



Die selbstreferentielle Stadt

Kommunikation und die Orte urbaner Öffentlichkeit

Samuel Schilling

In seiner erstmals 1961 veröffentlichten Schrift *Die moderne Großstadt* legt der Soziologe Hans-Paul Bahrtdt eine kritische Diskussion bisheriger Ansätze der Stadtsoziologie und einen Überblick über deren Analysemethoden in der Stadtforschung vor. In einem zweiten, für die folgenden Überlegungen interessanteren, Teil des Buches entwickelt er selbst einen theoretischen Ansatz zur Begründung einer scheinbaren Besonderheit (groß-)städtischen Lebens. Hier beschreibt er, inwiefern sich die Verhaltens- und Kommunikationsweise der Stadtbewohner von jener in eher ‚ländlichen‘ Regionen unterscheidet. Die Stadt bringe durch besondere Kommunikations- und Umgangsformen eine eigene Art von Öffentlichkeit hervor, die im Wechselbezug die Stadt und ihre Bewohner präge. Diese Überlegungen Bahrtdts zur Kommunikation und zu den Orten städtischer Öffentlichkeit weisen Leerstellen und Inkonsistenzen auf, die sich aus der Perspektive einer Systemtheorie der Kommunikation leicht aufzeigen lassen. Deshalb werden im Folgenden die Überlegungen Bahrtdts systematisch nachgezeichnet, was gleichzeitig und vor allem ihre dennoch anscheinend zeitlosen Werte herausstellen soll.

Seit der erstmaligen Veröffentlichung der Schrift Bahrtdts sind inzwischen über 50 Jahre vergangen und unsere Vorstellungen von Öffentlichkeit genauso wie die öffentlichen städtischen Orte haben sich auf eine Weise entwickelt, die Bahrtdt damals nicht antizipieren konnte, beispielsweise die zunehmende Auflösung der Grenze zwischen städtischem und ländlichem Raum oder die heutige Bedeutung medial vermittelter Kommunikation in der und für die Öffentlichkeit: Durch Kopfhörer und das Betrachten des eigenen Bildschirms kann sich der Passant auf Straßen und in öffentlichen Verkehrsmitteln der Kommunikation mit anderen vollkommen entziehen und sich doch potentiell via Onlinekommunikation gleichzeitig am öffentlichen Diskurs beteiligen. Analogien zwischen solchen heutigen Realitäten und den Stadtbürgern des 19. Jahrhunderts, die auf dem Boulevard flanierend mit anderen über die neueste Berichterstattung der Lokalpresse diskutieren, lassen sich auf den ersten Blick nur schwer herstellen. Bahrtdt schwebte bei seinen Überlegungen zur Öffentlichkeit aber genau jene bürgerliche, vorindustrielle Stadt vor Augen, im Vergleich zu der er die Öffentlichkeit der ‚modernen Großstadt‘ bemisst. Und auch von diesen ‚modernen Großstädten‘, die Bahrtdt damals vor

Augen hatte, unterscheiden sich unsere heutigen urbanen Realitäten deutlich. Trotzdem – oder gerade deswegen – erscheint seine tiefergehende Charakterisierung ‚städtischer‘ Formen des Handelns und Kommunizierens vor dem Hintergrund gegenwärtiger Tendenzen der Entwicklung urbaner Öffentlichkeit immer noch aktuell.

1. Städtische Öffentlichkeit als Phänomen der Kommunikation

Als Entstehungsbedingung städtischer Öffentlichkeit nennt Bahrtdt die „unvollständige Integration“ sozialer Beziehungen in der Stadt, also dass dort Zustandekommen und Verlauf sozialer Beziehungen nicht (oder eher: weniger) durch Notwendigkeiten in Form von Regeln, Normen und Strukturen bestimmt sind. Den Begriff der „unvollständigen Integration“ übernimmt er von Max Weber, der ihn wiederum in seiner ökonomischen Definition einer vom freien Markt charakterisierten neuzeitlichen Stadt entwickelt.¹ Bahrtdt beschreibt den Zusammenhang des ökonomischen Marktes mit dem Phänomen der städtischen Öffentlichkeit wie folgt:

Ein Merkmal des Marktes ist also gerade die unvollständige Integration, eine Offenheit der sozialen Intentionalität der einzelnen, deren Willkür es überlassen bleibt, mit wem, auf welche Weise und wie lange sie Kontakt aufnehmen, um zu handeln.²

Was Bahrtdt hier anhand der Kontaktaufnahme auf einem freien Markt beschreibt, weitet er auf die Kommunikation und das Verhalten in der Stadt insgesamt aus. Wenn nicht nur ökonomische, sondern alle sozialen Beziehungen durch unvollständige Integration gekennzeichnet sind, werde die individuelle Existenz zunehmend unbestimmt, weil der Einzelne sich losgelöst von der Vermittlung durch personale Beziehungen bewegt und artikuliert. Im Gegensatz hierzu seien in einer dörflichen oder kleinstädtischen Öffentlichkeit durch Verwandtschaften, Bekanntschaften und vielfältige funktionale Beziehungen die sozialen Interaktionen zwischen einzelnen Individuen bereits im Voraus der Begegnung stärker präformiert: „[D]as Beziehungssystem [...] [schiebt sich] zwischen die Subjekte, d.h. es macht die Begegnung der Individuen mittelbar. Es verhindert, dass sich Individuum und Individuum als Individualitäten begegnen“.³ Weil das Individuum in einer ländlichen Umgebung eher auf bekannte Weise mit Bekannten kommuniziere, stehe auch eher das bereits bekannte, Gemeinsame und nicht mehr das Individuum als solches im Vordergrund. In der Großstadt hingegen seien die Kommunikation und das Verhalten durch eine größere Offenheit geprägt, weil das Individuum vermehrt mit Unbekannten und Unbekanntem konfrontiert werde, mit dem oder

¹ Vgl. Hans-Paul Bahrtdt, *Die moderne Großstadt. Soziologische Überlegungen zum Städtebau*. Herausgegeben von Ulfert Herlyn. Opladen 1998, S. 86.

² Ebd.

³ Ebd., S. 87.

denen Gemeinsamkeiten erst hergestellt werden müssen, was in diesem Fall nur durch die Individuen selbst individuell erfolgen kann.

Barths Auffassung der unvollständigen Integration sozialer Beziehungen weist Gemeinsamkeiten mit der systemtheoretischen Definition von Kommunikation auf. Diese nimmt solche sozialen Situationen als doppelt kontingent an. Als kontingent versteht Niklas Luhmann etwas „Gegebenes [...] im Hinblick auf mögliches Anderssein“, wobei sowohl seine Notwendigkeit als auch seine Unmöglichkeit ausgeschlossen sind; doppelte Kontingenz entsteht in einer sozialen Situation, wenn das Kommunizieren der beiden Beteiligten kontingent ist.⁴ Das Zustandekommen von Kommunikation und sozialer Interaktion ist also nicht ausgeschlossen, aber ebenso wenig wie der konkrete Verlauf vorherbestimmbar. Übertragen auf die Stadtsoziologie Bahrds ließe sich damit die Bedeutung des Begriffs der ‚unvollständigen Integration‘ auch mit dem Phänomen der Kontingenz erklären: Während der Begriff der Kontingenz meint, dass etwas nicht notwendig ist, weil es eben auch immer anders möglich sein kann, postuliert Bahrdt, dass das Verhalten – je abhängig vom Ausmaß der ‚Integration‘ sozialer Beziehungen, also deren sozialer Normierung – mal mehr, mal weniger (aber natürlich selten vollkommen) kontingent ist.

Bahrdt nimmt an, dass das Kommunizieren in einer solchen unvollständig integrierten Situation mit höheren Risiken behaftet ist, als in einer vollständig integrierten Umwelt, da das Individuum die Reaktionsweise der anderen weniger (oder manchmal auch gar nicht) einzuschätzen vermag:⁵ Es fehlt an Gründen, überhaupt zu kommunizieren, die Kommunikation wird gar nicht oder falsch verstanden, im Gespräch zeigt sich kein tragendes Thema des gemeinsamen Interesses etc. In gleicher Weise beschreibt auch die Systemtheorie das hohe Maß an Unsicherheit sozialer Situationen als „Kontingenzdruck“, welche „Bedrohung und Verunsicherung des Einzelnen ‚bewußt‘ macht“.⁶ Die Reaktion des Gegenübers im Gespräch ist eben selten willkürlich, aber genauso wenig vollkommen vorhersagbar. Es entsteht die Notwendigkeit, im Gespräch mit der eigenen Aussage zu informieren, also etwas berichten zu können, das bisher unbekannt ist und deshalb für das Gegenüber Informationswert hat. Gleichzeitig dürfen die Inhalte nicht vollkommen fremd sein, müssen also auf Anschlussfähigkeit ausgelegt sein und dem Gegenüber das Anknüpfen an die eigene Aussage erlauben.

Um in einer solchen von Unsicherheiten beherrschten Situation trotzdem die Wahrscheinlichkeit einer ‚erfolgreichen‘ Kommunikation zu erhöhen (also zunächst das Ansprechen des mitunter fremden Gegenübers zu erlauben), ist laut Bahrdt die ‚Repräsentation‘ von Verhalten und Kommunikation notwendig. Unter Repräsentation versteht Bahrdt „ein ‚Sich-geben‘, ein Auftreten, ein Sich-darstellen oder auch ein abstraktes, von der Sache, um die es geht, abgelöstes Geben von Zeichen“.⁷ Um ihren Mitteilungscharakter und ihre besondere Bedeutung für das

⁴ Niklas Luhmann, *Soziale Systeme. Grundriß einer allgemeinen Theorie*. Frankfurt a.M. 2012, S. 152.

⁵ Vgl. Bahrdt, *Die moderne Großstadt*, S. 88f.

⁶ Gábor Kiss, *Grundzüge und Entwicklung der Luhmannschen Systemtheorie*. Stuttgart 1990, S. 11.

⁷ Bahrdt, *Die moderne Großstadt*, S. 90.

spezifische Gegenüber nochmals zu verdeutlichen, ergänzt die Repräsentation das eigentliche Verhalten oder die Kommunikation:

Das Verhalten läuft nicht nur ab, sondern stellt sich selbst noch einmal dar. Auf diese Ausdrücklichkeit kommt es an. Darstellung ist mehr als bloßer Ausdruck. Sie ist nicht das Hervorwachsen eines Tuns oder Seins zur Sichtbarkeit. Darstellung ist ein vollzogener Akt, der freilich habituell werden kann: ein Sichtbarmachen von etwas, das nicht ohne weiteres sichtbar ist.⁸

Die Repräsentation der Kommunikation oder des Verhaltens stellt die spezifischen Eigenheiten des kommunizierenden Individuums heraus: weil keine persönliche Verbindung und weniger soziale Regeln die kommunikative Situation bestimmen, kommt es in der Kommunikation ganz auf das individuelle Selbst an. Das Individuum muss mit seiner Aussage eine Information vermitteln, die für das spezifische Gegenüber auch Informationswert hat, also überraschend oder interessant ist. Gleichzeitig unterstreicht die Kommunikation durch ‚Stilisierung‘ den Mitteilungscharakter einer Aussage und versucht damit, eine Verbindung zum Gegenüber zu schaffen. Durch Blicke, Gesten, Phrasen oder Floskeln wird das Gegenüber in der Kommunikation adressiert und ihm durch Ansprechen eines Gegenstandes des gemeinsamen Interesses das Anknüpfen an die eigene Aussage erleichtert. Diese Inszenierung des eigenen Selbst und der eigenen Kommunikation soll aber bestenfalls dem Gegenüber das Anschließen an die eigene Aussage oder Handlung erleichtern und nicht, so Bahrtdt, durch eine zu starke Habitualisierung in reines „Imponiergehabe“ verfallen.⁹

Erstens muss das Verhalten in der Weise stilisiert sein, daß es auch tatsächlich dem Anderen etwas von der sich darstellenden Person mitteilt. Es muß trotz der Distanz ‚ankommen‘, verstanden werden. Es darf trotz der Distanz nicht befremdlich sein. Zweitens ist es genötigt, daß der dargestellte, über das jeweilige Verhalten hinausgreifende *Inhalt* auch von der Art ist, daß er Kommunikation erzeugt. Er muß an irgendein Gemeinsames, Verbindendes appellieren, damit die sich selbst darstellende Person den anderen als aner kennenswert und einer Kommunikation wert erscheint.¹⁰

Laut Bahrtdt werden also in der bürgerlichen Stadt diese beiden Faktoren – erstens die unvollständige Integration und offene Intentionalität sozialer Beziehungen als relativ lose Kopplung von Individuen und zweitens die im öffentlichen Raum notwendige Selbstdarstellung und Stilisierung des Verhaltens und Kommunizierens – zur Bedingung einer Sphäre der Öffentlichkeit: „Öffentlichkeit entsteht [...] dort, wo durch spezifische Stilisierungen des Verhaltens dennoch Kommunikation

⁸ Ebd.

⁹ Ebd., S. 92.

¹⁰ Ebd., S. 91.

und Arrangement zustandekommen“.¹¹ Damit in der Stadt eine Sphäre der Öffentlichkeit entstehen kann, ist es also notwendig, dass sich dort auch Unbekannte mit womöglich sehr unterschiedlichen Verhaltensweisen treffen – und trotzdem miteinander kommunizieren. Dafür braucht es ein Thema des gemeinsamen Interesses, das zur Kommunikation anregt und dass – trotz der Unterschiedlichkeit der am Gespräch beteiligten – beide ihr Kommunizieren auf ein Verständnis des Gegenübers auslegen. Von dieser Sphäre der Öffentlichkeit unterscheidet Bahrds die Räume des Privaten. Die Fassaden der Gebäude bilden die Grenze zwischen diesen beiden Räumen, die ihn weit strikter als im ländlichen Raum voneinander trennen. In der Stadt erhalte der private Raum auch einen viel bedeutenderen Stellenwert, weil sich das Individuum nur dort dem Kontingenzdruck der städtischen Öffentlichkeit, also der ständig potenziellen Begegnung mit Unbekanntem entziehen kann.¹²

Damit bleibt Bahrds Vorstellung von Öffentlichkeit relativ unscharf, weil er den Begriff in seinem Text durch die besondere Form der Kommunikation begründet und gleichzeitig zur Bezeichnung konkreter städtischer Orte wie Straßen und Plätze verwendet. In seiner Einleitung zur 1969 veröffentlichten Neuauflage des Buches skizziert Bahrds in einigen Abschnitten seine Kritik an der damals hochaktuellen Theorie der Öffentlichkeit von Jürgen Habermas. Er bezeichnet seine Vorstellung von Öffentlichkeit überspitzt als im Vergleich „ungeschichtlicher“ und „unphilosophischer“ – ihm geht es vielmehr um eine „phänomenologische Beschreibung und Analyse von Möglichkeiten des Verhaltens von Individuen unter bestimmten Bedingungen“.¹³ Aus diesem Blickwinkel ist dann wohl auch sein Begriff von Öffentlichkeit nachvollziehbar, als die Öffentlichkeit einer Stadt, auf deren Straßen sich bisher Unbekannte begegnen, in welcher die Einzelnen durch (mehr oder weniger lose) Beziehungen und Bekanntschaften verbunden und in ihren Möglichkeiten zur Kontaktaufnahme gleichzeitig relativ unabhängig sind. Einer Stadt, in deren öffentlichen Sphäre, auf Straßen und Plätzen, in Ämtern und Vereinen, der Berichterstattung durch die lokale Presse oder am Stammtisch der werkstätigen Arbeiterschaft, verschiedenste Meinungen aufeinandertreffen, aber immer auch das Gemeinsame thematisiert wird. Aber auch einer Stadt, in der sich das Individuum der Öffentlichkeit und der darin herrschenden Unsicherheit sozialer Situationen nur innerhalb des eigenen Privattraums entziehen kann.¹⁴

¹¹ Ebd., S. 93.

¹² Vgl. ebd., S. 89 und 117.

¹³ Ebd., S. 31. Der Begriff der Phänomenologie findet sich nur an dieser Stelle des Buches; was Bahrds genauer darunter versteht, wird von ihm selbst nicht erläutert. Wie sein Vorgehen errahnen lässt, scheint er sich auf die Überlegungen Husserls zu beziehen, wonach sich die Geisteswissenschaft in ihrer Theoriebildung vorrangig von ihrem Untersuchungsgegenstand und nicht von apriorischen Annahmen darüber leiten lassen sollte.

¹⁴ Als Kriterium, wie ‚städtisch‘ ein Ort zu bewerten sei, also zur Beschreibung der Differenz Stadt/Land, nennt Bahrds die unterschiedliche Stärke der „Polarität und Wechselbeziehung zwischen öffentlicher und privater Sphäre“ (ebd., S. 84).

2. Reflexion der Strukturen städtischer Öffentlichkeit

Was Bahrds als „Stilisierung“ und „Darstellung“ des Verhaltens bezeichnet, wird unter Verwendung anderer Begrifflichkeiten auch von Luhmann in dessen Systemtheorie beschrieben. Die in Bahrds obigen Zitat angesprochene Orientierung am erwarteten Erfolg der Kommunikation ist aus systemtheoretischer Perspektive Grundbedingung des Entstehens sozialer Systeme überhaupt. Gäbe es kein gemeinsames Thema, gäbe es auch keinen Grund zu kommunizieren. Analog zu den Überlegungen Bahrds besteht Kommunikation aus systemtheoretischer Perspektive immer aus dem Verweis auf sich selbst, das System der Gesprächspartner und den gemeinsamen Grund des Kommunizierens.¹⁵ Wohingegen bei Bahrds in der Kommunikation durch Repräsentation und Stilisierung ein Verweis auf das Individuum und ein Verweis auf das Gemeinsame der Beteiligten erfolgt, sind diese beiden Referenzen aus Luhmanns Sichtweise bereits in der Selbstreferenz des sozialen Systems enthalten. Dieses besteht aus zwei oder mehrerer Individuen, die ohne ein verbindendes Moment schlicht kein System bilden würden. Zusätzlich zu dieser Selbstreferenz von Kommunikation im sozialen System bedarf es aber, so die Systemtheorie, auch immer deren Fremdreferenz. Hier zeigt sich eine von ihm selbst nicht reflektierte Leerstelle in Bahrds Kommunikationsbegriff: auch die Kommunikation selbst – genauso wie ein an ihr beteiligtes Individuum – sollte sich nicht nur auf sich selbst beziehen, sondern braucht den Verweis auf anderes, eine Information außerhalb des im unmittelbaren Gespräch Gehörten als Gegenstand der Kommunikation. Anderenfalls würde auch sie sich in reiner Selbstbezüglichkeit erschöpfen – was natürlich möglich ist, aber nicht unbedingt zu den Zielen öffentlicher Kommunikation zählen sollte.

Das Phänomen, das Bahrds als Repräsentation von Verhalten und Kommunikation bezeichnet, wäre aus Sichtweise der Systemtheorie eher als Mitteilung einer Selbstbeschreibung zu verstehen: also als Selbstreflexion, bei der ein System von der Ebene eines Beobachters zweiter Ordnung die von ihm selbst gesetzte Grenze zu seiner Umwelt im Hinblick auf ihre Unwahrscheinlichkeit beobachtet und eine Beschreibung dessen in die Kommunikation einbringt.¹⁶ Diese Selbstrepräsentation des Individuums, die Wahrnehmung der eigenen Identität, kann verbalisiert, genauso aber auch durch Gesten, Verhaltensweisen oder Kleidungsstile kommuniziert werden. Weil die Selbstreflexion kommuniziert wird, ist sie allerdings bereits von Anfang an auf Anschlusskommunikation ausgelegt. Bahrds selbst rückt seine Vorstellung des repräsentativen Verhaltens in die Nähe der Reflexion, wenn er schreibt: „Ein Merkmal sozialer Ordnungen, die den Aggregatzustand der Öffentlichkeit kennen, ist der hohe Grad an Bewußtsein vieler in ihr vorkommender sozialer Verhaltensweisen“.¹⁷ In der Sprache der Systemtheorie wäre hierunter die

¹⁵ Claudio Baraldi, Giancarlo Corsi, Elena Esposito, *GLU. Glossar zu Niklas Luhmanns Theorie sozialer Systeme*. Frankfurt a.M. 1998, S. 89ff.

¹⁶ Vgl. Luhmann, *Soziale Systeme*, S. 601 und Ders., *Die Kunst der Gesellschaft*. Frankfurt a.M. 1997, S. 143f.

¹⁷ Bahrds, *Die moderne Großstadt*, S. 94.

reflektierte Wahrnehmung dieser Verhaltensweisen durch einzelne Bewusstseins-systeme (also: ‚Menschen‘) und ihre Kommunikation darüber zu verstehen.

Der Rückgriff auf das Konzept der (bewussten) Reflexion von Kommunikation erweist sich aber auch aus systemtheoretischer Perspektive im weiteren Verlauf von Bahrds Text als sinnvoll, um die Zusammenhänge zwischen Bahrds Kommunikationsbegriff und seiner weiteren Beschreibung der ‚modernen Großstadt‘ und ihrer Öffentlichkeit nachzuvollziehen. Hier beschreibt er die Eigenschaften urbaner Orte und Gebäude anhand der Bedeutung ihrer in die Bausubstanz eingeschriebenen Funktionen: ihre Prägung durch die „Stadtbewohner als Arbeitnehmer“ und durch Großbetriebe oder die „Dynamisierung der Stadt“ durch Wirtschaft und Verkehr. Was Bahrdt unter Repräsentation versteht, ist nicht nur Eigenschaft des Verhaltens von Stadtbewohnern, sondern wird für ihn zum lesbaren Zeichen der Identität der Stadt und ihrer Bewohner. Es geht ihm nicht nur um Reflexion als Merkmal der öffentlichen Kommunikation in der Stadt; er will mit seinem Beitrag das Thema (s)einer bewussten Reflexion urbaner Semiotik überhaupt in die öffentliche Kommunikation einbringen.

Die urbanen Lebensräume werden von Bahrdt vor allem anhand der Grenze zwischen Öffentlichem und Privatem sowie an deren historischer Verschiebung beschrieben. Die Blockbebauung der mittelalterlichen Stadt schuf durch die repräsentative (!) Fassade der Gebäude eine Trennung des öffentlichen Raums der Straßen und Plätze von jenem privaten in den bürgerlichen Wohnstuben, den Hinterhöfen und Gärten der Häuser sowie den Werkstätten der Handwerker. Im Zuge der sozialstrukturellen Transformation deutscher Städte durch die Folgen der Industrialisierung reduzierte sich, so Bahrdt, wegen der Bebauung durch reine Mietshäuser die private Sphäre auf immer kleineren Raum, nämlich heute ausschließlich die Räumlichkeiten der eigenen Wohneinheit.¹⁸ Am damals zeitgenössischen Wohnungsbau der Nachkriegszeit bemängelt Bahrdt beispielsweise die strikt funktionale Aufteilung des Raumes: Durch Wohnungs- und Raumgrößen, zugeschnitten auf die Bedürfnisse der ‚klassischen Kernfamilie‘, seien den Wohnungen die Einrichtungs- und Nutzungsmöglichkeiten performativ eingeschrieben. Die Raumkombination einer durchschnittlichen Mietwohnung ließe heute nur „unverbindliche[n] Freizeitkonsum“ zu – es fehle aber an Platz für raum- oder lautstärkeintensive Freizeitaktivitäten und an Orten für nachbarschaftliche Zusammenkünfte.¹⁹

Zusätzlich zur Sphäre des Öffentlichen und Privaten beschreibt Bahrdt die zunehmende Ausbreitung von ‚Großbetrieben und Bürokratien‘ als ‚dritte Orte‘ im städtischen Raum. Diese entziehen sich der Unterscheidung von öffentlich und privat und sind primär durch wirtschaftsorientierte Hierarchien strukturiert: „Der Großbetrieb schneidet aus dem Stadtgebiet nicht selten eine Fläche von mehreren Quadratkilometern heraus, zu der die Öffentlichkeit keinen Zutritt hat“.²⁰ Die dort geschaffenen Werksiedlungen erinnern ihn eher an den Großoikos eines mittelalterlichen Bischofs denn an einen öffentlichen städtischen Raum, wenn dort

¹⁸ Vgl. ebd., S. 117.

¹⁹ Vgl. ebd., S. 138.

²⁰ Ebd., S. 154.

vormals öffentliche soziale Leistungen wie Betreuungsangebote für Jung und Alt oder kulturelle Veranstaltungen nun von Gnaden der Firmenbesitzer gegeben werden.

An solchen Stellen zeigt Bahrtdt, wie sich durch die Verschiebung der Grenze zwischen Öffentlichkeit und Privatem die historischen Orte der öffentlichen Kommunikation transformieren. Die Orte der Öffentlichkeit sieht er am ehesten gefährdet durch den damals bereits stetig zunehmenden Autoverkehr in Kombination mit der schachbrettartigen Blockbebauung der Innenstädte, die ja ursprünglich erst das Entstehen von Öffentlichkeit in strikter Abgrenzung zur Sphäre des Privaten erlaubt hatte:

[Die Straßen] bildeten früher den Raum der Öffentlichkeit, d.h. den Ort, an dem das Kollektiv der Bürger sich selbst begegnete. Diese Begegnung setzt aber bei aller Flüchtigkeit der öffentlichen Kontakte eine gewisse Gelassenheit des Gehens und die Möglichkeit des Verweilens voraus. Die Straßen von heute dagegen haben sich in ein Röhrensystem verwandelt, das lediglich den technischen Funktionen des Verkehrs dient. Die Straßen dienen nur noch dazu, Bewegungsvorgänge im Fluß zu halten und richtig zu verteilen.²¹

An dieser Stelle wird dann auch Bahrtdts phänomenologische Definition der Öffentlichkeit nachvollziehbar, weil sich der städtische Raum als ‚Umwelt‘ der öffentlichen Kommunikation, die vom Plausch auf der Straße bis zur lokalen Berichterstattung über die Arbeit von Ämtern und Behörden reicht, durch Bahrtdts ursprünglichen Kommunikationsbegriff schwerlich fassen ließe. Seine Beschreibung von Kommunikation soll eher die Repräsentation und Stilisierung von Kommunikation und Verhalten als reflektierende und reflektierte Kommunikation greifbar machen. Bahrtdt fokussiert in seiner Untersuchung aber zweierlei: erstens die Bedeutung des öffentlichen (und privaten) Handelns und Kommunizierens der Stadtbewohner für die öffentliche Sphäre und zweitens die Grenze zwischen öffentlichem und privatem Raum in ihrer Bedeutung für die öffentlichen Orte sowie die in sie eingeschriebenen Möglichkeitsbedingungen. Damit will er also gleichzeitig besondere Eigenschaften ‚städtischen‘ Verhaltens und Kommunizierens wie auch Eigenschaften der sie ermöglichenden Öffentlichkeit städtischer Orte beleuchten. Diese besonderen Eigenschaften der Orte lassen sich aber durch seinen selbst verwendeten Kommunikationsbegriff nicht mehr wirklich greifen, sondern nur anhand der Differenz öffentlich/privat beschreiben.

An manchen Stellen in Bahrtdts Text finden sich dennoch zaghafte Versuche, Eigenschaften und soziale Funktionen der städtischen Architektur und Raumplanung mithilfe des von ihm verwendeten Kommunikationsbegriffs erklären zu können. So beispielsweise, wenn er von der „echten sozialen Funktion“ der repräsentativen Hausfassade ab der Renaissance spricht,²² oder an anderer Stelle be-

²¹ Ebd., S. 160.

²² Ebd., S. 117.

klagt, dass „die moderne Großstadt [...] sich baulich sehr viel weniger [repräsentiert], als es die alte Bürgerstadt tat“.²³ Diese Feststellung Bahrds muss natürlich als stark verkürzend bewertet werden: auch die ‚moderne Großstadt‘ repräsentiert sich selbst – auch der Plattenbau ist ein lesbares Zeichen, dessen ‚Bedeutung‘ von Beobachtern ‚verstanden‘ werden kann. Worum es Bahrdt hier wohl vielmehr geht ist der Umstand, dass die Zeichen kaum mehr auf die Individualität der Gebäude und die spezifische Ästhetik einer Stadt genauso wenig wie auf die Identität ihrer Bewohner verweisen. Eine Beschreibung der spezifischen Zeichen städtischer Architektur und der ihnen zugrunde liegenden Stadtplanung, aus der ein Beobachter Bedeutung gewinnen kann, bleibt von Bahrdt aber ausgeklammert. Bahrdt hält für das Entstehen einer öffentlichen Sphäre in der Stadt zwar die Selbstrepräsentation der urbanen Architektur notwendig,²⁴ bleibt eine Begründung und konsistente Ausformulierung dieser These aber schuldig. Er selbst konzentriert sich im Weiteren eher auf praktische Lösungen für den Autoverkehr, welcher (damals wie heute) seine Vision der städtischen Öffentlichkeit durchkreuzt.

3. Die Öffentlichkeit in der Stadt als Ort

Solche Entwicklungen des (städtischen) Raums beschäftigen auch den Ethnologen Marc Augé in seinem Buch *Nicht-Orte* (1992), der darin auf ähnliche Phänomene wie Bahrds Bezug nimmt, aber seine Darstellung anhand der Unterscheidung von Orten und Nicht-Orten entwickelt. Wie die folgenden Überlegungen zeigen sollen, scheint diese Unterscheidung besser geeignet, Eigenschaften der Orte städtischer Öffentlichkeit aufzuzeigen. Augé beschreibt den Ort als Ergebnis kollektiver Identitätsreflexion und deshalb in seiner Materialität als ein Medium, das zur Beobachtung dieser Identität verwendet werden kann:

Die Kollektive (oder die Personen, die sie leiten) sind ebenso wie die Individuen, die diesen Kollektiven zugehören, darauf angewiesen, Identität und Relation zugleich zu denken und dazu die Bestandteile der (von der ganzen Gruppe geteilten) Identität ebenso zu symbolisieren wie die besondere Identität (einer Gruppe oder eines Individuums im Verhältnis zu anderen) und die singuläre Identität (des Individuums oder der Gruppe von Individuen, soweit sie einander nicht gleichen). Die „Bearbeitung“ des Raums ist eines der Instrumente, mit deren Hilfe dies geschieht, und es kann nicht erstaunen, wenn der Ethnologe versucht ist, den Weg in die umgekehrte Richtung, also vom Raum zum Sozialen zu gehen, als hätte das Soziale den Raum ein für allemal hervorgebracht. Dieser Weg ist seinem Wesen nach „kulturell“, denn da er über die sichtbarsten, stabilsten und bekanntesten Zeichen der

²³ Ebd., S. 163.

²⁴ Ebd.

sozialen Ordnung führt, beschreibt er im selben Zuge deren Ort, der damit zugleich als gemeinsamer Ort bestimmt ist.²⁵

Unter einem Nicht-Ort versteht Augé einen Ort, „der keine Identität besitzt und sich weder als relational noch als historisch bezeichnen lässt“.²⁶ Orte zeichnen sich demgegenüber also dadurch aus, dass sie über eine Identität und eine Geschichte verfügen, die ihnen durch individuelle und kollektive Bezugnahme (Relation) zugeschrieben wird. Individuen wie auch das Kollektiv referieren in ihrer Kommunikation über ihre eigene Identität auf diesen Ort – oder nutzen ihn hierfür rituell. Nicht-Orte *par excellence* sind für Augé die Orte des Verkehrs, etwa Bahnlinien, Autobahnen, Flughäfen, Bahnstationen, oder Orte des (Freizeit-)Konsums wie Einkaufszentren, Freizeitparks und Hotelketten.²⁷ Diese Orte, die nur noch wirtschaftlichen Zielen untergeordnet sind oder ausschließlich dem motorisierten Verkehr dienen, thematisiert auch Bahrtdt und zählt sie mit zu den größten Bedrohungen der städtischen Öffentlichkeit. Indem Augé die Orte aber anhand der Beschreibung ihrer Identität, Geschichte und Relationen beobachtet, zielt er auf genau jenes Phänomen, das Bahrtdt mit der baulichen Repräsentation und der ‚sozialen Funktion der Fassade‘ zu umreißen versucht und ausführlicher anhand der Repräsentation und Stilisierung des Verhaltens und der Kommunikation beschreibt: Die Bestandteile des repräsentativen und stilisierten Verhaltens und Kommunizierens, der Verweis auf das Gemeinsame sowie die eigene Identität stellen genau die Eigenschaften dar, anhand derer Augé die Orte von den Nicht-Orten unterscheidet. Es geht also nicht darum, dass ein bestimmtes Gebäude oder eine Fassade repräsentativ sind, sondern viel eher darum, *was* sie genau repräsentieren. Durch seine Unterscheidung zeigt Augé, dass es nicht auf die Frage nach der (vorhandenen oder nicht vorhandenen) Selbstrepräsentation des Ortes geht, sondern welche besondere Bedeutung die Zeichen des Ortes vermitteln, wie er es *ex negativo* an den Nicht-Orten beschreibt:

[D]en wirklichen Nicht-Orten der Übermoderne [...] ist es eigen, dass sie auch von den Worten oder Texten definiert werden, die sie uns darbieten: ihre Gebrauchsanleitung letztlich, die in Vorschriften [...], Verboten [...] oder Informationen [...] zum Ausdruck kommen und entweder auf mehr oder minder explizite und codifizierte Ideogramme zurückgreifen [...]. Auf diese Weise stellt man die Bedingungen für den Verkehr in Räumen her, in denen die Individuen nur mit Texten zu interagieren scheinen, deren Urheber ausschließlich „juristische“ Personen oder Institutionen sind [...], wobei deren Präsenz sich nur in Andeutungen zeigt und expliziten Ausdruck findet.²⁸

²⁵ Marc Augé, *Nicht-Orte*. Aus dem Französischen von Michael Bischoff. München 2010, S. 58.

²⁶ Ebd., S. 83.

²⁷ Vgl. Ebd., S. 84.

²⁸ Ebd., S. 97f.

Den Nicht-Orten der modernen Großstadt mangelt es also nicht an selbstreferentiellen Zeichen, an einer Selbstdarstellung oder Repräsentation ihrer selbst und der durch sie ermöglichten Funktionalitäten. Vielmehr lassen diese Orte jeglichen Ausdruck als Symbol einer kollektiven Identität, jegliche Historizität und individualisierte Anschlussfähigkeit missen. Eine durch (soziale) Normen relativ unbestimmte Beliebigkeit zur Kontaktaufnahme und deren inhaltliche Offenheit, wie Bahrdt sie als Bedingung der Öffentlichkeit nennt, scheint an den von Augé beschriebenen Nicht-Orten schwer möglich. Diese Nicht-Orte sind zwar voll von Zeichen, die aber eher – gleichsam kybernetisch – das Verhalten navigieren. Dabei wird gerade keine individuelle Identität oder Historizität vermittelt und ebenso wenig Gemeinsames angesprochen: „zur Rolltreppe, links“.

An manchen Stellen verfährt Bahrdt methodisch sehr ähnlich wie Augé, wenn er beispielsweise anhand des funktionalen Aufbaus der zeitgenössischen Mietswohnung, wie Augé schreibt, „vom Raum zum Sozialen“ geht, aber diese Beschreibungsweise des privaten Raums nicht auch auf den öffentlichen Raum, die Straßen, Plätze und Fassaden der Gebäude anwendet, um damit Rückschlüsse auf ihre Beschaffenheit und besondere soziale Rolle zu treffen. Bahrdt blendet Phänomene wie die damals bereits zunehmende Ausbreitung von Werbeflächen in der Stadt, die nur konsumorientierte Botschaften verbreiten und nicht etwa auch individuell gestaltet sein können, vollständig aus. Er hinterfragt zwar die Raumaufteilung zeitgenössischer Mietswohnungen, aber nicht die Gestaltung des öffentlichen Raums und deren Bedeutung für das Verhalten und die Kommunikation in den und über die Orte der städtischen Öffentlichkeit. Die Überlegungen Augés ergänzen den Ansatz Bahrds deshalb an entscheidender Stelle. Während Bahrdt in seiner Untersuchung die Stadt anhand der Leitlinie öffentlich/privat beobachtet, geht die Beschreibung von Augé tiefer und charakterisiert innerhalb des öffentlichen Raums genauer die Orte der gemeinschaftlichen Identität und folglich (wie der vierte Abschnitt zeigen soll) auch der Kommunikation darüber.

Über diese methodischen Gemeinsamkeiten heraus finden sich inhaltlich Ähnlichkeiten zwischen den beiden Beschreibungen von (städtischen) Orten. Bahrdt zielt mit den Begriffen der Repräsentation und der Stilisierung auf die Bezeichnung von Kommunikation, welche die eigene Individualität und das verbindende Gemeinsame reflektiert. Gleichzeitig beschreibt er die städtische Öffentlichkeit als den Ort, der das repräsentative Verhalten und Kommunizieren (und Bauen!) erst hervorgebracht hat. Augé wiederum unterscheidet diese städtischen Orte nochmals von den Nicht-Orten, aber dies genau anhand der von Bahrdt vorausgesetzten Bestandteile der repräsentativen Kommunikation – die Referenz auf die individuelle und die gemeinsame Identität.

Wenn Bahrdt die Öffentlichkeit im städtischen Raum als Ort der Repräsentation (von Kommunikation oder Architektur) bezeichnet, ist es auch naheliegend, diese städtischen Räume als Orte im Sinne Augés zu begreifen: Die Orte der Öffentlichkeit in einer Stadt als Ergebnis kollektiver Aushandlungsprozesse der gemeinschaftlichen Identität, als deren architektonisch manifestierte Symbole, die Geschichte bewahren, aber deren Bedeutung immer wieder aufs Neue individuell

und kollektiv hergestellt werden muss. Hier zeigt sich ein Hinweis auf eine entscheidende Voraussetzung beider Theorien hinsichtlich der individuellen und kollektiven Beziehungen: Während Augé darüber spricht, dass die individuelle und kollektive Relation zu einem Ort immer wieder aufs Neue hergestellt werden muss – also nicht einfach ‚kopiert‘ werden kann – hält Bahrtdt als Bedingung einer Sphäre der Öffentlichkeit sogar eine gewisse Offenheit für sozialen Wandel notwendig. Dies zeigt sich bereits, wenn er die Stadt anhand des Codes vollständige/ unvollständige soziale Integration vom ‚Land‘ unterscheidet. In einer vollständig integrierten Umwelt sind Kommunikation und Verhalten stets durch ein Netz personaler (oder andersartiger) Beziehungen strukturiert. Erst wenn Orte eine Offenheit von Verhalten und Kommunikation zulassen, ist es möglich, dass sie durch Individuen individuell definiert werden. Diese Umstände ermöglichen im städtischen Raum eine besondere gesellschaftliche Dynamik, die Bahrtdt mit der (relativen) Unbestimmtheit sozialer Beziehungen und einem höheren Maß an Reflektiertheit der Kommunikation begründet:

Die Offenheit sozialer Intentionalität in Verbindung mit erhöhter Bewußtheit des sozialen Verhaltens ist gleichbedeutend mit einer Entfesselung sozialer Kräfte. Gesellschaftliche Gebilde geraten in den Bereich des Machbaren, der bewußten Gestaltung.²⁹

Solche Fragen der Kommunikation in und über Orte(n) der Öffentlichkeit und der gemeinsamen Identität sowie deren Dynamik werden wiederum von Augé weitestgehend umgangen, der nur die individuelle und kollektive Relation zu einem Ort voraussetzt, aber ausblendet, wie diese kommunikativ hergestellt wird.

4. Was sagt uns die Stadt – und was können wir dazu sagen?

Sowohl Bahrtdts Beschreibung der städtischen Öffentlichkeit und der darin sich ereignenden Kommunikation, als auch Augés Definition des Ortes zielen darauf, das besondere Phänomen der individuellen und kollektiven Identität und der (städtischen) Orte zueinander in Beziehung zu setzen. Während Augé den Ort und seine Beziehungen zum Individuum und zum Kollektiv charakterisiert, zielt Bahrtdt auf eine Systematisierung seiner Vorstellungen von städtischer Öffentlichkeit und der dortigen öffentlichen Kommunikation. Beide Phänomene lassen sich in der Praxis schwerlich isoliert betrachten; eine systemtheoretische Beschreibung der Phänomene vermag es an dieser Stelle, diese Zusammenhänge auch systematisch darzustellen.

Nach Auffassung Luhmanns findet erfolgreiche Kommunikation statt, wenn eine Information, eine Mitteilung und ein Verstehen in Differenz zu ihrem negativen Wert (das Mitgeteilte hat keinen Informationswert, die Information stellt keine Mitteilung dar, die Information löst kein Anschlusshandeln als Verstehen

²⁹ Bahrtdt, *Die moderne Großstadt*, S. 94.

aus) wahrnehmbar ist. Der städtische Raum ist voll von Zeichen, die für den Passanten zur mitgeteilten Information werden können, wie es der Linguist Wolfgang Wildgen hervorhebt: „Die Architektur ist ein Zeichen, in dem sich der Mensch bewegt, das er bewohnt“.³⁰ Die meisten Orte und Gebäude reflektieren ihre Funktion für den Beobachter bereits auf den ersten Blick durch Zeichen und Texte: Das Kaufhaus ist nicht nur seines Leuchtschildes wegen vom Wirtshaus zu unterscheiden, gleiches gilt für den Marktplatz im Unterschied zur Autobahn. Das bedeutet nicht, dass alle diese Zeichen einem beabsichtigten Mitteilungsinteresse entspringen; ebenso wenig ist das Lesen architektonischer Zeichen mit Kommunikation zu verwechseln: ein Haus kann nicht sprechen. Wohl aber sind die Zeichen des Ortes oder der Stadt in zweierlei Hinsicht ein Teil der Kommunikation. Wie Augé es beschreibt, sind die Flächen der Städte und Orte geprägt von Schrift und anderen Zeichen: Fassaden, Schilder, Plakate, Pläne, Bilder in der Stadt sind die Grundlage für Schrift und Zeichen als Verbreitungsmedium³¹ der Kommunikation. Man denke an die unglaubliche Menge verschiedener Botschaften, die einen Beobachter auf dem New Yorker Times Square oder auch nur in einer durchschnittlichen Einkaufsstraße auf diesem Wege erreichen. Weiterhin kann ein Beobachter jeglicher Information ein Mitteilungsinteresse unterstellen (was sogar häufig berechtigt ist) und die Information so verstehen, als wäre sie ein Teil der Kommunikation: „was sagen uns die renovierten Fassaden und die Blumenkübel auf dem Bürgersteig?“. In einem zweiten Sinne sind hingegen ausnahmslos alle Informationen und Zeichen des Ortes auch ohne ein ihnen zugrundeliegendes Mitteilungsinteresse genuiner Bestandteil der Kommunikation: wenn sie nämlich beobachtet und daraufhin Thema der Kommunikation werden.

Augés Annahmen lassen sich also wie folgt mithilfe eines systemtheoretischen Kommunikationsbegriffs nachvollziehen: Die Geschichte eines Ortes in ihrer individuellen und kollektiven Bedeutung kann für den Beobachter zur ‚lesbaren‘ Form werden. Diese Beobachtung ist Teil der individuellen und kollektiven Identität, wenn sie in der Kommunikation (wie auch in individuellen Bewusstseinsprozessen) über die eigene Identität zur Referenz wird, wenn also an sie gedacht und über sie gesprochen, geschrieben wird usw. Der Wiederaufbau von im Zweiten Weltkrieg zerstörten historischen Wahrzeichen wie etwa die Dresdner Frauenkirche oder der kontrovers diskutierte Neubau des Berliner Stadtschlusses zeigen beispielhaft, wie selbst einzelne Gebäude zur Referenz der kollektiven Identitätsbestimmung werden können. Das neuerbaute Berliner Stadtschloss macht sogar seine Geschichte (und damit seine Existenz als Neubau) für Beobachter explizit, da nicht alle Fassadenteile historisch rekonstruiert, sondern teilweise auch zeitgenössisch gestaltet sind. Was das Schloss aber selbst nicht expliziert ist der Umstand, dass es

³⁰ Wolfgang Wildgen, *Visuelle Semiotik. Die Entfaltung des Sichtbaren. Vom Höhlenbild bis zur modernen Stadt*. Bielefeld 2013, S. 243.

³¹ Unter einem Verbreitungsmedium versteht die Systemtheorie ein Medium, das den „Empfängerkreis“ der Kommunikation „erweitert“, und dabei, je abhängig vom verwendeten Medium, gleichzeitig definiert. (vgl. Niklas Luhmann, *Die Gesellschaft der Gesellschaft*. Frankfurt a.M. 1998, S. 202)

den an der gleichen Stelle befindlichen Palast der Republik ersetzt, der wiederum für viele Bewohner der DDR identitätsstiftend war.

Die Relation zu diesem Ort bedeutet dann, dass Referenzen immer wieder aufs Neue hergestellt werden müssen, wodurch natürlich die Bedeutung der Zeichen, wie auch die Zeichen selbst, verändert werden. Ein Ort ‚besitzt‘ nicht einfach eine Identität und Geschichte; ebenso wenig sind individuelle und kollektive Relationen etwas Greifbares. Sie werden durch die individuelle und kollektive Nutzung der Orte durch Rituale und kulturelle Praktiken immer wieder aufs Neue hergestellt. Die Zeichen städtischer Orte oder deren Bedeutung unterliegen einer ständigen Transformation durch Stadtentwicklungsprozesse und historische Umbrüche und die Eigenschaft als Identifikationssymbol wird den Orten in der gesellschaftlichen Kommunikation zugeschrieben.

Der Kommunikationsbegriff von Bahrtdt zielt aus systemtheoretischer Sicht, wie oben bereits gezeigt, vor allem auf das Phänomen der Reflexion. Die Repräsentation und Stilisierung des Verhaltens und der Kommunikation sind deshalb als kommunizierte Beschreibungen der eigenen Individualität und des verbindenden Gemeinsamen zu verstehen, wodurch sie zur Beobachtung zweiter Ordnung, also zur Reflexion werden. Es geht Bahrtdt also nicht nur um die Orte der städtischen Öffentlichkeit, sondern darum, wie Individuen ihre eigene Identität genauso wie ihr Kommunizieren mit anderen kommunikativ reflektieren.

Bahrtdt schreibt das Vermögen zur Selbstrepräsentation in der Öffentlichkeit auch den Gebäuden und Orten einer Stadt zu, bleibt seine genaue Vorstellung hiervon aber schuldig. Es ist jedoch nicht ausgeschlossen, dass es auch in seinem Sinne legitim wäre, hier die Überlegungen Augés anzuschließen, die ja wie Bahrtdts Begriff der Repräsentation den Wert des Individuellen und Gemeinsamen betonen. Orte der Öffentlichkeit im Sinne Bahrtdts wären dann Orte mit Identität und Geschichte, die zur Referenz der Kommunikation über individuelle und kollektive Identität werden. Deshalb stellt sich an den Orten der Öffentlichkeit auch immer die Frage, die Identität welches sozialen Kollektivs der Ort auf welche Weise zu repräsentieren vermag.³² Kommunikation bedeutet eben auch immer Selektion und es stellt sich die Frage, auf welche Art und Weise hier welche Zeichen welche Bedeutung vermitteln. Graffitis an bröckelnden Hausfassaden oder der Anblick der Auslage eines Gemüseladens können für bestimmte Gruppen ebenso identitätsstiftend sein wie die glänzenden Dächer einer Kirche für andere. Angesichts des Phänomens Stadt geht es dabei natürlich nicht nur um die Semiotik der Architektur oder der Denkmale auf öffentlichen Plätzen, sondern um die Vielzahl an Schildern und Bildschirmen genauso wie Plakaten, Aufklebern und Malereien, die heute die Oberflächen unserer Städte bekleiden. Die Stadt muss nicht nur (allen) ihren Bewohnern Orte der offenen und ungebundenen, aber gemeinschaftlichen Kommunikation bieten, sondern die Stadt selbst – ihre Strukturen, Gebäude und deren Oberflächen – muss ein Medium der Kommunikation sein, das es allen erlaubt, öffentlich über Gemeinschaftliches zu kommunizieren.

³² Vgl. John Parkinson, *Democracy and Public Space. The Physical Sites of Democratic Performance*. Oxford 2012, S. 187.

Bahrdt legt großen Wert auf die notwendige relative Unbestimmtheit der Kommunikation und des Verhaltens, die soziale Dynamik ermöglicht und die, wie oben gezeigt, auch nicht nur das eigene Selbst zum Gegenstand haben, sondern ebenso offen für neue Information sein sollte. Gleiches sollte demnach für die Selbstrepräsentation der Orte städtischer Offenheit gelten, die sich deshalb nicht ‚vollständig reflektiert geben‘ sollten, weil ein ‚Zuviel‘ an Zeichen ja gerade soziales Verhalten präformiert. Die Zeichen und ihre Bedeutung müssen einer Offenheit unterliegen, weil sie anschlussfähig für die individuelle wie kollektive Bezugnahme sein müssen, die in immer neuen Aushandlungsprozessen hergestellt wird. Dieses diffuse Geben und Lesen von Zeichen versucht der Urbanist Jürgen Hasse auf metaphorische Weise zu umschreiben:

[D]er ikonologische öffentliche Raum [wird] eher aus einem tiefen Rauschen der Bedeutungen, gleichsam in seiner Kontingenz verstanden und nicht im denotativen Sinne begriffen. Dieses Rauschen erschwert nicht Kommunikation, sondern ermöglicht sie; es ist alltagskonstitutiv.³³

Dabei sind Orte der städtischen Öffentlichkeit auch immer Orte dieser Kommunikation selbst. Orte der städtischen, öffentlichen Kommunikation im genaueren wären jene, die ein höheres Maß an sozialer Kontingenz erlauben, was Bahrdt als offene soziale Intentionalität des Verhaltens im öffentlichen Raum bezeichnet. Nicht nur die Kommunikation und das Verhalten der Stadtbewohner bedarf einer solchen Offenheit, sondern ebenso können die Oberflächen der Stadt den einzelnen Individuen auch Raum für ihre eigene Kommunikation geben. Die urbane Bewegung der *Streetart* etwa verkörpert genuin diesen Ansatz, die Oberflächen des öffentlichen Raums für Kunst nutzbar zu machen. Wie Augé ausführt, sind unsere heutigen Städte jedoch auch durch die Existenz von Nicht-Orten geprägt. Diese schränken die von Bahrdt postulierte Offenheit sozialer Beziehungen als Voraussetzung einer Sphäre der Öffentlichkeit ein. Die Nicht-Orte präformieren durch Zeichen in Form reiner ‚Gebrauchsanleitung‘ soziales Verhalten und wirken damit einer unvollständigen Integration des Individuums ins Soziale entgegen. In Städten breiten sich privatisierte Areale und *Gated Communities* aus, in denen sich Individuen und Wirtschaftsunternehmen ins Eigene zurückziehen, mit Zäunen gegenüber dem Fremden (also der Öffentlichkeit) abgrenzen und mitunter durch Sicherheitsdienste die innere Ordnung dieser Orte gewährleisten – also genau das, was Bahrdt als ‚dritte Orte‘ in der Stadt beschreibt. An Orten, die primär wirtschaftlichen Zwecken untergeordnet sind, findet zudem eine Integration durch das übergeordnete Prinzip des Konsums statt. Auf diese Weise wird alles Fremde ausgeblendet und jede Unbekanntheit nivelliert, wie es Jan Wehrheim am Extrembeispiel der Shoppingmall, das auch Augé in seinen Überlegungen beschäftigt, zum Ausdruck bringt: „Der institutionalisierte Normalismus des Raums Mall nimmt den Individuen die Leistung ab, mit Fremdheit umgehen zu müssen“.³⁴

³³ Jürgen Hasse, *Die Wunden der Stadt. Für eine neue Ästhetik unserer Städte*. Wien 2000, S. 57.

³⁴ Jan Wehrheim, *Der Fremde und die Ordnung der Räume*. Opladen 2009, S. 208.

Diese Begegnung des Fremden im öffentlichen Raum der Stadt kann hingegen eine Offenheit sozialer Intentionalität bewirken, wenn sie eigenes Verhalten und Kommunizieren als kontingent erfahrbar macht: „Im Ordnungstyp öffentlicher Raum bleibt es die Leistung der Individuen mit verunsichernder Fremdheit umzugehen“.³⁵ Diese Begegnung mit dem Fremden scheint für die öffentliche Kommunikation notwendig, damit diese sich nicht in reiner Selbstreferenzialität erschöpfen kann. Auch Bahrtdt nimmt an, dass, wenn in sozialen Situationen wenig Verbindendes, Gemeinsames existiert, das Individuum eher gefordert wird, das eigene Selbst und die Identität des Gegenüber zu beachten.³⁶ Die Erfahrung des Unbekannten macht es dann wahrscheinlicher, dass die eigene Kommunikation und das Verhalten reflektiert werden, was Bahrtdt ja gerade als Merkmal der urbanen Kommunikation und des Verhaltens annimmt.

Natürlich sind es auch nicht nur die von Augé beschriebenen Nicht-Orte, sondern alle Orte der städtischen Öffentlichkeit, denen mögliche Nutzungsformen performativ eingeschrieben sind.³⁷ Städtische Orte können aber gerade auch vor diesem Hintergrund als besondere Orte der Öffentlichkeit und der Kommunikation ‚designed‘ werden. Als deren Eigenschaften gelten nach Huning (2006) beispielsweise Aufenthaltsqualitäten wie Sitzmöglichkeiten, aber auch eine gewisse Größe und bauliche Offenheit für unterschiedliche Personen und Gruppen, die sich dort begegnen, „miteinander in Kontakt treten, sich gegenseitig wahrnehmen und voreinander repräsentieren“.³⁸ Solche Orte nehmen sicherlich heute mancherorts eine andere Gestalt an, als Bahrtdt sie in den 1960er Jahren vor Augen hatte, als er über die bauliche Repräsentation der Stadt und die Öffentlichkeit ihrer Straßen schrieb.

Wer nur die Piazza Navona in Rom oder den Campo in Siena vor Augen hat, vergisst, dass öffentlicher Raum schrecklich hässlich oder aber modern oder gänzlich ungestaltet sein kann; wer an den New Yorker Central Park oder den Englischen Garten in München denkt, übersieht vielleicht, dass öffentlicher Raum in vielen Fällen ein Dach hat und sich – ob nun überdacht oder nicht – häufig in privatem Eigentum befindet oder zumindest privat bewirtschaftet und gepflegt wird.³⁹

Dieser Umstand zeigt auch, dass die von Bahrtdt verwendete Unterscheidung des Öffentlichen vom Privat(wirtschaftlich)en heute nicht uneingeschränkt sinnvoll erscheint: eine Buchhandlung ist keine Shoppingmall. Es geht viel eher um Fragen der Zugänglichkeit zu diesen Orten und welche Nutzungsformen sie erlauben. Die öffentliche Versammlung einer Anwohnerschaft kann auch in einer (privaten)

³⁵ Ebd.

³⁶ Vgl. Bahrtdt, *Die moderne Großstadt*, S. 87.

³⁷ Vgl. Parkinson, *Democracy and Public Space*, S. 71ff.

³⁸ Sandra Huning, *Politisches Handeln in öffentlichen Räumen*. Berlin 2006, S. 202.

³⁹ Martin Klamt, „Öffentliche Räume“. In: Frank Eckardt (Hg.), *Handbuch Stadtsoziologie*. Wiesbaden 2012, S. 777.

Kneipe stattfinden, genauso können umgekehrt auch eigentlich öffentliche Bereiche in der Stadt gerade dahingehend gestaltet werden, dass sie für Jugendgruppen oder Obdachlose unattraktiv werden. Solche Bereiche in der Stadt grenzen sich selbst nicht vollständig von der öffentlichen Sphäre ab; sie büßen aber eine wichtige Qualität des Öffentlichen ein, wenn sie zum Refugium relativ homogener Bevölkerungsschichten werden und deshalb eine Begegnung mit Neuem und Unbekanntem unwahrscheinlich machen. Das von Bahrtdt genannte Kriterium der notwendigen Unbestimmtheit des Verhaltens und Kommunizierens durch soziale (oder auch materielle) Strukturen, also die Offenheit des Verhaltens aller Stadtbewohner, scheint deshalb gerade aus der heutigen Perspektive zeitlos. Die von Bahrtdt so scharf gezogene Grenze zwischen der Stadt und dem Land und der ausschließlichen Zuschreibung von Repräsentation und Stilisierung auf die ‚städtische Kommunikation‘ lässt sich heute wahrscheinlich noch weniger aufrechterhalten als damals. Gleichzeitig haben sich seither Theorie der Öffentlichkeit und vor allem die öffentliche Kommunikation selbst durch Fernsehen und das WWW in damals unvorstellbarer Weise entwickelt. Dennoch scheint städtische Öffentlichkeit etwas zu sein, das sich nicht nur im medial vermittelten Diskurs herstellen lässt, sondern immer auch bestimmter geografischer Orte bedarf. Auch wenn manche Überlegungen Bahrtdts unvollständig, manche Schlüsse voreilig erscheinen, kann er doch überzeugend zeigen, dass die Stadt als Ort auch immer ein Phänomen der Kommunikation ist.

Literatur

- Augé, Marc. *Nicht-Orte*. Aus dem Französischen von Michael Bischoff. München 2010.
- Bahrtdt, Hans-Paul. *Die moderne Großstadt. Soziologische Überlegungen zum Städtebau*. Herausgegeben von Ulfert Herlyn. Opladen 1998.
- Baraldi, Claudio/Corsi, Giancarlo/Esposito, Elena. *GLU. Glossar zu Niklas Luhmanns Theorie sozialer Systeme*. Frankfurt a.M. 1998.
- Hasse, Jürgen. *Die Wunden der Stadt. Für eine neue Ästhetik unserer Städte*. Wien 2000.
- Huning, Sandra. *Politisches Handeln in öffentlichen Räumen*. Berlin 2006.
- Kiss, Gábor. *Grundzüge und Entwicklung der Luhmannschen Systemtheorie*. Stuttgart 1990.
- Klamt, Martin. „Öffentliche Räume“. In: Frank Eckardt (Hg.). *Handbuch Stadtsoziologie*. Wiesbaden 2012, 775-804.
- Luhmann, Niklas. *Die Kunst der Gesellschaft*. Frankfurt a.M. 1997.
- Luhmann, Niklas. *Die Gesellschaft der Gesellschaft*. Frankfurt a.M. 1998.
- Luhmann, Niklas. *Soziale Systeme. Grundriß einer allgemeinen Theorie*. Frankfurt a.M. 2012.
- Parkinson, John. *Democracy and Public Space. The Physical Sites of Democratic Performance*. Oxford 2012.
- Wehrheim, Jan. *Der Fremde und die Ordnung der Räume*. Opladen 2009.

- Wiechers, Rüdiger. „Menschliche Städte. Wege zu mehr bürgerschaftlichem Engagement“. In: Jens Friedemann/Ders. (Hgg.). *Städte für Menschen. Grundlagen und Visionen europäischer Stadtentwicklung*. Frankfurt a.M. 2005, 337-354.
- Wildgen, Wolfgang. *Visuelle Semiotik. Die Entfaltung des Sichtbaren. Vom Höhlenbild bis zur modernen Stadt*. Bielefeld 2013.