltung am Kieler Seminar für Europäische Ethnologie/Volkskunde hervorging. Sechs Studierende (Daniela Großke, Maj-Britt Jönsson, Hanna Kaps, Christine Reh, Malte Steins sowie Franziska Stoll) gingen der Frage nach, wie die Kieler die 1950er Jahre erlebt und in Erinnerung haben und

interviewten hierzu 23 Zeitzeugen (elf Frauen, zwölf Männer). Herausgekommen sind dabei Erinnerungen zu den Themen Kieler Stadtbild, Wohnen, Arbeit, Freizeit, Urlaub, Kino - Musik - Theater, Konsum, Kleidung, Nahrung sowie Politik. Des Weiteren wurde nach dem Einfluss der Briten und der Amerikanisierung gefragt. Dabei gelingt es der Gruppe, durch die Aussagen der Interviewten ein lebendiges Bild jener Zeit nachzuzeichnen. Deutlich wird dabei beispielsweise, dass alle Zeitzeugen in der Nachkriegszeit mit existentiellen Problemen konfrontiert waren, die Zeit der 1950er Jahre jedoch als Aufbruch erinnern. Den Schilderungen ist schon eine Differenzierung der Lebensstile und Geschmäcker zu entnehmen, so z.B. in der Wahl von Kinofilmen und der Musik. Auch dieser Teil der Publikation wird mit Fotografien aus Privatbesitz sowie des Stadtarchivs Kiel ergänzt.

Der Text ist verständlich und flüssig geschrieben, bietet einen Einblick in die Konsum- und Lebenswelt der 1950er Jahre und zeigt besonders durch die Interviews die Situation vieler in Kiel lebender Personen in jener Zeit auf. Aufgrund der ansprechenden Gestaltung und den zahlreichen Abbildungen lädt das Buch auch nach erfolgter Lektüre zum wiederholten Stöbern ein.

Thomas Winkelmann

Stefanie Janssen: Auf den Spuren von Fritz Lau. Mönkeberg (Edition Seestern) 2006, 106 S., 110 s/w Abb.

Stefanie Janssen, promovierte Volkskundlerin aus Kiel, begibt sich in diesem Band auf die Spuren von Fritz Lau, einem niederdeutschen Heimatdichter, 1872 geboren in Möltenort bei Kiel, später ansässig und literarisch tätig in Glückstadt an der Elbe.

Ergebnis ist eine Mischung aus Biografie und Werkschau Laus, die im Modus aneinander gereihter, biographischer „Döntjes“ vor allem einen Einblick geben möchte in das Alltagsleben in den Katen an der Kieler Förde Ende des 19. Jahrhunderts. Hier in Möltenort hatte Fritz Lau seine glückliche Kindheit als Sohn eines Schiffers und seiner Frau verbracht, die Volksschule in Altheikendorf besucht. Inspiriert durch den Rahmen eines traditionellen Dorflebens waren hier seine ersten dichterischen Arbeiten entstanden. Die Autorin trägt eine umfang- und facettenreiche Sammlung an Material zusammen: Zitate aus den Werken Laus inklusive kleiner und kleinster Texte z.B. aus Heimatkalendern und Regionalzeitungen, eine große Anzahl von (Zeitungs-)Veröffentlichungen über Laus Schaffen und seine Person z.B. anlässlich seiner runden Geburtstage, Auszüge aus Interviews, die die Autorin mit Zeitzeugen

und Weggefährten Laus geführt hat und auch historische und aktuelle Fotos und Abbildungen von Personen, Örtlichkeiten oder sonstigen „Lau“-Devotionalien.

Entsprechend des Profils der „Edition Seestern“ – die Herausgeberin und Autorin Stefanie Janssen richtet sich an mögliche Kunden und bietet an, Lebensbilder des 20. Jahrhunderts im norddeutschen Raum anhand biografischer Recherchen zu sammeln und „in Form gebracht“ zu veröffentlichen – werden im Falle von Fritz Lau relativ dünn gesäte biographische Fakten eingebettet in ein Netz alltagsgeschichtlicher, volkskundlicher Informationen, die dazu beitragen, beim Leser ein möglichst dichtes Bild aus einem Leben aus einer anderen Zeit entstehen zu lassen. So erfährt man quasi nebenbei allerlei Wissenswertes z.B. über die Tätigkeit des „Deutschen Seefischereivereins“, der seinen Mitgliedern nach der großen Sturmflut von 1872 finanzielle Unterstützung gewährleistete, über den Stand der Elektrifizierung von Haushalten in Schleswig-Holstein zu Beginn des 20. Jahrhunderts, über das Berufsbild des übers Land ziehenden Marketenders, über das Phänomen „Heimatkalender“, dass unser heutiges Weihnachten mit Bräuchen wie dem Adventskalender letztlich ein Produkt des 19. Jahrhunderts ist etc.

Auf ähnliche Weise stattet die Autorin die Lebensgeschichte Laus mit z.T. langen Zitaten aus dessen eigenen, niederdeutschen Werken aus, die allerdings einen autobiographischen Bezug nicht immer gewährleisten können. So wird z.B. der Tatsache, dass über den Ablauf der Hochzeit Laus nichts bekannt ist, mit einem Zitat aus Laus Roman „Elsbe“ Abhilfe geleistet, in dem eine Hochzeitsfeier Ende des 19. Jahrhunderts detailliert geschildert wird. Auch die Lebenserinnerungen von Anna Domke, deren Identität und Relevanz als Zeitzeugin dem Leser verborgen bleiben, füllen inhaltliche Lücken in Laus Lebenslauf. Dabei verliert der Leser schon einmal den Überblick und fragt sich gelegentlich, ob er es gerade mit einem niederdeutschen Schwank, Interviewmaterial oder einer Biografie zu tun hat. Sicherlich ist das durchaus ein gewünschter Effekt, doch fehlt es z.B. bei den Überleitungen zwischen den verschiedenen Textmodi zeitweise an sprachlicher Leichtigkeit und Eleganz.

Abwechslungsreich sind die vielen Abbildungen aus verschiedensten Quellen: Titelblätter einzelner Werke Laus, private Fotos von Lau und seiner Familie, Aufnahmen aus Laus Arbeitszimmer, das ins Detlefsen-Museum in Glückstadt transloziert wurde, Faksimiles seiner Handschrift u.ä.

Im Anhang des Buches finden sich der Lebenslauf Fritz Laus, eine umfangreiche und akkurat recherchierte Bibliographie der Werke des Dichters inklusive unveröffentlichter Reisetagebücher sowie eine Auswahl an Sekundärliteratur, zusammengetragen vor allem aus regionalen (Zeitungs-) Archiven. Lediglich die graphische Gestaltung des Bildmaterials und ihre Einpassung in den Text lässt gelegentlich eine Struktur vermissen.

Alles in allem eine Arbeit, die durch das Zusammentragen von verschiedenartigen Quellen und Materialien einen Beitrag leistet, an die in Vergessenheit geratene Spezies der „niederdeutschen Heimatdichter“ zu erinnern. Durch die große Anzahl an Zitaten aus Laus Werken, die schon lange nicht mehr aufgelegt werden, erhält der Leser die Chance, sich auf leichte Art und Weise ein Bild über eine rar gewordene literarische Gattung zu verschaffen. Dabei wird ein regional- und alltagsgeschichtlich interessiertes und – dem Plattdeutschen mächtiges – Laienpublikum angesprochen und nebenbei mit volkskundlichem Detailwissen versorgt.

In Kombination von mehreren Textarten und Bildmedien aus verschiedensten Quellen liefert das Buch zwar detailreiche Beschreibungen über eine vergangene Zeit, die Person Fritz Laus selbst bleibt dagegen aber wenig greifbar. Eine übergeordnete Einordnung Laus, seiner Persönlichkeit oder seines Wirkens bleibt aus.

Janina Kriszto

Thomas Schürmann: Landwirtschaft in Kehdingen. Ländliche Arbeitswelt im 20. Jahrhundert. Stade (Landschaftsverband der ehemaligen Herzogtümer Bremen und Verden) 2005, 127 S., 79 s/w Abb.

„Hier in Kehdingen hat das 19. Jahrhundert erst nach '45 aufgehört.“ Diese Aussage kennzeichnet den Grund für die Entstehung des vorliegenden Buches. Der Gedanke des Bewahrens stellte für die Volkskunde bisher und stellt noch immer eine wichtige Triebfeder für ihre Arbeit dar. Und jeder einzelne spürt im Rückblick auf persönlich Erlebtes den Drang dieses zu tradieren.

Nach dem Zweiten Weltkrieg wurde die die Gegend prägende Landwirtschaft während des deutschen Wirtschaftswunders schnell und tief greifend modernisiert. Dem früheren Präsidenten der Ritterschaft des Herzogtums Bremen als ehemaligem Gutsherren wurde dies an seinem Lebensabend bewusst und er beschloss, seine Erinnerungen an die verschwundene Arbeitswelt in einer umfassenden Beschreibung festzuhalten. Jedoch verhinderte sein Tod einen Abschluss der Arbeiten, so dass die bremische Ritterschaft mit Thomas Schürmann dankenswerter Weise einen Volkskundler mit der Vollendung des begonnenen Projektes beauftragte.

Schürmann ist durch seine beiden umfangreichen Werke über die dortige ländliche Wohnkultur sowie die Wirtschaft und Haushalte im Land Hadeln¹ ein ausgewie-

¹ Thomas Schürmann: *Erbstücke. Zeugnisse ländlicher Wohnkultur im Elbe-Weser-Gebiet*. Stade 2002; ders.: *Die Inventare des Landes Hadeln. Wirtschaft und Haushalt einer Marschenlandschaft im Spiegel überlieferter Nachlaßverzeichnisse*. Stade / Otterndorf 2005. Vgl. hierzu auch die Buchbesprechung von Carsten Sobik in TOP 32, S. 60f.

sener Fachmann für das Elbe-Weser-Dreieck. Auch durch Interviews wurden Informationen gewonnen, die im Text vielfach geschickt montiert wurden, so dass mehr als eine Sicht der Dinge beschrieben wird. In einzelnen Kapiteln werden die verschiedenen früheren Bereiche der Landwirtschaft in Kehdingen abgearbeitet, wobei landschaftstypische Besonderheiten – wie etwa das „Kuhlen“ – natürlich besondere Berücksichtigung erfahren. Deutlich wird wie die vorhandenen natürlichen Gegebenheiten die Wirtschaftsweisen prägten, sei es in der Marsch, auf der Geest oder im Moor.

Es wurde über einen Zeitungsaufruf, „in dem nach älteren und jüngeren Bildern aus dem ländlichen Leben gefragt wurde“, extra eine Bildersammlung angelegt, um den vorliegenden Band illustrieren zu können. Und das hat sich gelohnt, denn die zahlreichen, gut positionierten Abbildungen liefern mit den Bildunterschriften und im Zusammenspiel mit dem Text gute Informationen. Außerdem wird der Text angenehm aufgelockert, was er aber durchaus nicht nötig hätte. Denn das Buch lässt sich gut lesen, ohne Anstrengung wie eine gut erzählte Geschichte und bleibt stets entsprechend der klaren Inhaltsgliederung übersichtlich. Die Sprache ist klar und korrekt, genauso wie die sozialgeschichtlichen Informationen kurz, klar und präzise sind. Schürmanns Buch bietet einen kompletten wissenschaftlichen Apparat, ist aber trotzdem auch für nicht forschende Interessierte sehr gut zu lesen.

Die Art des Informationsgewinns durch Interviews und die Bildersammlung aus privaten Beständen macht den Vorgang des Bewahrens, der eingangs als Grund der Entstehung des Buchs benannt wurde, zusätzlich deutlich. Denn lange wird es Zeitzeugen, die selbst noch mit Pferden geackert haben oder mit der Sense mähten, nicht mehr geben. Vor allem aber nicht nur deshalb ist dieses kleine aber inhaltsreiche Buch von Thomas Schürmann über die „Ländliche Arbeitswelt im 20. Jahrhundert“ sowohl für den Fachmann als auch für nicht wissenschaftlich Interessierte ein Gewinn in jeder Hinsicht. Denn dieser Untertitel kennzeichnet die weitgehende Allgemeingültigkeit in der Sache – trotz vorhandener regionaler Besonderheiten – auch für andere Gegenden zumindest Norddeutschlands.

Renko Buß

Eva Tenzer: Einfach schweben. Wie das Meer den Menschen glücklich macht. Hamburg (marebuchverlag) 2007, 287 S.

Normale Menschen fahren ans Meer – und genießen es. Wissenschaftler hingegen müssen wissen, warum der Aufenthalt am Meer zum Genuss führt, was daran diesen Genuss ausmacht. Die Historikerin und Wissenschaftsjournalistin für Psychologie,

Medizin und Naturwissenschaften, Eva Tenzer, geht genau der Frage nach: warum Meer und Strand so viele Menschen glücklich machen und wie das funktioniert. Immerhin handelt es sich bei den Glücksempfindungen am Wasser um ein relativ junges Phänomen, zumindest in dieser Massenwirkung. In den Zeiten vor der Entdeckung des Meeres als Erholungsort war das Verhältnis der Menschen zur Küste und See eher ambivalent. Einerseits bedeutete es für die Küstenbewohner oftmals die Nahrungsgrundlage, andererseits stellte es eine permanente latente Bedrohung dar.

Die Meeresbegeisterung heutiger Zeit überfällt vor allem diejenigen, die nicht vom Meer leben, die Meer mit Freizeit und Erholung gleichsetzen (können). Für diese Meeresenthusiasten, die seit der Gründung der Seebäder und der damit einhergehenden Erschließung der Küsteninfrastruktur stetig zunehmen, stellt Eva Tenzer die These auf, dass „der Mensch am Meer glücklich sein kann wie an kaum einem anderen Ort.“ Diese These versucht sie mit ihrem Buch zu begründen und sie fordert ihre Leser auf, „die sieben glückproduzierenden Geheimnisse des Ozeans zu entdecken“.

Sie beginnt mit der Wirkung von Strand und Wasser auf die Sinne des Menschen. Das sind zunächst die hervorstechenden Farben wie blau, türkis, grün und weiß. Diese Farben werden nach Untersuchungen von Farbpsychologen (die leider nicht weiter belegt sind) von den meisten Menschen positiv konnotiert. Blau wird dabei mit Freiheit, türkis mit Wachheit, grün mit Beruhigung und weiß mit Reinheit in Verbindung gebracht. Der Sand oder Schlick wirkt sich positiv auf den Tastsinn aus – nicht nur bei Kindern. Das (Salz)Wasser, vor allem in Kombination mit Sonne, berührt die Haut und führt zu einem sinnlichen Vergnügen; der Aufenthalt im Wasser simuliert Schwerelosigkeit, ein Gefühl des Schwebens, eines Körpers in Balance.

Selbst das Rauschen, das das Meer produziert, wird nicht, wie etwa bei Straßenlärm, negativ, sondern beruhigend und entspannend wahrgenommen. Eva Tenzer kommt zu der Schlussfolgerung, dass die positive Wahrnehmung des Meeresrauschens keine natürliche, sondern eine kulturelle Prägung ist. Diese These wird leider nicht weiter erläutert. Die Theorie über die Auswirkung von Klanglandschaften auf den Menschen sollte man gerne weiter verfolgen.

Zu guter Letzt fallen in das Kapitel Sinne natürlich auch der Zusammenhang von Bademode und Sinnlichkeit, die Selbstdarstellung am Strand und der Strand als erotisches Kino in angenehmer Anonymität, wo jeder soziale Status (fast) nivelliert ist.

Das folgende Augenmerk liegt dann auf dem Ufer, das in einem engen Zusammenhang mit dem Meer steht: als (zumeist) sicherer Standort, als Kontrast zu dem sich ewig bewegenden Meer, als „Grenze der Welt“. Eine Interpretation des Ufers als Symbolik für die Rückkehr, die Befreiung von Gefahr scheint ein wenig konstruiert. Die Beobachtung aber, dass der Landgang bei Kreuzfahrten eine fast wichtigere

Rolle spielt als die Schiffsreise selbst, ist sicher eine eigene Untersuchung wert. Ebenso wie der Aspekt: „In viele Landschaften der Welt reist man, um sie zu durchqueren; Strand aber bedeutet: angekommen zu sein und einfach nichts mehr tun zu müssen.“

Anders sieht das mitunter auf dem Wasser aus. Tenzer geht hier der Frage nach, warum gerade das Meer als Herausforderung zur Überwindung eigener Grenzen und Ängste – traditionell vor allem der Männer – geeignet ist. Den Ursprung sieht sie in den Heldensagen und Entdeckungsreisen, die bis heute das kulturelle Bild vom Meer prägen. Ebenso wie die abseitige Rolle der Frau als daheim gebliebene Seemannsbraut oder allenfalls noch als Taufpatin, die ansonsten aber als „maritimes Sicherheitsrisiko“ gilt. Gleichzeitig wird das Meer mit Weiblichkeit – Schönheit, Rätselhaftigkeit, Unberechenbarkeit – assoziiert, wie die Autorin anhand vieler Beispiele aus der Literatur belegt. Dennoch werden an dieser Stelle nur die gängigen allseits bekannten Klischees referiert. Eine denkbar spannende Frage nach der Perspektive der Frau auf das Meer bzw. das Meer und den (See)Mann wurde leider nicht gestellt.

Das Glücksempfinden am/auf dem Meer beruht in hohem Maße auf den Bildern, die der Einzelne vom Meer hat. Bei der Frage nach dem Ursprung dieser Bilder stellt Tenzer fest, dass das Meer oft eine zentrale Rolle in Schöpfungsmythen spielt und dass in fast allen Kulturen das Wasser eine rituelle Bedeutung hat. Die Vorstellung vom Meer als Ursprungsort des Lebens schreibt sie den Werken der Landschaftsmaler sowie Berichten der adligen Bildungsreisenden seit Ende des 17. Jahrhunderts zu. Hinzu kommen Schriftsteller, die Bilder von einzelnen Landschaften kreieren und damit „die Idee von Meer und Glück in das Bewusstsein der Menschen brachten.“ Eine weitere Erhöhung erfuhren diese Bilder und Vorstellungen während der Romantik, etwa durch die Bilder Caspar David Friedrichs. Seit etwa 200 Jahren kommen die Bilder vom Südseezauber noch hinzu. In heutiger Zeit wird dies u.a. durch die Werbung ausgenutzt und verstärkt und durch eine gut organisierte Tourismuswirtschaft erfüllt. Die Schlussfolgerung Tenzers: „Nicht nur das Meer selbst, auch unsere Bilder davon machen glücklich.“

Zur Frage, warum das so funktioniert, verweist Tenzer auf einen relativ neuen Wissenschaftszweig, die Landschaftspsychologie, die die Wechselwirkung zwischen Außenlandschaften und inneren Seelenlandschaften untersucht. Entstanden ist dieser Zweig der Psychologie in den 1980er Jahren in den USA, wo die Anlage von Nationalparks ansprechend gestaltet werden sollte. Die Wissenschaftler fanden heraus, dass zunächst einmal das Vertraute in einem Landschaftsbild als positiv empfunden wird, dass es aber auch einen ästhetischen Konsens über das, was als schön zu bezeichnen ist, gibt. Als Erklärung wird hier der Rückgriff auf die afrikanische

Herkunft des Menschen gemacht, der allerdings nicht wirklich überzeugt. Als Fazit lässt sich aber sagen, dass Landschaften immer durch Gewässer aufgewertet werden und dies eben insbesondere auch für Küstenlandschaften gilt.

Die Betrachtung des Meeres, das nach Tenzer die Menschen glücklich macht, beschränkt sich vorwiegend auf den seichten Rand des großen Wassers, der an den Strand trifft. Und der Strand ist immer der Strand des Sommers, gleichbedeutend mit Sonne und Wärme. Gern zitiert Tenzer aus belletristischen Werken und der geneigte Leser darf feststellen, wie häufig Maritimes in Romanen thematisiert wird. Leider finden sich dazu keine Angaben in der immerhin vorhandenen Literaturliste (stattdessen aber einige Anthologien ...). Im letzten Drittel des Buches häufen sich Vermutungen und zuvor Beschriebenes. Manche Herleitungen wirken ein wenig arg konstruiert, und die eigene Befindlichkeit der Autorin ist für den Leser nicht immer so sehr von Interesse. Dennoch gelingt es, eine spannende Sichtweise auf das Phänomen Meer und die – im Laufe der Zeit radikal veränderte – Reaktion von Menschen auf die Landschaft zu erschließen, neue Perspektiven auf Alltägliches zu eröffnen und dies in einer gut zu lesenden Aufmachung zu präsentieren.

Stefanie Janssen

Thomas Winkelmann, Alltagsmythen vom Norden. Wahrnehmung, Popularisierung und Funktionalisierung von Skandinavienbildern im bundesdeutschen Modernisierungsprozess (= Imaginatio borealis. Bilder des Nordens, Bd. 10). Frankfurt am Main (Peter Lang Verlag) 2006, 382 S., 9 Abb.

Schweden kennt jeder. Über kaum eine anderes europäisches Land, so scheint es manchmal, verfügt unser Alltagswissen über so viele Vorstellungen und Assoziationen, die gleichzeitig verwundern und bewundert werden oder gar als Vorbilder zur Nachahmung animieren. Die Frage nach der Genese dieser Bilder und deren Einbindung in die bundesdeutsche Alltagsrealität diskutiert Thomas Winkelmann in seiner 2004 vorgelegten und nun publizierten Dissertation aus dem Kreis des Graduiertenkollegs „Imaginatio borealis“ der Kieler Christian-Albrechts-Universität. Ihre Charakterisierung als „Alltagsmythen“ erfolgt dabei nicht umsonst: Behandelt werden hier vordergründig geläufige Stereotype, Klischees oder Images vom „Norden“ und somit Vorstellungen, deren Wahrheitsgehalt zwar zu bezweifeln ist, denen gleichzeitig jedoch – nicht zuletzt durch die Beharrlichkeit ihrer medialen Reproduktion – ungebrochene Validität im Spektrum der Wahrnehmung und Gestaltung unserer eigenen Alltagswelten zuzusprechen ist. Damit steht Winkelmanns Analyse nicht nur im direkten Bezug zu Konzepten der Funktionalität des kollekti-

ven Gedächtnisses sowie den Deutungsmöglichkeiten kollektiver Zuschreibungen und Wahrnehmungsmuster, sondern nimmt ebenso die Frage nach der Relevanz medialer Kulturvermittlung in den Fokus.

So bildete die Grundlage der Untersuchung die diskursanalytische Auswertung von Publikumszeitschriften. Mit namentlich „Stern“, „Der Spiegel“, „Schöner Wohnen“, „Merian“ und „Westermanns Monatsheften“ wurde damit ein Wissensmedium als Quelle herangezogen, das in Popularität und Themenwahl ein breites Spektrum des Alltagslebens der bundesdeutschen Bevölkerung abdeckt und dessen Berichterstattung wesentlich als Vermittler wie auch als Produzent populären Wissens zu charakterisieren ist. Vorgestellt werden dabei konkrete Beispiele aus den Bereichen Wohnen und Reisen, dem alltagsästhetischen Umgang mit Bildmotiven und Mobiliar sowie der Wahrnehmung und Beurteilung von Modellen gesellschaftlichen Verhaltens und Zusammenlebens. Der Kernzeitraum der Betrachtung ist auf die 1950er bis 1980er Jahre fixiert und steht damit im konkreten Kontext zu Meilensteinen und Wendepunkten im bundesdeutschen Modernisierungsprozess, die in ihrer Entscheidungsfindung umso mehr von der Orientierung an Vorbildern und dabei besonders vom Interesse am „Norden“ geprägt waren. Vorangestellt ist dem zusätzlich ein Überblick über die populären Skandinavienbilder bis 1945, der der Frage Rechnung trägt, inwieweit und in welcher Form bereits etablierte Bilder in die gesellschaftlichen Diskurse der Nachkriegsjahrzehnte eingebunden werden. Insgesamt wird dabei recht schnell deutlich, dass „Skandinavien“ oder der „Norden“ selbst schon eine stereotypisierte Kategorie bilden, deren Inhalte sich vordergründig aus der Auseinandersetzung mit nur einem Land, nämlich Schweden, rekrutierten.

Die Absicht des Autors ist jedoch mehr als nur die Enthüllung abgefälschter Realitäten, die die symbolische Aneignung der Welt kennzeichnen. So werden sehr detailliert die vorgestellten populären Schwedenbilder nicht nur im Kontext ihrer Entstehung und Entwicklung sondern ebenso in ihrer sich daran knüpfenden Funktionalität dechiffriert – etwa als identitätsbildendes Moment kultureller Annäherung oder Ablehnung wie als Artikulation gesellschaftlicher Befindlichkeiten. Und gerade weil es hier um geläufige, längst zu Markenzeichen avancierte Bilder Schwedens geht, erweist sich diese Arbeit als aufschlussreicher Forschungsbeitrag, der sowohl in der Frage nach unserer Versessenheit auf IKEA & Co. als auch im Hinblick auf die bundesdeutsche Alltagsgeschichte neue Aspekte aufzeigt.

Carsten Drieschner

**Schriftenreihe
der Gesellschaft für Volkskunde in Schleswig-Holstein e.V.**

Die Schriften der GVSH sind über den Buchhandel zu beziehen. Bestellungen zu Sonderpreisen für Mitglieder nur über die Geschäftsführung.

Band 1: Strukturwandel auf dem Land. Beiträge der Herbsttagung 1994 der GVSH. 90 S. ISBN 3-928326-09-0. 1995. 15,80 €.

Band 2: Handwerk in Schleswig-Holstein 1900 bis heute. Katalog der Wanderausstellung der GVSH. Mit einer Einf. v. Doris Tillmann. 93 S. mit 43 Abb. ISBN 3-928326-17-1. 1997. 10,80 €.

Band 3: Gebaute Welten. Beiträge der Herbsttagung 1996 der GVSH. 106 S. mit 31 Abb. ISBN 3-928326-18-x. 1997. 15,80 €.

Band 4: Maritime Volkskultur. Beiträge der Herbsttagung 1997 der GVSH. 132 S. mit 48 Abb. ISBN 3-928326-19-8. 1999. 15,80 €.

Band 5: Heimat versus Region? Beiträge der Herbsttagung 1999 der GVSH. 85 S. mit 18 Abb. ISBN 3-928326-34-1. 2001. 15,80 €.

Band 6: Reinhard Goltz / Nils Hansen / Stefanie Hose: Maritime Bibliographie Schleswig-Holsteins. 197 S. ISBN 3-928326-36-8. 2002. 25,80 €.

Band 7: Carsten Sobik: Eine Gemeindekate aus Dahmsdorf im Kreis Stormarn. Die Entwicklung vom Wohnhaus zum Museumsobjekt. 142 S. ISBN 3-8334-3900-9. 2005. 17,80 €.