

Der Wille zur ‚totalen Gestaltung‘: Zur Kulturgeographie der Dinge

Von Ilse Helbrecht, Bremen

1 Einleitung

Wissenschaft beginnt, wo das Denken an Grenzen stößt. Wo die Regeln methodischer Raffinesse nicht mehr tragen, wo nicht mehr verstanden wird, trotz allen technischen Aufwands, allem Geld, allem Forschungsbemühen, allem Nachdenken und neunmalkluger Vieldeuterei – genau dort beginnt Forschung: Erforschung, die konsequente Anwendung des schöpferischen Prinzips der Neugier.

Ideen gebären, Gedankenzusammenhänge produzieren, Wahrheiten suchen und (er)finden sind jedoch nicht nur Kerngeschäft der Wissenschaft. Vielmehr ist auch für jede menschliche Gesellschaft und jedes Individuum konstitutiv, dass sie Bedeutungen schaffen, schöpfen, produzieren – indem sie Wirklichkeiten konstruieren. Soziale Gruppen konstruieren ihren Wirklichkeits- und Wahrheitssinn. Sie leben in einem Netz von Bedeutungen, das sie selber spinnen. Das Netz der Bedeutungen, das sie weben, nennt man ‚Kultur‘ (vgl. Geertz 1973, 5). Mit ihrer Hilfe werden soziale Ordnungen hergestellt, kommuniziert, reproduziert, erfahren und verändert. Ohne Kultur, dieses Bedeutungsnetz, das Menschen über die Dinge, die Ereignisse und das Leben werfen, wären Mensch miteinander kaum kommunikationsbereit. Ohne die Auseinandersetzung und den Diskurs sozialer Gruppen über die Netze gemeinsam geteilter wie widersprochener Werte, ohne kollektive Sinnfäden und (sub)kulturell gebrochene Überzeugungen sind Gesellschaften nicht funktionsfähig. Clifford Geertz, ein amerikanischer Anthropologe, betont deshalb zurecht, dass Kultur und Gesellschaft nicht als getrennte Einheiten betrachtet werden dürfen; sie sind zwei Seiten des selben Phänomens. Während unter dem Begriff soziale Systeme die strukturellen Gegebenheiten und Muster sozialer Interaktion untersucht werden, meint Kultur das dazugehörige Regelwerk der Bedeutungen und Symbole, innerhalb derer soziale Interaktionen stattfinden (Geertz 1973, S. 144f). Kultur ist Element und Medium sozialer Auseinandersetzung, Begegnung und Differenzierung. Sie ist so verbreitet und durchdringt den Menschen wie die Luft zum Atmen.

Die Einsicht, dass (Um)Welten nicht objektiv gegeben sind, sondern ihre Bedeutungen kulturell produziert werden, ist heute wissenschaftlich gewöhnlich. Wenn Kulturgeographen über Städte, Dörfer oder Kulturlandschaften reden, sind sie sich der doppelten Konstruiertheit ihrer Untersuchungsgegenstände meist bewusst. Gesellschaften bauen nicht nur Wohnungen und Häuser, gründen Städte, trassieren Verkehrswege, pflügen Äcker und gestalten Regionen, Länder, Kontinente. Sie überziehen zudem die physisch gestaltete Umwelt mit einem kulturell konstruierten Gewebe von Sinn und Bedeutung. Die Stadt als Artefakt wird physisch durch den Einsatz von Zement, Holz, Stahl, Ziegel, Schweiß und Beton produziert. Gleichzeitig wird ihre Bedeutung mit, durch und über ihre reine Materialität hinaus kulturell konstruiert. Bewohner, Besucher und Betrachter des Städtischen lesen die

Botschaften von Paris, Rom, München, Bremen oder Wien. Sie konstruieren Sinn durch die Interpretation der physischen Realität der Städte und ihre kulturelle Verdichtung zu Stadtbildern, Stadtimages oder Stadtidentitäten (Und irgendwo im Hintergrund erklingt im Radio „Ganz Paris träumt von der Liebe ...“).

Das schöpferische Verhältnis menschlicher Gesellschaften zu ihrer Umwelt ist also ein doppeltes. Der zweifach konstruktive Bezug zur Umwelt als zugleich physisch und kulturell gestalteter beschreibt eine Relation, die einerseits so grundlegend ist, dass sie als überhistorisch und damit unveränderlich erscheint. Andererseits jedoch hat sie in den letzten Jahrzehnten eine so tiefgreifende Wandlung erfahren, dass sie noch einmal neu zu durchdenken - und auch in ihrer politischen Folgenhaftigkeit anders zu konzeptionalisieren - ist. Denn vielleicht erstmalig in der Geschichte haben sich im 20. Jahrhundert herausgehobene gesellschaftliche Interessengruppen den Doppelcharakter der Umweltkonstruktion (als physische und kulturelle Gestaltung zugleich) derart bewusst zu Nutze gemacht, dass dabei ein besonderes, einzigartiges kulturelles Verhältnis im Umgang mit der räumlichen Umwelt und den Dingen entstanden ist: der „Wille zur totalen Gestaltung“, wie ich es nennen würde.

Was ist damit gemeint? Von einer „totalen Architektur“ spricht Walter Gropius (1967, S. 15) als einer, „die die gesamte sichtbare Umwelt, vom einfachen Hausgerät bis zur komplizierten Stadt, umfaßt“. Totale Architektur läßt in ihrem Anspruch, die Umwelt zu gestalten, nichts aus zwischen dem ganz Kleinräumigen und dem Großmaßstäblichen. Das Bauhaus – dessen langjähriger Leiter Walter Gropius war – ist die wegbereitende Schule für modernes Umweltdesign von der Teetasse über die Architektur eines Hauses und Stadtteils bis hin zur Gestaltung der ganzen Stadt. Im Bauhaus hat Design, wie wir es heute kennen bei der Gestaltung von Möbeln, Stoffen, Teppichen, der Mode bis hin zum Automobil (Industriedesign) seinen wichtigsten Vorläufer gefunden. Was Gropius noch als Vision, als Ideal und damit erst noch zu verwirklichendes Ziel formuliert, hat heute - auf andere Weise – fast vollständig Raum gegriffen: die ästhetische Durchdringung aller Güter der Warenwelt, das komplette Styling unserer täglichen Gebrauchsgegenstände und baulichen Umwelten von der Gabel bis zum Gartenstuhl, vom Hosenanzug bis zu der Autoausstattung, von der Inneneinrichtung bis zum Stadtmobiliar und der ästhetischen Aufhübschung von Fassaden, Straßen, Plätzen. Wir leben in einer durch und durch ästhetisierten Umwelt, die gänzlich eine gestaltete ist. Von Menschenhand geschaffen, mit menschlichem Augenmaß entworfen und für menschliche Zwecke konstruiert, spricht unsere Umwelt eine eigene Designsprache, die vor allem kulturell auszulegen ist, weil sie auch kulturellen Zwecken dient.

Aufgabe der Kulturgeographie der Dinge ist nun, die Bedeutung materieller Umwelten für das menschliche Zusammenleben zu verstehen. Bei dem praktischen Versuch, die Bedeutungen der räumlichen Umwelten, in denen wir leben, zu verstehen, stellt sich Kulturgeographen zuvorderst ein Problem. Menschen sprechen. Menschen kann man fragen, wie es ihnen geht, was ihnen Freude bereitet, und wo es schmerzt. Selbst Tiere können noch im Gesang oder Gejaule, mit Flügelschlag, wedelndem Schwanz oder gefletschten Zähnen darauf verweisen, was ihnen gefällt, missfällt, ihren Zorn erregt. In diesem Sinne sprechen Häuser, Tische, Straßen, Plätze, Löffel, Städte nicht. Die Welt der Dinge, der (toten) Stofflichkeit, der betastbaren Welt, erweist sich dem Menschen als ein Gegenüber, das auf andere Weise einnimmt, ein anderes

Miteinander bewirkt und fordert, als es Lebewesen tun. Wie also bezieht die Kulturgeographie die stumme Welt der Dinge methodisch in ihre Untersuchungsansätze ein?

Ein zweiter großer Fragebereich der Kulturgeographie taucht sofort auf beim Nachdenken über die Relation des Menschen zur dinglichen Welt: Wenn Gesellschaften zunehmend ihre Umwelt bewusst gestalten, kunstvoll durchstylen und ästhetisieren, dann stellt sich die Frage nach den ökonomischen, kulturellen, sozialen oder politischen Gründen für diese Ästhetisierung der räumlichen Lebensform. Warum kommt es zu solch einer ästhetischen Durchgestaltung der Welt? Wer hat Interesse an der „totalen Gestaltung“? Und nach welchen Kriterien, für welche Zwecke wird Umweltdesign von welchen gesellschaftlichen Gruppen konstruiert? Ist das nur Zuckerguss und Puderstaub, der sich als süße Schicht der Verklärung oberflächlich wie eine Glasur über die Dinge legt? Oder gibt es tiefere Motive, die auch gesellschaftlich weiter tragen als der reine schöne Schein, und deshalb die Verbreitung von gestalterischem Umweltdesign von der kleinsten räumlichen Maßstabsebene, den Türgriffen in den Wohnstuben und der häuslichen Inneneinrichtung bis zur Gesamtstadt, zur Gesamtregion grundlegender rechtfertigen?

2 Ästhetisierung: Der Wille zur Gestaltung

Zwei Lesarten von Ästhetisierungsprozessen lassen sich unterscheiden. Man kann sie als klassische Denkweisen bezeichnen, weil ihre unterschiedlichen Einschätzungen nahezu seit Beginn des 20. Jahrhunderts schon miteinander ringen und im Widerstreit sind. Der große Gegensatz ruht auf einem fundamentalen Unterschied in der Interpretation des Mensch-Umwelt-Verhältnisses, nämlich zwischen hoffnungsvollem, kulturoptimistischem Aufbruch und endzeitgestimmtem, kulturpessimistischem Abgesang.

2.1 Der Aufbruch: Moderner Städtebau

Große Hoffnung und sehnsüchtigste Utopie braucht manchmal einen großen Auftakt, zuweilen sogar den eines Jahrhunderts, um zu werden. So bot der Anbeginn des 20. Jahrhunderts die Chance einer neuen Zeit mit neuem eigenem Zukunftsmaß. Zu Beginn des letzten Jahrhunderts entstand, was als das „Neue Bauen“ beschrieben wird (vgl. Hilpert 1984). Eine Avantgarde in Architektur und Stadtplanung erfand, was heute noch gilt als der moderne Städtebau. Geboren aus Not und Krise und auf der Basis der politischen, technologischen und sozialen Verunsicherungen eines ganzen Zeitalters entwickelt eine beherzte Gruppe von Ästheten, Künstlern, Architekten, Malern, Stadtplanern, Industriedesignern einen eigenen Ansatz des schöpferischen Umgangs mit den Gestaltungsaufgaben der baulichen und zu bauenden Welt.

„Wir haben die Aufgabe, uns unserer Zeit anzupassen. Wie wir die Kleider von heute tragen, so müssen wir auch in der Umwelt uns Dinge schaffen, die zu unserer Zeit gehören“. Die so formulierte Aufgabe spricht Walter Gropius 1924/25 (zitiert als Gropius 1988b, S. 110) in eine Situation hinein, in der

Stadtplaner, Architekten und Wohnungsbauer vor dringlichen Gestaltungsaufgaben stehen. Vor dem Ersten Weltkrieg sind Städtebau, Wohnungswesen und Regionalplanung in einer Krisen- und Umbruchsituation. Die planlosen Stadterweiterungen des 19. Jahrhunderts sind reine „Notdurftgebilde“ (Scheffler 1913, S. 11). Sie bilden nur das Extrem des allgemeinen Phänomens der „inneren und äußeren Formlosigkeit der Großstadt von heute“ (a.a.O., S. 13). Diese „Formlosigkeit“ ist Folge der ungeordneten, hitzigen Verstädterungsprozesse der sich rapide industrialisierenden Gesellschaften im 19. Jahrhundert. In Deutschland wie andernorts hat die Baukunst des 19. Jahrhunderts es kaum vermocht, eine den wirtschaftlichen, politischen, kulturellen und sozialen Verhältnissen der Industriegesellschaft angemessene Ordnungs- und Gestaltungsvorstellung zu entwerfen (vgl. Joedicke 1958, S. 9). Weite Teile der Architektur und des Städtebaus beschäftigen sich immer noch mit den Problemen der vorindustriellen Baukunst und beschränken ihre Rolle auf die monarchistischen Züge einer adeligen Repräsentationskultur. Die Krise der baulichen Umwelt, der Stadt, manifestiert sich in Chaos, Konkurrenz, Vereinzelung. Nicht nur die enge Blockbebauung mit den ungesunden Licht-, Belüftungs- und Hygieneverhältnissen lassen viele gründerzeitliche Gebäude und Arbeiterviertel als architektonisch unausgegoren und sozialpolitisch verantwortungslos erscheinen. Auch kommt in den mit Ornamenten verzierten Gebäuden, die noch klar in der Designsprache feudaler Verhältnisse vorhergehender Jahrhunderte gebildet sind, ein rückwärtsgewandter, historischer Zug zum Ausdruck. Dieser wird von den Vertretern einer modernen Umweltgestaltung und Befürwortern der Industriegesellschaft als „Geistesarmut“, als „tiefe Unfähigkeit und Unfreiheit“ und „reaktionär“ kritisiert (Scheffler 1907, S. 145, 148).

Hier Foto einfügen von der Gruppe der Lehrer

Abb. 1: Die Lehrer am Bauhaus (Meister) auf dem Dach des Bauhausgebäudes in Dessau, von links: Josef Albers, Hinnerk Scheper, Georg Muche, László Moholy-Nagy, Herber Bayer, Joost Schmidt, Walter Gropius, Marcel Breuer, Wassily Kandinsky, Paul Klee, Lyonel Feininger, Gunta Stölzl, Oskar Schlemmer

Quelle: Bauhaus-Museum, Berlin

In dieser städtebaulich und sozialpolitisch fatalen Situation, befördert und provoziert durch die radikale Zäsur des Ersten Weltkriegs, entsteht ein neuer Zeitgeist, der kulturell-geistige Aufbruch einer ganzen Generation von Gestaltern in ein neues Zeitalter: die städtebauliche Moderne. Kulturoptimistisch befürworten ihre Vertreter die Möglichkeiten und Auswirkungen der Technik. Industrialisierung soll nicht nur als Verbreitung der Fabrikarbeit, der Massenproduktion und technischen Fertigung aller möglichen Konsumgüter und Warenwelten am Fließband verstanden werden. Vielmehr soll auch und gerade mit den organisatorischen, technischen, finanziellen und schöpferischen Mitteln der Industrialisierung eine neue Architektur, eine neue Stadtplanung, eine neue Gestaltung des gesamten Umweltdesigns möglich werden. Deshalb ist es die vordringlichste Aufgabe der modernen Architektur und des Industriedesigns, Ausdrucksformen,

Formensprachen und Gestaltungsmittel zu entdecken, die den Geist der Zeit angemessen ausdrücken. Die moderne Architektur will „raumgefaster Zeitwille“ sein, schreibt Mies van der Rohe 1923 (zitiert als 1964, S. 70). Die angestrebte visuelle Ordnung in der Welt der Dinge (vom Geschirr über das Haus bis zu Stadt und Region), die „totale Architektur“ will – so das Verständnis der modernen Avantgarde der 1920er und 1930er Jahre – eng mit einer demokratischen und humanen Gesellschaftsordnung verbunden sein (vgl. Gropius 1988b). Durch die bewusste Gestaltung, die gute Form, soll auf das Bewusstsein, die Lebensverhältnisse und -weisen der Menschen eingewirkt werden. Möbeldesign, Architektur, Städtebau sollen nicht exklusive Aufgabe einzelner erlesener Baumeister zu Diensten des (für die Masse unerreichbaren) Privilegs Adelliger am Fürstenhofe sein, sondern zu einer „Lebensangelegenheit des ganzen Volkes“ werden (Gropius 1965, S. 30).

Dabei ist für das Bauhaus die „Erkenntnis der Einheit aller Dinge“ (Gropius 1965, S. 28) und die Suche nach den Zusammenhängen von baulicher, ästhetischer und kultureller Gestaltung von Bedeutung. Insbesondere für Walter Gropius war die Einheitlichkeit ein Charakteristikum von Kultur. „Seine Idee war die einer Wiedergeburt der Kultur aus dem Geist der Architektur“ (Claussen 1986, S. 23). Die moderne Gestaltung als totale Architektur will auf allen Wegen des Ausdrucks die Bevölkerung erreichen, sie sogar erziehen, bilden, demokratisieren. Da Architektur und Städtebau als räumliche Umwelt für ihre Bewohner und Nutzer, für alle Gesellschaftsmitglieder ein „zweiter Leib“ sind (Argan 1983, S. 26), immer gegenwärtig, der sie ständig umgibt, unterstellen die Bauhäusler – in Anlehnung an damals weit verbreitete sozialökologische Vorstellungen – der räumlichen Umwelt eine Prägekraft auf das Verhalten und die Einstellungen der Bevölkerung. Durch und mit Städtebau, Industriedesign und Umweltgestaltung, durch Innenarchitektur und Kleidermoden sollten Haltung und Aussehen, Befindlichkeit und Zeitgeist, Orientierung und Werte, Einstellungen und Wahrnehmungen Aller bewusst gestaltet werden. Die gestaltete Umwelt als Prägestock des Menschen. Im Bauhaus selbst wurde sie auf vielen Wegen – durch Fotografie (z.B. Feininger), Malerei (z.B. Klee, Kandinsky), Möbeldesign (z.B. Breuer), Lichtdesign (z.B. Wagenfels), Architektur (z.B. Mies van der Rohe), Städtebau (z.B. Gropius) – gesucht, hergestellt und befördert.

Hier Foto einfügen von Herrn Gebhardt vom Bauhausgebäude

Bauhausgebäude in Dessau

Foto: Heinz Gebhardt

Damit ist das Bauhaus und sind die Architekten, Städtebauer und Designer der Moderne die frühen Vorreiter einer umfassenden Welle der Gestaltung, wie wir sie heute, am Beginn des 21. Jahrhunderts, nur noch bunter und vielfältiger, noch ausufernder und andauernder in allen Dingen und auf allen Maßstabsebenen erleben. Nichts Äußeres, keine Erscheinung von der Zahnpastatube bis zum Automobil wird heute mehr in Form, Farbe oder Gestalt dem Zufall überlassen. Wir Heutige sind Zeitzeugen eines Design-

Kults, einer Design-Flut. Wir bewohnen eine ästhetisierte Welt, von der wohl selbst die Bauhäusler so umfassend nie geträumt haben.

Entscheidend für unsere kulturgeographische Fragestellung nach den Motiven und Folgen der Ästhetisierung der räumlichen Umwelt ist: in der Moderne, im Aufbruch, im frühen 20. Jahrhundert erscheint Design als visuelles Mittel umfassender gesellschaftlicher Demokratisierung und Befreiung. Und dies in einem doppelten Sinne: Der Zugang zum Design wird demokratisiert und das Design selbst wirkt demokratisierend. Keine Schöne-Schein-Ästhetik als Puderzucker wird von den Avantgardisten den Bürgern in die Augen gestreut. Vielmehr soll jenen Herz, Hirn und Augen erst richtig aufgehen durch die Erziehung zum Besseren durch eine besser gestaltete Welt. Noch vierzig Jahre später plädiert Walter Gropius, der 1937 ins Exil ging und Architektur-Professor in Harvard wurde, engagiert für eine Art visuelle Alphabetisierung der Welt: „In einem langen Leben ist mir immer stärker bewußt geworden, daß die Liebe zum Schönen für den Menschen nicht nur in hohem Maße glücksbereichernd ist, sondern auch ethische Kräfte in ihm hervorbringt“ (Gropius 1967, S. 11). Deshalb fordert Gropius eine visuelle Ausbildung der gesamten Bevölkerung, die in der Schule schon beginnt. „Der Mensch kommt zwar mit Augen auf die Welt, aber erst in langsamer Schulung lernt er sehen“ (a.a.O., S. 11). So besteht seiner Auffassung nach die Notwendigkeit der Schulung des einfachen Bürgers, seiner Erziehung zum Schönen. Die verfolgte Ästhetik ist dabei deckungsgleich mit einer – emanzipatorischen - Ethik.

Die moralisch anspruchsvollen Ideen zur Umweltgestaltung kulminieren in den Jahren zwischen 1928 und 1933 in den Kongressen zum modernen Städtebau (CIAM) und der Entwicklung der Charta von Athen (vgl. Hilpert 1984). Die stadtgestalterischen Vorstellungen der Moderne entfalten jedoch aufgrund der Schließung des Bauhauses durch nationalsozialistischen Druck im Jahr 1933 erst in der Nachkriegszeit ihre volle Wirkung. Insbesondere die stadtgestalterische Periode von Mitte der 1950er Jahre bis ca. 1975 ist in vielen europäischen Ländern, aber auch in Nordamerika, Australien und Neuseeland durch die Leitvorstellungen des modernen Städtebaus geprägt. In Deutschland versuchten Stadtplaner unter dem städtebaulichen Leitbild „Urbanität durch Dichte“ mit dichten baulichen Gebilden (Wohnhochhäuser) dichte soziale Kommunikationsstrukturen in modernen Nachbarschaften zu erzwingen. In dieser Zeit gebaute Großwohnsiedlungen an den Rändern der Städte wie etwa Köln-Chorweiler, München-Neuperlach, Frankfurt-Nordweststadt oder die Gropiusstadt in Berlin zeugen von dem bewussten gestalterischen Versuch, mit den Mitteln des Umweltdesigns (Dichte) auch bestimmte Lebensformen (Urbanität) zu erschaffen (vgl. Düwel/Guschow 2001, S. 189ff). Dieses Experiment des modernen Städtebaus ist jedoch gründlich gescheitert. Ein vermeintlich urbanes Verhalten der Menschen lässt sich nicht durch eine vermeintlich urbane Stadtgestalt erzwingen. Schon nach kurzer Zeit gerieten die Großwohnsiedlungen als unwirtlich in Verruf (Mitscherlich 1965). Der Fehlschlag der modernen Architektur und des funktionalistischen Stadt-Designs hat in der Folge das Bauhaus und seine gedanklichen Mitstreiter nahezu gänzlich in Verruf gebracht. Die städtebauliche Moderne, die hoffnungsvoll und euphorisch als Aufbruch in eine neues Design-Zeitalter begann, endete in den 1970er Jahren abrupt mit der lauter werdenden Kritik an den städtebaulichen Großsünden, den realen, in Beton gegossenen Folgen ihrer eigenen weitreichenden designtheoretischen Visionen.

Gestaltung als Schreckgespenst und die Sorge um die mögliche fatale Wirkung von Ästhetik hatten zuvor schon die Widerstreiter der Kulturoptimisten, die Kulturpessimisten formuliert. Wie anders ist und war die Einschätzung der Rolle des Designs bei diesen! Statt Aufbruch reden sie von Untergang, statt Hoffnung auf Befreiung durch die gute Form sprechen sie von Verführung durch Ästhetik und Verblendung. Was meinen sie? Und worauf gründet ihre Position?

2.2 Der Abgesang: Aurazertrümmerung

Zwei Fassungen hat der Text, doch eine Botschaft. Im Jahr 1935 schreibt der in Berlin groß gewordene, kritische Denker Walter Benjamin im Pariser Exil in erster Fassung ein Manuskript, dessen Gedankenstränge zu den berühmtesten wurden, die je über das veränderte Verhältnis von Ästhetik und Politik, Kunst, Technik und die Rolle des Designs formuliert worden sind. Eindringlich beschreibt Benjamin in dem Aufsatz „Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit“ die Veränderung der künstlerischen Welt durch neu gewonnene Mittel der Gestaltung in Zeiten der Industrialisierung.

Was dem Bauhaus als Möglichkeit der Verbreitung der guten Form durch die Standardisierung und technische Möglichkeit der Massenproduktion erschien – man könnte dies durchaus ein frühes Vertrauen auf den Ikea-Effekt nennen, nämlich die Hoffnung, dass massenhafte Produktion gut designer Güter zu deren kostengünstiger Verbreitung führt und dadurch einen Großteil der Bevölkerung frühzeitig und rechtzeitig dem Stilbruch, Stilraub und Stilvergewaltigungen kurzlebiger Geschmacksverirrungen (z.B. Gelsenkirchener Barock) entzieht – ist für Benjamin der Verlust der „Aura“. Kunst und Ästhetik, die gelungene gute Form, waren früher, vor der Industrialisierung etwas einmaliges. Auf das Original angewiesen – denn etwas anderes gab es kaum, weder in der alltagspraktischen noch in der künstlerischen Welt – war jedes gemalte Bild, jeder geschneiderte Anzug, jeder fabrizierte Schuh, jedes getischlerte Möbelstück, jedes gebaute Haus, jede gewachsene Stadt ein Original. Vorindustriell ist die Herstellung des Schönen im Prozess gesellschaftlicher Ästhetisierung stets auf handwerkliches Können (z.B. Holzschnitzerei) und die künstlerische Einzeltat (z.B. Malerei) verwiesen. In Zeiten technisierter Güterproduktion wird auch das Schöne noch zur Massenware.

Hier Foto einfügen des Gemäldes

Albrecht Dürer, Selbstbildnis im Pelzrock, Alte Pinakothek München

Am deutlichsten wird der Wandel in Dynamik und Verbreitung schöner Dinge vielleicht im Vergleich von Malerei und Fotografie. Ein Bild, gemalt von einem mittelalterlichen Meister mit Pinsel und Palette wie zum Beispiel Albrecht Dürers berühmtes „Selbstbildnis im Pelzrock“ aus dem Jahre 1500 ist nur einmal da auf dieser einen, originalen Leinwand. Es hat das Haus des

Künstlers in Nürnberg zu seinen Lebzeiten nie verlassen (vgl. Goldberg/Heimberg/Schawe 1998, S. 340) und hängt heute als große Kostbarkeit im Museum, in der Münchner Alten Pinakothek. Die Fotografie hingegen oder auch die Filmkunst erstellen Bilder, die leichterdinge reproduzierbar und als Konsumprodukte schnell überall verbreitet sind. Fotos, Filme existieren als digitalisierte Pixel-Dateien im Internet, weltweit in identischer Qualität verfügbar zu jeder Zeit an jedem Ort.

Genau diesen Unterschied zwischen Einmaligkeit und Reproduktion, Echtheit des Originals und Kopie der Kopie nimmt Walter Benjamin zum Ausgangspunkt seiner Gedankenreise in die veränderte Rolle von Kunst, Ästhetik und Authentizität. Zwar gab es früher schon - in der Antike beispielsweise durch Münzprägung oder später den mittelalterlichen Holzschnitt, Kupferstiche und Radierung - Möglichkeiten der Vervielfältigung (Benjamin 1974, S. 436). Die technischen Möglichkeiten der Reproduktion waren jedoch sehr begrenzt. So verlieren Graphiken, die mit der Technik des Holzschnittes reproduzierbar gemacht werden, im 16. Jahrhundert zu Zeiten Albrecht Dürers (der seinen europaweiten Ruhm schon zu Lebzeiten zum Teil vorausschauend auch darauf begründete, seine Kunstwerke zu verbreiten durch Holzschnitte und Kupferstiche) schon nach wenigen hundert Exemplaren an Schärfe und damit an Ausdruck. Erst mit der Verbesserung der Reproduktionstechniken in der Industrialisierung kann Kunst massenhaft verbreitet werden. Dies ist für die Qualität, die Aussage und den Charakter von Kunst nicht folgenlos. Benjamin nennt den Qualitätsunterschied, die Minderung, die Kunstwerke in industrieller Massen(re)produktion erleiden, den Verlust, ja, mehr noch „die Zertrümmerung der Aura“ (Benjamin 1974, S. 440). Damit aber, mit der massenhaften Verbreitung technisch reproduzierter Kunstwerke, zum Teil als (Umwelt)Design, verändert sich der Charakter und auch Gebrauch solch „schöner Objekte“. Was einst ein Kunstwerk war, wird zum Ausstellungsstück. Der „Ausstellungswert“ und damit die gesellschaftlich-repräsentative Zeigefunktion der schönen Dinge wird bedeutender als der „Kultwert“ früher Werke der Kunst (a.a.O., S. 444f). Einzigartige Kunstwerke, wie etwa die antike Statue der Venus von Milos, waren in Traditionen wie etwa Kulthandlungen eingebettet, sie wurden oft rituell verwendet und wirken teils magisch-religiös (a.a.O., S. 441).

Mit der Verbreitung technisch reproduzierter Kunstformen wie z.B. Graphik-Design in Zeitschriften und Illustrierten, Fotografien auf den Reklametafeln oder des Hollywood-Kinos und der Lucky-Strike-Werbespots wird Kunst zunehmend herausgenommen aus dem Bereich des Besonderen, des Echten, der Seltenheit und des oft auch sakral-originalen. In der Moderne stellen vielmehr Schönheit und Ästhetik sich zunehmend in den Dienst allgemeiner gesellschaftlicher Interessen; diese können wirtschaftlicher und politischer Natur sein oder auch reinen Unterhaltungswert haben und der Zerstreung dienen. „Die technische Reproduzierbarkeit des Kunstwerks verändert das Verhältnis der Masse zur Kunst“ (Benjamin 1974, S. 459).

„Die Masse ist eine matrix, aus der gegenwärtig alles gewohnte Verhalten Kunstwerken gegenüber neu geboren wird (...). Der vor dem Kunstwerk sich Sammelnde versenkt sich darein; er geht in dieses Werk ein, wie die Legende es von einem chinesischen Maler beim Anblick seines vollendeten Bildes erzählt. Dagegen versenkt die zerstreute Masse ihrerseits das Kunstwerk in sich; sie umspielt es mit ihrem Wellenschlag, sie umfängt es in ihrer Flut. So am sinnfälligsten die Bauten. Die Architektur bot von jeher den Prototyp eines

Kunstwerks, dessen Rezeption in der Zerstreung und durch das Kollektivum erfolgt. Die Gesetze ihrer Rezeption sind die lehrreichsten“ (a.a.O., S. 465).

Was Benjamin hier anspricht, ist die in seinen Augen subtile Wirkung, die ästhetische Formen – gerade auch die Architektur, die Stadt, die bebaute, gestaltete Umwelt – auf das Befinden haben. Er hat den Hitler-Faschismus hier vor Augen. Dieser hat sich wie wenige politische Regimes zuvor durch Fahnen, Uniformen, Aufmarschplätze, Statuen und Prachtalleen wie zum Beispiel in München, ehemals der „Hauptstadt der Bewegung“, die Mittel der Ästhetik demagogisch ganz zu eigen gemacht. Wenn Adolf Hitler und die Reichszeugmeisterei der NSDAP sich ihre SA-, SS- und HJ-Uniformen von Hugo Boss entwerfen und auch schneidern ließen (vgl. Timm 1999), so wussten sie warum. Sie suchten deren Wirkung, die Kraft des Designs.

Walter Benjamin schreibt über den Faschismus, seine Instrumente und Wege zur kontrollierten Begeisterung der Masse: „Er läuft folgerecht auf eine Ästhetisierung des politischen Lebens hinaus“ (Benjamin 1974, S. 467). Diese Art jedoch, die massenhafte Verbreitung der Ästhetik mit dem Auraverlust zu erkaufen und sie dann politisch zu missbrauchen, zeigt ein Maß der „Selbstentfremdung“ von Mensch und Menschheit durch missbräuchlichen Gebrauch der Ästhetik auf, das seit dem Ende des Nazi-Regimes weder in Deutschland noch im übrigen Europa in dieser Durchdringlichkeit, der Prägung intimer Verhältnisse in der Familie, Nachbarschaft wie der öffentlichen Stimmung im Volk so nicht wieder auftrat.

Dennoch: Dies heißt nicht, mit dem Faschismus wäre auch der Missbrauch der Macht der Ästhetik untergegangen. Walter Benjamin, am 15. Juli 1892 als deutscher Jude geboren, nahm sich am 27. September 1940 aus Furcht vor der Auslieferung an die Gestapo in Port Bou an der spanischen Grenze das Leben. In den Jahren zuvor hat er mit seiner intellektuellen Pioniertat den Anbeginn einer Gedankenfährte markiert, der seit dem viele weiter gehend gefolgt sind. Tiefer noch hinein gibt sich die nachfolgende Generation der Kulturpessimisten in die Kritik der modernen Ästhetik als verabscheuungswürdigem Mittel der Verführung. Während Benjamin sein Essay (a.a.O., S. 469) zum Verhältnis von Kunst, Ästhetik, Politik und Gesellschaft noch abschließt mit der kämpferischen Formel, dass, wenn der Faschismus die „Ästhetisierung der Politik“ betreibt, der Kommunismus antwortet mit der „Politisierung der Kunst“, sind viele Spätere sehr viel skeptischer im abschließenden Urteil und misstönender im Schlussakkord. Ästhetik, die Verbreitung des Schönen in den Dingen wird von Benjamin noch nicht prinzipiell negativ beurteilt. Vielmehr, so fordert er, müsse eine bewusst aufklärerisch-politisierte Ästhetik versuchen, die gesellschaftliche Oberhand zu gewinnen. Dieser Gedanke ist im letzten nicht weit entfernt von dem hellen Lichte, in dem das Bauhaus die Rolle des guten Designs im Alltag der Bevölkerung sieht.

Jedoch während das Bauhaus die Verbreitung des Gebrauchs von Industriedesign gerade durch die Möglichkeit des Einführens von Standards der „guten Form“ strikt befürwortet (vgl. Gropius 1988a), beinhaltet nach Benjamin die technische Reproduzierbarkeit des Schönen einen Wandel im Charakter des Designs der Dinge nicht allein zum Guten. Walter Benjamin war jedoch noch voller Hoffnung und der Überzeugung, dass jede gesellschaftliche Epoche sich ihre Sicht der Dinge, ihre Wahrnehmungsweisen, Vorstellungen und Formen von Ästhetiken bilde. In diesem Sinn ist der von ihm attestierte

Wandel zwar ein tiefgreifender Bruch mit allem vorher Gewesenem. Jedoch sieht Benjamin – und eben hierauf zielt seine Forderung nach der Politisierung der Kunst – hierin auch Möglichkeiten, neue schöpferische Qualitäten, die sich bieten. Und diese sucht er gedanklich und gesellschaftlich zu nutzen. In diesem Sinne ist er auch kein Kulturpessimist, sondern ein intellektueller Pionier, der kritisch, aber auch hoffnungsvoll auf die Veränderungen im Umweltdesign und die Rolle der Ästhetik blickte.

Anderes, ganz anderes geschah in den Köpfen und Herzen von jenen Theoretikern von Kunst, Kultur, Wirtschaft und Warenwelt, die sich ein halbes Jahrhundert später auf den Fährten Benjaminscher Auraverlust-Kritik bewegten. Sie trieben die Kritik der Ausbreitung der Kunst in die Alltagswelt weiter – und ausufernder, als es der erste Autor dieser Form der Kulturkritik, das Original W.B., je intendierte.

Kritik der Postmoderne

Frederic Jameson ist Amerikaner. Er lebt in einer Welt, die wie kaum eine zweite in der nördlichen Hemisphäre von der Verbreitung der Popkultur, von Experimenten in der Popkunst wie etwa Andy Warhols Campbell-Tomatensuppendosen-Bildern oder den vielfarbigen Reproduktionen von Marilyn-Monroe-Fotos geprägt ist. Die USA sind das Eldorado einer Konsumkultur, die seit den 1980er Jahren oft als „postmodern“ beschrieben wird. Der märchenhafte Zauber Disneylands und die aufwändigen Spielhöhlen von Las Vegas, das sonnige Plastiklebensgefühl Kaliforniens und der weltweite Erfolg der Hollywood-Filmindustrie können als Inbegriffe einer neuen Form und Phase der Durchdringung von Konsum- und Kaufverhalten mit Kultur- und Kunstgebrauch gelten.

Frederic Jameson ist Literaturwissenschaftler. 1984 veröffentlicht er einen Aufsatz über „Die kulturelle Logik des Spätkapitalismus“ (The cultural logic of late capitalism), der für die beiden folgenden Jahrzehnte – wenn nicht ebenso wie Benjamins Text weit darüber hinaus – zu einem Standard der Stadt-, Kultur- und Gesellschaftskritik wird. Dies auch und gerade in geographischen Kreisen. Denn Jameson argumentiert (auch hier ähnlich wie Benjamin), dass sich nirgendwo so deutlich die Gestalt einer unausweichlichen, durchgehenden Ästhetisierung der gesamten materiellen Umwelt beobachten ließe und in seiner Wirkung auf die Nutzer (also uns alle) erklärbar werde, wie in der Architektur und Physiognomie der Städte (Jameson 1984, S. 2). Gerade die amerikanischen Downtowns, die herauspolierten Stadtzentren und stadtgestalterisch bewusst inszenierten Innenstädte mit ihren neuen glitzernden Bürogebäuden und Luxushotels, den Einkaufszentren, repräsentativen Bankgebäuden, Mode- und Designdistrikten, Kleinkunstecken und Großbürgerplätzen würden am deutlichsten mit physisch-sinnlichem, verführerischem Glanze zeigen, wie die Wirtschaft sich die Rolle der Ästhetik zu nutze macht, um noch mehr Profit aus den Rippen der Konsumenten zu schneiden.

Hier Grafik einfügen

Andy Warhol: signierte Tomatensuppendose

Design und Dollar gehören eng zusammen; dies ist die zentrale These von Frederic Jameson. Wurde zuvor eine Funktionalisierung der Ästhetik für politische Zwecke attestiert, kritisiert Jameson in der Folge die im Spätkapitalismus zunehmende Funktionalisierung von Kunst und Kultur für ökonomische Motive. Postmoderne und Spätkapitalismus sind nach Jameson als historische Epoche dadurch charakterisiert, dass Wirtschaft und Kultur einander durchdringen auf neue Weise. In intimer Umarmung sind die beiden früher oft als getrennt gedachten gesellschaftlichen Bereiche nun derart eng aufeinander angewiesen und symbiotisch miteinander verflochten, dass sie nur gemeinsam neue Wirtschafts- und Lebensformen ebenso wie neue Konsumgüter und Konsumbedürfnisse zeugen. In den Worten und der Sprache Frederic Jamesons:

„What has happened is that aesthetic production today has become integrated into commodity production generally: the frantic economic urgency of producing fresh waves of ever more novel-seeming goods (from clothing to airplanes), at ever greater rates of turnover, now assigns an increasingly essential structural function and position to aesthetic innovation and experimentation“ (Jameson 1984, S. 4f).

Diese ‚Umarmung‘ von Wirtschaft und Kultur ist nach Jameson keineswegs politisch oder ethisch neutral. Vielmehr – und darauf fußt seine kulturpessimistische Sicht der Dinge – geht seiner Auffassung nach die Verbreitung der Ästhetik in alle Bereiche des Lebens mit einer Verflachung ihrer Inhalte und Qualitäten einher. Hatte das Bauhaus noch optimistisch auf die visuelle Alphabetisierung Aller gesetzt, so sieht Jameson in der neuen Phase des Spätkapitalismus seit den ausgehenden 1970er Jahren vor allem eine Kommodifizierung, ein Zur-Ware-Werden von Mensch und Ding (a.a.O., S. 11). Die Waren, die man kauft, wie etwa Tische, Kugelschreiber oder Blusen, würden zu Fetischen werden. Ihr ästhetisches Styling sei rein oberflächlich. Eine neue ‚Tiefenlosigkeit‘ („new depthlessness“, a.a.O., S. 6) im Umgang der Menschen mit der Kunst wie mit dem Design in der Warenwelt würde alle Oberflächen und alle Gestaltung zu einer „schieren Dekoration“ („sheer decoration“, a.a.O., S. 7) verkommen lassen. Die Kultur der Postmoderne unterscheide sich von der noch hoffnungsvollen gestalterischen Moderne dadurch, dass allen Dingen (ob Kunstwerken, Häusern, Gebrauchsobjekten) ihre Tiefe, ihr Sinn und Bedeutung genommen sei. Statt dessen herrschten blanker Schein, Oberflächlichkeit, die Kultur der Verführung.

Das Verflüchtigen und Evaporisieren von Sinn macht Jameson dabei am meisten Sorge; ja, es ängstigt ihn. Die Welt der Waren im bunten Spätkapitalismus sei so sinnentleert, dass auch die Menschen, die sie kauften, die Konsumenten, kaum noch Subjekte und vollblütige menschliche Wesen seien. Der „Tod des Subjekts“ ist in der Postmoderne – nicht nur von Jameson – mehrfach ausgerufen worden, weil das uferlose Spiel mit oberflächlichen Bedeutungen, die zutiefst doch nur auf der Logik des Kapitals und des Profits, der Gewinnmaximierung durch den Verkauf von noch mehr Gütern und Dienstleistungen in einer ästhetisierten Warenwelt basierten, den Menschen schließlich geistig-emotional verarmt, wenn nicht gar seelisch verkümmert hinterließen. Wer nur mit sinnentleerten Gegenständen noch hantiert, die allein äußerlich über Design verfügen als schönem Schein, der müsse auch am

sinnentleerten Leben leiden, blutleer im Herzen keinen Halt mehr finden in der Welt ästhetischer Beliebigkeit und postmoderner Effekthascherei.

Das Aussterben von Individuen, der Verfall der Werte, das Ende der Tiefendimension von Mensch, Ding, Stadt und Raum ist im Gefolge von Benjamin und Jameson sowie im Umkreis vieler weiterer Denker als Kritik an der Entwicklung von Wirtschaft, Kultur und Gesellschaft formuliert worden. Zur Bereicherung und aus Fairness gegenüber anderen Autoren, die hierzu Wesentliches und Wegbereitendes gedacht haben, seien einige theoretische Positionen noch genannt:

- Die beiden Frankfurter kritischen Theoretiker Max Horkheimer und Theodor W. Adorno (1986, Orig. von 1947) formulieren in den letzten Jahren des Zweiten Weltkriegs im amerikanischen Exil eine Analyse der „Kulturindustrie, Aufklärung als Massenbetrug“. Darin beschreiben sie den Siegeszug des amerikanischen Konsumkapitalismus in Form von z.B. Hollywood-Filmen und Donald Duck als „Amüsierbetrieb“. Dieser regiert die Massen nicht durch das „blanke Diktat“, sondern steuert sie subtiler mit Amusement und Verführung in die politische Apathie (a.a.O., S. 144). Auf dem Weg der Zerstreuung durch das von der Kulturindustrie hergestellte Vergnügen (Film-, Musikindustrie, TV) würden Selbständigkeit und Freiheit im Denken der Konsumenten mindestens vernebelt, wenn nicht gar ausradiert. Lust, Lachen, künstliche Glücksgefühle, Zirkuskunst, Unterhaltung und Vergnügungsindustrie führen die Massen in die Resignation. „Vergnügtsein heißt Einverständnis“ (a.a.O., S. 153) – Verlustierung also das Ende des aufklärerischen Traums von der Emanzipation.
- Der französische Soziologe Guy Debord publiziert 1967 inmitten der Studentenunruhen seine Studie über „Die Gesellschaft des Spektakels“ (*La société du spectacle*). Darin kritisiert er, dass alles, was früher noch wirklich erfahren und gelebt wurde, heute ein reines Spektakel geworden sei, also nur um der Aufführung willen, der Dekoration und Repräsentation nach außen hin vollzogen würde. Spektakel sei die vorherrschende soziale Weise, wie wir leben, wie wir miteinander umgehen, wie wir die Dinge und Umwelten gestalten und betrachten, in denen wir leben. Alles wird Image. Und Kultur selbst werde als handelbares Gut zur bedeutendsten Ware in der Gesellschaft des Spektakels (Debord 1994, S. 137).
- Jean Baudrillard (1994) treibt schließlich Idee und Kritik der Ästhetisierung gesellschaftlicher Wirklichkeit so weit, dass in seiner postmodernen Analyse alles zur vordergründigen Simulation wird, ohne dass je noch etwas Echtes, Wahres, Substanzielles dahinter zu erkennen wäre. Zurückgreifend auf die schon von Plato formulierte Idee des Simulacrums sagt er, die Wirklichkeit selbst werde nicht mehr allein durch den schönen Schein maskiert, parodiert oder imitiert. Vielmehr sei das Wirkliche in dem Sinne hyperreal, als die Unterscheidung zwischen richtig und falsch, Realität und Imagination, Objekt und Image kollabiere. Das Simulacrum ist die Kopie einer Kopie, ohne dass es das Original je gegeben hätte. Disneyland ist das perfekte Modell einer solchen Imagewelt, die nach Auffassung Baudrillards als abgegrenzter Bereich nur existiert, um uns zu zeigen, dass es vermeintlich darüber hinaus noch ein „reales“ Amerika gibt, während tatsächlich doch ganz Los Angeles und ganz Amerika ein Disneyland mit

Disneykapitalismus und Disneylebensformen seien (a.a.O., S. 12). Weshalb – dies sei am Rande für USA Interessierte notiert – das von Baudrillard vorgelegte Buch „Amerika“ (1995) zu einer der faszinierendsten Beschreibungen des „land of the free“ gehört; sie ist eine aufregende regionale Geographie einer im Westen vorherrschenden Wirtschafts- und Lebenskultur.

Dieser vielseitige kulturpessimistische Blick auf die ästhetischen Strategien der Verführung hat auch die Wahrnehmung der deutschen wie der internationalen Stadtforschung im letzten Jahrzehnt geprägt. Ähnlich wie manche Gesellschaftstheoretiker haben auch Stadtforscher, Raumplaner, Einzelhandels- und Kulturgeographen den postmodernen Erlebniskonsum als Schein-Vergnügen kritisiert. In den Agglomerationen ist das Entstehen neuer „künstlicher Erlebniswelten“ (Hennings/Müller 1998) kritisch beäugt worden, die zu den unübersehbaren Gegenwartselementen der städtischen Erlebnisinfrastruktur in Form von Großprojekten geworden sind: Urban Entertainment Center, Shopping Malls, Center Parks, Freizeitparks, Musicaltheater, Multiplex Kinos, der Umbau der Bahnhöfe zu Einkaufszentren. Neben den Hochglanz-Gebäuden, Event-Plätzen und spektakulären Fassaden wird die Festivalisierung des Stadtlebens insbesondere in den Innenstädten durch zahlreiche Inszenierungen aufgeführt: Weihnachtsmärkte, Roller Blade Nights, Love Parades, Jongleur-Festivals etc. Events, Erlebnisräume und Freizeiteinrichtungen pflastern den Weg postmoderner Stadtentwicklungspolitik (vgl. Helbrecht 2001). In der nordamerikanischen Diskussion werden solcherart Ästhetisierungen unter dem Stichwort „Stadt als Themenpark“ diskutiert (vgl. Sorkin 1992).

3. Konklusion: Design als Deutungsangebot

Die Welt, die uns umgibt, ist durchdrungen von Design und Ästhetik. So stellt sich für die Kulturgeographie die Frage, was sich daraus ergibt für ihre Arbeitsweise und ihre wissenschaftliche Art der Begegnung mit der Welt der Dinge. Genau um diesen Problemkreis, um die Bedeutung der Ästhetisierung der Warenwelt, des Städtebaus, des Umweltdesigns, ringen Kulturoptimisten und Kulturpessimisten intensiv. Sie tun dies zu Teilen unter Verwendung normativer Kategorien wie gut und böse, Aufklärung und Verschleierung, Emanzipation und Verführung. Aufgrund der politisch gegensätzlichen Bewertungen der Rolle des Designs wirken die vorgestellten theoretischen Positionen auf den ersten Blick unvereinbar. Doch dieser Eindruck täuscht (und ist vielleicht nur eine Wirkung des dialektischen Aufsatzdesigns). Tatsächlich ruhen beide Positionen auf vergleichbarem Fundament. Anhand der Darstellung von Gemeinsamkeiten und in wenigen kritischen Gedanken darüber hinaus möchte ich abschließend einige Fragen und Aufgaben formulieren zu einer zeitgemäßen Kulturgeographie der Dinge.

3.1 Kulturoptimisten und Kulturpessimisten: Gemeinsamkeiten

Eine konstruktive Synthese kulturoptimistischen und kulturpessimistischen Gedankenguts findet Versöhnlich-Gemeinsames in vier Bereichen:

1. **Design wirkt:** Die Welt der Dinge lässt den Menschen als Einzelnen wie auch im Sozialverbund nicht unberührt. Die materielle Form der Dinge, ihr Aussehen, ihr Design, ist für die kulturelle, soziale, politische, ökonomische Struktur und Funktionsweise von Gesellschaft nicht folgenlos. Die ästhetische Erscheinungsform der Dinge beeinflusst das gesellschaftliche Leben. Von dieser Position einer Beeinflussbarkeit gesellschaftlichen Verhaltens durch gestaltete Umwelten gehen Kulturoptimisten und Kulturpessimisten gleichermaßen aus. Der Streit und ihre größte Unterschiedlichkeit beginnt zumeist bei der politischen Bewertung der Richtung der gesellschaftlichen Wirkkraft von Ästhetik: wirkt sie positiv oder negativ auf die demokratische Verfasstheit von Individuum und Gesellschaft? Abseits der Normativität, die dieses Urteil in sich trägt, ist die hohe Einschätzung der Bedeutung des Umwelt-Designs für Kultur und Gesellschaft insgesamt der gemeinsam geteilte Grund beider Positionen. Design wirkt.
2. **Auf allen Maßstabsebenen:** Wirkungen der Ästhetik zeigen sich auf allen Maßstabsebenen, von der kleinsten räumlichen Einheit, den Türgriffen, Geschirr und Wohnzimmereinrichtungen bis hin zum Straßenzug, der Stadtgestaltung, Regionalentwicklung, nationalen Symbolen (Flagge, Uniformen) oder dem Erscheinungsbild weltweit agierender Konzerne (Logos). Umweltdesign ist ein räumlich durchgängiges Thema, das keine Maßstabsgrenzen kennt. So thematisieren Vertreter beider genannten Positionen Design stets parallel auf allen Ebenen und im Zusammenhang von groß und klein. Dies ist lehrreich für die Kulturgeographie. Auch sie untersucht den Einfluss und die Wirkung der Dinge im Mensch-Umwelt-Verhältnis auf allen Maßstabsebenen.
3. **Architektur ist beispielhaft:** Der römische Architekturtheoretiker Vitruv bezeichnet schon im 1. Jahrhundert v. Chr. die Architektur als „Mutter der Künste“, u.a. weil sie die öffentlichste ist. Architektur und Städtebau, die bewusst gestaltete räumliche Umwelt des Menschen, ist „Praktische Ästhetik“ (Führ 1991). Die Wahrnehmung der bebauten Umwelt ist mit der Rezeption der Kunst verwandt – und umgekehrt. An der Wahrnehmung und Bewertung von künstlerischer Ästhetik lässt sich etwas über die Wirkung und Rolle von Architektur und Umwelt-Design lernen. Diese Parallelsetzung bzw. analoge Betrachtung von Architektur/Städtebau/Umweltdesign und Kunst (Malerei, Bildhauerei, Fotografie usw.) vollziehen sowohl Jameson als auch Baudrillard, Gropius ebenso wie Benjamin. Ja deutlicher noch: Für die Kunsttheoretiker zeigt sich gerade an der bebauten Umwelt die Wirkung der Welt der Dinge auf das soziale Zusammenleben und den menschlichen Geist besonders eindrücklich. Der Umgang mit Häusern, Plätzen, städtischen Umwelten ist für Kulturoptimisten wie -pessimisten exemplarisch für das Verhältnis von Mensch und Ding. So schreibt Walter Benjamin zur Baukunst: „Bauten

begleiten die Menschheit seit ihrer Urgeschichte (...). Ihre (der Baukunst, d.V.) Geschichte ist länger als die jeder anderen Kunst und ihre Wirkung sich zu vergegenwärtigen von Bedeutung für jeden Versuch, das Verhältnis der Massen zum Kunstwerk nach seiner geschichtlichen Funktion zu erkennen“ (1974, S. 465). Denn Architektur wirkt auf doppelte Weise: erstens durch die visuelle Wahrnehmung (wie jedes bildnerische Kunstwerk), zweitens noch subtiler weil alltäglicher durch den Gebrauch. Wohnungen, Häuser, Städte betrachtet der Mensch nicht nur (als Kunstwerk), er bewohnt sie. Deshalb ist Architektur ein besonders eindrückliches Beispiel für die nachhaltige Wirkung von Ästhetik und Design (vgl. Gadamer 1990, S. 160ff). So ist es auch aus kulturgeographischer Sicht sinnvoll, zum Verständnis der Mensch-Umwelt-Relation auf Ansätze zur Architektur- und Kunsttheorie zurückzugreifen. Denn auch für kulturgeographische Untersuchungsobjekte gilt: Architektur ist beispielhaft.

4. **Ästhetik ist Macht:** Da Design wirkt und das Verhalten und Bewusstsein der Menschen zu beeinflussen vermag, ist es für politische wie ökonomische Zwecke instrumentalisierbar. Der willentliche Gebrauch der Ästhetik ist eine große Quelle und ein gewaltiges Instrument der Macht. Dies gilt auf gesamtstaatlicher Ebene (z.B. Faschismus) ebenso wie in der Stadt (z.B. urbane Inszenierung), bei der Auseinandersetzung unterschiedlicher gesellschaftlicher Gruppen um Prestige und Ansehen (z.B. Konkurrenz der Lebensstilgruppen) ebenso wie im Rollenkampf der Individuen (z.B. in der Familie). Insbesondere in Zeiten der Stilisierung des Lebens und postmoderner Konsumkulturen sind Designer-Labels, Markennamen und Logos nicht unschuldig, sondern soziale Marker. Sie repräsentieren und sichern gesellschaftliches Ansehen, sie kommunizieren sozialen Status und ökonomisch-politischen Einfluss (vgl. Bourdieu 1987). Aufgabe der Kulturgeographie ist es, die machtpolitische Rolle von Ästhetik und Design in der Umweltgestaltung zu dechiffrieren. Denn: Ästhetik ist Macht.

Diese vier Einsichten lassen sich von den Pionieren der Designtheorie lernen. In einem weiteren Punkt sind sich Kulturoptimisten und -pessimisten darüber hinaus ebenfalls noch einig, dieser ist jedoch ausgesprochen problematisch: die angenommene Passivität der Nutzer. Für Walter Gropius und Frederic Jameson ist stets von vorneherein eindeutig, auf welche Weise welche ästhetische Form auf den Betrachter wirken wird. Beide Theorielager zehren gerade in ihrer politischen Deutung möglicher Wirkungen des Designs von einem festen (Vor)Urteil: nämlich der Vorstellung, sie könnten (als Design-Experten) für alle anderen schon im Vorhinein wissen, wie eine Möbelform, ein Gebäude oder ein städtebaulicher Entwurf auf den Betrachter und Benutzer Einfluss nehmen wird – ob demokratisierend oder demagogisch, ob aufklärerisch oder verführend. Kulturpessimisten wie Kulturoptimisten halten uns Gewöhnliche, die alltäglichen Bewohner der Welt der Dinge, für passive Opfer der Ästhetisierung. Nur deshalb kommen sie zu solch klaren Urteilen über „gutes“ und „böses“ Umweltdesign. Damit unterstellen beide Theoriepositionen, die Welt der Dinge spräche eine klare, eindeutige, von allen nur auf eine Weise zu verstehende Sprache. Dies aber ist eine Art Determinationsprämisse zur Wirkung von Ästhetik und Design. An diese Stelle der Argumentation können Kulturgeographen weder von Kulturoptimisten noch von Kulturpessimisten lernen. Hier ist für eine zeitgemäße Kulturgeographie der Scheideweg zum

bisher Vorgestellten. Und hier beginnt ein weitergehender Arbeitsauftrag der Kulturgeographie der Dinge: die Beziehung des Menschen zur gestalteten Welt als Interaktion, also als Begegnung wirklich zu begreifen.

3.2 Perspektiven der Kulturgeographie: der sozial- und geisteswissenschaftliche Flügel

„Erst prägen wir unsere Städte, dann prägen unsere Städte uns“ (First we shape our cities, then our cities shape us) – so lautet eine Erfahrungsweisheit amerikanischer Stadtplaner. Der Mensch verhält sich auf doppelte Weise zu seiner Umwelt: er kreiert *und* rezipiert sie. Er ist Gestalter und Beobachter, Produzent und Konsument, Täter und Opfer in seiner eigenen räumlichen Lebenswelt. Kulturgeographie untersucht deshalb die vielfältigen Wechselbeziehungen, Konstruktionsweisen und Dynamiken im Verhältnis des Menschen zur ihn umgebenden (Um)Welt. Dies geschieht heute zunehmend unter den Bedingungen einer weitreichend ästhetisierten, physisch wie kulturell willentlich durchgestalteten Welt. Um die Konstruktionsweisen in der Relation von Mensch und Ding, Gesellschaft und Ästhetik, Design und Betrachter zu verstehen (statt von einer Determination auszugehen), bedarf die Kulturgeographie zweier unterschiedlicher theoretischer wie methodischer Untersuchungsansätze: einer sozialwissenschaftlichen und einer geisteswissenschaftlichen Perspektive.

Die Sozialwissenschaften befinden sich in ihrem Metier, wenn sie nach der gesellschaftlichen Konstruktion und Bedeutung von Design und Ästhetik fragen. Im Rahmen einer solch sozialwissenschaftlichen Perspektive kommen auch die oben (Kap. 3.1) anhand der Debatten der Kulturtheoretiker erarbeiteten vier Einsichten vollständig zum Tragen. Der sozialwissenschaftliche Flügel der Kulturgeographie der Dinge untersucht die gesellschaftlichen Wirkungen des Designs auf allen räumlichen Maßstabsebenen. Hierfür kann sie auf den Beispielcharakter der Architektur zurückgreifen und anhand von beobachtbaren Veränderungen in Stadtgestalt und Stadtentwicklung die politischen, ökonomischen, sozialen, kulturellen Motive und Interessen der Ästhetisierung und Durchgestaltung der Welt untersuchen. Als moderne Sozialwissenschaft fragt die Kulturgeographie zudem nach der Bedeutung, die Konsumgüter und Gebrauchsgegenstände für die räumliche und soziale Differenzierung, für die Ausbildung von Lebensstilen, die Wahl von Wohnstandorten und die Funktionsweise und den Aufbau regional unterschiedlicher Gesellschaften haben.

Ein solch sozialwissenschaftlicher Untersuchungsansatz ist weitreichend. Jedoch reicht er aus zwei Gründen alleine noch nicht aus, um die Komplexität der Mensch-Umwelt-Beziehungen ganz zu beschreiben. Der Mensch ist erstens nicht nur ein sozial eingebundener Akteur und geht als solcher, quasi als Sozialisationsprodukt, um mit der Welt der Gegenstände und des Designs. Er ist daneben auch wirklich Einzelner, eine Persönlichkeit und Produkt von Individuation. Diese subjektive, persönliche Erfahrung im Umgang mit der materiellen Welt bleibt in den Sozialwissenschaften zumeist außen vor (vgl. Helbrecht 2003). Zweitens ist es die Welt der Dinge, mit der die Sozialwissenschaften nur unzureichend fertig wird. Wohnzimmer, Häuser,

Städte, Türgriffe sind mit den Methoden der empirischen Sozialforschung nicht zu befragen. Die Dinge sprechen weder Deutsch noch Englisch oder Französisch. Sie haben eine eigene, andere Ausdrucksweise. Um die ‚Eigen-Sprachlichkeit‘ der physischen Welt zu erkunden, haben die Sozialwissenschaften wenig methodisches oder theoretisches Rüstzeug. Gerade die Seiten des Menschen, die in der Kunst aufleuchten und für den Bezug des Menschen zur sinnlich wahrnehmbaren Umwelt wesentlich sind, werden in den Sozialwissenschaften nicht reflektiert. Dies ist nicht weiter schlimm, herrscht doch auch in den Wissenschaften das Prinzip der funktionalen Differenzierung.

Dort, wo der Mensch sich als Mensch sucht, begegnet, ausdrückt und entwirft, beginnt in universitärer Tradition der Aufgabenteilung unter den Fakultäten das Gebiet der Geisteswissenschaften. Die Geisteswissenschaften nehmen „einen Begriff vom Eigenen des Menschen in Anspruch“ (Derrida 2001, S. 10). Kulturgeographie als Geisteswissenschaft zu betreiben, heißt, dieses „Eigene des Menschen“ im Umgang mit den Dingen zu suchen, bekräftigen, analysieren, zu erneuern und zu hinterfragen. Der geisteswissenschaftliche Flügel der Kulturgeographie fragt nicht primär nach der Bedeutung und den Konstruktionsweisen der Dinge für die Formen menschlichen Zusammenlebens, sondern direkter nach dem Menschen. Hier wie in den Künsten leuchten Bilder vom Menschen auf, die auf das Höchste zielen, was zivilisatorische Kräfte antreibt und regt. Im geisteswissenschaftlichen Umgang mit der Umwelt, mit der Welt der Dinge geht es um die Empfindung und Wahrnehmung, die Lebensbereicherung, die der Mensch im Umgang mit den Dingen erfährt. Hier ist der Beginn eines erweiterten und des vielleicht jüngsten Arbeitsauftrages einer Kulturgeographie der Dinge: die Untersuchung der Mensch-Umwelt-Relation als Konzipierung der Wege ästhetischer Rezeption.

An Kunst und Kunstwerken, an deren subjektiver Wahrnehmung, fachlicher Rezeption und gesellschaftlicher Bedeutung, können Kulturgeographen lernen. Denn die Bedeutung, die Subjekte, soziale Gruppen und Gesellschaften dem Design und der Ästhetik zusprechen, auch in der bebauten Umwelt zum Beispiel in der Bewertung der Postmoderne in den Städten oder der Stilisierung von Erlebniseinkaufsmalls, enthält stets ein grundsätzliches Urteil über das Schöne, über seine Wahrnehmung und seine Aufgabe in der Welt. Darüber hinaus und wesentlich ist die Rezeption der Kunst mit der Wahrnehmung der bebauten wie der natürlichen Umwelt eng verwandt. Wo immer dem Menschen stumme Gegenstände - seien es Landschaften, Bilder, Häuser, Untertassen oder Städte - als ein sinnliches, physisches Gegenüber begegnen, der Mensch also in seiner dinglichen Umwelt sich bewegt, findet Umwelt-Wahrnehmung statt. Die „Lehre von der Wahrnehmung, die bei den Griechen Ästhetik hieß“ (Benjamin, S. 466), bedarf einer geisteswissenschaftlichen Interpretation des Geschehens. Um die ästhetische Rolle der Dinge, seien es Kunstwerke oder Gebrauchsgegenstände, in unserem Leben zu verstehen, ist keine menschliche Lebensäußerung so sprechend wie die Baukunst. Hans-Georg Gadamer verdeutlicht deshalb den hermeneutischen Umgang mit der Kunst am Beispiel der Baukunst:

„Es ist eine der großen Fälschungen, die durch die Reproduktionskunst unserer Zeit aufgekommen ist, daß wir die großen Bauwerke der menschlichen Kultur dann, wenn wir sie erstmals im Original sehen, oft mit einer gewissen Enttäuschung aufnehmen. So malerisch, wie sie aus den fotografischen Reproduktionen uns vertraut sind, sind sie dann gar nicht. In

Wahrheit bedeutet diese Enttäuschung, daß man überhaupt noch nicht über die bloße malerische Anblicksqualität des Bauwerks hinaus zu ihm als Architektur, als Kunst hingelangt ist. Da muß man hingehen und hineingehen, da muß man heraustreten, da muß man herumgehen, muß sich allmählich erwandern und erwerben, was das Gebilde einem für das eigene Lebensgefühl und seine Erhöhung verheißt. So möchte ich in der Tat die Konsequenz dieser kurzen Überlegung zusammenfassen: Es geht in der Erfahrung der Kunst darum, daß wir am Kunstwerk eine spezifische Art des Verweilens lernen. Es ist ein Verweilen, das sich offenbar dadurch auszeichnet, daß es nicht langweilig wird. Je mehr wir verweilend uns darauf einlassen, desto sprechender, desto vielfältiger, desto reicher erscheint es. Das Wesen der Zeiterfahrung der Kunst ist, daß wir zu weilen lernen. Das ist vielleicht die uns zugemessene endliche Entsprechung zu dem, was man Ewigkeit nennt“ (Gadamer 1998, S. 60).

Was Hans-Georg Gadamer hier für das Bauwerk – stellvertretend für alle Künste – beschreibt, nämlich dass man „hingehen und hineingehen“, „heraustreten“ und „herumgehen“ muss, um seinen ästhetischen wie praktischen Gehalt zu verstehen, ist physische Voraussetzung und Pendant zur geistigen Tätigkeit des Verstehens. Die Welt der Dinge sich sinnlich und sinnhaft zu erschließen, bedarf einer besonderen Art hermeneutischer Verstehensleistung. Diese zehrt im Vergleich zu den Sozialwissenschaften wie auch zur klassischen Hermeneutik, die sich zumeist auf sprachliche Untersuchungsgegenstände (etwa Texte, Diskurse) oder sprachfähige Untersuchungsobjekte (Probanden, Interviewpartner) beziehen (vgl. Gadamer 1990), nicht nur von dem über das Wort vermittelten, rein logischen, vorwiegend verstandesmäßigen Auffassen des Gehalts einer Sache. Sondern hier bedarf es zudem einer anderen Weise der Erkenntnis, des Einsatzes eines außersprachlichen Mehr. Das „Verweilen“ bei den Dingen ruht auch auf der menschlichen Fähigkeit, nicht-sprachlich mit der physisch-sinnlichen Präsenz der Dinge zu „kommunizieren“. Der britische Philosoph Michael Polanyi nennt diesen Vorgang der Erkenntnisgewinnung durch die physische Aktivität des Hineingehens und Verweilens „indwelling“ (Polanyi/Prosch 1977, S. 37). Andere Erkenntnistheoretiker wie etwa der französische Phänomenologe Merleau-Ponty oder der Kieler Philosoph Hermann Schmitz sprechen von leiblicher Wahrnehmung (vgl. Hasse 2003). Eben diese, die sinnliche Kommunikation mit den Dingen lässt sich veranschaulichen, erkunden und einüben an der Rezeption von Kunstwerken wie etwa Gemälden, Statuen, Symphonien, Fotografien oder der Aktionskunst. In diesem Sinne ist die Wahrnehmung der natürlichen wie der bebauten (Um)Welt nicht allein sozial konstruiert sondern stets auch sinnlich erfahren und erlebt.

Umweltwahrnehmung ist nicht nur Gegenstand gesellschaftlicher Diskurse sondern auch ein geisteswissenschaftlich zu untersuchender Prozess menschlicher Welterfahrung: Die materiell und kulturell konstruierte Umwelt als vom Menschen mit allen Sinnen wahrgenommene, gefühlte, erlebte, betrachtete, beobachtete, bewohnte, gestaltete und gedeutete Welt. Design ist so ein Deutungsangebot an den Menschen auch im geisteswissenschaftlichen Sinne. Die gesellschaftliche Funktion der Ästhetisierung ruht ebenso auf der Mächtigkeit dieser Art der Umweltwahrnehmung. Deshalb sind die sozialwissenschaftliche und geisteswissenschaftliche Betrachtung keine gegensätzlichen oder konkurrierenden Perspektiven, sondern sie ergänzen einander und sind eng miteinander zu verschränken.

Der Wille zur „totalen Gestaltung“ der Umwelt und seine Ästhetisierungs-Folgen beruhen auf zwei Weisen menschlicher Erfahrung und Strebens: zum einen auf dem gesellschaftlichen Ringen um die Gestalt und Bedeutung von Design und Ästhetik; zum anderen auf der subjektiv-menschlichen

Wahrnehmung der faszinativen Eigen-Sprachlichkeit der dinglichen Welt. Beide Seiten der Ästhetisierung im Mensch-Umwelt-Verhältnis untersucht die Kulturgeographie der Dinge: durch den Einsatz von Theorien und Methoden aus den sozialwissenschaftlichen und geisteswissenschaftlichen Bereichen – das Schwingen beider Flügel.

Literatur

- Argan G C (1983) Gropius und das Bauhaus, Braunschweig (=Bauwelt Fundamente 69)
- Baudrillard J (1994): Simulacra und Simulation, Ann Arbor
- Baudrillard J (1995) Amerika, München
- Benjamin W (1974) Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit. Erste Fassung. In: ders.: Gesammelte Schriften. Hrsg. v R Tiedemann, H Schweppenhäuser, Frankfurt/M. 431--469. (Original von 1935/1936)
- Bourdieu P (1989) Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft, Frankfurt/M
- Claussen H (1986) Walter Gropius. Grundzüge seines Denkens, Hildesheim, Zürich, New York
- Debord G (1994) The Society of the Spectacle, New York (Orig. v. 1967)
- Derrida J (2001) Die unbedingte Universität, Frankfurt/M
- Düwe J, Gutschow N (2001) Städtebau in Deutschland im 20. Jahrhundert. Ideen – Projekte – Akteure, Stuttgart
- Führ E (1991) Einige Anmerkungen zur ‚Praktischen Ästhetik‘ in der Architektur. In: Wolkenkuckucksheim 1, H. 1, Internetzeitschrift: /fuehr1/kuhttp://www.theo.tu-cottbus.de/wolke/deu/Themen/961nst.html
- Gadamer H-G (1990) Wahrheit und Methode. Grundzüge einer philosophischen Hermeneutik, Tübingen
- Gadamer H-G (1998) Die Aktualität des Schönen. Kunst als Spiel, Symbol und Fest, Stuttgart
- Geertz C (1973) The Interpretation of Cultures, New York
- Goldberg G, Heimberg B, Schawe M (1998) Albrecht Dürer. Die Gemälde der Alten Pinakothek. Hrsg. von der Bayerischen Staatsgemäldesammlung München, München
- Gropius W (1965) Idee und Aufbau des staatlichen Bauhauses. In: W. Gropius: Die neue Architektur und das Bauhaus. Grundzüge und Entwicklung

- einer Konzeption, Mainz. 28--60. (= Neue Bauhausbücher). (Original von 1923)
- Gropius W (1967) Apollo in der Demokratie, Mainz (= Neue Bauhausbücher)
- Gropius W (1988a) Erklärung wegen Meinungsverschiedenheiten am Bauhaus. In: Probst H, Schädlich C (Hrsg.) Walter Gropius, Bd. 3. Ausgewählte Schriften, Berlin. 80—82 (Original von 1922)
- Gropius W (1988b) Totale Architektur. In: Probst H, Schädlich C (Hrsg.): Walter Gropius, Bd. 3. Ausgewählte Schriften, Berlin. 182--188 (Original von 1956)
- Hasse J (2003) Die Frage nach den Menschenbildern – eine anthropologische Perspektive. In: Hasse J, Helbrecht I (Hrsg.) Menschenbilder in der Humangeographie, Oldenburg. 11--31 – Wahrnehmungsgeographische Studien 21
- Helbrecht I (2001) Postmetropolis: Die Stadt als Sphinx. In: Geographica Helvetica 56, H. 3. 214--222
- Helbrecht I (2003) Humangeographie und die Humanities – Unterwegs zur Geographie des Menschen. In: Hasse J, Helbrecht I (Hrsg.) Menschenbilder in der Humangeographie, Oldenburg. 169--179. – Wahrnehmungsgeographische Studien 21
- Hennings G, Müller S (Hrsg.) (1998) Kunstwelten. Künstliche Erlebniswelten und Planung. Dortmund = Dortmunder Beiträge zur Raumplanung 85
- Hilpert T (1984) Der Historismus und die Ästhetik der Moderne. Eine Einführung. In: Hilpert T (Hrsg.) Le Corbusiers „Charta von Athen“. Texte und Dokumente. Kritische Neuausgabe, Braunschweig. 9--79. (=Bauwelt Fundamente 56)
- Horkheimer M, Adorno Th W (1986) Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente, Frankfurt/M (Orig. v. 1947)
- Jameson F (1984) The Cultural Logic of Late Capitalism. In: Jameson F: Postmodernism, or, The Cultural Logic of Late Capitalism, Durham. 1--54
- Joedicke J (1958) Geschichte der modernen Architektur. Synthese aus Form, Funktion und Konstruktion, Stuttgart
- Mies van der Rohe L (1964) Arbeitssthesen. In: Conrads U (Hrsg.) Programme und Manifeste zur Architektur des 20. Jahrhunderts. Gütersloh, Berlin, München. 76--77 - Bauwelt Fundamente 1 (Original von 1923)
- Mitscherlich A (1965) Die Unwirtlichkeit unserer Städte. Anstiftung zum Unfrieden, Frankfurt/M
- Polanyi M, Prosch H (1977): Meaning, Chicago
- Scheffler K (1907): Moderne Baukunst, Berlin

Scheffler K (1913): Die Architektur der Großstadt, Berlin

Sorkin M (Hrsg.) (1992) Variations on a Theme Park. The New American City and The End of Public Space, New York

Timm E (1999) Hugo Ferdinand Boss (1885-1948) und die Firma Hugo Boss. Eine Dokumentation, Metzingen