



Fakultät Umweltwissenschaften

Institut für Geographie

Lehrstuhl für Allgemeine Wirtschafts- und
Sozialgeographie

Atmosphären in Einkaufsstraßen

Ein Spaziergang durch die Prager Straße in Dresden

Wissenschaftliche Arbeit

zur Erlangung des akademischen Grades Diplom-Geograph

eingereicht von: Tobias Stark
Studiengang: Diplom-Geographie
Matrikel-Nr.: 3233614

Betreuerin: Dr. Annika Mattissek
Zweitgutachter: Prof. Dr. Peter G. Richter

Dresden, den 27. 08. 2014

Vorwort

Die vorliegende Arbeit bildet den Abschluss meines Geographiestudiums an der Technischen Universität Dresden.

Mein Dank gilt zu allererst meinen beiden Betreuern Frau Dr. Annika Mattissek und Herr Prof. Dr. Peter G. Richter für die unproblematische und kompetente Unterstützung und Beratung.

Ein besonderer Dank gebührt meiner Familie, insbesondere meinen Eltern, für die Ermöglichung des Studiums, der unendlichen Geduld und dem mir stets entgegengebrachten Vertrauen.

Meinen Interviewpartnern danke ich für die Zeit, die sie sich genommen haben und auf dieses wohl eher ungewöhnliche Interview eingelassen haben.

Ein Dankeschön gebührt auch Steffen für das Korrekturlesen, meiner Freundin Isabell und all meinen Freunden.

Inhaltsverzeichnis

Tabellenverzeichnis	IV
Abbildungsverzeichnis	V
1 Einleitung	1
2 Einkaufen in der Stadt	5
3 Atmosphären – Grundlagen und aktueller Forschungsstand	7
3.1 Die Entwicklung des Atmosphärenbegriffs	7
3.2 Grundlagen des Atmosphärenkonzeptes	10
3.2.1 Gestimmte Räume	11
3.2.2 Entstehung von Atmosphären	14
3.2.3 Wahrnehmung von Atmosphären	16
3.2.4 Wirkung von Atmosphären	19
3.2.5 Merkmale von Atmosphären	21
3.3 Analyse von Atmosphären	21
3.3.1 Charaktere von Atmosphären nach Böhme	22
3.3.2 Die besondere Atmosphäre nach Rauh	23
3.3.3 Die Atmosphäre einer Straße nach Hasse	24
3.3.4 Typische Atmosphären städtischer Plätze nach Kazig	27
3.3.5 Einkaufsatmosphären nach Kazig	29
3.3.6 Atmosphären im Gastronomiebereich nach Roßmeier	30
3.3.7 Die Atmosphäre einer Einkaufsstraße nach Breuninger	31
3.4 Zwischenfazit	33
4 Methodik	34
4.1 Wahl von qualitativer Forschung	34
4.2 „Parcours commentés“ und Forschungsschritte der Arbeit	36
4.3 Untersuchungsgebiet	39
4.4 Auswahl der Parcoursteilnehmer	43
4.5 Datenerhebung	44
4.6 Datenauswertung	46
5 Die Prager Straße in Dresden	47
5.1 Architekturgeschichtliche Einordnung der Prager Straße	48
5.2 Die Prager Straße im Transformationsprozess durch den Einzelhandel	53
6 Ergebnisse der Interviews	54
6.1 Die Atmosphären der Abschnitte auf der Prager Straße	54
6.1.1 Vom Wiener Platz am „Wiener Loch“ vorbei – Durchgang und Baustelle	54
6.1.2 Hotel „Newa“ – Transit zur Prager Straße	58

6.1.3	„Prager Platz“ von der Pusteblume bis zur Völkerfreundschaft – entspannter Flanierbereich.....	59
6.1.4	Prager Straße als Einkaufsstraße – Von der Centrum Galerie bis Karstadt.....	63
6.1.5	Haltestelle Prager Straße – Verkehrsknotenpunkt.....	65
6.1.6	Seestraße – Vorbei am Café Prag.....	67
6.1.7	Altmarkt – weiter Platz vor historischer Kulisse.....	68
6.2	Die Atmosphären der Prager Straße und Seestraße im Vergleich.....	71
6.2.1	Prager Straße – Einkaufsstraße und Fußgängerzone.....	71
6.2.2	Seestraße – historische Straße der Altstadt.....	71
6.3	Allgemeine atmosphärische Merkmale der Prager Straße und Seestraße.....	72
6.3.1	Bäume und Brunnen.....	72
6.3.2	Architektur, Breite der Straße und Gebäudehöhe.....	73
6.3.3	Gerüche, Straßenmusik und Kunst.....	74
6.3.4	Passantendichte und Gehgeschwindigkeit.....	75
6.3.5	Gesellschaftspolitische Aspekte – Konsumkritik, Globalisierungskritik.....	76
6.4	Typen von Atmosphären in Einkaufsstraßen.....	77
6.4.1	Wiedererkannte Typen aus der Theorie.....	77
7	Zusammenfassung.....	81
7.1	Fazit.....	81
7.2	Kritische Reflexion.....	82
7.3	Planungsempfehlungen.....	84
Anhang	85
A	Interviewunterlagen.....	85
Literatur- und Quellenverzeichnis	89
Eidesstattliche Erklärung	95

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Charaktere von Atmosphären	23
Tabelle 2: Kernkriterien qualitativer Forschung	35
Tabelle 3: Ablauf der Typenbildung	36
Tabelle 4: Übersicht der Interviewteilnehmer	43
Tabelle 5: Ablauf des Parcours mit anschließendem Reflexionsgespräch	45

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Abhängigkeit der Atmosphären im S-O-R-Modell.....	3
Abbildung 2: Atmosphäre als Medium der Wahrnehmung.....	18
Abbildung 3: Wandel des Atmosphärenkonzepts	20
Abbildung 4: Auf Atmosphären bezogene Eindrücke.....	25
Abbildung 5: Entstehung von Atmosphären	26
Abbildung 6: Forschungs- und Analyseschritte nach Thibaud	38
Abbildung 7: Forschungs- und Analyseschritte in der vorliegenden Arbeit.....	39
Abbildung 8: 1A-Lage des Untersuchungsgebiets	40
Abbildung 9: Karte der Prager Straße mit Parcoursweg und –richtung.....	42
Abbildung 10: Dresden – Prager Straße	47
Abbildung 11: Dresden. Prager Straße nach Norden gegen das Viktoriahaus.....	48
Abbildung 12: Blick vom Rathausturm zum Hauptbahnhof.....	49
Abbildung 13: Prager Straße	50
Abbildung 14: Leninplatz und Prager Straße	50
Abbildung 15: Rundkino	52
Abbildung 16: Wandbild - Dresden begrüßt seine Gäste.....	52
Abbildung 17: Blick vom Hauptbahnhof über den Wiener Platz zur Prager Straße.....	55
Abbildung 18: Informationstafel zum Bauvorhaben	57
Abbildung 19: Prager Straße mit Hotel "Newa" und Geschäftshaus	58
Abbildung 20: Prager Straße, Brunnen mit "Pustebblumen"	60
Abbildung 21: Prager Straße, Brunnen und Treppen	61
Abbildung 22: Prager Straße, vorn Plastik "Völkerfreundschaft", hinten Rundkino	62
Abbildung 23: Prager Straße, Centrum Galerie.....	64
Abbildung 24: Prager Straße als Einkaufsstraße mit Passanten	65
Abbildung 25: Blick aus der Seestraße über Dr.-Külz-Ring und Waisenhausstraße	66
Abbildung 26: Seestraße, Blick in Richtung Altmarkt und Schloßstraße	67
Abbildung 27: Altmarkt mit Kulturpalast und Frauenkirche	68
Abbildung 28: Karte der Prager Straße mit Atmosphärenabschnitten	70

1 Einleitung

„Die Prager Straße wurde in Zeiten der DDR als Vorzeigequartier wiederaufgebaut. Heute mischt sich diese »Ostmoderne« mit preisgekrönter zeitgenössischer Architektur und bildet ein stadt-bildnerisches Gesamtkunstwerk. Dresdens größter Hotelkomplex, die ibis Hotels, wie auch einige der wichtigsten Handelsunternehmen sorgen tagsüber für eine quirlige Atmosphäre aus Dresden und Touristen.“ (Landeshauptstadt Dresden 2014)

Mit diesen Worten wird die Relevanz der Themen Shopping und Tourismus bei der Vermarktung von Städten deutlich. Die Stadt Dresden preist auf ihrer Homepage die Prager Straße mit einer „quirligen Atmosphäre“. Dabei wird sich auf eine gemischte Architektur aus „Ostmoderne“ und zeitgenössischer Architektur als stadt-bildnerisches Kunstwerk bezogen. Die Vermarktung einer Einkaufsstraße lässt auf einen Wandel deuten, in dem sich die Gewohnheiten und Erwartungen von Stadtbesuchern und Touristen geändert haben.

Gerade innerstädtische Einkaufsstraßen leben von ihrer Attraktivität, spezifischer von ihrer Atmosphäre. Die Atmosphäre ist, neben den funktionalen Angeboten, ein entscheidendes Kriterium für die Entscheidung zum Besuch einer Einkaufsstraße. Für den Besucher geht es, neben dem Einkaufen, um Erlebnis, Flanieren und Freizeitgestaltung. Mit Shopping als Freizeitaktivität werden Entspannung, Stöbern und Zeitvertreib verbunden. Innerstädtische Einkaufsstraßen sollen Anreize bieten, gerade in die Innenstadt zum Shoppen zu kommen oder Shopper zum Innenstadtbummel zu „locken“.

Ob sich Kunden in der Innenstadt wohlfühlen, ob eine Einkaufsatmosphäre aufkommt, hängt von vielen Faktoren ab. Innenstadtbesucher bewegen sich nicht nur innerhalb von Läden, sie sind auch im öffentlichen Raum unterwegs. Die Aufenthaltsqualität des städtischen Raums spielt somit eine wichtige Rolle für das Stadterlebnis des Besuchers und kann konkrete Folgen für seine Handlungsentscheidungen haben. Vor allem die Themenbereiche Funktionalität, Attraktivität und Effizienz des öffentlichen Raums werden dabei mit technisch-rationalen Maßnahmen, wie ideale Schaufenstergröße oder Anweisungen zur Reduktion des Mobiliars, diskutiert.

Die Frage nach der Aufenthaltsqualität für Menschen erhebt einen anderen und neuen Blickwinkel in Bezug auf die Stadtraumgestaltung, nämlich die Sicht auf den Akteur, den Innenstadtbesucher. Sein subjektives Empfinden hängt von der Atmosphäre der Räume ab, in denen sie sich bewegen, der emotionalen Wahrnehmung sowie der gefühl-

ten und erlebten Qualitäten. Diesem Blickwinkel soll sich die Untersuchung widmen und innerstädtische Einkaufsstraßen aus der Sicht der Passanten analysieren.

Fragestellung

Es bestehen noch große Forschungslücken auf dem Gebiet der emotionalen Wahrnehmung von Stadträumen. Die Untersuchung greift das Konzept der Atmosphäre auf und möchte einen Beitrag zum Verständnis von gefühlter oder erlebter Qualität von städtischen Räumen für die Stadtforschung leisten. Dazu wird das in der Geographie bislang wenig rezipierte Konzept der Atmosphäre aufgegriffen. Dieser Ansatz bildet ein geeignetes wissenschaftliches Konzept, sich dem persönlichen Befinden eines Innenstadtbesuchers im öffentlichen Raum einer Einkaufsstraße anzunähern. Der wissenschaftliche Ansatz stammt aus der Architekturtheorie und weist spezifische Prägungen auf, die den architektonisch-städtebaulichen Blick betonen. Als Atmosphäre wird der mit allen Sinnen gespürte und die Umweltwahrnehmung prägende Gesamteindruck verstanden. Damit bilden Atmosphären einen geeigneten Ansatz, sich dem persönlichen Empfinden eines Innenstadtbewohners im öffentlichen Raum einer Einkaufsstraße anzunähern.

Folgende Forschungsfragen sollen dabei ins Zentrum gerückt werden:

- Welche Atmosphären werden auf einer Einkaufsstraße von Passanten wahrgenommen? Durch welche Faktoren entstehen die Atmosphären?
- Lassen sich typische Atmosphären herausarbeiten?
- Welche Empfehlungen lassen sich aus der Atmosphärenuntersuchung für die Aufenthaltsqualität von Einkaufsstraßen ableiten?

Ziel der Arbeit ist es, sich durch die qualitative Analyse von Atmosphären auf einer Einkaufsstraße, sich den Forschungsfragen anzunähern. Angestrebt werden dabei die Aufdeckung der Entstehungsfaktoren, die Aufdeckung von Merkmalen der Atmosphären und die Wirkung auf das Verhalten der Passanten wie in Abbildung 1 dargestellt.

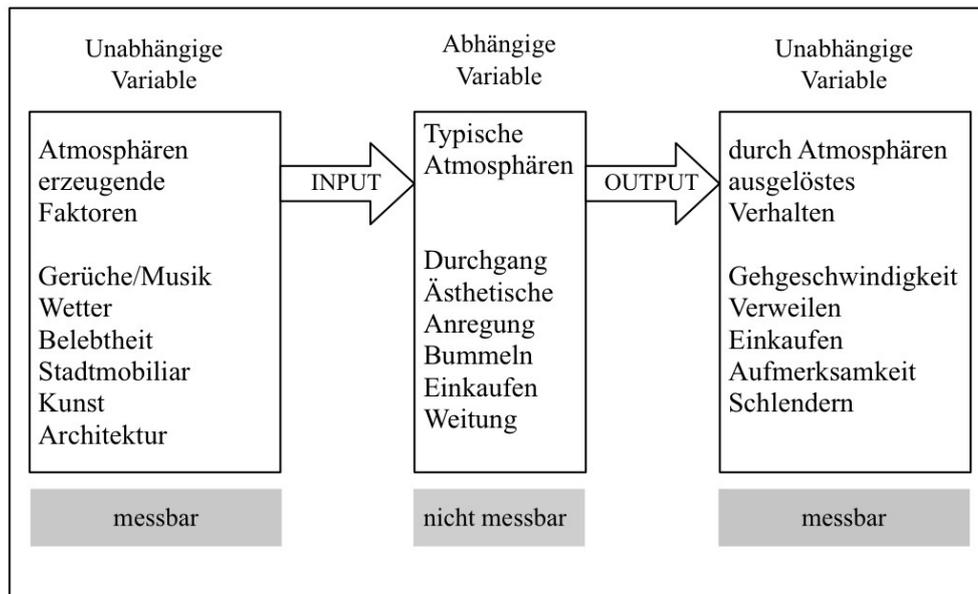


Abbildung 1: Abhängigkeit der Atmosphären im S-O-R-Modell

Quelle: Eigene Darstellung

Um das Themenfeld zu erschließen und Annahmen und vermutete Zusammenhänge aufzudecken, ist das Forschungsdesign der vorliegenden Arbeit qualitativ und explorativ angelegt. Als Zugang dienen die sogenannten „Parcours commentés“, die von Thiabaud entwickelt wurden und in dieser Untersuchung mit 8 Teilnehmern¹ durchgeführt wurden. Bei der Parcours-Methode begibt sich der Interviewer auf „Augenhöhe“ mit dem Betrachter, in diesem Fall dem Innenstadtbesucher. Der den Raum erlebende Mensch steht im Mittelpunkt der Forschung.

Neben der inhaltlichen Sachfrage ist diese Arbeit auch von einem Methodeninteresse geleitet. Die Beschäftigung mit Subjektivität und Gefühlen ist in der geographischen Stadtforschung eher jung. Es existieren erst wenige Ansätze zur empirischen Erfassung subjektiv erlebten Stadtraums (Hasse 2002b: 15; Kazig/Wiegandt 2006).

Aufbau der Arbeit

Im anschließenden Kapitel 2 wird diese Arbeit und die Untersuchung in den Themenkomplex von Stadt und Handel eingeordnet, wobei nur die wichtigsten Aspekte herausgehoben und schlaglichtartig beleuchtet werden. Dazu zählen insbesondere innerstädtische Entwicklungen und ihre kontroverse Wahrnehmung in der Öffentlichkeit.

¹ Auf eine geschlechtsneutrale Schreibweise wird im Folgenden verzichtet. Dies dient ausschließlich dem Lesefluss und an den jeweiligen Stellen ist die weibliche Form ausdrücklich mit einbezogen

Im Kapitel 3 soll dann der theoretische Rahmen für die Untersuchung gegeben werden. Dazu wird sich in einem ersten Schritt an den Begriff der Atmosphäre angenähert und verschiedene Konzepte vorgestellt. Anschließend werden dann bisherige Untersuchungen zu Atmosphären und ihre Weiterentwicklung vorgestellt, wobei natürlich der heutige Forschungsstand von besonderem Interesse ist, da versucht wird an diesen anzuknüpfen.

Im folgenden Kapitel 4 geht es dann um die Vorstellung der Methodik. Dazu wird als erstes die für die Datenerhebung verwendete Methode der „parcours commentés“ vorgestellt. Dann soll der Untersuchungsgegenstand genauer bestimmt und die Auswahl der Teilnehmer begründet werden. Das Kapitel wird abgeschlossen mit der Beschreibung der Datenerhebung und der daran anschließenden Datenauswertung.

Bevor die Ergebnisse vorgestellt werden sollen, widmet sich Kapitel 5 der Prager Straße und zeichnet ihr architektonische Entwicklung, sowie ihre auf den Einzelhandel bezogene Entwicklung nach.

Im abschließenden Kapitel 6 werden dann die Ergebnisse der Untersuchung vorgestellt. Damit werden zunächst die ermittelten Abschnitte vorgestellt, ihre Beschreibung durch die Teilnehmer und die wahrgenommenen Atmosphären. Danach werden die Prager Straße und die Seestraße miteinander verglichen und versucht allgemeine atmosphärische Merkmale zu bestimmen. Anknüpfend an die bisherige Forschung werden zum Abschluss die wieder erkannten Typen, welche von Kazig aufgestellt worden, erläutert und im Verlauf des Spaziergangs eingeordnet.

Schlussendlich wird die Arbeit noch einmal in einem abschließenden Fazit rekapituliert, Kritik und Veränderungsvorschläge geäußert und mögliche weitere Anknüpfungspunkte für die Forschung diskutiert.

2 Einkaufen in der Stadt

„Die Politik wird wichtig der CO₂-Ausstoß steigt, die Tiefsee wird ergründet, ein Wundergeiger geigt, die Innenstadt verödet, die Einzelhändler gehen in Rente, in die Insolvenz, Einkaufszentren entstehen.“ (van Dannen 2012)

Der Titel dieser Arbeit und damit ihr Gegenstand, innerstädtische Einkaufsstraßen, stehen in dem größeren Zusammenhang von Stadt und Handel. Dieser komplexe Themenbereich soll im Folgenden punktuell beleuchtet werden, ohne dabei den Anspruch auf Vollständigkeit zu erheben. Das Zitat von Funny van Dannen, in dem Lied „Einkaufszentren entstehen“, beschreibt treffend eine Entwicklung, die im Allgemeinen mit Einzelhandel und Innenstadt in Verbindung gebracht werden. Zum Beispiel findet man in der Presse Artikel mit dem Titel „Zukunft der City: Wie die deutsche Innenstadt überleben kann“ (Die Welt 2014). Bei der Herausbildung der Innenstadt spielte der Handel eine herausragende Rolle (Heinritz/Klein/Popp 2003: 201). Innenstadt wird hier „als zentral gelegener Standortraum und funktionale Mitte einer Stadt definiert“ (Heinritz/Klein/Popp 2003: 209). Im Juli 2014 wurde aber auch vermeldet, dass die „Innenstädte boomen“ (EHI Retail 2014), zum Beispiel hat kürzlich Aldi auf der luxuriösen Königsallee in Düsseldorf eine Filiale eröffnet und ein Ikea im Hamburger Zentrum in Altona. Weiterhin lassen sich Aussagen finden, in denen davon die Rede ist, dass inzwischen 80 Prozent des Einzelhandels in den Innenstädten stattfindet und die grüne Wiese an Anziehungskraft verloren hat. Dies zeigt sich auch an der Entwicklung von Shopping-Centern. Der Handel würde den Menschen in die Innenstädte folgen. Die Reurbanisierung treibt die Entwicklung neuer Ladenkonzepte voran. 76 Prozent neu eröffneter Shopping-Center in den letzten drei Jahren haben dies in der Innenstadt getan. Anfang der 90er Jahre lag dieser Wert bei nur 24,5 Prozent (ebd.).

Stadt und Handel sind keine neuen Themen, aber ein Themenkomplex, der immer wieder in der Diskussion steht. Die Innenstadt und der Einzelhandel sind eng miteinander verbunden, der Einzelhandel erfüllt für die Innenstadt eine Leitfunktion. Es geht um den Warenaustausch und die Versorgung mit Gütern. Immobilien des Einzelhandels, besonders solche in 1A-Lagen der Großstädte, sind auch Wirtschaftsgüter erster Klasse und sind Anlageobjekte von Versicherungen, Pensionskassen und Versorgungswerken (Kalka 2014: 1).

Einkaufen ist interaktiv, kommunikativ und ist wesentlich für die Belebung der Innenstädte, deren Aufwertung und ihr Image. Es spielt eine wichtige Rolle für den Städtetourismus. Der Einzelhandel prägt entscheidend das Stadtbild mit unterschiedlichen Formaten und Trends. Zum Beispiel befasst sich das Buch „Stadt-Center“ (Christ/Pesch 2013) mit dem offenen innerstädtischen Shopping-Center, was als Wiederentdeckung klassischer urbaner Typologien verstanden werden kann.

Der wachsende Online-Handel, welcher im Jahr 2012 ein Umsatzzuwachs je nach Quelle zwischen 13 und 15 Prozent verzeichnete, stellt die Innenstädte vor neue Herausforderungen im Wettbewerb um Kunden. Ein Argument für die Innenstädte ist ihre Authentizität. Die Initiative „Ab in die Mitte!“ hat 2014 das Jahresmotto „EinkaufsErlebnis Innenstadt“ (Ab in die Mitte!) und verfolgt damit das Ziel die Innenstädte zu beleben. Die Kundenstruktur spiegelt nicht mehr die Bevölkerungsstruktur in den Innenstädten wieder (Heinritz/Klein/Popp 2003: 219).

2005 wurden auf einem Kolloquium zur „Zukunft der Innenstadt“ (Greipl/Müller 2007) verschiedene Beiträge vorgestellt. Dabei wurden „City-Fans“ (Müller 2007) als Zielgruppe für die Erneuerung der Innenstadt beschrieben und die „ESSHAH-Regel“, bestehend aus den Aspekten Erreichbarkeit, Sauberkeit, Sicherheit, Helligkeit, Attraktivität und Herzlichkeit als Praxis erarbeitet, um sie bei der Planung einer Einkaufsstraße einzusetzen (Greipl 2007: 29). Diese Betrachtungen beziehen sich jedoch meist auf Einkaufsstraßen von einer Angebot- oder Nachfrageseite und betrachten weniger die Bedürfnisse der Besucher einer Einkaufsstraße.

Ein möglicherweise geeigneter Zugang sich dem Bedürfnissen des Einkaufsstraßenbesuchers zu nähern, sind die Erlebniswelten. Nach diesem Verständnis sind die Innenstädte „zentrale Freizeiteinrichtung“ (Romeiß-Stracke 2000: 78). Der Ansatz betrachtet das Erleben innerstädtischer Einkaufsstraßen und versucht dieses aufzudecken. Dabei werden Einkaufsstraßen nicht mehr als ökonomische Räume, sondern als öffentliche und ästhetische Räume mit einer Aufenthaltsqualität gesehen. Mit dieser Betrachtung rückt der Fokus weg von Einkaufsstätten hin zum öffentlichen Raum und wie dieser attraktiver vom Besucher wahrgenommen werden kann. Das Konzept der Atmosphären soll im Folgenden als Zugang zum öffentlichen Raum einer Einkaufsstraße aus der Perspektive des Besuchers dienen.

3 Atmosphären – Grundlagen und aktueller Forschungsstand

Die vorliegende Arbeit befasst sich mit Atmosphären in Einkaufsstraßen im Sinne von erfahrbaren und fühlbaren Qualitäten des öffentlichen Raums in einer Einkaufsstraße. Die noch recht junge Atmosphärenforschung versucht sich diesem Ansatz zu nähern. Zunächst soll in diesem Kapitel der gestimmte Raum beschrieben werden. Danach wird das Atmosphärenkonzept in seiner Entstehung, Wahrnehmung und Wirkung beschrieben und im Anschluss werden bestehende Ansätze zur Atmosphärenforschung aufgezeigt.

3.1 Die Entwicklung des Atmosphärenbegriffs

Die ersten wissenschaftlich-theoretischen, aber noch nicht empirischen Analysen zu Atmosphären gehen auf zwei Philosophen zurück. Tellenbach (1968) und Schmitz (1969) befassten sich beide unabhängig voneinander mit Atmosphären und veröffentlichten Ende der 60er Jahre ihre Ergebnisse. Tellenbach näherte sich als Psychiater mit einem psychopathologischen Blick und hat die Atmosphären der zwischenmenschlichen Kommunikation eingeführt. In seiner Untersuchung hat er das Spüren der Atmosphäre mit dem Geruchssinn in Verbindung gebracht. Er sagt: „Ein Mensch hat und verbreitet Atmosphäre in mehr oder minder intensiver Weise als eine Wesensausstrahlung, die ihn in seiner Persönlichkeit kennzeichnet“ (Tellenbach 1968: 48). Schmitz bringt unbeeinflusst von Tellenbach den Atmosphärenbegriff zur Anwendung und bettet Atmosphäre in sein „System der Philosophie“ ein, vor allem der mit dem Titel „Der Gefühlsraum“ überschriebene zweite Teil des dritten Bandes ist der Atmosphäre gewidmet. In Schmitz Werk spielt der Leib eine zentrale Rolle. Als Leib wird der menschliche Körper in der Weise verstanden, wie ihn der Mensch im Bereich seines realen Körpers wahrnimmt oder spürt. Der Körper ist etwas Materielles, was man sehen und greifen kann, der Leib ist immateriell und betont das eigene Körperbewusstsein. Tellenbach, Schmitz und später auch Böhme stehen für eine Strömung in der Philosophie, welche sich auf den menschlichen Leib rückbesinnt und sich mit der Sinnlichkeit des Menschen in seiner Lebenswelt befasst. Der benutzte Ansatz der genannten Autoren geht auf die von Husserl eingeführte phänomenologische Methode zurück.

Die philosophischen Abhandlungen beschreiben allgemeine Phänomene der Wahrnehmung von Atmosphären. Mitte der 90er Jahre wendet Böhme den Atmosphärenbegriff auf den alltäglichen Erfahrungskontext konkret an und spricht zum Beispiel von einer „städtischen Atmosphäre“ (Böhme 1998). Böhme verwendet Atmosphäre als einen Begriff in seiner Vorlesung über Ästhetik als allgemeine Wahrnehmungslehre, welche er mit „Aisthetik“ bezeichnet (Böhme 2001). In einem früheren Werk „Anmutungen“ hat er ein Kapitel verfasst, in dem er eine Übertragung des ästhetischen Atmosphärenbegriffs auf den Raum der Stadt erörterte (Böhme 1998: 49 ff.). Böhme erhofft sich davon eine Erweiterung der Sichtweise innerhalb der Stadtforschung zu mehr Subjektivität und dem Lebensgefühl in einer Stadt.

Eine empirische Erforschung von Atmosphären hat Ende der 1990er Jahre begonnen. Wesentliche Impulse lieferte dabei eine französische Forschungskoooperation zwischen den Architekten der Hochschule von Grenoble (CRESSON, Centre de recherche sur l'espace sonore et l'environnement urbain) und Nantes (CERMA, Centre de recherche méthodologique d'architecture). Ziel dieses Vorhabens ist die Erarbeitung einer Theorie architektonischer und städtischer Atmosphären, sowie die Entwicklung von Methoden und Umsetzungsmöglichkeiten. Die Forschungsarbeit ist geprägt durch neue methodische Ansätze welche qualitative Erkenntnisse mit quantitativen Messverfahren wie Helligkeits- oder Geräuschpegelmessungen kombiniert. Forschungsgegenstände zur Gewinnung von Erkenntnissen liegen im Bereich der Architektur zum Beispiel bei öffentlichen städtischen Räumen (Amphoux/Thibaud/Chelkoff 2004).

Im deutschen Sprachraum erschienen in „Subjektivität in der Stadtforschung“ (Hasse 2002c) erstmals Ansätze einer empirischen Atmosphärenforschung, dabei wird die Leiblichkeit und Befindlichkeit in den Vordergrund gerückt, jedoch hat die materielle Umwelt und die Architektur als Atmosphären erzeugende Komponente auch Platz in dem Konzept. Hasse befasste sich vorher schon mit den Gefühlen in der Geographie, in seinem Aufsatz „Das Vergessen der menschlichen Gefühle in der Anthropogeographie“ (Hasse 1999). Hasse führte eine Untersuchung zur Atmosphäre in der Drosselgasse durch, eine touristische Straße in der Altstadt von Rudesheim (Hasse 2002a). Datengrundlage seiner Ergebnisse waren 45 schriftliche Atmosphärenbeschreibungen, welche Studenten während einer Exkursion verfassten. Die Daten wurden nach der Neuen Phänomenologie (Schmitz 1980) und mit Methoden der qualitativen Sozialforschung (Mayring 2002) ausgewertet. In seinen Ergebnissen stellt er Straßen als „gelebte Räume“

heraus. Zu kritisieren ist, dass Hasse die Straße in ihrer gesamten Länge beschreiben lässt und nicht nach Abschnitten differenziert (Kazig/Wiegandt 2006). Unklar ist auch, ob die Studenten die Beschreibungen der Straße vor Ort oder erst im Nachhinein verfasst haben. Zudem sind die Probanden aus nicht touristischen Gründen am Untersuchungsort gewesen und eine homogene Gruppe, was ebenso kritisch zu betrachten ist. Trotz gewisser Defizite gab die Studie zur Drosselgasse Impulse für weitere Forschungsvorhaben.

In den darauffolgenden Jahren behandelten weitere Forscher die Stadt oder städtische Bereiche als atmosphärische Räume und veröffentlichten diese im Themenheft „Stadt und Atmosphäre“ (Hasse 2008b). Darin werden weitere empirische Abhandlungen unterschiedlicher Maßstabebenen vorgestellt (Schoon 2008; Wucherpfennig 2008; Kazig 2008; Escher 2008; Brauchitsch 2008). Hasse sagt: „Städte haben Atmosphären. In ihnen drückt sich städtisches Leben als spürbare, bestenfalls umschreibbare, aber nicht definierbare Form von Urbanität aus.“ (Hasse 2008a: 104). Die Lebensqualität der Städte erlebt eine Renaissance und Atmosphären werden zur Basis für die Identifikation der Bewohner mit ihrer Stadt. Bereits 1903 beschrieb Georg Simmel in seinem Aufsatz „Die Großstädte und das Geistesleben“ (Simmel 2009) das Leben der Großstadt, welches im Kern atmosphärischen Charakter hat (Hasse 2008a: 104). Das lange Desinteresse und die zögerliche Haltung der Wissenschaften gegenüber den Gefühlen führt Hasse auf die generellen Sprachroutinen westlicher Gesellschaften zurück, die gelernt haben eher über rationale Sachverhalte zu sprechen, jedoch gegenüber den Gefühlen eine gewisse Verschwiegenheit ausgeprägt haben (ebd.: 109).

Der Geograph Kazig nähert sich dem Begriff der Atmosphäre aus einer Mikroperspektive und arbeitet wesentlich detaillierter und kleinteiliger. Er versteht den Terminus Atmosphäre in seiner Anwendung als einen handlungssteuernden Begriff (Kazig 2008). In seiner Arbeit untersucht er öffentliche Räume am Beispiel des Bonner Bottlerplatz und bewertet die einzelnen Abschnitte des Platzes nach ihrer Erlebnis- und Aufenthaltsqualität (ebd.: 147). Atmosphären versteht er als Medium zwischen Mensch und Umwelt. Die leibliche Befindlichkeit dient als Zugang zur Subjektseite, er unterscheidet dabei die drei Dimensionen Emotionen, Modi der Aufmerksamkeit und Gestik bzw. Motorik. Er versteht Atmosphären als dynamische Erscheinungen, die in zeitlichen und räumlichen Prozessen einem stetigen Wandel unterworfen sind und eine Vielzahl von Ausprägungen annehmen können. Empirisch arbeitet Kazig mit der Methode der „Parcours com-

mentés“, welche der französische Soziologe und Philosoph Thibaud entwickelte (ebd.: 149 ff.). Kazig (2007) sagt, das Atmosphärenkonzept kann in der Humangeographie dazu dienen, einen „nicht repräsentationellen Zugang zum Raum“ zu ermöglichen und strebe eine Rematerialisierung der sozialen und kulturellen Forschungsobjekte an. Weitere Arbeiten von Studierenden der Geographie untersuchten Atmosphären im Gastronomiebereich eines Shopping-Centers am Beispiel der „Schlemmer-Arcaden“ in München (Roßmeier 2008) und die Atmosphäre einer Einkaufsstraße am Beispiel der Stuttgarter Königstraße (Breuninger 2009). Eine Analyse von Einkaufsatmosphären in Geschäften und Shopping-Centern anhand einer explorativen empirischen Untersuchung in Regensburg und im Raum Köln/Bonn beschreibt Typen von Einkaufsatmosphären (Kazig 2013).

Seit 2008 finden im Rahmen eines internationalen Atmosphärennetzwerks (International Ambiances Network) regelmäßig Veranstaltungen wie Konferenzen, Kongresse, Seminare oder Workshops statt. Das Netzwerk ist von den Forschern der Architekturhochschule von Grenoble initiiert worden mit dem Ziel das Forschungsfeld der städtischen Atmosphären über das Feld der Architektur hinaus, interdisziplinär weiter zu entwickeln und anzuwenden.

In englischsprachigen Zeitschriften (Geoforum; *Emotion, Space and Society*) findet man regelmäßig aktuelle Aufsätze zur internationalen Atmosphärenforschung (Anderson 2009; Adey/Brayer/Masson/Murphy/Simpson/Tixier 2013; Ash 2013; Healy 2014; Sørensen 2014; Thibaud 2014).

3.2 Grundlagen des Atmosphärenkonzeptes

Nachdem ein erster Überblick zu Atmosphären, sowie zur Entwicklung und Verwendung des Atmosphärenbegriffs dargestellt wurde, soll nun im folgenden Kapitel das Atmosphärenkonzept genauer vorgestellt werden. Dabei wird der gestimmte Raum zuerst vorgestellt, um danach die Entstehung, Wahrnehmung, Wirkung und Merkmale von Atmosphären zu erörtern.

3.2.1 Gestimmte Räume

Den gestimmten Raum hat Otto Friedrich Bollnow, ein deutscher Philosoph und Pädagoge, in seinem Werk „Mensch und Raum“ (1963) beschrieben. Er beschäftigt sich in diesem Werk besonders mit der Phänomenologie der menschlichen Erfahrung des Raums und weitet seine Betrachtungen auf die Psychologie, die menschliche Verhaltensforschung und teilweise auf Bereiche der Architektur aus.

Als erstes wird „das Gefühl der Enge und Weite“ (Bollnow 1963: 229) beschrieben. Allgemein kann gesagt werden, dass der Raum und die seelische Verfassung des Menschen zusammenhängen. Dabei beruht das Raumverständnis auf dem hodologischen Raum, welcher sich vom mathematischen Konzept des Raums unterscheidet. Der Begriff hodologischer Raum ist vom griechischen Wort *hodos* (ὁδός) = Pfad, Weg abgeleitet. Er baut sich aus topologischen, physischen, sozialen und psychologischen Bedingungen auf und wird auf dem Weg von A nach B sowohl in der offenen Landschaft als auch im urbanen Raum erlebt. Der hodologische Raum kann auch als der erlebte Raum bezeichnet werden. Bollnow setzt die Enge und Weite des Raums mit dem menschlichen Leben in Verbindung. Eng ist, was die Entfaltung des Lebens behindert, weit ist, was einen Entfaltungsbereich freigibt. Was eng und was weit ist, lässt sich nie objektiv feststellen. Es hängt von der subjektiven Erfahrung und Wahrnehmung ab, was dem einen als weit erscheint, das empfindet der andere als ausreichend oder schon als beengend. Das Raumbedürfnis ändert sich auch beim gleichen Menschen mit seiner seelischen Verfassung und seinen jeweiligen Bedürfnissen. Im Zustand tiefer Traurigkeit verkriecht er sich in die Enge, im freudig gehobenen Zustand braucht er gerade umgekehrt den Entfaltungsraum der Weite. Es wirkt auch der Charakter des den Menschen umgebenden Raums auf seine Gemütsverfassung. Man kann eine wechselseitige Beeinflussung feststellen, die seelische Verfassung des Menschen bestimmt den Charakter des umgebenden Raums, und umgekehrt wirkt der Raum dann zurück auf seinen seelischen Zustand. Jeder Raum, in dem sich der Mensch befindet hat a priori einen bestimmten Stimmungscharakter oder menschliche Qualitäten. Diese Stimmungen bedingen die Erfahrungen der Enge und Weite eines Raums.

Den Begriff des gestimmten Raums hat Ludwig Binswanger erstmals eingeführt (vgl. Binswanger 1955: 195 ff.). Der gestimmte Raum ist kein Raum, welcher neben möglichen anderen Räumen existiert, sondern ist, wie auch der hodologische Raum, ein Aspekt unter dem man den Raum betrachten kann. Die Gestimmtheit ist eine Eigenschaft

jeden Raums, sie kann stärker oder schwächer in Erscheinung treten. Der Raum wird in Hinblick auf seinen Stimmungscharakter betrachtet. Die Stimmung, welche Heidegger als philosophischen Grundbegriff eingeführt hat, ist ein geeigneter Ausgangspunkt und zugleich Schlüsselphänomen, da sie noch vor der Scheidung von Objekt und Subjekt liegt (vgl. Heidegger 2006).

„Die Stimmung ist selber nichts Subjektives 'im' Menschen und nichts Objektives, was 'draußen' in seiner Umgebung vorfindbar wäre, sondern betrifft den Menschen in seiner noch ungeteilten Einheit mit seiner Umwelt.“ (Bollnow 1963: 231)

Wichtig ist auch immer wieder die „Doppelseitigkeit“ (ebd.). Der Raum hat seine bestimmte Stimmung. Er kann heiter, düster, nüchtern, feierlich usw. sein. Dieser Stimmungscharakter überträgt sich auf den Menschen. Besonders sind es die atmosphärischen Verhältnisse, die als heiter, strahlend, drückend usw. auf den Menschen einwirken. Der Mensch ist auch von einer bestimmten Stimmung durchwaltet, und ist geneigt, diese auf den umgebenden Raum zu übertragen. Man spricht von einer Stimmung des Menschen wie von der Stimmung einer Landschaft oder eines Innenraums, und beides sind nur zwei Aspekte eines einheitlichen „Durchstimmtheits“ (ebd.). Die Witterungsbedingungen haben auf das Erleben des Raums einen Einfluss. Bei klarem Wetter wirken die Dinge näher heran gerückt, im Dunst und gegen die Sonne gesehen wirken die Dinge dagegen fortgerückt. Bollnow spricht auch von der Wirkung der Farbe. Farben machen den Raum enger und weiter, helle Farben machen ihn lichter und weiter, dunkle Farben machen ihn enger. Die einzelnen Farbqualitäten haben auch bestimmte Wirkungen. Bereits Goethe ist dieser Wirkung unter dem Titel der „sinnlich-sittlichen Wirkung der Farbe“ nachgegangen. Er sagt: „Die Erfahrung lehrt uns, dass die einzelnen Farben besondere Gemütsstimmungen geben.“ (vgl. Goethe 2003). Die gelbe Farbe, so sagt Goethe „besitzt eine heitere, muntere, sanft reizende Eigenschaft...“. Die anregende Wirkung der gelben Farbe steigert sich, je mehr die Farbe sich zum Roten hin wandelt bis zum „unerträglich Gewaltsamen“. Das gelbliche Rot ist die aktivste Farbe, sie rückt am stärksten auf den Menschen zu und verengt seinen Raum, aber sie wirkt auch aufreizend. Die blaue Farbe hat eine gegensätzliche Wirkung. Es scheint vor uns zurückzuweichen. Goethe stellt fest: „Wir sehen das Blaue gern an, nicht weil es auf uns dringt, sondern weil es uns nach sich zieht.“. Auf Innenräume bezogen sagt er: „Zimmer, die rein blau austapeziert sind, erscheinen gewissermaßen weit, aber eigentlich leer und kalt.“. Die grüne Farbe ist die ausgezeichnete Farbe, in der sich die gegensätzlichen Wirkungen ausgleichen und die darum weder beengend noch erweiternd, sondern in ihrer Neutralität in sich ruhend ist. Da die grüne Farbe beruhigend wirkt, wird sie für

Innenräume bevorzugt. Für Goethe kommt die „sinnlich-sittliche Wirkung der Farbe“ nicht durch eine Assoziation der roten Farbe mit der Sonne oder Flammen und der blauen Farbe mit Schatten oder Eis zustande. Für ihn sind es Qualitäten, die schon als solche, rein phänomenal den Farben zukommen.

Bei Innenräumen kann man feststellen, dass jeder uns umgebende Raum seinen eigenen Stimmungscharakter hat und dieser sich uns aufdrängt und unser Gemüt ergreift, sodass es sich in dieser Stimmung selbst mit einstimmt. Das Dämmrige eines Kirchenraums stimmt den Menschen feierlich, auch wenn kein Gottesdienst darin abgehalten wird. Die reformierten Kirchen des 18. Jahrhundert haben eine aufgeklärte helle und zugleich nüchterne Stimmung. Die älteren Kirchen oder Basiliken mit geschlossenen Wänden und Kerzenlicht vermitteln eine getragene, dunkle und geheimnisvolle Feierlichkeit. Dagegen erzeugen die gotischen Kirchen mit ihren großen Fenstern und farbigen Licht eine Stimmung der Leichtigkeit, Weite und Freiheit (Bollnow 1963: 234 f.).

Solche Wirkungen kann man nicht nur bei gestalteten Innenräumen feststellen, sondern auch in der Landschaft. Schwarze Regenwolken haben etwas Niederdrückendes und Lastendes. Es gibt neben der Wirkung der Welt auf den Menschen auch eine Wirkung vom Menschen her. Um den Gequälten zieht sich der Raum zusammen und alles wird ihm eng, sodass er schmerzhaft überall anstößt. Bollnow spricht vom „beengenden Raum des bangenden Herzens“ (ebd.: 235). Angst verengt die ganze Welt um uns herum und verengt unseren Spielraum in der Welt. „Der euphorische Raum“ (ebd.: 238) ist die gegensätzliche Stimmung. Der heitere Himmel verändert den ganzen inneren Zustand des Menschen. In der Arbeit „Über Ideenflucht“ von Binswanger ist der Zusammenhang von gehobener Stimmung und der menschlichen Räumlichkeit untersucht worden. Er spricht von einem „springen“, da alle Dinge im Raum näher rücken, sodass alles leichter zu erreichen ist. Die Welt des Optimisten kennt keine Schwierigkeiten und Hindernisse, er sieht immer einen Ausweg. Sein allgemeiner Charakter ist nicht beengend, die Dinge geben dem Menschen Raum und er kann sich ungehindert bewegen. Dies bezeichnet Binswanger mit dem Begriff der Volatilität, der Überfliegerbarkeit (vgl. Binswanger 1933).

Zusammenfassend ist der gestimmte Raum ein Gefühl der Enge und Weite, welches durch die Wirkung von Farbe, Licht und Form, sowohl in Innenräumen, als auch der freien Landschaft auftritt. Die Gestimmtheit von Räumen entsteht aus einem Zusammenwirken von der Welt auf den Menschen und seiner eigenen inneren Stimmung. Sub-

ektiv ist, was eng und was weit ist. Das Konzept gestimmter Räume soll als Ausgangspunkt zum Verständnis des Atmosphärenkonzeptes dienen. Als nächstes wird das Konzept der Atmosphären, ein wichtiger Begriff bei der Wahrnehmung von Stimmungen im Raum dargestellt.

3.2.2 Entstehung von Atmosphären

Der Begriff der Atmosphäre ist von den griechischen Wörtern *atmós* (ἀτμός) = Dampf, Dunst, Hauch, und *sphaira* (σφαῖρα) = Ball, Kugel, abgeleitet und ist im 17. Jahrhundert auf den von Himmelskörpern ausströmenden und sie umgebenden Dunst bezogen. Später nahm der Begriff die Bedeutung der einen Planeten umgebenden Luftschicht an. Der Begriff der Atmosphäre hat heute zwei Bedeutungsfelder, im klimatologischen Sinne für „Erdatmosphäre“, zum anderen in einem ätherisch-gefühlräumlichen Sinne. Erdatmosphäre ist ein naturwissenschaftlicher Gegenstand, Atmosphären des Gefühls werden von vielen geistes- und sozialwissenschaftlichen Disziplinen angesprochen, besonders in der Philosophie und Phänomenologie. Weitere Wissenschaften die Atmosphären als Begriff verwenden, sind die Soziologie, Musik, Kunst besonders Malerei, Pädagogik, Psychologie und Architektur. Die Atmosphäre ist in der Brockhaus Enzyklopädie allgemein als Umgebung, Stimmung, Ausstrahlung und Fluidum definiert.

Im 18. Jahrhundert wird die Bedeutung ausgedehnt und auf beliebige Objekte, Personen oder Gegenstände und deren geruchlich erfahrbaren Ausdünstungen benutzt. Der Begriff des Dunstkreises ist in der deutschen Sprache ein Lehnwort des griechischen Wortes Atmosphäre, bei welchem die Ausstrahlung hin zum Raum begrifflich deutlicher bewahrt geblieben ist. Für Hauskeller sind Atmosphären als „gespürte Anwesenheit“ zu verstehen und beeinflussen somit die Wahrnehmung (Hauskeller 1995: 32 f.).

Im ästhetischen Diskurs von Gernot Böhme werden Atmosphären kurz als „Sphären gespürter leiblicher Anwesenheit“ (Böhme 2006: 49) beschrieben. Er sagt auch:

„dass mit Atmosphäre etwas Unbestimmtes, schwer Sagbares bezeichnet werden soll (...) Atmosphären sind weder rein objektiv noch rein subjektiv, sie fallen quasi aus dem vernünftig Sagbaren heraus.“ (Böhme 1995: 21)

Daran wird deutlich, dass Atmosphäre ein schwierig greifbarer Begriff ist und dass man bei der Wahrnehmung von Dingen zuerst ihre Anwesenheit spürt, demnach nimmt man erst die Atmosphäre des Raums wahr und erst danach die Dinge im Raum. Dies erklärt Böhme an einem Beispiel: Das Geräusch einer herumfliegenden und sirrenden Mücke

nimmt man als allgemeine Anwesenheit wahr, noch bevor im zweiten Schritt die Mücke als Geräuschquelle identifiziert werden kann (Böhme 2001: 45). Atmosphäre ist demnach für Böhme unmittelbares Spüren von Anwesenheit, noch bevor eine kognitive Trennung zwischen Subjekt und Objekt stattfindet. Atmosphären sprechen die Befindlichkeit an, man kann in eine Atmosphäre eintreten und sich auf sie einlassen, man wird gefühlsmäßig von ihr gestimmt. Dieses Wahrnehmen von etwas, in das man hineingerät, wird als Ingression bezeichnet (ebd.: 46). Ein Beispiel ist das Eintreten in die gespannte Atmosphäre einer Prüfungssituation. Das Subjekt begegnet hier einer Stimmung, die vorerst nicht die Eigene ist. Böhme zeigt hier, dass Atmosphären vom Subjekt gefühlsmäßig erfahrbar sind. Man kann sich auch von Atmosphären distanzieren, denn man wird nicht zwangsläufig gestimmt und kann sich ihr quasi entziehen, wenn die mitgebrachte Stimmung des Subjekts nicht mit der Stimmung seiner Umgebung übereinstimmt, also abweicht. Ein Beispiel ist, wenn man wegen eines Trauerfalls bedrückt ist, kann man die heitere Stimmung eines Frühlingstages nicht im eigenen Befinden erfahren. Dieses Phänomen wird als Diskrepanz bezeichnet (ebd.: 47). Die subjektive Stimmung ist dann also nur der subjektive Pol, der an sich objektiven Atmosphäre. Böhme sagt: „Atmosphären sind etwas *zwischen* Subjekt und Objekt. Sie sind nicht etwas Relationales, sondern die Relation selbst.“ (ebd.: 54). Aus diesem Grund trennt er Atmosphären und Atmosphärisches. Schmitz führt hierzu in seiner Leibphilosophie den Begriff des Halbdings ein (ebd.: 59 f.).

Demnach gibt es für ihn eine Differenz zwischen einem objektiven und einem subjektiven Charakter von Atmosphären. Subjektiv ist eine atmosphärische Situation, wenn eine Aussage nur von Einem getroffen werden kann. Die Subjektivität ist weniger im Subjekt begründet, sondern in der Eigenart der Elemente einer Situation. Objektiv ist eine Situation dann, wenn jeder sie aussagen kann. Objektivität gibt es bei Atmosphären aber nur in einem eingeschränkten Sinne, da sie aufgrund ihres ontologischen Charakters keine Objekte sein können. Schmitz nennt sie daher auch „präobjektiv“ (Schmitz 2007: 103). Präobjektive Atmosphären sind zum Beispiel „unpersönliche Atmosphären“, in die man „hineingerät wie in das Wetter“ (ebd.: 134). Man ist von einer solchen Atmosphäre so lange nicht affektiv betroffen, als man in einer distanzierten Beziehung zu ihr steht, sie nicht an sich heran lässt. Präobjektiv bleibt eine Atmosphäre damit so lange, wie sie keinen Einlass in das eigene Mitsein findet. Dennoch ist er der Meinung, dass eine auf Distanz gehaltene Atmosphäre als gefühlsmäßige Intensität wahrgenommen werden kann. Die Atmosphäre bleibt dann äußerlich und springt nicht in das eigene af-

fektiv-leibliche Befinden über. Sie ergreift nicht, sondern steht als Situation, die man kognitiv nachvollziehen kann, auf Abstand.

Vor diesem Hintergrund verändert Kazig das konzeptionelle Verständnis von Atmosphären und thematisiert sie als Medium der Wahrnehmung. Durch diese konzeptionelle Veränderung wird der Begriff Atmosphäre anschlussfähiger für die Humangeographie. Als Medium zwischen Mensch und Umwelt sieht er die Möglichkeit den Atmosphärenbegriff mit dem Handlungsbegriff zu verbinden (Kazig 2007: 167).

Thibaud hat diesen Ansatz der Atmosphärenwahrnehmung als „ökologischen Zugang zur Wahrnehmung“ bezeichnet (Thibaud 2003: 282). Dabei wird das Subjekt in die Mitte gerückt und wird von seiner wahrnehmenden Umwelt umgeben, von der Atmosphäre eingehüllt. Der französische Atmosphärenbegriff heißt *ambiance* und gibt diesen Zusammenhang etymologisch auch besser wieder, da er sich vom lateinischen Wort *ambi-re* = umschließen ableitet. Für Thibaud lassen nicht einzelne Faktoren oder Objekte eine Atmosphäre entstehen, sondern die Situation, die alle Komponenten verbindet. Hier verweist er auf Dewey, der von einer „durchgehende Qualität“ spricht (Dewey 2003: 106). Atmosphären haben wie in Abbildung 2 dargestellt, selbst bestimmte qualitative Eigenschaften und wirken auf ihre Umwelt qualifizierend, das heißt sie stimmen die übrigen Dinge ihrer Umwelt gemäß ihren eigenen Qualitäten.

Bei der Definition des Begriffs der Atmosphäre sieht Thibaud das Problem der Wahrnehmung, beziehungsweise in einem geeigneten Modell zur Erfassung. Er erklärt, wie mit einem phänomenologischen Ansatz, Atmosphären sinnlich bestimmt werden können und definiert Atmosphären als Medium der Wahrnehmung. Kazig übernimmt das Konzept, Atmosphären als Medium der Wahrnehmung zu verstehen. Er unterscheidet darüber hinaus aber zwischen Wahrnehmung und Empfindung und letzteres führt für ihn zum Zugang zu Atmosphären (Kazig 2007: 169)

3.2.3 Wahrnehmung von Atmosphären

Wie vorher beschrieben, wird der Begriff der Atmosphäre in der aktuellen Forschung als Medium der Wahrnehmung verstanden. Das heißt als vermittelnder Aspekt zwischen Wahrnehmenden und dem Wahrzunehmenden. Menschen erfassen ihre Umwelt in einer bestimmten Atmosphäre, einer Gesamtsituation (Abbildung 2). Nun soll die Subjektseite im Atmosphärenkonzept genauer betrachtet werden. Wie werden Atmosphären selbst

erfahren, wie werden sie vom Beobachtenden empfunden und wie kommen sie im Bewusstsein des Subjekts zur Geltung?

Schmitz deutet Atmosphären als Gefühle und bezeichnet sie kurz als „ergreifende Gefühlsmächte“ (Schmitz 1969). In seinem System der Philosophie nennt er den dritten Band „Der Gefühlsraum“ und analysiert darin die menschlichen Gefühle und ihre Bezüge zum Raum. Schmitz betrachtet den menschlichen Leib phänomenologisch und differenziert, wie schon erwähnt, zwischen Körper und Leib. Er versteht den Leib, womit er „weder Körper noch Seele meint, etwas das räumlich ausgedehnt ist in einer dem Geräusch ähnlichen Weise. Das heißt es ist prädimensional und unteilbar, aber dennoch nicht unstrukturiert.“ (Schmitz 2007). Damit widerspricht er dem klassischen Körper-Seele-Dualismus. Er differenziert die menschliche Gefühlswelt in Gefühle und mit diesen verbundenen leiblichen Regungen. Zum Beispiel geht mit dem Gefühl der Heiterkeit die leibliche Regung des Behagens einher. Oder das Gefühl der Schwermut geht mit der leiblichen Regung der Mattigkeit und Müdigkeit einher. Leibliche Regungen werden also am oder im eigenen Leib erfahren und sind örtlich umschrieben (Schmitz 1969: 98). Dagegen sind für ihn die Gefühle atmosphärisch in unbestimmte Weite ergossen und sind phänomenal den klimatisch-thermischen Atmosphären, dem Wetter und den tages- und jahreszeitlichen Stimmungen nahe. Für Schmitz steht fest, dass sich Gefühle dem Menschen nur durch leibliche Regungen vermitteln, ihn affektiv betroffen machen (ebd.: 153). Für städtische Räume und ihre Besucher ist das interessant, dass Atmosphären als Gefühle wahrgenommen werden können, unabhängig davon ob sie den Wahrnehmenden leiblich ergreifen oder nicht.

In der Architektur wird auch der Geist des Ortes, der Begriff des „Genius loci“ (Norberg-Schulz 1982) betrachtet, um zu erklären, was den Menschen am Ort berührt. Die Stimmung oder Atmosphären die ein Ort vermittelt ist für jeden erfahrbar. Jedoch ob diese Atmosphäre eine spürbar leibliche Regung auslöst oder nicht bleibt offen. Dies kann nur am Ort des Geschehens im Gespräch herausgefunden werden. Nach Schmitz ist in der gesprochenen Sprache die Ich-Formulierung ein Hinweis auf eine leiblich gespürte Regung, während allgemeine Aussagen eher auf Gefühle bezogen sind. Als Beispiel wird aufgeführt, wenn eine Atmosphäre bedrückend genannt wird, dann empfindet man diese als leibliche Regung nach. Wird hingegen eine Atmosphäre bedrückt genannt, dann nimmt man dies lediglich als Gefühl wahr (Hauskeller 1995: 50).

Zusammenfassend sind für Schmitz Atmosphären unbestimmt in die Weite ergossene Phänomene, welche als Gefühle wahrgenommen werden und in Form einer leiblichen Regung erfahren werden können.

Für Böhme ist die Wahrnehmung des Menschen immer auch eine Positionierung gegenüber seiner Umwelt. Alles Wahrgenommene verlangt, dass das wahrnehmende Subjekt innerlich sich dazu in eine Stellung bringt, einen Bezug aufbaut. Böhme nennt diese Positionierung des Menschen gegenüber seiner Umwelt, Disposition (2001: 83). Diese leibliche Disposition gegenüber einer Atmosphäre als Situation nennt Böhme in seiner Wahrnehmungslehre Befindlichkeit und beschreibt diese treffend als „Ich-Pol der Wahrnehmung“ (ebd.: 73). In den empirischen Ansätzen der Atmosphärenforschung stellt die Befindlichkeit den Hauptzugang dar. Abbildung 2 ist ein Versuch die Wahrnehmung von Atmosphären von der Subjektseite her zu veranschaulichen. Wie diese methodische Annäherung geschehen kann, wird im nächsten Abschnitt behandelt.

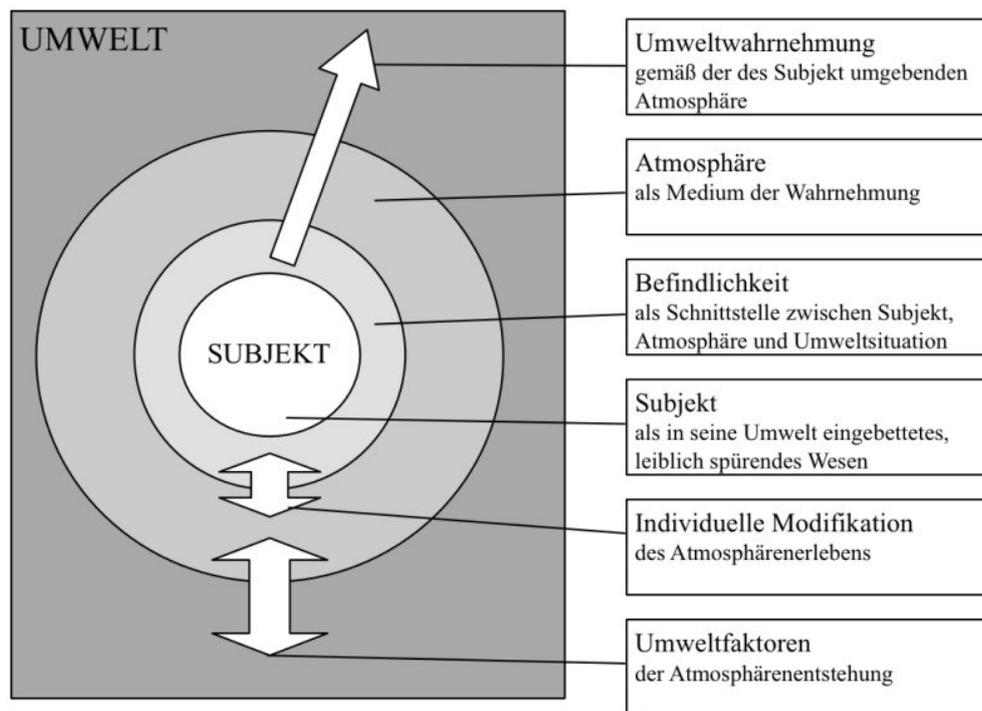


Abbildung 2: Atmosphäre als Medium der Wahrnehmung

Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an Breuninger (2009: 16)

3.2.4 Wirkung von Atmosphären

Bisher wurden die Entstehung und Wahrnehmung von Atmosphären besprochen. Dabei wurde gezeigt, dass Atmosphären als Medium zwischen Subjekt und Objekt verstanden werden und das Subjekt affektiv und emotional stark einbinden können. Auf dieser Wirkung aufbauend gibt es die Annahme, dass Atmosphären das Verhalten von Menschen modifizieren, sodass Atmosphäre entweder Handlungsaufforderungen oder Handlungshemmnisse vermitteln.

Thibaud benutzt Deweys Begriff der „durchgehenden Qualität“ und kommt zu dem Schluss, Atmosphäre als die Qualität der Situation zu definieren. In diesem Sinne ist Wahrnehmung nicht nur, die Welt zu interpretieren, sondern auch eine Situation zu vereinheitlichen. Danach erklärt er anhand des praxeologischen² Wahrnehmungsverständnisses die enge Beziehung zwischen Wahrnehmung und Handlung. Für Thibaud steigern oder schwächen Atmosphären die Handlungsfähigkeit. Mit dem Handlungsbegriff kann man Atmosphäre als motorische Anregung definieren, welche Handlungen und Bewegungen anregen oder unterdrücken, in dem sie zu einer Gestik anregen. Ein Zusammenhang zwischen Empfindung und Gestik sehen auch Waldenfels (2000: 76) und Gibson (1982), welche den Begriff der „affordance“ aus der ökologischen Psychologie benutzen (ebd.: 137 ff.). Hier kann auch die Herkunft des Begriffs der Emotion dienlich sein, welcher im Alltag häufig mit Gefühl gleichgesetzt wird. Das lateinische *emovere* bedeutet sich auf eine Bewegung vorzubereiten. Entsprechend gehört zur Wahrnehmung stets das Handeln in einer bestimmten Weise (Thibaud 2003: 288 f.).

Wenn man Atmosphären als Medium der Wahrnehmung denkt, muss zuerst die Dimension der Gefühle bzw. Emotionen und danach die Dimension der Gestik erklärt werden. Kazig erweitert das Konzept um eine dritte Dimension und nennt diese Aufmerksamkeit (2007: 173). Mit Aufmerksamkeit meint er, dass situationsbezogene Zusammenspiel von Sinnen, Geist und Körper. Es gibt verschiedene Arten der Aufmerksamkeitssteuerung für ihn, welche er als Modi der Aufmerksamkeit bezeichnet. Als Beispiel führt Kazig die von ihm empirisch in einer Verkehrssituation beschriebene „leicht gefährliche Atmosphäre“ eines Platzes an. Dabei kreuzt ein Radweg eine Fußgängerzone, dies erfordert beim gehenden Fußgänger eine erhöhte Aufmerksamkeit. Somit sind Atmosphären eine subtile Technik der Aufmerksamkeitssteuerung (ebd.).

² Unter Praxeologie versteht man in der Philosophie die Erfahrungsregeln, die bestimmte Handlungsweisen begünstigen.

Abbildung 3 ist ein Versuch die in der Arbeit angesprochenen Atmosphärenbegriffe der verschiedenen Autoren und ihre Bedeutungen chronologisch anzuordnen.

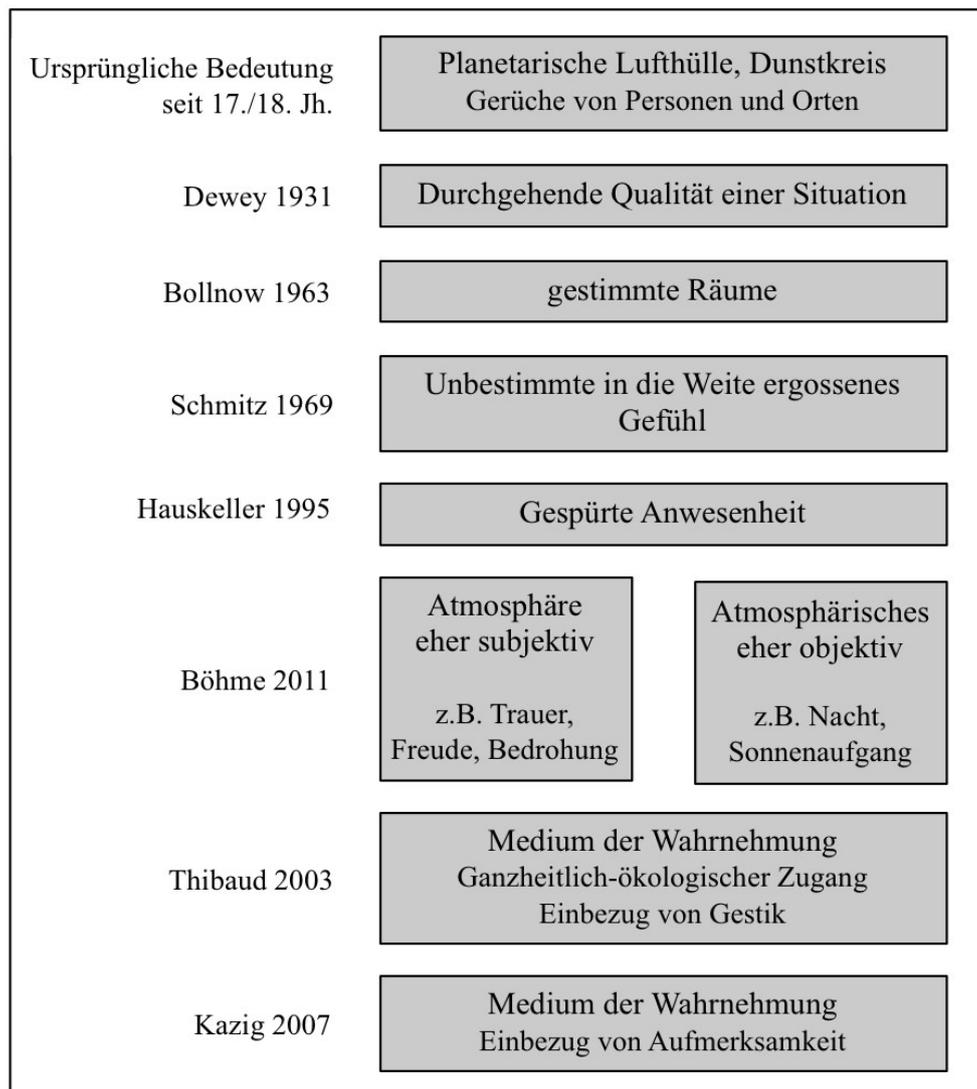


Abbildung 3: Wandel des Atmosphärenkonzepts

Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an Breuninger (2009: 13)

Zum Determinismus von Atmosphären sollten hier noch ein paar Dinge gesagt werden (Kazig 2007: 179). Denn in Diskussionen kommt oft der Einwand, Atmosphären würden eine neue Form geodeterministischen Denkens auf Mikroebene verbreiten. Um dies zu widerlegen wird folgendes angeführt. Atmosphären sind nur als das Potenzial eines Raumes zur Befindlichkeit zu verstehen, wobei Räume mit sehr unterschiedlichen Potenzialen ausgestattet sind. Hauskeller beschreibt dies mit „Homogenität und Dichte“ (Hauskeller 1995: 42). In diesem Sinn sind zum Beispiel Kirchräume mit einer hohen atmosphärischen Dichte und Homogenität ausgestattet. Andere Räume verfügen oft

über ein geringeres Potenzial und sind deshalb weniger bestimmend auf die Befindlichkeit der Personen im Raum. Darüber hinaus ist die Beeinflussung durch Atmosphären abhängig von individuellen Voraussetzungen. Hauskeller nennt dies „Subjektive Bedingungen von Erscheinungscharakteren“ (ebd.: 42 ff.). Eine Rolle spielt die sinnliche Begabung der Personen die Atmosphären wahrzunehmen, welche unterschiedlich ausgeprägt sind. Die Erfahrung von Atmosphären wird auch durch die Sozialisation mitbestimmt, denn jede Erfahrung knüpft an Vorerfahrungen. Hier weist Kazig nochmals hin, dass bestimmte Atmosphären ohne kulturelle Vermittlung in Erscheinung treten, als Beispiel sei nochmals die leicht gefährliche Atmosphäre bei querendem Verkehr genannt (Kazig 2007: 180). Zuletzt wird noch die Möglichkeit der Diskrepanzerfahrung (Böhme 2001) angesprochen. Subjekte können in gewissen Situationen einer Atmosphäre bewusst entgegentreten und sich ihr entziehen. Thibaud hat auch gezeigt, dass das Subjekt nicht nur Empfänger von Atmosphären ist, sondern es kann auch bewusst zur Produktion und Veränderung einer Atmosphäre beitragen (Thibaud 2003).

3.2.5 Merkmale von Atmosphären

Atmosphären können als vage Erscheinungen beschrieben werden, die weder eine zeitlich, noch eine räumliche Persistenz aufweisen. Böhme übernimmt aus diesem Grund den von Schmitz eingeführten Begriff der Halbdinge (Böhme 2001: 61 ff.), um einen Satus zwischen Dingen und Qualitäten zu beschreiben. Atmosphären haben zwar keine zeitliche, jedoch eine qualitative Konstanz, in dem Sinne, dass Dinge ihren Charakter ändern können. Der Charakter von ein und demselben Ding kann sich zeitlich wandeln. Atmosphären hingegen können sich nicht wandeln, sondern können nur in eine andere Atmosphäre übergehen.

Thibaud ist der Auffassung, dass Atmosphären dynamische Prozesse unterliegen und sie verschiedene Phasen durchlaufen. Eine Atmosphäre entsteht, verdichtet sich, erreicht einen Höhepunkt, wird schwächer oder löst sich auf. Neben einem zeitlichen Charakter entwickelt sich auch die Atmosphäre in eine Richtung (Thibaud 2003: 287).

3.3 Analyse von Atmosphären

Nachdem das Atmosphärenkonzept theoretisch in seiner Entstehung, Wahrnehmung und Wirkung behandelt wurde, werden in diesem Abschnitt auf schon erfolgte empiri-

sche Betrachtungen einer Atmosphärenforschung eingegangen und die daran vollzogenen Typologien aufgezeigt. Es werden die Charaktere von Atmosphären (Böhme 2001), die besondere Atmosphäre (Rauh 2012), die Atmosphäre einer Straße (Hasse 2002a), typische Atmosphären städtischer Plätze (Kazig 2008), Einkaufsatmosphären (Kazig 2013), Atmosphären im Gastronomiebereich eines Shopping-Centers (Roßmeier 2008) und die Atmosphäre einer Einkaufsstraße (Breuninger 2009) vorgestellt.

3.3.1 Charaktere von Atmosphären nach Böhme

Böhme versteht Atmosphären als einen wichtigen Begriff in seiner Vorlesung über Ästhetik als allgemeine Wahrnehmungslehre, die er „Asthetik“ nennt. Eine Vorlesung ist dem Begriff der Synästhesien gewidmet (Böhme 2001: 87). Die Wahrnehmung auf der Objektseite erklärt er mit Synästhesien. Der Begriff Synästhesie kommt aus dem Griechischen und bedeutet übersetzt „mitempfinden“ oder „zugleich wahrnehmen“ und bezieht sich auf die sinnliche Wahrnehmung als Gesamteindruck bestehend aus den Einzelheiten wie Dinge, Farben, Formen, Gerüche, Beziehungen aller Art. Er möchte die Synästhesien als Charaktere von Atmosphären bestimmen. Als Beispiele der Wahrnehmung wird etwa genannt, dass man beim Betreten einer noch unbekanntes Wohnung sofort die „kleinbürgerliche Atmosphäre“ oder „den Muff einer alten Wohnung“ spürt. Oder nach einer längeren Wanderung durch waldige Berge, tritt man plötzlich heraus aus dem Wald und es öffnet sich vor einem „ein heiteres Wiesental“ (ebd.: 88). Man könnte noch viele weitere Beispiele nennen, das Entscheidende für alle ist der erste atmosphärische Gesamteindruck. Die Art und Weise der Artikulation der Eindrücke ist aber durchaus unterschiedlich und hier nimmt Böhme eine Klassifikation von Charakteren vor. Er klassifiziert fünf Gruppen von atmosphärischen Charakteren, die in Tabelle 1 dargestellt sind.

Tabelle 1: Charaktere von Atmosphären

Quelle: Eigene Darstellung nach Böhme (2001: 89 f.)

Charaktere von Atmosphären	Beispiele
gesellschaftliche Charaktere	Atmosphäre der 20er Jahre, Kasernenhof-Atmosphäre, Atmosphäre der Eleganz, der Kleinbürgerlichkeit, des Reichtums, der Armut usw.
Synästhesien	raue Atmosphäre, feurige Atmosphäre, dichte Atmosphäre
Stimmungen	heiter, ernst, melancholisch, heroisch usw.
kommunikative Charaktere	gespannt, ruhig, feindlich
Bewegungsanmutungen	drückend, erhebend, weit, eng, bewegend

Gesellschaftlichen Charakteren werden durch gesellschaftliche Konventionen erzeugt. Von diesen heben sich deutlich synästhetische Charaktere wie Wärme, Helligkeit und Kälte ab. Synästhesien werden hier als „intermodale Qualitäten“ oder „intersensorielle Eigenschaften“ verstanden. Dies wird deutlich am Beispiel hell, welches in allen Sinnesbereichen vorkommt. Eine Farbe, ein Ton oder eine Stimme kann hell sein. So gesehen könnte man behaupten, dass Töne, Farben und Stimmen zum Erzeugen einer hellen Atmosphäre beitragen. Bei Stimmungen ist zu sagen, dass alle Atmosphären quasi-objektive Stimmungen haben (ebd.: 89 ff.). Kommunikative Charaktere sind Situationen, in die man hinein geraten kann. Bewegungsanmutungen sind Charaktere, die man häufig wahrnimmt bei plötzlichen Wechseln der Umgebung, wie schon an dem Beispiel deutlich gemacht, dass sich vor einem das Tal öffnet, wenn man aus dem Wald heraus tritt. Oder auch anders herum wenn man zum Beispiel von einem weiten Platz in eine enge Gasse geht.

Im Einzelfall ist eine Zuordnung nur zu einer Gruppe schwierig und es kann eine Atmosphäre sich mit mehreren Charakteren überschneiden. Für die Gruppierung existiert bisher keine Systematik und man könnte wohlmöglich auch noch mehr Charaktere klassifizieren.

3.3.2 Die besondere Atmosphäre nach Rauh

Rauh (2012) erkennt Atmosphäre als ein Grundphänomen der Lebenswirklichkeit. Er betrachtet Atmosphäre als ästhetischen Begriff in Anlehnung an den Vorgängerbegriff der „Aura“ von Walter Benjamin (1977). Rauh erarbeitet eine Atmosphärentheorie aufbauend an Böhme. Er stellt in seiner Betrachtung die Vagheit von Atmosphären heraus.

Um Atmosphären als kunstpädagogischen Begriff zu verwenden, erörtert er die „besondere Atmosphäre“. Auf dieser Basis untersucht er mit der qualitativ-empirischen Methode der „Asthetischen Feldforschung“ Werke von Gerhard Richter, das sogenannte Richter-Fenster im Kölner Dom und Kunstwerke von Richter aus dem Kölner Museum Ludwig.

Seine Methode besteht aus den folgenden drei Kernpunkten. Notieren aller Wahrnehmungen, Anfügen von erinnerungsprotokollarische Erinnerungen und die Datenerhebungs- und Auswertungsperson nicht zu trennen.

Als Ergebnisse nennt er „von Ekstasen geprägte Anmutungsräume, die Raumbezogenheit der Wahrnehmung, Einflüsse von Bildwirkungen auf den Körper beim Laufen, Wahrnehmungswechsel oder etwa die sprachliche Entwicklung der Feldforschungsberichte in Form einer transmodalen Wortwahl als Zeugnis einer Einstimmung“ (Rauh 2012: 258).

3.3.3 Die Atmosphäre einer Straße nach Hasse

Die Studie zur Drosselgasse in Rüdesheim wurde schon erwähnt. Hasse führt seine Untersuchung anhand 45 schriftlicher Atmosphärenbeschreibungen durch. Im Rahmen einer eintägigen Exkursion von Studierenden der Geographie wurden die Beschreibungen verfasst. Bei der Auswertung der Atmosphärenbeschreibungen geht er qualitativ vor und kombiniert zwei Paradigmen miteinander. Zum einen benutzt er die Neue Phänomenologie von Schmitz, um die Erlebnisse auf der Subjektseite zu analysieren. Die Neue Phänomenologie kombiniert er in seiner Forschungsmethodik mit den Methoden der qualitativen Sozialforschung, besonders der Text- und Inhaltsanalyse (Hasse 2002a: 78 ff.). Für die Entstehung von Atmosphären stellt er die räumlich-dinglichen Merkmale im Straßenraum, die auf das Befinden der Besucher einwirken, heraus. Die erlebten Atmosphären bewegen sich dabei zwischen den zwei Polen, dem Gefühl der Enge und der Weite. Da die Drosselgasse mit rund zweieinhalb Metern Breite sehr schmal ist, ist das Gefühl der Enge dominant. Bei den Entstehungsgründen des jeweiligen Enge- und Weitegefühls unterscheidet Hasse zwischen leiblich und symbolisch vermittelten Eindrücken.

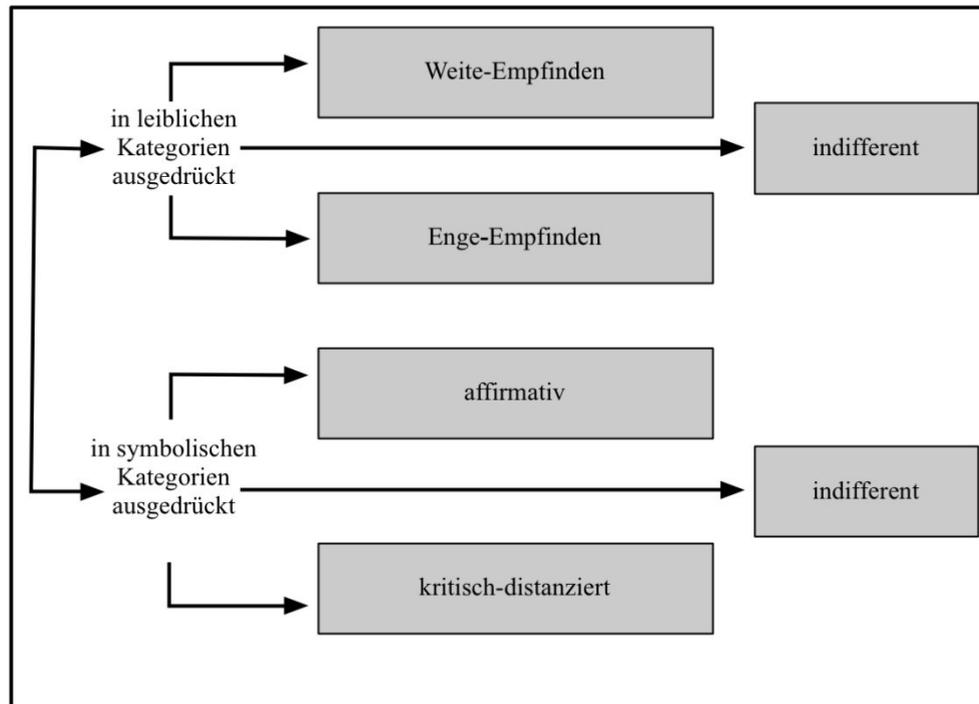


Abbildung 4: Auf Atmosphären bezogene Eindrücke

Quelle: Veränderte Darstellung nach Hasse (2002a: 91)

Abbildung 4 zeigt, dass Atmosphären leiblich und symbolisch ausgedrückt werden können. Die leiblich vermittelten Atmosphären spannen sich zwischen gespürter Weite (warm, ruhig, entspannt, freundlich), indifferenten Eindrücken (voll, belebt, appetitanregend) und gespürter Enge (beenzt, bedrückt, hektisch, unwohl) auf. Die symbolischen Kategorien werden mit gesellschaftlich-kulturellen Bezügen geäußert und können affirmativ (einladend, gemütlich, gesellig, idyllisch), indifferent (romantisch, bayrisch, international) und kritisch-distanziert (ungemütlich, konsumorientiert, düster) sein. Für Hasse sind die Enge und Weite sowie die Affirmation und kritische Distanz natürlich evaluative Kategorien. Weite und Affirmation bedeuten Wohlbefinden, Enge und kritische Distanz erzeugen ein gewisses Unwohlsein. Dazwischen liegen neutrale indifferente Eindrücke (ebd.: 90 ff.).

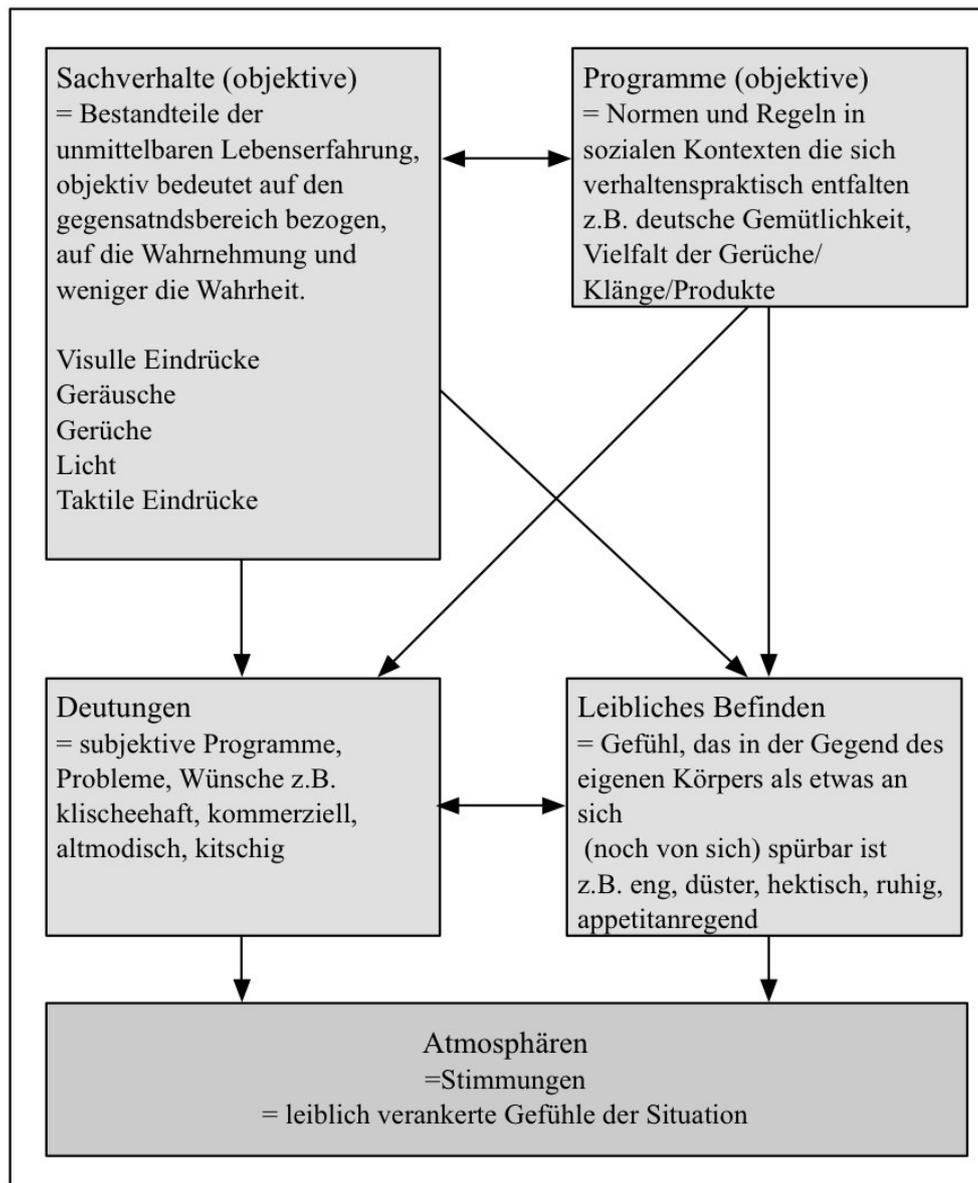


Abbildung 5: Entstehung von Atmosphären

Quelle: Veränderte Darstellung nach Hasse (2002a: 98 f.)

Abbildung 5 zeigt die Entstehung von Atmosphären nach Hasse. Auch hier unterscheidet er nach leiblichen und symbolischen Kategorien. Er trennt bei den Faktoren der Atmosphärenentstehung zwischen den objektiven Sachverhalten und den objektiven Programmen. Aus diesen Faktoren entstehen in Wechselwirkung die subjektiven Deutungen der Sachverhalte und das leibliche Befinden. Atmosphären entstehen dann aus dem leiblichen Befinden und der subjektiven Deutung der räumlichen Umwelt (ebd.: 96 ff.).

Zusammenfassend weisen Böhme und Hasse eine gewisse analytische Unschärfe auf. Es sollte klarer getrennt werden zwischen den erzeugenden Faktoren von Atmosphären und denen die das Subjekt stimmen und wie es diese dann zur Sprache bringt. Wie wir

gleich sehen werden, ist es sinnvoller Atmosphärentypen zu bilden. Darin werden auch die Charaktere als Merkmal von Atmosphären, wie man sie zur Sprache bringt, wiederzufinden sein und es wird verdeutlicht, dass Charaktere nicht die unterschiedliche Entstehung von Atmosphären gleichen Charakters erklären können.

3.3.4 Typische Atmosphären städtischer Plätze nach Kazig

Kazig (2008) sieht in der Herausbildung von Typen mit dem Atmosphärenkonzept einen Anwendungsbezug für die empirische Forschung in der Geographie. Auch wenn im Einzelfall die konkrete Erscheinung vielleicht abweicht, ermöglicht eine Typisierung die Ähnlichkeiten im Allgemeinen aufzuzeigen. Man spricht zum Beispiel von einer typischen Biergartenatmosphäre oder Einkaufsatmosphären wie die Weihnachtsmarktatmosphäre oder die Wochenmarktatmosphäre. Eine erste strukturierte Typisierung wurde von Kazig entwickelt (2008; 2013).

Kazig (2008) hat sich in dieser Untersuchung erstmals explizit mit Typen von Atmosphären befasst, die eine Verallgemeinerung aus einer Fallstudie zulassen. Die vorgeschlagenen Typen beruhen auf einer Untersuchung des Bonner Bottlerplatzes, welcher ein gewöhnlicher Stadtplatz ist. Der Platz ist geprägt durch Nutzung mit Einzelhandelsgeschäften, Dienstleistungsbetrieben und einem Café-Restaurant. Ausgestattet ist der Platz im öffentlichen Raum mit Bäumen, Bänken und Springbrunnen (ebd.: 153). Es wurden mit insgesamt 40 Personen zu vier unterschiedlichen Zeiten, mit je zwei Gängen pro Person über den Platz, anhand der Methode der „Parcours commentés“ (Thibaud 2001) Daten erhoben.

In den Ergebnissen wurden fünf typische Atmosphären städtischer Plätze beschrieben. Die Typen und die sie kennzeichnenden Merkmale werden im Folgenden genannt (Kazig 2008: 153 ff.).

Atmosphäre der Weitung

Diese Atmosphäre entsteht beim Betreten eines Platzes durch eine horizontale und vertikale Vergrößerung des Blickwinkels. Die Helligkeit scheint eine besondere Rolle bei der Erfahrung zu spielen, da die Intensität nachts oder durch belaubte Bäume vermindert wird. Besonders beim Betreten eines Platzes aus einer schmalen Straße kommend, tritt diese Atmosphäre auf. Die Empfindung der Passanten ist weniger eingengt und insgesamt freier. Erfahren wird sie bei einer baulichen Veränderung im Bereich weniger

Schritte und geht dann in eine andere Atmosphäre über. Das Betreten eines Platzes wird als ein besonderer Moment erlebt.

Leicht gefährliche Atmosphäre

Diese Atmosphäre tritt dann auf, wenn im Fußgängerbereich andere Verkehrsteilnehmer als Querverkehr kreuzend in Erscheinung treten oder wenn sich der Verkehr zum Beispiel bei Einmündungen verengt und ein Ausweichen erschwert wird. Bei den Passanten ist eine sichernde Form der Aufmerksamkeit ausgeprägt, die kurzzeitig eine erhöhte Anspannung und das Gefühl von Stress aufkommen lassen.

Durchgangs-atmosphäre

Dieser Typ ist gekennzeichnet durch eine Abwesenheit von ablenkenden Elementen wie Querverkehr oder attraktiven Elementen bei einer normalen Frequentierung durch Fußgänger. Die Passanten können sich ungehindert mit ihrer individuellen Gehgeschwindigkeit bewegen, dies ist mit keiner besonderen Befindlichkeit verbunden. Bei einer zu geringer Frequentierung können die Gespräche einzelner Passanten die Aufmerksamkeit auf sich ziehen. Bei einer zu hohen Frequentierung kann die Atmosphäre zu einer leicht gefährlichen Atmosphäre übergehen, beim Vermeiden eines Zusammenstoßes mit anderen Passanten.

Gemeinschaftliche Atmosphäre

Diese Atmosphäre entsteht in unmittelbarer Nähe von Außenterrassen eines Cafés oder Restaurants, in dem ein Blickkontakt zwischen Passanten und Gästen möglich ist, kann aber auch bei großen Fensterfronten welche den Einblick von der Straße ermöglichen auftreten. Das gemeinsame Essen und Trinken bildet hier eine wichtige Gemeinschaft bildende Aktivität. Das Handeln der Passanten ist unterschiedlich, eine Gruppe von Passanten empfindet es als gemütlich und lässt sich auf die gemeinschaftliche Atmosphäre ein indem sie sich hinsetzt und verweilt, eine andere Gruppe von Passanten versucht den Raum der Gemeinschaft zu umgehen um nicht die sitzenden Gäste zu stören.

Atmosphäre ästhetischer Anregung

Dieser Typ entsteht wenn sich Kunstgegenstände im öffentlichen Raum befinden und wegen ihrer Form, Farbe oder Positionierung als solche wahrgenommen werden. Wenn Passanten Kunst im öffentlichen Raum wahrnehmen dann führt das Betrachten zu einer Reduktion der Gehgeschwindigkeit und ist eventuell von leisen Gesprächen begleitet.

3.3.5 Einkaufsatmosphären nach Kazig

In einer weiteren Untersuchung hat Kazig (2013) Einkaufsatmosphären genauer betrachtet und drei Typen beschrieben. Grundlage hierfür ist eine explorative empirisch-qualitative Untersuchung in Regensburg und im Raum Köln/Bonn mit 20 ausgewählten Personen durchgeführt worden. Die Interviewten sollten beschreiben wie sie für verschiedene Produktgruppen (Lebensmittel, Kleidung, Medien, Unterhaltungselektronik, Möbel) ihre Einkäufe vollziehen. Von besonderem Interesse war dabei die Wahl des Einkaufsortes (ebd.: 223). Im Folgenden werden die beschriebenen Atmosphärentypen genannt.

Atmosphären zum Bummeln

Der Typ des Bummeln ist vor allem auf die Wege und Zeiten zwischen den Geschäften bezogen. Bummeln ist an eine Ansammlung von Geschäften gebunden. Kuhn (1979: 115 ff.) beschreibt Geschäftsstraßen als Freizeitraum in dem Passanten sowohl während, als auch außerhalb der Öffnungszeiten bummeln. Deshalb sollte man zwischen Schaufenster- und Einkaufsbummel unterscheiden. Beim Einkaufsbummel besteht die Möglichkeit des Betretens der Geschäfte und des Kaufs. Viele Passanten haben beim bummeln keine Kaufintension, haben aber einen Blick auf mittel- bis langfristige Güter, wie zum Beispiel Kleidung. Kuhn und Schröder (2003) meinen, dass Einkaufen meist Versorgungs- und Freizeitaktivität ist. Es konnten zwei Gruppen unterschieden werden. Die eine Gruppe bevorzugt das klassische Zentrum der Innenstadt mit Geschäften aufgrund des Gesamterlebnisses von Stadt, basierend auf sozialem und gestalterischem Erleben. Wetter- und jahreszeitlich bedingt weichen sie auch auf Shopping-Center aus. Die andere Gruppe bevorzugt Shopping-Center und ihr geht es allein um den Einzelhandel und weniger um das Erleben von Stadt. Allgemein spielt auch hier die Frequenzierung eine Rolle, ist diese zu hoch entsteht ein Gefühl der Enge, ist diese zu niedrig kann ein Gefühl von Einsamkeit entstehen (Kazig 2013: 224 f.).

Atmosphären zum Stöbern

Diese Atmosphäre tritt innerhalb von Geschäften mit nicht standardisierten Waren wie Büchern auf, wenn man diese mit einer konkreten Kaufintention besucht. Der Passant möchte dabei die Ware erkunden und vor dem Kauf durch Berührung prüfen. Um dies zu ermöglichen ist eine Selbstbedienungsgestaltung und warenspezifische Gestaltung (z.

B: Sitzgelegenheiten im Buchhandel) notwendig, sowie eine leichte und bequeme Zugänglichkeit sollte gewährleistet werden (ebd.: 225 ff.).

Atmosphären kultureller Resonanz

Dieser Typ bezieht sich ebenfalls auf die Geschäftsräume und die Atmosphäre des Einkaufsortes, welche eine Verbindung zwischen den Subjekten schaffen kann. Der Begriff der Resonanz (Wikan 1992) meint die gleichzeitige Berücksichtigung von Empfindungen und Gedanken in der Kommunikationssituation. Das heißt, auf die Einkaufssituation bezogen, wenn das Ambiente also die Passanten, die Musik und andere umgebende Faktoren mit dem eigenen Lebensgefühl und modischen Geschmack harmonieren. Stimmen diese Faktoren nicht mit dem eigenen Geschmack überein, kommt es zur Dissonanz.

3.3.6 Atmosphären im Gastronomiebereich nach Roßmeier

Roßmeier (2008) hat in ihrer Diplomarbeit Atmosphären im Gastronomiebereich in den Münchner „SchlemmerArcaden“ untersucht. Sie orientierte sich an schon bestehenden Typen aus der Untersuchung von Kazig (2008). Ergebnis ihrer Untersuchung sind vier Atmosphärentypen.

Marktatmosphäre

Diese Atmosphäre ist geprägt durch Warenauslagen in Form von Lebensmitteln wie zum Beispiel Obst und Gemüse, Backwaren oder Fleisch- und Fischwaren. Typisch für einen Markt sind die Wahrnehmung verschiedener Gerüche und Farben. Wichtig ist auch die soziale Komponente, also die Kommunikation zwischen Käufern und Händlern wie handeln, feilschen, kommunizieren und gemeinsames essen und trinken. Manche Besucher gehen zielgerichtet auf dem Markt zum Einkaufen, andere schlendern an den Ständen entlang und lassen sich von den Eindrücken anregen. Passanten beschreiben diesen Atmosphärentyp als belebt oder vielfältig (Roßmeier 2008: 100 ff.).

Die *Atmosphäre der Privatheit* entspricht in weiten Teilen der Gemeinschaftlichen Atmosphäre von Kazig. Ebenso ist die *Atmosphäre der ästhetischen Betrachtung* entsprechend der Atmosphäre ästhetischer Anregung von Kazig. Der vierte gefundene Atmosphärentyp ist als *Atmosphäre der Interviewsituation* beschrieben. Dies ist allerdings ein

Sonderfall, der an die Methodik der Datenerhebung gekoppelt ist. Dieser Typ kann keine Anwendung auf die stadträumliche Alltagssituation finden.

3.3.7 Die Atmosphäre einer Einkaufsstraße nach Breuninger

Breuninger (2009) untersuchte in einer Diplomarbeit die Atmosphäre einer Einkaufsstraße am Beispiel der Stuttgarter Königstraße. Er konnte 13 Abschnitte entlang der circa einen Kilometer langen Straße differenzieren und diesen Abschnitten jeweils einen Atmosphärentyp zuweisen. Er konnte sieben Typen aus der bis dahin bestehenden Typologie von Kazig wiedererkennen. Er konnte eine Atmosphäre zum Bummeln, eine Atmosphäre kultureller Resonanz, eine Atmosphäre der Weitung, eine leicht gefährliche Atmosphäre, eine Durchgangsatmosphäre, eine gemeinschaftliche Atmosphäre und eine Atmosphäre ästhetischer Anregung wiederfinden. Demzufolge konnte er sieben von acht Atmosphärentypen von Kazig auffinden. Lediglich die Atmosphäre zum Stöbern konnte nicht wiederentdeckt werden, was aber daran liegt, dass dieser Typ nicht im öffentlichen Raum auftreten kann.

Neben dem Erkennen bereits erkannter Atmosphärentypen konnten in dieser Arbeit fünf neue Atmosphärentypen beschrieben werden (ebd.: 88 ff.).

Atmosphäre des bedrängten Stroms

Diese Atmosphäre entsteht bei einer hohen Frequentierung von Passanten oder einer Kanalisierung des Fußgängerstroms. Die Passanten bewegen sich einheitlich in eine Richtung mit einer konstanten Gehgeschwindigkeit, jedoch kann es zu Gegenverkehr kommen, dem ausgewichen werden muss. Die Passanten fühlen sich dabei beengt. Ein schnelleres Gehen von Passanten in Eile oder ein Bummeln ist nicht möglich. Manche Passanten fühlen sich durch die Enge von fremden Passanten auf den Leib gerückt. Ältere Menschen empfinden diese Atmosphäre leicht bedrohlich. Als Reaktion ist eine höhere Gehgeschwindigkeit und erhöhte Aufmerksamkeit mit einem Wunsch zu entkommen ausgeprägt. Diese Atmosphäre hat eine gewisse Nähe zu der leicht gefährlichen Atmosphäre von Kazig, jedoch fehlt der querende Verkehr.

Atmosphäre der Orientierung

Dieser Typ entsteht in kurzen Kreuzungsbereichen einer geraden Straße, bei denen der Passant mehr als zwei Wegoptionen hat. Es ist ein Effekt der Entspannung, Öffnung

oder Befreiung zu verzeichnen. Dieser Typ hat somit auch eine gewisse Nähe zu einer Atmosphäre der Weitung von Kazig. Die Öffnung wird hier nicht als Befreiung, sondern aufgrund der neuen Wegmöglichkeiten empfunden, die den Passanten zu einer Orientierung animieren. Der Passant verlangsamt hier seine Gehgeschwindigkeit und wirft einen Blick in die neuen Wegrichtungen. Welcher Weg gewählt wird ist von der Attraktivität abhängig, bevorzugt werden die Richtungen mit Elementen wie Brunnen, historischen Gebäuden oder da lang zu gehen wo die meisten Passanten sind.

Atmosphäre der kurzzeitigen Erholung

Eine kurzzeitige Erholung entsteht in offenen Bereichen nach engen hektischen Abschnitten mit weniger Konsummöglichkeiten. In Bereichen welche mit Bäumen, Brunnen, Grünflächen und historischer Bebauung gestaltet sind. Die Passanten möchten hier verweilen, da sie sich befreit fühlen und Ruhe empfinden. In diesem Bereich reduziert sich die Gehgeschwindigkeit zum Schlendern. Durch die veränderte Aufmerksamkeit gibt es eine Anregung zum Gespräch oder zur Erinnerung.

Heimelige Atmosphäre historischer Kulissen

Von historischen Gebäuden wird eine Heimeligkeit und Gemütlichkeit empfunden. Anblick historischer Bebauung wird angenehm empfunden. Führt zu Wohlbefinden und einem Wunsch zu Verweilen. Dieser Typ ist etwas häufiger bei älteren Passanten aufgetreten. Die historische Bebauung ist auffällig wenn sie als Kontrast zu moderneren Gebäuden wahrgenommen wird.

Eventatmosphäre

Die Eventatmosphäre wird als ein Sonderfall beschrieben und sie tritt häufig in Kombination mit anderen Atmosphärentypen auf. Beim unerwarteten Auftauchen eines Gebäudes oder Orte, wird ein Erstaunen bei den Passanten erzeugt, sie reduzieren ihre Geschwindigkeit, wenden sich dem Unerwartetem hin und erfassen die neue Situation. Wenn die Situation erfasst ist, geht die Eventatmosphäre über in eine anderen Atmosphärentyp.

3.4 Zwischenfazit

In diesem Kapitel wurde der Begriff Atmosphäre und sein Bezug zu urbanen Räumen beschrieben. Städtische Atmosphären ermöglichen einen Zugang zum gestimmten oder erlebten Raum. In der noch recht jungen Atmosphärenforschung gibt es erste Ansätze Räume mit empirischen Methoden typologisch zu erfassen. Im nächsten Schritt soll die in dieser Arbeit gewählte Methode als Zugang zu Atmosphären dargestellt werden.

In der aktuellen Forschung werden Atmosphären als Medium verstanden. Mit diesem Verständnis des „Zwischen“ gibt es zwei Seiten, wie man sich dem Phänomen der Atmosphären in einer empirischen Atmosphärenforschung nähern kann. Auf der einen Seite über einen raumzentrierten Zugang zu Atmosphären. Hier fragt man nach der atmosphärischen Qualität bestimmter Räume. Und auf der anderen Seite über eine pragmatische Dimension von Atmosphären, die Akteurs- und Handlungsebene zu betrachten. Also zu fragen, wie und in welcher Form Atmosphären das Ausführen von Handlungen beeinflussen (Kazig 2007: 181).

Die Philosophie kann sich als nicht empirische Wissenschaft auf eine konzeptionelle Auseinandersetzung beschränken. Im Unterschied dazu kann sich der Atmosphärenbegriff in der Geographie nur etablieren, wenn sich auch ein ernst zu nehmender empirischer Zugang zu Atmosphären darstellt (ebd.).

4 Methodik

Nachdem die Fragestellung und der Atmosphärenbegriff als theoretische Grundlage erörtert wurden, zeigt dieses Kapitel mit welcher Methodik die Untersuchung durchgeführt wurde. In diesem Abschnitt wird zuerst auf die Wahl qualitativer Forschung eingegangen. Danach wird die Methode „Parcours commentés“ beschrieben und wie in dieser Untersuchung empirisch vorgegangen wird. Das Untersuchungsgebiet und die Auswahl der Teilnehmer werden beschrieben. Zuletzt werden dann die Datenerhebung und die daran anschließende Datenauswertung dokumentiert.

4.1 Wahl von qualitativer Forschung

In der empirischen Sozialforschung wird zwischen zwei Forschungsparadigmen unterschieden, den quantitativen und qualitativen Ansätzen. Die beiden Ansätze unterscheiden sich in Erkenntnisziel und Forschungsvorgehen, sie bilden aber nicht sich ausschließende Gegensätze, sondern komplementäre Ansätze. Im Idealfall sollte qualitative und quantitative Logik miteinander kombiniert sein. Quantitative Forschungsansätze versuchen mit Hilfe repräsentativer Umfragen eine Objektivität der Ergebnisse zu erreichen. Bei qualitativen Verfahren stehen „die Rahmenbedingungen, in denen Wahrnehmungen, Meinungen und Handlungen von Menschen entstehen und geäußert werden“ (Reuber/Pfaffenbach 2005: 107) im Vordergrund des Forschungsinteresses. Ziel ist es dabei, das menschliche Handeln zu verstehen, neue Sachverhalte aufzudecken und empirisch begründete Theorien zu entwickeln.

In dieser Arbeit sollen Atmosphären in einer Einkaufsstraße untersucht werden, zur methodischen Umsetzung kommen nur qualitative Verfahren in Frage. Bisher existieren erste empirische Untersuchungen zu ähnlichen städtischen Räumen (Kazig 2008, 2013; Roßmeier 2008; Breuninger 2009). Bei Untersuchungen zu Atmosphären in urbanen Räumen sollte man sich über den Menschen als Subjekt nähern und das subjektive Befinden in den Mittelpunkt stellen. Die Alltagssprache verfügt über Atmosphären oder das mit seinem Erleben verbundene subjektive Befinden kaum präzise Ausdrucksmittel. „Die Aussage atmosphärischer Eindrücke ist deshalb narrativ eingebettet, sie erfolgt indirekt, marginal, verschlüsselt, umschreibend, assoziativ und metaphorisch.“ (Hasse 2002a: 81 f.)

Bei der qualitativen empirischen Sozialforschung sind gewisse Prinzipien einzuhalten. Mayring (2002: 24) beschreibt die 13 Säulen des qualitativen Denkens. Diese treffen aber nur zum Teil auf qualitatives Denken zu und sind generell als Prinzipien guter Forschungsarbeit zu verstehen (Reuber/Pfaffenbach 2005: 118). Nach Steinke (2008: 323 ff.) werden folgende Kernkriterien qualitativer Forschung genannt, welche in Tabelle 2 aufgelistet sind.

Tabelle 2: Kernkriterien qualitativer Forschung
Quelle. Eigene Darstellung nach Steinke (2008: 323 ff.)

Gütekriterien	Beschreibung
Intersubjektive Nachvollziehbarkeit	Dokumentation des Forschungsprozesses, Anwendung kodifizierter Verfahren
Indikation des Forschungsprozesses	qualitatives Vorgehen, Methodenwahl, Transkriptionsregeln
Empirische Verankerung	Aufstellung und Begründung von Annahmen aus der Empirie
Limitation	Begrenzung der Aussagen
Kohärenz	Widerspruchsfreie Annahmen
Relevanz	Ergebnisse verallgemeinerbar
Reflektierte Subjektivität	Selbstbeobachtung , Reflexion des Forschers

In dieser Arbeit soll durch ein charakteristisches Fallbeispiel eine Typenbildung (Lamnek 2010: 205 ff.) erreicht werden. Bei Typen handelt es sich immer um eine Kombination von Merkmalen (Kelle/Kluge 2010). Die Bildung von Typen und die Entwicklung einer Typologie wird als das zentrale Ziel qualitativer Datenanalyse betrachtet (Kuckartz 2012: 115). Der Prozess der empirischen Typenbildung besteht aus fünf Hauptphasen und ist in Tabelle 3 dargestellt.

Tabelle 3: Ablauf der Typenbildung

Quelle: Eigene Darstellung nach Kuckartz (2012: 119)

Hauptphasen	Bezeichnung
Phase 1	Bestimmung des Merkmalsraums
Phase 2	Gruppierung der einzelnen Fälle, Bildung der Typologie
Phase 3	Beschreibung der Typologie
Phase 4	Explizite Zuordnung der Einzelfälle zu den gebildeten Typen
Phase 5	Zusammenhangsanalyse

Das Ziel dieser Arbeit ist es anhand einer qualitativen Forschungsmethode, die in der Theorie gefundenen Atmosphärentypen anhand der eigenen Empirie zu überprüfen und nach dem eben erwähnten Ablauf der Typenbildung neue Atmosphärentypen heraus zu arbeiten.

4.2 „Parcours commentés“ und Forschungsschritte der Arbeit

Im Theorieteil wurden zwei methodische Ansätze in der geographischen Atmosphärenforschung besprochen (Hasse 2002a; Kazig 2008). Der empirische Zugang zur leiblichen Befindlichkeit ist eine methodische Herausforderung. Öffentliche Räume, welche einen bevorzugten Gegenstand für geographische Atmosphärenforschung darstellen, werden von den Passanten meist in Bewegung wahrgenommen und deshalb ändert sich die Atmosphäre fortlaufend. Der Ansatz von Thibaud (2001) bietet eine mögliche Lösung dieses Problems (Kazig 2007: 182). Seine Grundannahme ist, dass Räume und ihre Atmosphären auf das Befinden von Personen wirken, und dass dieses Befinden von den Personen direkt am Ort sprachlich geäußert werden kann.

Bei einem *parcours commenté* (Thibaud 2001), übersetzt einem kommentierten Weg oder kommentierten Spaziergang geht der Forscher gemeinsam mit einem Teilnehmer einen vorher festgelegten Weg entlang und regt den Teilnehmer immer wieder an, seine Wahrnehmung der Atmosphäre zu äußern. Das Ziel der Methode ist es Atmosphärenbeschreibungen von Personen am Wirkungsort einer Atmosphäre zu erhalten. Die Teil-

nehmer sollen dabei gleichzeitig gehen, wahrnehmen und beschreiben. Thibaud (ebd.: 81) stellt drei Prämissen³ auf, auf denen der methodische Ansatz beruht:

1. „*Die Unmöglichkeit einer eigenen Umwelt enthobenen Situation*“.⁴ Thibaud fordert eine Explikation des Handlungskontextes in dem Sinne, als die Wahrnehmung eines Menschen immer an funktionale Voraussetzungen eines Ortes gekoppelt ist. Nach Gibson (1982: 137) stellt die Umwelt dem Menschen sogenannte Angebote (affordances) zur Verfügung, die ihm Möglichkeiten der Handlung eröffnen. Ein Wahrnehmungsraum ist in dieser Hinsicht vor allem ein Raum der Möglichkeiten. Wahrnehmung sollte also nicht in abstracto betrachtet, sondern in den Handlungsablauf eingebettet werden, wie z. B. anderen Passanten auszuweichen, sich in eine Warteschlange einzureihen, den zielführenden Weg zu finden.
2. „*Verknüpfung von Sprache und Wahrnehmung*“.⁵ Thibaud hält das Sinnlich-Wahrnehmbare für den „Initiator der Rede“⁶ und die Atmosphäre als Veranlassung zur Verbalisierung. Sich einer Gegebenheit bewusst zu werden, setzt voraus, dass sie uns erst genügend prägnant erscheint, geäußert zu werden, dass sie uns veranlasst zu sprechen, sie quasi durch uns sprechen zu lassen. Thibaud postuliert damit die direkte Verknüpfung der Art und Weise zu beschreiben mit der Art und Weise wahrzunehmen.
3. „*Die unumgängliche Bewegtheit von Wahrnehmung*“.⁷ Die Phänomenologie bestätigt die Einheit von Empfindung und Bewegung: „Verlockend dagegen kann etwas nur für ein Wesen sein, das sich der verlockenden Sache nähern, oder dem die verlockende Sache sich nähern kann, das sich ihr öffnen oder verschließen kann. Das Verlockende konstituiert sich erst in der Möglichkeit der Näherung und Entfernung, des Sich-Öffnens und Sich-Schließens“ (Straus 1978: 241). Nur durch die Veränderung des Standpunkts und Blickwinkels, auch anderer Passanten, kann Öffentlichkeit in der Wahrnehmung aufscheinen.

³ Im Original wird der Begriff „hypothèse“ gebraucht. Im deutschen Wissenschaftsvokabular wäre „Prämisse“ treffender, da es sich nämlich um Grundvoraussetzungen der Parcours-Methode handelt und nicht um empirisch zu testende Hypothesen.

⁴ Im Original: „L'impossibilité d'une position de surplomb“ (Thibaud 2001: 81)

⁵ Im Original: „L'entrelac du dire et du percevoir“ (Thibaud 2001: 82)

⁶ Im Original: „embrayeur de parole“ (Thibaud 2001: 82)

⁷ Im Original: „L'invétable »bouge« de la perception“ (Thibaud 2001: 83)

Der Forschungsprozess hat in der Originalfassung bei Thibaud einzelne Schritte, die aus Abbildung 6 ersichtlich sind. Nach der Erhebung der Atmosphärenprotokolle mittels der Parcours-Methode werden die Beschreibungen ausgewertet und ein sogenannter „Traversée polyglotte“ erstellt, zu Deutsch etwa „vielstimmiger Durchgang“, weil er die Verdichtung der Aussagen aller Teilnehmer enthält. Eine Rückkehr ins Feld deckt messbare Faktoren der Atmosphärenentstehung auf. Durch die Kontextualisierung der abgeleiteten Annahmen können bestätigte Aussagen zur Atmosphärik im Untersuchungsraum getroffen werden.

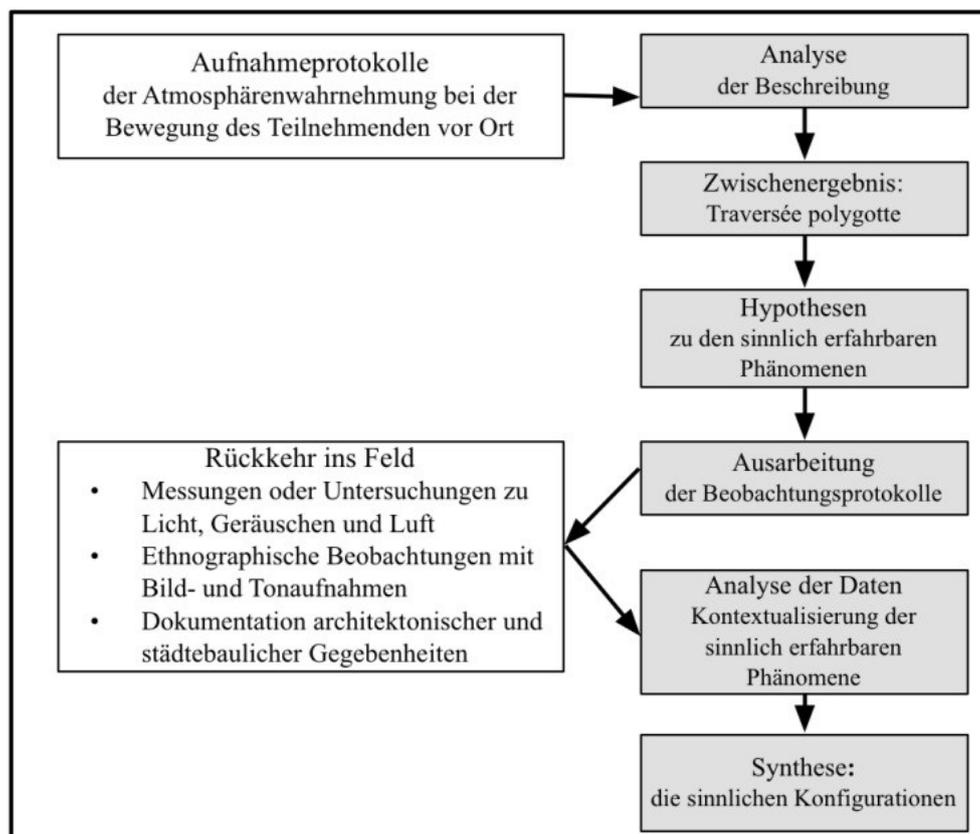


Abbildung 6: Forschungs- und Analyseschritte nach Thibaud

Quelle: Eigene Darstellung und Übersetzung aus Thibaud (2001:83)

Für die vorliegende Arbeit wurde das von Thibaud vorgeschlagene Ablaufschema der empirischen Forschung abgeändert. Im Wesentlichen möchte diese Arbeit eine Typologie von Atmosphären herausarbeiten. Den Ablauf im Einzelnen zeigt Abbildung 7. Nach einer theoriegeleiteten Auswahl von Untersuchungsraum und Probanden werden Atmosphärenbeschreibungen mit der Parcours-Methode sowie mit Nachinterviews und Karten erhoben. Die Auswertung dieser Daten erfolgt in dreifacher Hinsicht: durch die

Rekonstruktion einzelner Atmosphärenabschnitte, die Herausarbeitung bedeutender Faktoren und die Aufdeckung typischer Atmosphären.

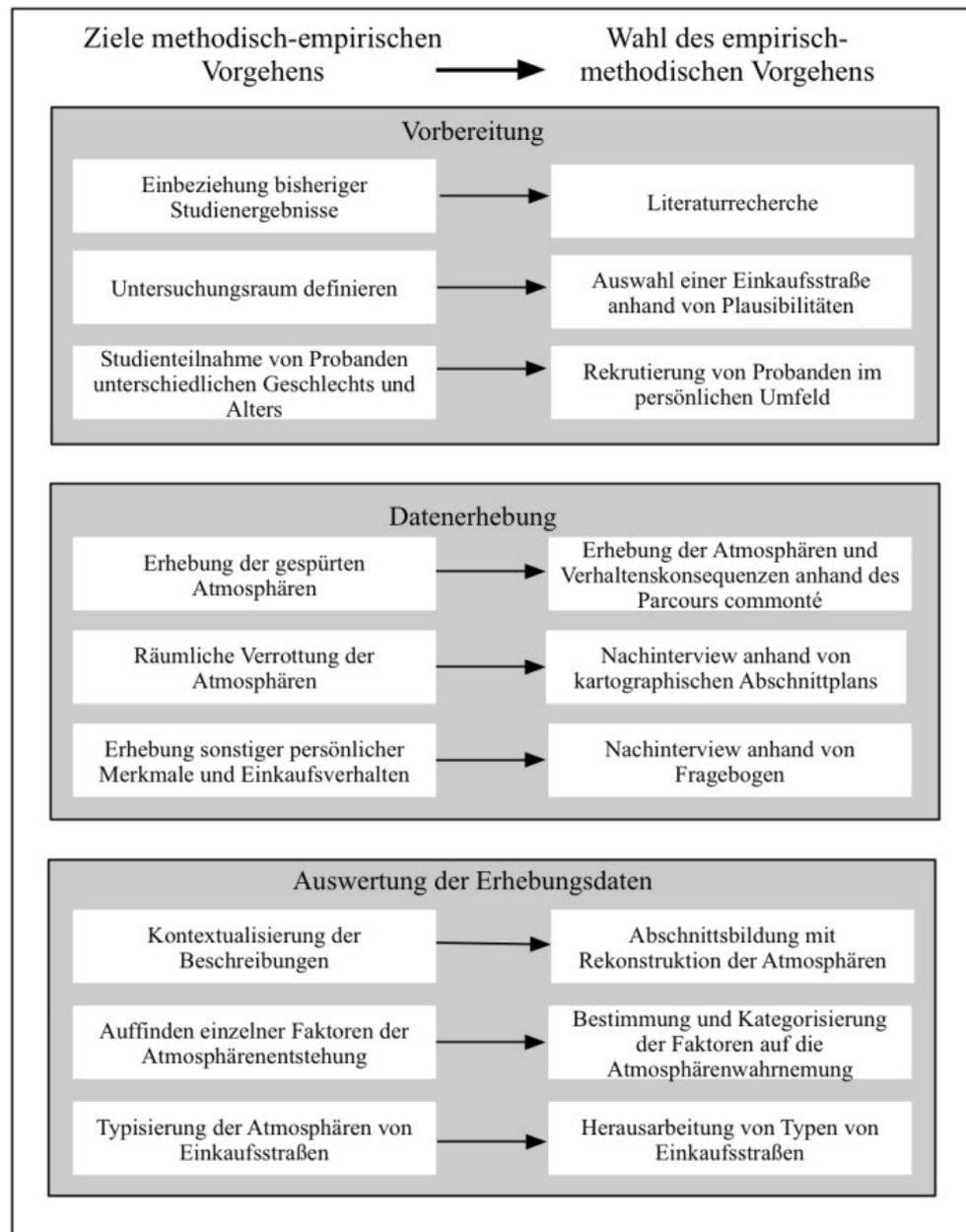


Abbildung 7: Forschungs- und Analyseschritte in der vorliegenden Arbeit

Quelle: Eigene Abbildung in Anlehnung an Breuninger (2009: 37)

4.3 Untersuchungsgebiet

Die Passantenfrequenzzählung erhebt jährlich in den 1A-Lagen der größten deutschen Städte die Passantenströme. Die 1A-Lage bezeichnet „die umsatzstarken, hochfrequentierten, also die besten Einkaufslagen in den gewachsenen Einkaufs- bzw. Geschäftszen-

ten in den Innenstädten und Stadtteilen. Sie können mehrere, eine oder auch nur einen Teil einer Einkaufsstraße umfassen. Sie liegt bzw. liegen immer im Hauptgeschäftszentrum einer Stadt, wobei die 1A-Lage in Abhängigkeit folgender Kriterien geographisch so definiert wird: innerstädtische Lage im Hauptgeschäftszentrum, meist Fußgängerzone.“ (Jones Lang LaSalle 2012: 23). In Abbildung 8 sind die 1A-Lagen der Dresdner Innenstadt dargestellt.

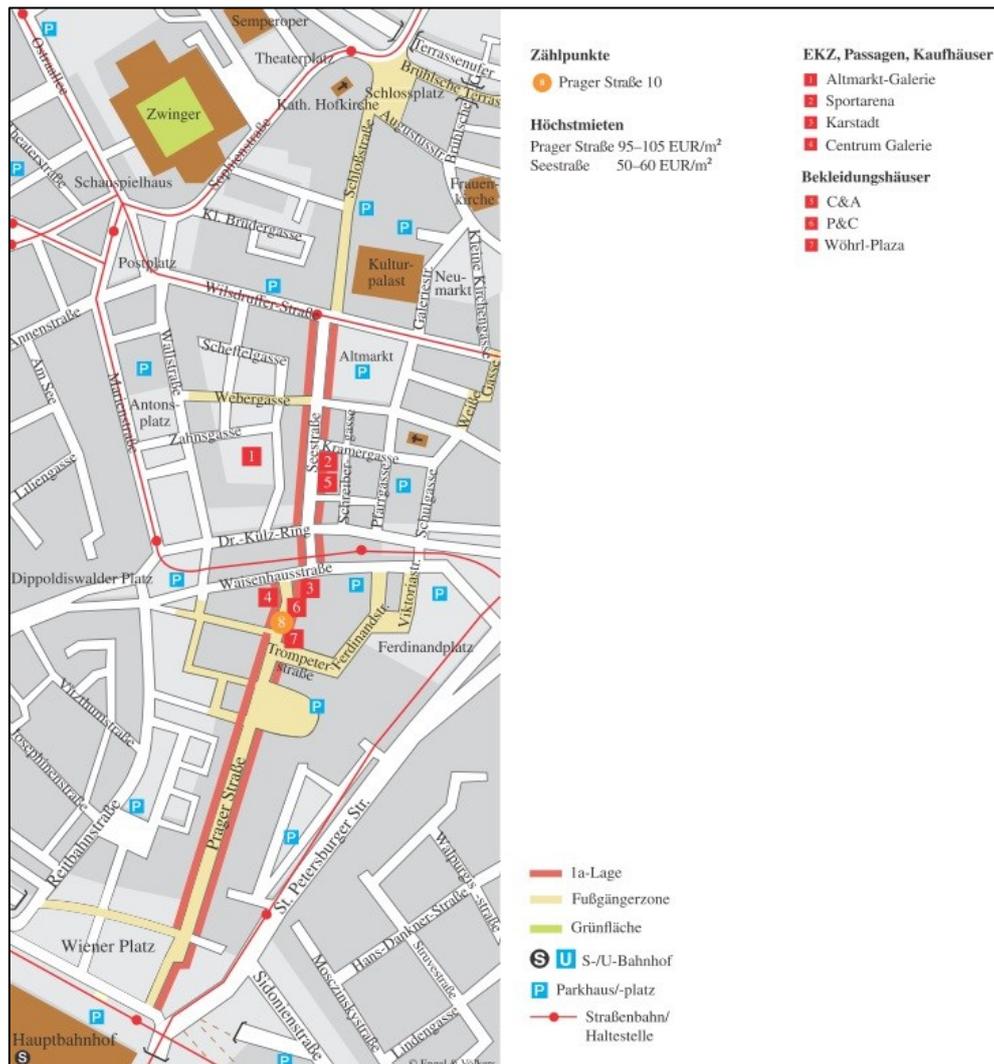


Abbildung 8: 1A-Lage des Untersuchungsgebiets

Quelle: Engel & Völkers (2012: 27)

In der Zählung von 2014 ist die Prager Straße in Dresden, einer von insgesamt 64 Zählpunkten in 22 Städten untersucht worden. Am Dienstag, den 6. Mai 2014 kam die Prager Straße in Dresden auf Rang 24. Am darauffolgenden Samstag, den 10. Mai 2014 wurde die Zählung nochmals durchgeführt und die Prager Straße in Dresden erreichte

Rang 25. Die Prager Straße liegt demnach gemessen an der Passantenfrequenz im Mittelfeld bei den Einkaufsstraßen in Großstädten. Laut des Berichts ist der Haupteinkaufstag der Samstag und ein verändertes Einkaufsverhalten zu erkennen. Reine Versorgungs- und Internetkäufe werden überwiegend unter der Woche erledigt, während sich das erlebnis- und freizeitorientierte Shoppen in anregender Innenstadtatmosphäre immer mehr auf den freien Samstagnachmittag konzentriert. Eine Auslese im lokalen Einzelhandel durch internationale Markenunternehmen wird auch beobachtet (Engel & Völkers 2014: 3 f.).

Dresden ist nach Berlin die größte Stadt in den neuen Bundesländern. Neben den Bewohnern aus Dresden und dem Umland, besuchen eine Vielzahl von Touristen die Prager Straße. Die Zahl der Übernachtungen in Dresden liegt jährlich bei rund 4,1 Millionen. Demzufolge sind Dresdens Einkaufsstraßen auch bei Einzelhändlern gut nachgefragt (BNP Paribas Real Estate 2014).

Der für die Untersuchung ausgewählte Parcours in Abbildung 9 führt entlang der wichtigsten Einkaufslagen in Dresden, die Prager Straße und die Seestraße. Der Parcours erstreckt sich vom Hauptbahnhof im Süden über einen Kilometer Länge entlang der Prager Straße und Seestraße bis hin zum Altmarkt im Norden. Mit der Centrum Galerie und der Altmarkt-Galerie grenzen gleich zwei größere Shopping-Center an die gewählte Strecke.

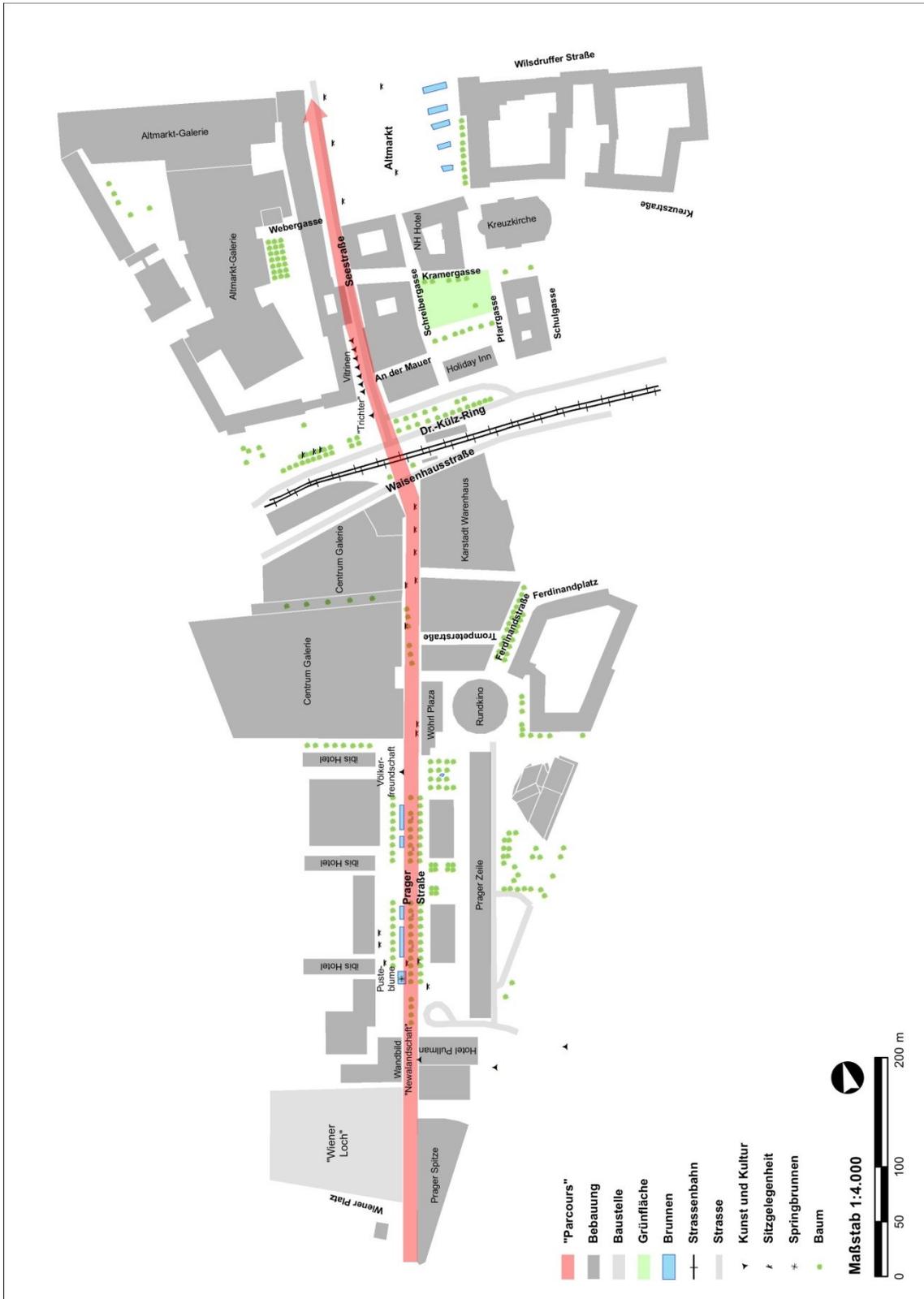


Abbildung 9: Karte der Prager Straße mit Parcoursweg und -richtung
 Quelle: Datengrundlage von OpenStreetMap, Darstellung nach eigener Bearbeitung

4.4 Auswahl der Parcoursteilnehmer

Der Parcours wurde mit insgesamt 8 Teilnehmern vom 20.05.2014 bis 23.06.2014 jeweils als Einzelparcours durchgeführt. Ein Interview bestehend aus Parcours und Nachgespräch dauerte bis zu zwei Stunden. Um trotz des hohen zeitlichen Aufwands eine Teilnehmerbereitschaft zu erhalten wurden sieben Teilnehmer aus dem persönlichen Umfeld und über sekundäre Kontakte des Autors der Arbeit rekrutiert. Der Teilnehmer für Parcours 7 wurde in der Seestraße zufällig angesprochen und konnte dadurch für ein späteres Interview rekrutiert werden.

Tabelle 4: Übersicht der Interviewteilnehmer

Quelle: Eigene Darstellung

Parcours	Fallname (Geschlecht-Alter)	Besuchshäufigkeit	Interviewdauer	Datum und Wetter
1	M-28	einmal in Jahr	44 min	20.05.14 17:40 Uhr, 23 °C, heiter
2	W-24	einmal im Monat	55 min	22.05.14 18 Uhr, 27 °C, sonnig
3	M-31	einmal im Quartal	73 min	23.05.14 14:30 Uhr, 25 °C, heiter
4	M-67	einmal im Jahr	92 min	30.05.14 13:30 Uhr, 14 °C, bewölkt
5	W-53	einmal im Quartal	82 min	30.05.14 16 Uhr, 16 °C, bewölkt
6	W-31	einmal im Halbjahr	52 min	04.06.14 13:15 Uhr, 23 °C, heiter
7	M-57	einmal pro Woche	72 min	12.06.14 17:20 Uhr, 25 °C, sonnig
8	W-69	einmal im Halbjahr	84 min	23.06.14 16:15 Uhr, 19 °C, sonnig

Breuninger (2009) hat bei seiner Untersuchung die Teilnehmer nach Sinus-Milieus ausgewählt um herauszufinden ob Atmosphärenenerleben milieuhabhängig unterschiedlich wahrgenommen wird. Diese Vermutung konnte sich in seiner Untersuchung jedoch nicht bestätigen.

In dieser Arbeit wurden die beiden sozio-demografischen Merkmale Alter und Geschlecht beachtet. Dabei sollte das Geschlechterverhältnis ausgeglichen bleiben und sowohl junge als auch ältere Personen befragt werden, dafür wurden vier Gruppen definiert. Die gewählten Altersgruppen sind 16 bis 30 Jahre, 31 bis 45 Jahre, 46 bis 60 Jahre und 61 bis 75 Jahre. Diese vorab festgelegten Kriterien konnten eingehalten werden und es ist aus jeder der gewählten Altersgruppe jeweils eine Frau und ein Mann interviewt worden.

Andere Kriterien wie Wohnort und Bildung wurden bei allen Interviewteilnehmern konstant gehalten. Das heißt, alle 8 Teilnehmer wohnen in Dresden und haben einen Hochschulabschluss oder besuchen diese noch. Jedoch wohnten die Teilnehmer unterschiedlich lange schon in Dresden. Daraus lässt sich schließen, dass der Zeitpunkt des ersten Besuchs und die Erfahrungen bzw. Erinnerungen zum Untersuchungsgebiet unterschiedlich sind. Die Spanne seit wann die Teilnehmer in Dresden wohnhaft sind reicht von 1973 bis 2013.

4.5 Datenerhebung

Die hier beschriebene Parcours-Methode wurde am 13.05.2014 erstmals als Pretest durchgeführt. Dieser verlief ohne weitere Probleme und ab 20.05.2014 wurde mit der Datenerhebung begonnen. Im Folgenden wird das Vorgehen zur Datenerhebung beschrieben.

Vor dem Interview wurde mit den rekrutierten Teilnehmern telefonisch ein Termin und Treffpunkt vereinbart. Der Treffpunkt war der Wiener Platz, ein Vorplatz des Hauptbahnhofs, an welchem die Prager Straße beginnt. Am Treffpunkt bzw. Startpunkt wurden die Teilnehmer mit einem Diktiergerät ausgestattet, welches sie sich umhängen sollten. Vor dem Parcours wurde den Teilnehmern die Aufgabe gestellt und der Wegverlauf mittels einer Karte gezeigt. Die Teilnehmer sollten den Parcours entlang gehen und dabei möglichst genau die Atmosphäre beschreiben, die sie am jeweiligen Ort erfahren mit dem Hinweis dabei wenn möglich alle Sinne mit einzubeziehen.

Das Interview wurde als freies Gespräch durchgeführt und der Teilnehmer sollte möglichst viele Atmosphäreneindrücke beschreiben. Sobald der Proband ins Stocken geriet oder eine Gesprächspause aufkam, versuchte der Interviewer den Redefluss durch Fragen wieder in Gang zu setzen. Die Fragen bezogen sich dabei nicht auf eine konkrete Situation, sondern wurden offen gestellt.

Am Endpunkt des Parcours, dem Altmarkt, erfolgte nach jedem Spaziergang ein anschließendes Reflexionsgespräch. Die Teilnehmer sollten in eine Karte die erlebten Atmosphären in Abschnitte untergliedern und danach markante Elemente eintragen. Danach wurden noch drei Reflexionsfragen zum Parcours und zur Thematik gestellt.

Tabelle 5 fasst das Vorgehen zur Datenerhebung zusammen. In Anhang A befinden sich die Interviewunterlagen der Parcours-Methode.

Tabelle 5: Ablauf des Parcours mit anschließendem Reflexionsgespräch

Quelle: Eigene Darstellung nach Roßmeier (2008: 34), Breuninger (2009: 41)

Zeitpunkt	Betreff	Beispielformulierungen/Fragestellung
Vor dem Parcours	Aufgabe	Gehen Sie den Parcours entlang und beschreiben Sie möglichst genau die Atmosphäre, die Sie wahrnehmen. Sie können dabei alle Sinne mit einbeziehen
	Wegverlauf	Der Parcours führt durch die Prager Straße und Seestraße. Wie schnell und wo Sie gehen möchten und wann Sie stehenbleiben möchten, bleibt Ihnen frei überlassen
	Start- / Endpunkt	Wir starten hier am Wiener Platz. Der Endpunkt ist der Altmarkt.
Während des Parcours	Beschreiben der Atmosphäre	Welche Atmosphäre nehmen Sie hier wahr? Wie fühlen Sie sich hier? Wie würden Sie die Atmosphäre hier beschreiben?
	Begründung der Wahrnehmung	Warum empfinden Sie die Atmosphäre so? Worauf führen Sie diesen Eindruck zurück? Welche Faktoren lassen diese Atmosphäre Ihrer Meinung nach entstehen?
Nach dem Parcours	Karte	Bilden Sie anhand der Karte Abschnitte und tragen Sie markante Elemente ein.
	Reflexionsfragen	Worauf legen Sie Besuch einer Einkaufsstraße Wert, so dass Sie sich besonders wohlfühlen? Was ist Ihnen im Nachhinein besonders positiv bzw. besonders negativ im Gedächtnis geblieben und warum? Was macht für Sie eine gute Atmosphäre in einer Einkaufsstraße aus?

Nach Abschluss des Interviews vermerkte der Interviewer einige Merkmale des Teilnehmers auf einem Protokollblatt. Es wurden personenspezifische Merkmale wie Alter, Wohnort, Bildung, Besuchshäufigkeit und Besuchsgrund der Einkaufsstraße erfragt. Außerdem vermerkte der Interviewer Daten zu den äußeren Bedingungen, wie Datum, Uhrzeit, Dauer des Interviews, Wetter, Besonderheiten während des Parcours und Eindrücke zum Teilnehmenden.

Es wurde angestrebt, bei allen Interviews möglichst gleiche äußere Bedingungen zu haben. Bei der Durchführung der Spaziergänge konnte dies eingehalten werden, jedoch beim Wetter gestaltete sich dies problematischer. Während des Nachgesprächs des dritten Interviews zog ein Gewitter auf, weshalb dieses kurzzeitig unterbrochen wurde und in einem Café zu Ende gebracht wurde. Vor dem fünften Interview gab es einen Regenschauer. Zur Einhaltung ähnlicher Untersuchungsbedingungen wurde der Erhebungszeitraum auf die Wochentage von Montag bis Freitag zwischen 13 Uhr und 19 Uhr be-

schränkt. Der gewählte Zeitraum war immer während der Öffnungszeiten der Geschäfte in der Prager Straße, um möglichst immer eine belebte Einkaufsstraße vorzufinden. Als Besonderheiten können Straßenmusiker, Wahlwerbung und Veranstaltungen auf dem Altmarkt genannt werden.

4.6 Datenauswertung

Die per Diktiergerät aufgenommenen Atmosphärenbeschreibungen wurden wörtlich transkribiert. Es wurden kommentierte Transkripte mit der Transkriptionssoftware f4 erstellt. In einem Kontextprotokoll am Ende der Transkripte sind besondere Ereignisse, der Ablauf und der Eindruck des Interviewers protokolliert worden. In den Kommentaren wurden zum Beispiel die in den Aussagen gemeinten Objekte und Orte notiert, falls diese nicht genannt wurden und eine Rekonstruktion möglich war. Kommentiert wurden auch andere äußere Einflüsse, wie zum Beispiel Straßenmusik oder Werbeaktionen durch Studenten im öffentlichen Raum. Bei ein paar Interviews war aufgrund von Windrauschen nicht alles verständlich.⁸

Zur Auswertung der transkribierten Texte wurde eine Software zur qualitativen Datenanalyse verwendet. Die Texte wurden mittels der Software und durch thematisches Kodieren analysiert. Für die Auswertung der kodierten Texte wurde die Funktion des Text Retrieval in MAXQDA benutzt.

⁸ Auf der Daten-CD befinden sich die Transkripte der Interviews

5 Die Prager Straße in Dresden

Die Prager Straße in Dresden, als Luftbild zu sehen in Abbildung 10, ist die direkte Verbindung vom historischen Stadtzentrum, der Altstadt, zum südlich davon gelegenen Hauptbahnhof. Sie beginnt im Norden am Dr.-Külz-Ring und der Waisenhausstraße. Die Prager Straße endet im Süden auf dem Wiener Platz, dem Bahnhofsvorplatz auf der Nordseite des Hauptbahnhofs. Sie erstreckt sich auf einer Länge von ca. 700 Metern etwa in Nord-Süd-Richtung. Den nördlichen Abschluss des historischen Ensembles bildet heute die Centrum Galerie und Karstadt. Den Abschluss im Süden bilden das Interhotel „Newa“, heute: Hotel Pullman, zusammen mit der Prager Spitze und das Hotelrestaurant Bastei. Im Osten, zum Wohngebiet Seevorstadt-Ost hin, und im Westen, zur Seevorstadt-West hin, wird das Ensemble von der St. Petersburger Straße bzw. von der Reitbahnstraße begrenzt. Die Rückseite der Bebauung zu diesen beiden Straßen besteht allerdings nur aus großen Flächen für Parkplätze, Anlieferung und Tiefgaragenzufahrten. Zum Ensemble Prager Straße gehören neben der Bebauung, der Straßenraum und die Freiflächen mit den entsprechenden Gestaltungselementen wie Brunnen, Bäume, Kunst und Sitzmöglichkeiten (Wölfle/Brasse/Schiffner/Roth 2006).



Abbildung 10: Dresden – Prager Straße

Quelle: fotos-aus-der-luft.de (2010)

5.1 Architekturgeschichtliche Einordnung der Prager Straße

Die Prager Straße ist in der Geschichte und Gegenwart Dresdens wahrscheinlich die bekannteste Straße. Im Zuge des Baus der böhmisch-sächsischen Eisenbahn wird die Prager Straße als Verbindungsstraße zur Altstadt, als Bahnhofstraße angelegt. Anfangs wohnt hier das reiche Bürgertum, die Bebauung entspricht einer vornehmen und ruhigen Villenstraße. Nach 1870/71 kommt es zu einem Bauboom in der Gründerzeit, das Verkehrsaufkommen nimmt zu, demzufolge wird es immer lauter und das Villenviertel weicht einer geschlossenen Blockrandbebauung. Die Straße erlangt Bekanntheit in Europa als Prachtstraße und wird mit dem Berliner Kurfürstendamm verglichen. Dieser Vergleich bezieht sich auf den Titel einer Ausstellung in der Sächsischen Landes- und Universitätsbibliothek (SLUB) vom 26. Juni bis 29. September 2014 „Der Kurfürstendamm Dresdens. Die Prager Straße in Fotografien 1871 bis 2013“⁹. Ab 1920 lässt die bauliche Tätigkeit nach und die Straße bleibt bis 1945 in dieser Ausprägung erhalten. Abbildung 11 zeigt die Prager Straße mit Victoriahaus vor 1945. An dieser Stelle stehen heute Karstadt und die Centrum Galerie¹⁰.



Abbildung 11: Dresden. Prager Straße nach Norden gegen das Viktoriahaus

Quelle: SLUB/Deutsche Fotothek (Unbekannter Fotograf vor 1945)

⁹ Die Informationen zur Geschichte sind aus der Ausstellung und aus persönlichen Mitschriften von Vorträgen während der Ausstellungsöffnung am 25. Juni 2014 um 19 Uhr

¹⁰ Auf der zu dieser Arbeit beiliegenden Daten-CD, ist ein Filmausschnitt aus „Dresden vor 80 Jahren“ (Hirsch 2006) zu finden. Der Ausschnitt zeigt Kapitel 3 durch die Prager Straße und Kapitel 6 Altmarkt und Kaufhaus Renner.

Nach dem Zweiten Weltkrieg wurde die Straße fast komplett zerstört, lediglich ein paar Blöcke am Wiener Platz waren noch von der alten Bebauung erhalten. In den Nachkriegsjahren wurden die Ruinen beseitigt und 1954 ist die Prager Straße eine große freie Fläche mit Wiese und wurde als „Trauma der Zerstörung“ (Scheffler 2012: 180) gesehen. In Abbildung 12 sieht man die von den Ruinen beräumte Prager Straße. Zu dieser Zeit kommt es zu ersten Wiederaufbaumaßnahmen am Altmarkt.



Abbildung 12: Blick vom Rathausturm zum Hauptbahnhof
Quelle: Möbius (1954)

1962 gab es dann einen Ideenwettbewerb für die Neugestaltung der Prager Straße. Die Bebauung sollte das neue sozialistische Leben verkörpern und dies sollte der Auftakt eines „städtebaulichen Erlebnisweges“ (Scheffler 2012: 182) werden. Ab 1965 wurde der Aufbau der Prager Straße nach einem städtebaulichen Masterplan von Peter Sniegon, Kurt Röthig und Hans Konrad realisiert. Die „Neue Prager Straße“, als Beispiel der Ostmoderne, sollte eine 700 Meter lange und mehr als 60 Meter breite Fußgängerzone nach dem Vorbild der 1953 in Rotterdam eröffneten Lijnbaan von Van den Broek und Bakema, als Beispiel des Neuen Bauens, gebaut werden. Der Vorplatz des Hauptbahnhofs sollte von Hochhäusern umgeben sein und ein 240 Meter langes Wohngebäude, die „Prager Zeile“, die neue Fußgängerzone zur Straße hin abgrenzen. Auf der anderen Seite der Straße, sollte ein Wandbild mit dem Namen „Dresden grüßt seine

Gäste“ entstehen. Abbildung 13 zeigt ein Modell der Prager Straße mit der ursprünglichen Planung.



Abbildung 13: Prager Straße

Quelle: Sniegon (1969)



Abbildung 14: Leninplatz und Prager Straße

Quelle: Sniegon (1979)

Abbildung 14 zeigt die Prager Straße Ende der 1970er Jahre, das Bild zeigt „die spezielle Atmosphäre der Prager Straße“ (Scheffler 2012: 183). Die ursprüngliche Planung, wie in Abbildung 13 modellhaft gezeigt, mit einem Hochhauskomplex und Tagungszentrum wurde nicht realisiert, da in der „Ära Honecker“ aufgrund von Material- und Facharbeitermangel der Wohnungsbau und das nächste große Ensemble, die Straße der Befreiung (heute Hauptstraße) als Teil des schon erwähnten städtebaulichen Erlebnisweges, Vorrang hatten. Ende der 1970er Jahre sind Sonderbauten, wie das Rundkino und das Centrum-Warenhaus mit einer Alufassade, und die von Leonie Wirth entworfenen Brunnenanlagen in Champagnerkelch-, Fliegenpilz- und Pusteb Blumenform, als neue charakteristische Elemente entstanden. Während dieser Zeit entstanden auch Kunstwerke, vor allem Wandbilder im Straßenraum zur Vermittlung sozialistischer Ideale. Das Ensemble der Prager Straße kann als eine der bedeutendsten städtebaulichen Schöpfungen der (Ost-)Moderne angesehen werden. Ende der 60er Jahre kommen neue Leitbilder wie „Urbanität durch Dichte“ im Westen Deutschlands auf, im Zuge dessen erfährt die Nachkriegsmoderne viel Kritik. 1979 machte Konrad Wachsmann diese Kritik an der Prager Straße deutlich.

„Was sich hier als großzügig beschreibt, öffnet sich in der Realität als Gigantomanie. Was prächtig sein soll, wirkt deprimierend. Der Mensch ist auf dieser Straße in eine für ihn beziehungslos gewordene Umwelt gestellt, die an ihm, der doch im Mittelpunkt aller Dinge sein sollte, vorbeigebaut ist.“ (Grüning 1985: 301 f.)

Er appelliert für eine Beseitigung der zu breiten und zugigen Betonlandschaften. Die Stadtplaner sahen 1990 in Dresden eine „städtebauliche Fehlleistung“¹¹. Seitdem haben sich der Umgang und die Planung in Bezug zur Prager Straße verändert. Die konservativen Kreise des Dresdner Bürgertum suchen nach dem vermeintlich „Alten Dresden“ (Löffler/Glaser 1999), von einer kritischen Position aus, oft als Dresdner „Mythos“ bezeichnet. Infolge der deutschen Wiedervereinigung kam es aufgrund der Interessen seitens der Investoren in und um die Prager Straße, trotz Denkmalschutz, zu einer Neugestaltung und Nachverdichtung. Dies führte zu einer schleichenden Zerstörung, Destruktion der Prager Straße als Ensemble der Ostmoderne. Besonders deutlich wird dies am Rundkino, zu sehen in Abbildung 15, und dem Wandbild *Dresden begrüßt seine Gäste*, in Abbildung 16. Beide Elemente stehen unter Denkmalschutz, sind jedoch durch neue Gebäude quasi zugebaut worden.

¹¹ Auf der beigelegten Daten-CD befindet sich ein Video mit Filmausschnitten aus „Dresdner Interregnum 1991 – Ein Poem“ von Kohlert (2009)



Abbildung 15: Rundkino

Quelle: SLUB (2010)



Abbildung 16: Wandbild - Dresden begrüßt seine Gäste

Quelle: Rous (2013h)

5.2 Die Prager Straße im Transformationsprozess durch den Einzelhandel

Nach der „Wende“ hat die Prager Straße sich stark in ihrer baulichen und funktionalen Struktur gewandelt. Ab Mitte der 90er Jahre wurden umfangreiche Neubauprojekte vollendet und veränderten das Bild der Straße. Der innerstädtische Einzelhandel ist von einem tiefgreifenden Wandel geprägt. Es kommt zu vielen Schließungen von unrentablen, kleinflächigen und peripher gelegenen Geschäften, dem gegenüber jedoch zu Nutzungsänderungen und Neugründungen durch Filialbetriebe (Pütz 1994: 325). Die Prager Straße hat 2014 einen Filialisierungsgrad von 81 % (BNP Paribas Real Estate 2014).

Die Prager Straße und der Altmarkt haben im Bereich des Einzelhandels eine bauliche Verdichtung durch neue Kaufhäuser und Einkaufszentren erfahren. Neu entstanden sind Karstadt (1992-94), gefolgt von der Wöhr-Plaza (1995-97) und dem Florentinum (1996-97). Durch die Bebauung am Wiener Platz mit Prager Spitze und Kugelhaus seit 2000, erfolgte auch hier eine Verengung.

Die öffentlichen Freiflächen, die insbesondere unter den Folgen des Hochwassers im Sommer 2002 stark zu leiden hatten, wurden im Sommer 2004 vollständig neu gestaltet. Das Centrum-Warenhaus wurde 2007 abgerissen und von 2007-09 kam es dann zum Neubau der Centrum Galerie und zu einer Verengung des Straßenraumes im nordwestlichen Bereich. Damit ist innerhalb weniger Jahre nach der Wiedervereinigung genau das eingetreten, wovon im Planungsleitbild Innenstadt 1994 gewarnt wurde:

„(...) Hier werden die städtebaulichen Grundsätze Le Corbusiers zu einem zwar ganz neuen, aber durch räumliche Großzügigkeit überzeugenden Platzraum gestaltet, welcher nicht ohne Not einer reinen Kommerzarchitektur von wohlmöglich erheblich geringerer Gestaltqualität geopfert werden sollte.“

Die verschiedenen Ausführungen von Sitzmöbeln und zugehörigen Abfallbehältern wurden eigens für die Prager Straße entwickelt. Das zeigt, dass die Prager Straße als gesamtes Ensemble mit Architektur und Freiraumelementen konzipiert wurde und wie wichtig auch scheinbar kleine Elemente wie Bänke im Gesamtkontext waren und sind. Gleiches gilt auch für die Beleuchtung, deren Ausführung speziell für die Prager Straße entwickelt wurde¹².

¹² Auf der CD befindet sich der Film „Prager Straße 2014“ von Meier/Wendt (2014) und zeigt die Prager Straße in ihrer heutigen Ausprägung

6 Ergebnisse der Interviews

In diesem Kapitel werden die Ergebnisse aus den 8 Interviews ausgewertet. Zunächst wird der Parcours anhand der durch die Karten gebildeten Abschnitte untergliedert und beschrieben. Danach werden die Prager Straße und Seestraße miteinander verglichen. Anschließend werden allgemeine atmosphärische Merkmale der Prager Straße und Seestraße beschrieben. Zuletzt werden die aus der Theorie wiedergefundenen Atmosphärentypen präsentiert.

6.1 Die Atmosphären der Abschnitte auf der Prager Straße

Im Folgenden wird der Parcours entlang der Prager Straße und Seestraße in Abschnitte untergliedert und diese jeweils beschrieben und mit treffenden Zitaten ergänzt¹³. Grundlage der Abschnittsbildung sind die von den Teilnehmern nach dem Parcours in eine Karte eingezeichneten Abschnitte¹⁴. Eine Karte der Prager Straße mit den folgenden Atmosphärenabschnitten ist am Ende dieses Unterkapitels in Abbildung 28 dargestellt.

6.1.1 Vom Wiener Platz am „Wiener Loch“ vorbei – Durchgang und Baustelle

Der Wiener Platz war der Startpunkt der Untersuchung und wurde von einigen Teilnehmern explizit charakterisiert. Der Platz wurde als „relativ offen“ und „eher ruhig“ (M-28) beschrieben. Von einer Teilnehmerin wurde der Wiener Platz als entspannt wahrgenommen, sie sagte, es ist „weniger hektisch als ich erwartet hatte“ (W-24).

Jedoch wird ebenso ein reges Treiben beschrieben, weniger aufgrund der visuellen Eindrücke, als aufgrund der Geräuschkulisse. Diese resultierte insbesondere aus der nahe liegenden vierspurigen Straße, dem Straßenbahnnetz, welches den Platz von zwei Seiten umschließt und ebenfalls die ein- und ausfahrenden Züge des Hauptbahnhofs. Das rege Treiben (W-53) bezieht sich also weniger auf den Wiener Platz selbst, sondern auf die Umgebung. In Verbindung mit der Vielzahl visueller und akustischer Eindrücken des

¹³ Längere Zitate sind eingerückt und jeweils in Klammern finden sich die Kürzel der Teilnehmer, wie in Tabelle 4 in der Spalte Fallname festgelegt.

¹⁴ Die Karten der Teilnehmer befinden sich auf der beiliegenden Daten-CD

offenen Platzes, entsteht eine Unübersichtlichkeit und eine Überforderung mit der detaillierten Erfassung aller Objekte und Geräusche (W-31).

„Ähm, hier ist ein reges Treiben, muss man sagen. Man hört dann im Hintergrund natürlich immer mal die Bahn, die Autos, die da fahren. Also, das ist schon ein Knotenpunkt, aber sonst sind sehr, sehr viele Fußgänger“ (W-53)

Zwei Teilnehmende (M-67, M-57) haben ebenso das Kugelhaus angesprochen, welches sich zwar nicht direkt auf dem Parcours befindet, aber vom Wiener Platz und dem ersten Abschnitt der Prager Straße noch ersichtlich ist. Beide fanden es architektonisch wenig gelungen und kritisierten die Umsetzung des Kugelelements, welches aus nahezu keiner Perspektive wirklich ersichtlich ist. Sie beziehen sich dabei beide auf das berühmte Dresdner Kugelhaus vom Architekten Peter Birkenholz, was einst in der Nähe des Straßburger Platzes stand, in Folge des NS-Regimes jedoch als „Ausgeburt einer entarteten Technik“ (Adam 2002) bezeichnet und abgetragen wurde.



Abbildung 17: Blick vom Hauptbahnhof über den Wiener Platz zur Prager Straße

Quelle: Rous (2013b)

Abbildung 17 zeigt den Wiener Platz als Beginn des Parcours, im Hintergrund ist die Prager Straße zu sehen. Auf dem Weg durch diesen Abschnitt wurde schon auf Höhe der Prager Spitze ein beginnen der „Werbeflut“ durch „grelle Farben, verschiedenste Gerüche“ (M-28) wahrgenommen. Eine Teilnehmerin hat einen Mieterwechsel im Ge-

bäude der Prager Spitze registriert, jedoch gibt es für sie darin keine Geschäfte in welche sie unbedingt gehen möchte (W-53).

Auf der linken Seite ist von allen Teilnehmern das sogenannte „Wiener Loch“ angesprochen worden. Bis auf die beiden älteren Probanden (W-69, M-67) wurde das Bauloch in diesem Abschnitt eher als positiv wahrgenommen, weil es im Kontrast zu dem gegenüberliegenden Glasgebäude, der Prager Spitze, eine Öffnung und einen Kontrast darstellt. Positiv am Wiener Loch wird darüber hinaus noch die natürliche Vegetation gesehen. Die älteren Teilnehmenden hingegen beschrieben das Bauloch als negativen Aspekt, der den gesamten Anfangsbereich der Prager Straße wenig einladend mache. Sie kritisierten, dass dieses Bauloch jahrelang von der Stadtplanung missachtet wurde bzw. der Entscheidungsprozess so langwierig ist und erhoffen sich eine schnelle Änderung. Gleichzeitig scheint es aber doch als typisches Element der Stadt Dresden zu gelten, was eine gewisse Faszination auslöst.

„Ähm, und natürlich links da mit dem Wiener Loch, das ist schon very special. Dann da mit diesen bunten Häusern von dem Nikolaus da, mit den Farbbändern an den Barrieren, an den weiß nicht, wer da, dass initiiert hat, aber es scheint irgendwie Schule zu machen.“ (W-53)

Am Bauzaun sind Häuser vom Nikolaus mit Bändern angebracht, die als kreative Aufwertung verstanden werden, aber auch als Zeichen des Protestes wahrgenommen werden, der die Nicht-Bebauung oder aber auch das aktuelle Bauvorhaben kritisieren könnte (W-31).

Das geplante Bauvorhaben mit Fertigstellung im Frühjahr 2016 als „Prager Carrée“, sieht eine Bebauung mit Gebäuden vor, die im Erdgeschoss eine Einzelhandelsfläche von 5800 m² für 10 Gewerbeeinheiten anbietet und darüber sollen 241 Mietwohnungen auf einer Fläche von 17400 m² entstehen. Eine Tiefgarage mit 327 Stellplätzen ist ebenfalls geplant (Prager Carrée 2014).

Abbildung 18 zeigt die Informationstafel zum Bauvorhaben. Ein Teilnehmer (M-31) war beim Anblick der Tafel verwundert, dass Mietwohnungen entstehen sollen. Er könnte sich auch nicht vorstellen, an dieser Stelle zu leben. Das Projekt ist ein offenes Shopping-Center oder Stadt-Center als eine Kombination von Wohnen und Einzelhandel (Christ/Pesch 2013).

Das Projekt wird durch die Teilnehmenden eher kritisch gesehen und sie selbst würden sich dort eher eine Fläche wünschen, die zum Verweilen einlädt und mehr Natur in den Stadtraum bringt, zum Beispiel durch einen Park (W-53).



Abbildung 18: Informationstafel zum Bauvorhaben

Quelle: Eigene Aufnahme im Mai 2014

Der in Abschnitt 1 beschriebene Bereich wird mehrheitlich als Durchgang, als eine Art Trichter bezeichnet, indem die Menschen zielgerichtet und mit schnellerem Tempo von einem Punkt zum Nächsten laufen.

„Ja, es ist eine Durchgangs Atmosphäre. Es ist jetzt hier ja auch nicht so, dass hier in dem Geschäftshaus so Schaufenster sind, die den Blick anziehen. Wo man sagt, da möchte ich verweilen.“ (M-67)

Die wenigen vorhandenen Schaufenster der Geschäfte und auch die gastronomischen Einrichtungen auf der rechten Seite in der Prager Spitze wirken auf die Probanden nicht einladend und laden sie nicht zum Verweilen ein, was die Wahrnehmung der Durchgangs Atmosphäre unterstützt. Die Beschreibung als Durchgang oder auch als Trichter lässt sich auf die sich einstellende Enge zurückführen. Durch die Prager Spitze auf der rechten Seite und dem eingezäunten Bauloch auf der linken Seite kanalisieren sich die Menschen des Platzes. Sowohl die Probanden möchten sich in diesem Abschnitt schneller fort bewegen, aber auch bei den anderen Passanten fällt ihnen auf, dass sie schneller laufen.

„Man sieht es ja an den Leuten die hier durchmarschieren, die machen das ziemlich schnell und die Fahrradfahrer fahren auch relativ schnell, woanders fahren sie nicht so schnell“ (M-57)

„Die Glasfassade (Prager Spitze), dieses riesige Glasschiff macht es hier halt so ein bisschen so ein Businessfeeling, eher nicht so Verkaufsräume sondern eher halt so Arbeiter-Bürodistrikt.“ (M-28)

Im Kontrast zu Bauloch wurde die Glasfassade der Prager Spitze angesprochen. Das Bürogebäude wurde selbst noch nicht als Teil der Einkaufsstraße verstanden, sondern tatsächlich eher als Bürogebäude und davon ausgehend auch die Atmosphäre, die es vermittelt und die diesen Abschnitt mitbestimmt.

6.1.2 Hotel „Newa“ – Transit zur Prager Straße

Nach dem sehr schmalen und als eng empfundenen Bereich ändert sich die Wahrnehmung der Atmosphäre circa auf Höhe des Hotel „Newa“ (heute Pullman Hotel). Der Weg wird dort wieder eindeutig breiter und der Blick auf die nahezu gesamte Prager Straße öffnet sich.

„natürlich nehme ich jetzt wahr, dass die Straße breiter wird, dass der Blick freier wird. Und, äh, das auch die Auslegung des Weges hier äh, na sagen wir mal angenehmer wird.“ (M-67)

Auf eine Teilnehmerin wirkte das Gebäude des Hotel „Newa“ etwas bedrohlich, da von diesem Bereich das Hotel wie ein Turm der keine Fenster hat wirkt und eher eine Erinnerung an ein Gefängnis hervorruft, als an ein Hotel in dem Touristen wohnen (W-24). Weitere erwähnte Elemente sind „die Bäume die hier stehen, die haben eben noch was und dann eben solche Wandbilder“ (M-57). Das Wandbild „Newalandschaft“ befindet sich an der Wand des Hotels hin zur Prager Straße, zu sehen in Abbildung 19, es wurde 1969 von Franz Tippel geschaffen.



Abbildung 19: Prager Straße mit Hotel "Newa" und Geschäftshaus

Quelle: Rous (2013c)

Das bekannte Wandbild „Dresden grüßt seine Gäste“ befindet sich auch hier, es steht unter Denkmalschutz. Es konnte jedoch von keinem Teilnehmer gesehen werden, da der Blick heute von der Prager Straße aus durch ein Geschäftshaus versperrt ist¹⁵. Teilnehmer welche die Prager Straße schon länger kannten, hatten teilweise Erinnerungen an das alte Wandbild.

Ein Teilnehmer fühlte sich in diesem Bereich unwohl, da er die Armut eines bettelnden Mannes am Straßenrand bemerkte. Normalerweise würde er hier schnell durchlaufen, „da gibt es nichts, außer vielleicht der dm (Drogeriekette), was ich da finden könnte“ (M-31).

Die entstandene Öffnung der Straße und die Weitung spielen hier eine wichtige Rolle bei dem Übergang der wahrgenommenen Atmosphäre, aber auch das schon sichtbare Ensemble aus Brunnen und umliegenden Bäumen wird als etwas Spezifisches wahrgenommen, was eine eigene Atmosphäre erzeugt.

„dieser Versuch da so ein bisschen das mehr so zur Flaniermeile zu machen. (...) Ab jetzt so, wo die Bäume sind und diese Breite mit dem Springbrunnen und rechts und links diese, diese Lichter, das gewinnt dann wieder so ein bisschen was Großstädtisches, was Urbanes (...) Also das hat dann sofort ein bisschen eine andere Atmosphäre.“ (W-53)

Eine Teilnehmerin (W-69) sieht hier schon das Grün und möchte erwartungsvoll weiter gehen, nachdem sie den ersten Abschnitt mit dem „Wiener Loch“ hinter sich gelassen hat.

6.1.3 „Prager Platz“ von der Pusteblume bis zur Völkerfreundschaft – entspannter Flanierbereich

Gesamtheitlich entschieden sich die Teilnehmer dafür entlang der Brunnen zu gehen und sich innerhalb der Baumarkaden zu bewegen. Diese umschließen den Mittelteil optisch und schirmen somit von den umliegenden Geschäften ein wenig ab. Die Entscheidung lässt sich wohl zum einen auf die Anziehung der Brunnen, welche als positive und erfrischende Abwechslung gesehen wurden und zum anderen auf den Umstand, dass die Teilnehmenden insgesamt nur zielgerichtet die Prager Straße besuchen und somit keinen großen Wert auf die Geschäfte legen und kein besonderes Interesse dafür hegen, zurück führen. Abbildung 20 zeigt den Brunnen mit „Pusteblumen“ mit Blick in

¹⁵ Siehe Kapitel 5.1, Abbildung 16

Richtung Hauptbahnhof, im Hintergrund ist das Hotel „Newa“ und die Glasfassade der Prager Spitze zu sehen.

„Ich finde es schön, dass es plötzlich viel viel grüner geworden ist. (...) Also dadurch, dass wir jetzt auch in der Mitte lang gehen, glaube ich, nehme ich die Geschäfte auch nicht so wahr. (...) dadurch dass ich irgendwie den Mittelgang gewählt habe, konnte ich das gut ausblenden. Das heißt, es sind ja auch diese ganzen Ladenmarkennamen und so, die Embleme hinter den Bäumen irgendwie verschwunden. Das habe ich auch bewusst gewählt“ (W-24)

„Ich finde es auch ziemlich gut, dass das noch ein bisschen aufgebrochen ist durch die Bäume hier (...) ich würde jetzt hier nicht entlang laufen wollen aber durch das Grün und durch das Wasser und der angenehme Wind der hier durchzieht, (...) ich glaube auch außen herum um diesen Brunnen ist eine andere Geschwindigkeit als hier drinnen“ (M-31)



Abbildung 20: Prager Straße, Brunnen mit "Pustebumen"

Quelle: Rous (2013d)

M-31 stellt darüber hinaus fest, dass sich ebenso die Gehgeschwindigkeit innerhalb der Baumarkaden und außerhalb an den Geschäften unterscheidet. Die Teilnehmenden entgehen somit alle dem vermeintlich hektischen Treiben an den Geschäftszeilen und suchen den Mittelteil auf, weil er sie eher zum Verweilen einlädt und eine entspannte Atmosphäre (M-67, W-53) schafft. Die Brunnen werden nicht nur durch das erfrischende Wasser als positiv wahrgenommen, sondern auch das Geräusch und der Geruch des Wassers wirkten positiv, weil es die anderen Geräusche abschwächte und andere Gerüche isolierte.

„also ich empfinde Plätschern definitiv als was Positives, sowohl die geruchliche Atmosphäre, also die geruchliche Entwicklung des Wassers, als auch den kühlenden Effekt, als auch für die Geräuschkulisse durch den Brunnen definitiv förderlich, als positiv und als schön“ (M-28)

Ebenso die Bäume und Pflanzen und die Vielzahl an Sitzmöglichkeiten werden als positive Faktoren genannt, weil sie ebenso zum Verweilen einladen. Keiner der Teilnehmenden hat jedoch bisher an diesem Ort auch tatsächlich verweilt, obwohl sie ihn alle als einladend beschreiben. Abbildung 21 zeigt den Bereich der Prager Straße, welche durch Treppen etwas vertieft ist und durch seine Gestaltung mit Brunnen, Bäumen und Sitzgelegenheiten zum Verweilen und Flanieren genutzt wird.

„Aber hier das ist schon ganz gut, es ist vor allen Dingen eben auch ganz gut weil eben diese Bäume da sind, die Tische eh die Stühle und dann hier eben diese Springbrunnenkombination, das hat schon was also das bringt wirklich lebbare Qualitäten hervor.“ (M-57)

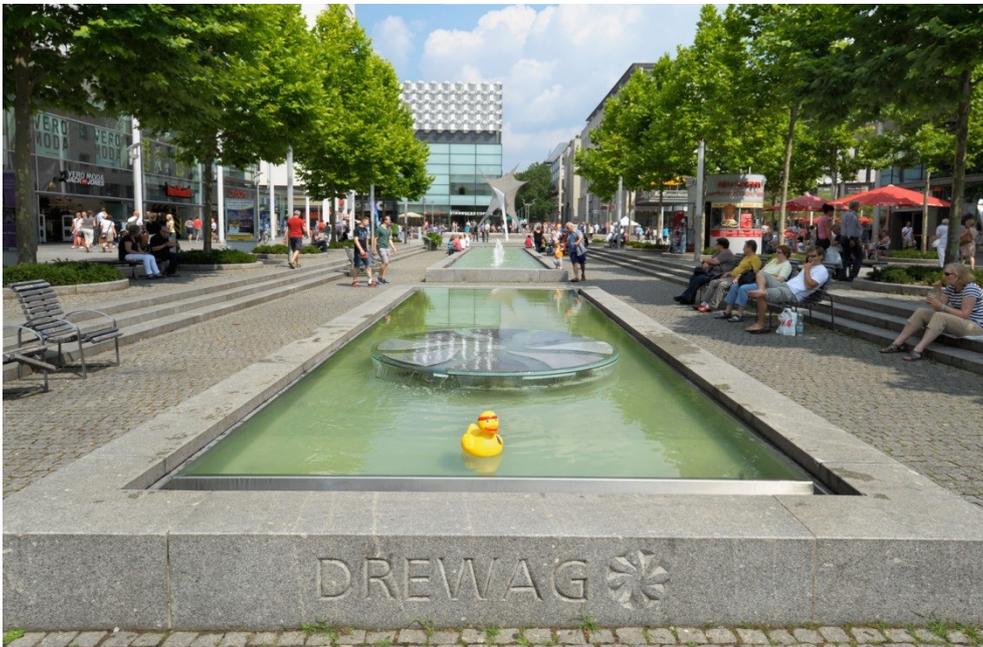


Abbildung 21: Prager Straße, Brunnen und Treppen

Quelle: Rous (2013e)

W-53 bezeichnete diesen Abschnitt der Prager Straße auch als Flaniermeile und W-31 nimmt einen Boulevardcharakter wahr. Dies liegt zum einen in der enormen Breite der Prager Straße, in dem fokussierten Abschnitt, aber auch an der Gestaltung des mittleren Teils, der durch die Bepflanzung, die Springbrunnen und die Sitzgelegenheiten als Ort zum Verweilen wahrgenommen und scheinbar genutzt wird. Vor allem in Abgrenzung zu Fußgängerzonen in anderen Städten wird dadurch das hektische und manchmal bedrückende Treiben abgedämpft.

„Also es ist hier keine Hektik, das würde ich schon mal sagen. Weil es gibt ja in anderen Städten Fußgängerzonen, da ist es dann eher Gedränge und Geschiebe und das hat man in Dresden nirgends“ (M-67)

Zum Ende der Baumarkaden öffnet sich die Straße noch einmal zu einem großen und breiten Platz, in dessen Mitte die Plastik „Völkerfreundschaft“ steht und welcher durch eine kurze Treppe aufgebroschen wird. Die Plastik wird zwar registriert und auch das Interesse für den Künstler und das Entstehungsjahr ist vorhanden, aber es geht keine beeinflussende Wirkung von der Skulptur aus. Dies kann eventuell auch daran liegen, dass sie sich zu einheitlich ins das Bild der Straße fügt und keinen Kontrast zu ihr darstellt. In Abbildung 22 ist der angesprochene Platz mit der Plastik „Völkerfreundschaft“ zu sehen, rechts im Hintergrund sieht man das Rundkino.

„dass das hier sozusagen diese Metalloptik wieder aufnimmt die da ist und sowas und sofort, also ist ein zu, na wie soll ich sagen, zu ähnliches Objekt. Also das wertet den Raum meines Erachtens nicht auf, hier müsste irgendwas anderes her im Gegensatz zu diesem ganzen Dings da.“ (M-57)



Abbildung 22: Prager Straße, vorn Plastik "Völkerfreundschaft", hinten Rundkino

Quelle: Rous (2013g)

Mit dem Platz werden durch einen Teilnehmer auch dort häufig stattfindende öffentliche Kunstaktionen, wie Tanz, Performance oder auch Akrobatik verbunden, was für ihn eine Aufwertung bedeutet, da der Platz somit in seiner Öffentlichkeit jedem zugänglich scheint und einem Teil der Straße eine andere Funktion gibt.

„Genau, hier finde ich es ganz schön, weil hier wird auf jeden Fall auch immer mal ein bisschen Street Art, bisschen Tanz gemacht, bissel Breakdance und so, also ein Platz wo Leute ihrem Hobby Ausdruck machen können, (...) Einfach ein Platz wo nicht nur eingekauft wird sondern es auch, ja Leute sich darstellen können, wo ein Treiben herrscht, wo dann einfach ein bisschen was passiert.“ (M-28)

„haben jetzt hier den Blick zum, zu diesem berühmten Dresdner Rundkino, äh. Das hab ich früher öfter besucht, aber in letzter Zeit eigentlich nicht mehr.“ (M-67)

Von diesem Platz aus ist dann auch der Blick auf das Rundkino frei, was von einigen Teilnehmenden auch bemerkt wird, jedoch eher Erinnerungen hervorruft. Keiner von ihnen besucht es regelmäßig, sondern sie erinnern lediglich die frühere Zeit, in der sie dort öfter waren.

6.1.4 Prager Straße als Einkaufsstraße – Von der Centrum Galerie bis Karstadt

Von dem Platz mit der Plastik aus wird schon die Centrum Galerie wahrgenommen, dabei ist es vor allem ihre eigentümliche Fassadengestaltung, auf der das Interesse gründet. In Anlehnung an die damaligen Centrum Warenhäuser in der DDR, auf der Prager Straße stand eines dieser Warenhäuser, von diesem wurde das metallisch wirkende Wabenmuster übernommen. Die Teilnehmer sehen die Umsetzung dieses Vorhabens aber eher kritisch.

„Ja, muss allerdings gestehen, dass ich die jetzt erst interessant finde, weil sie sich jetzt so abhebt. Also äh damals war das so ein Unikat und stand da und ich denke ich bin da nicht so oft gewesen. Also das hat mich nicht so beeindruckt, dieses Kaufhaus.“ (M-67)

„Selbst wenn diese Centrum Galerie da oben architektonisch oder die Fassade der Versuch ist, das alte DDR, mit diesen alten DDR-Materialien da, wenn das das aufgegriffen hat. Das ist trotzdem von der Aufmachung, ist es relativ langweilig architektonisch.“ (W-53)

Auf Höhe der Centrum Galerie findet dann ebenso wieder ein abrupter Wechsel der Atmosphäre statt. Die enorme Breite wird wieder in einer relativ schmalen Straße kanalisiert, auf deren linker Seite befindet sich die Centrum-Galerie und auf der rechten Seite ist ebenso eine Geschäftszeile. In diesem Abschnitt wird die Enge als etwas Negatives empfunden, vor allem weil sich die Teilnehmenden komplett von Geschäften umgeben fühlen. Die Menschen wirken geschäftig und eilend, es steigt das Bedürfnis, die eigene Geschwindigkeit anzupassen. Durch die geringe räumliche Distanz zu anderen Menschen, entsteht ebenso ein Gefühl der Bedrücktheit und des nicht Wohlfühlens. Dies ist der erste Abschnitt, der als rein pragmatischer, auf Einkaufen ausgelegter Abschnitt beschrieben wird. Dies sind auch die Gründe, auf denen man das unbehagliche

Gefühl in diesem Abschnitt zurückführen kann. In Abbildung 23 ist die Prager Straße mit der Centrum Galerie zu sehen, die Fassade mit Wabenmuster ist an die Fassade des alten Centrum Warenhauses angelehnt.

„Also jetzt befinden wir uns sozusagen in der verkaufsorientierten Region dieser Straße, da vorne ist Erholung und hier.“ (M-57)



Abbildung 23: Prager Straße, Centrum Galerie

Quelle: Rous (2013f)

Dabei äußern sich die Teilnehmenden auch kritisch gegenüber dem reinen Konsum, durch sarkastische Äußerungen, wie „Tal der Dummen“ (M-28) oder auch „Schützengraben“ (M-53). Damit einhergeht auch eine gefühlte gesteigerte Anonymität zwischen den Teilnehmenden und anderen Passanten und fehlende Möglichkeiten der Kommunikation.

„Ist auch nicht so, dass man hier miteinander kommuniziert, dass man hier irgendwie miteinander redet, dass es irgendwie soziale Kontaktpunkte gibt sondern eigentlich ist es eine Schleuse, ein Tunnel“ (M-28)

Zwar finden sich auch in diesem Bereich Sitzgelegenheiten, jedoch wird ihnen eine andere Funktion und ein anderer Nutzen zugesprochen. Sie sollen eher für kurze Pausen zwischen zwei Geschäften dienen, zum kurzen Rasten, vor allem für Männer, die auf ihre Frauen warten, die noch in einem Geschäft sitzen. M-57 formuliert es auch sehr überspitzt, dass die Bänke nur für jene sind, die kurz vorm Umkippen sind. Die Sitzge-

legenheiten werden also im Vergleich zu denen im vorhergehenden Bereich nicht als Orte des Verweilens und der Entspannung wahrgenommen. Vielmehr sind sie simultan zum Abschnitt nur zur kurzzeitigen Erholung zwischen zwei Geschäften vorgesehen. So werden auf den Bänken sitzende Männer beschrieben und es wird vermutet, dass diese lediglich auf ihre Frauen warten, die sich noch in einem Geschäft aufhalten.

„Der wird auf seine Frau warten, die ist bei, was weiß ich, H&M oder so und da muss er warten. Aber die Warten nicht, die sitzen hier nicht um zu entspannen, sondern er ist in Spannung. Und hier weiter vorn, wo wir vorbei gegangen sind, da hat man eben eher das Gefühl, die Leute bummeln auch. Aber hier ist es Eile.“ (W-69)

Abbildung 24 zeigt die Prager Straße in diesem Abschnitt mit Passanten circa auf Höhe des Outdoor-Handel Globetrotter.



Abbildung 24: Prager Straße als Einkaufsstraße mit Passanten

Quelle: Eigene Aufnahme im Mai 2014

6.1.5 Haltestelle Prager Straße – Verkehrsknotenpunkt

Nach der engen Einkaufsstraße, die mehrheitlich negativ und bedrückend gewertet wurde, öffnet sich die Prager Str. an der Kreuzung zum Dr.-Külz-Ring wieder. Diese Öffnung wird als positiv und erleichternd empfunden, gleichzeitig aber auch als Gefahrenpunkt bzw. als Veränderung der Geräuschkulisse.

„hier öffnet es sich ja schon wieder, also hier hat man halt wieder rechts und links eine offene Struktur und (...) Jetzt sind wir direkt an der Straße, jetzt ist es rechts und links wieder offen, es ist deutlich mehr grün, es ist deutlich mehr Luftzug, es ist mehr Raumöffnung.“ (M-28)

„Es wird voller, aber noch nicht beängstigend voll und es wird wieder laut.“ (W-24)



Abbildung 25: Blick aus der Seestraße über Dr.-Külz-Ring und Waisenhausstraße

Quelle: Rous (2013a)

Abbildung 25 zeigt die Kreuzung am Dr.-Külz-Ring mit der Straßenbahnhaltestelle Prager Straße. An der Kreuzung treffen sowohl Autos, Straßenbahnen, Busse, Radfahrer und eben Fußgänger aufeinander, was eine erhöhte Aufmerksamkeit fordert. Durch die Ampel wird das Gehen ebenso unterbrochen und muss sich dem Rhythmus der Ampel fügen, was jedoch kein Teilnehmer als störend oder überhaupt bewusst wahrgenommen hat. Der Großteil der Teilnehmer empfindet den Verkehr auch nicht als störend, sondern konstatiert ihn lediglich als Veränderung des Raumes und der Atmosphäre.

„störend empfind ich es eigentlich nicht aber nach dieser langen Fußgängerstraße ist es schon ein Wechsel und man muss drauf Acht geben“ (W-69)

In diesem Abschnitt wurde von einer Teilnehmerin während des Parcours in diesem Bereich der Rathausturm als „das erste Historische“ (W-69) wahrgenommen. Eine Treppe, welche ein Kunstwerk mit dem Namen „Trichter“ ist, wurde von ein paar Teilnehmern verwundert erkannt. Es besteht aus einer Treppe die von dem Platz unter die Seestraße führt und man durch eine Glasscheibe einen Kanal der Stadtentwässerung betrachten kann.

6.1.6 Seestraße – Vorbei am Café Prag

Der folgende Bereich ist wieder gekennzeichnet durch eine Verengung, die aber im Folgenden als angenehm wahrgenommen wird. Der Bereich nach dem Dr.-Külz-Ring, die Seestraße, grenzt sich deutlich von der Prager Straße ab. Die Prager Straße war vor allem ein konsumorientierter Bereich, der hauptsächlich durch die Ladengeschäfte und Kaufhäuser geprägt war. Die Seestraße mutet zum einen anders an, da es keine reine Fußgängerzone mehr ist, sie besitzt einen sehr breiten Fußgängerweg und zum anderen weil sie sich architektonisch von der Prager Straße unterscheidet. Besonders hervorgehoben wird dabei eine historische Komponente, die zurück zu führen ist auf das Kopfsteinpflaster und den nun freien Blick auf die Altstadt Dresdens.

„Ja genau, in der Seestraße. Die ist auf alle Fälle, die hat ja diesen alten Charakter, mit diesen Pflastersteinen. Das finde ich ja ganz schön, dass man da auch die Sichtachse hat, da zu der Hofkirche. Also da schwingt dann gleich dieses alte Dresden so mit, das äh.“ (W-53)



Abbildung 26: Seestraße, Blick in Richtung Altmarkt und Schloßstraße

Quelle: unbekannter Fotograf (2011)

Auffallend ist dabei der architektonische Mix zwischen historischer und moderner Fassade, was durch die Teilnehmer, die dies bemerken, als unstrukturiert und unharmonisch beschrieben wird, als würden beide Stile in Konkurrenz miteinander stehen.

„Okay, links ist jetzt das Alte und rechts ist das Neue. Eigentlich finde ich es auch schön, wenn das friedlich koexistieren kann.“ (W-24)

Als positives Element werden die Bogengänge bzw. Arkaden erwähnt unter denen sich ebenso Stühle und Tische von verschiedenen gastronomischen Einrichtungen befinden. Der prägnante Duft nach Café und die unter den Arkaden stehenden Tische und Stühle vermittelt den Teilnehmer ein „Café-Feeling“ (M-28) oder auch eine „Caféatmosphäre“ (W-31). Insgesamt wird der Bereich als ruhig beschrieben, in dem man sich wohl fühlt.

„Aber das ist doch, also hier fühlt man sich wohl, also ich zumindest fühle mich wohl, ob das andere Menschen so sehen, das weiß ich nicht.“ (M-57)

6.1.7 Altmarkt – weiter Platz vor historischer Kulisse

Das Betreten des Altmarktes wird von den Probanden positiv wahrgenommen. Der Raum öffnet sich wieder, ein Gefühl der Weite setzt ein und der Blick auf die historische Altstadt Dresdens wird frei gelegt. Jedoch ist dieses positive Gefühl nur temporär vorhanden und schnell stellt sich eine Skepsis gegenüber dem Platz ein. Er wird als zu groß empfunden und zwecklos gesehen. Wobei auch positiv angemerkt wird, dass er nicht so konsumorientiert ist wie die Prager Straße oder auch der Wiener Platz. Zu wenige Sitzgelegenheiten, fehlende Bepflanzungen und zu kleine Brunnen werden bemängelt, was ihn zu einem monotonen, überproportionierten Platz werden lässt.



Abbildung 27: Altmarkt mit Kulturpalast und Frauenkirche

Quelle: Wikimedia Commons (2012)

„Naja hier ist es, man merkt halt, dass es hier definitiv ein Zweckplatz ist, hier hast du auch kaum Grün, nur im Rahmen gesäumt von Grün, keine Springbrunnen oder so was“ (M-28)

„Aber weil es halt so ein historischer Ort ist finde ich es gut, dass er frei geblieben ist um zu zeigen, dass es noch mehr gibt als nur Einkaufen“ (M-31)

Die Bepflasterung mit Granit wird als positives und atmosphärisches Element wahrgenommen und auch die historische Altstadt Dresdens wird stärker betont und hervorgehoben. Gerade der Blick auf die verschiedenen Türme von Kirchen und dem Rathaus fällt den Teilnehmern auf.

„Eine Weite ja, aber zum Glück der Blick auf die wunderbare Frauenkirche und auf der anderen Seite die Türme, das ist schon sehr schön.“ (W-69)

Auch findet der Kulturpalast häufig Erwähnung, wird dabei jedoch eher kontrovers wahrgenommen. Teilweise als zu großer Gegensatz zu den vorhandene historischen Fassaden, andererseits aber aus jenem Umstand heraus auch positiv.

„Den Kulturpalast, der gerade umgebaut wird scheinbar. Krass, das ist mir noch gar nicht aufgefallen. Wegen diesen Feuerrichtlinien, den Feuerschutzbestimmungen glaub ich. Und den finde ich einfach entsetzlich. Würde ich am liebsten wegsprengen“ (W-24)

„Diesen Kontrast find ich völlig in Ordnung. Also wenn man weiß, die Frauenkirche ist alles nachgebaut, ist alles fake, der Kulturpalast gut der ja dann erst danach entstanden, nach dem Krieg. Insofern ist das, also das find ich gut, also das soll ruhig so als Spuren der Geschichte so bleiben. Ich war eigentlich gegen den Bau der Frauenkirche, aber jetzt, wo sie da ist, find ich es in Ordnung.“ (W-53)

Der Altmarkt ist für viele Teilnehmer mit Erinnerungen an Veranstaltungen auf dem Platz verbunden. Die bekannteste Einzelveranstaltung ist der „Dresdner Striezelmarkt“, der jedes Jahr im Dezember als Weihnachtsmarkt hier stattfindet. Während der Untersuchung sind als Veranstaltungen ein Frühlingsmarkt, eine Sportveranstaltung und der Christopher Street Day Dresden aufgetreten.

In Abbildung 28 sind die in diesem Abschnitt beschriebenen Abschnitte, anhand der Atmosphärenbeschreibungen durch die Teilnehmer, in einer Karte dargestellt und räumlich verortet worden.



Abbildung 28: Karte der Prager Straße mit Atmosphärenabschnitten

Quelle: Datengrundlage von OpenStreetMap, Darstellung nach eigener Bearbeitung

6.2 Die Atmosphären der Prager Straße und Seestraße im Vergleich

Der Kreuzungsbereich am Dr.-Külz-Ring teilt den Untersuchungsraum, südlich davon befindet sich die Prager Straße und nördlich die Seestraße. In diesem Kapitel wird ein Vergleich der Atmosphären der beiden Straßen vollzogen, die in der Untersuchung als voneinander verschieden wahrgenommen wurden.

6.2.1 Prager Straße – Einkaufsstraße und Fußgängerzone

Die Prager Straße befindet sich in der Seevorstadt zwischen Hauptbahnhof und Dr.-Külz-Ring. Die 700 Meter lange Prager Straße ist eher konsumorientiert und gilt als die bedeutende Einkaufsstraße in Dresden. Die Straße wurde nach dem Zweiten Weltkrieg wieder aufgebaut und ist seit den 1970er Jahren als Fußgängerzone frei für den Fuß- und Radverkehr. Der Straßenraum ist mit Brunnenanlagen und Plastiken gestaltet worden. 2004 wurden die Brunnen saniert, der Bodenbelag neu gestaltet und neue Bäume gepflanzt. An der Straße befinden sich die ibis Hotels, das Hotel Pullman und die Prager Zeile als Wohngebäude. Weitere bekannte Gebäude sind das Rundkino und das Centrum Warenhaus bzw. die Centrum Galerie seit 2009. Nach der Wiedervereinigung sind weitere Kaufhäuser wie zum Beispiel Karstadt entstanden. 1998 ist der Ufa-Kristallpalast als Kino neben dem Rundkino entstanden. Allgemein ist die Prager Straße mehr durch eine modernere glattere Bebauung aus den Materialien Beton, Glas und Metall geprägt.

6.2.2 Seestraße – historische Straße der Altstadt

Die Seestraße ist eine Straße im Stadtteil Innere Altstadt und erstreckt sich auf einer Länge von 240 Meter zwischen Dr.-Külz-Ring und dem Altmarkt. Die Seestraße ist eine eher historisch anmutende mit Granit gepflasterte Straße in der Altstadt. Die Straße ist frei für den Fuß-, Rad- und Kraftverkehr. Für den Kraftverkehr hat sie keine große Bedeutung. Die Seestraße ist hauptsächlich von Fußgängern frequentiert und ist die Verlängerung der Prager Straße. Diese Achse setzt sich über die Hauptstraße bis zum Albertplatz fort. Der Straßenraum ist durch das Kunstwerk „Trichter“ und mit Vitrinen, welche unter Denkmalschutz stehen, gestaltet. Auf der Seestraße befindet sich das Café Prag, das Gebäude besitzt im Erdgeschoss Arkaden. Hinter dieser Bebauung im Stil des

sozialistischen Klassizismus befindet sich die Altmarkt-Galerie. Neben der Altmarkt-Galerie wurden, nach der Wiedervereinigung, entlang der Straße Gebäude mit Einzelhandel und Büros gebaut. Die Gebäude der Seestraße sind in die historische Bebauung integriert und wirken weniger modern, da als Material eher natürliche Materialien wie Granit und Sandstein verwendet wurden.

6.3 Allgemeine atmosphärische Merkmale der Prager Straße und Seestraße

Mehrere Merkmale die während der Parcours als Merkmale für eine Atmosphäre angesprochen wurden lassen sich nicht einzelnen Abschnitten zuordnen. Aus diesem Grund werden einige Merkmale hier allgemein angesprochen und Beispiele aus den Atmosphärenbeschreibungen gegeben.

6.3.1 Bäume und Brunnen

Bäume und Grünflächen werden allgemein als positiv wahrgenommen. Aus den Interviews wird auch erkennbar, dass Bäume in Verbindung mit einer guten Atmosphäre ausdrücklich erwünscht sind. Bäume scheinen einen wichtigen Faktor für Atmosphären, vor allem für gute Atmosphären zu spielen. Es wird Wert darauf gelegt, dass möglichst viele Bäume vorhanden sind. Bäume sind vor allem auf Plätzen und breiten Flächen ziemlich wichtig um Schatten zu spenden, in engen Straßen könne sie aber auch für eine zusätzliche Verdichtung sorgen, die dann eher negativ wahrgenommen wird.

„ist auch noch ein bisschen Grün drin also das hebt die Sache so ein bisschen auf gerade“ (M-28)

„Ab jetzt so, wo die Bäume sind und diese Breit mit dem Springbrunnen und rechts und links diese, diese Lichter, das gewinnt dann wieder so ein bisschen was Großstädtisches, was Urbanes, was so ein bisschen, was ich auch mit anderen Städten so verbinde.“ (W-53)

Brunnen scheinen ähnlich wie Bäume positiv das Atmosphärenerleben zu beeinflussen. In der Untersuchung wurden durch Brunnen positive Effekte beschrieben, zum einen dämpfen sie Gerüche ab, erfrischen die umgebende Luft und zum anderen erzeugen sie Geräusche, wie Plätschern, welche meist als angenehm empfunden werden. Scheinbar laden Bereiche mit Brunnen die Passanten zum Verweilen ein und befördern dadurch eine positive und gemeinschaftliche Atmosphäre.

„Da wo das Wasser ist und die Bänke und so die Brunnen, da verweilen die Leute.“ (W-53)

„Also, was sehr angenehm ist vom Wahrnehmen her ist eben, dass hier die Brunnen sind, also dieses wässrige Element als solches. Die eben hier gerade wenn das so heiß ist, ist das hier wirklich eine Hölle also das ist ja richtig wie so ein Brutkasten und dass das hier eben da ist, das macht es sehr angenehm.“ (M-57)

6.3.2 Architektur, Breite der Straße und Gebäudehöhe

Die Architektur der städtischen Räume spielt immer eine Rolle bei der Wahrnehmung von Atmosphären. Beispielsweise werden Gebäude aus Glas als modern bezeichnet und ihre Abgrenzung zu historischen Gebäuden betont. Die Größe der Gebäude und ihre Anordnung scheinen ebenfalls die Atmosphäre mit zu beeinflussen, zum Beispiel fühlen sich Menschen durch Arkaden umschlossen, jedoch scheint hier neben der Größe auch die Form von Bedeutung zu sein.

„Also ich hab jetzt noch keins gesehen, was mir gefallen hat, das sind hier eher so ein Mix aus modernen und auch zum Teil wahrscheinlich noch aus DDR-Zeiten einfach Blöcken mit Glasfassaden und viel Metall und ja was anderes sieht man hier eigentlich nicht.“ (W-31)

Anhand der durchgeführten Atmosphärenbeschreibungen kann gesagt werden, dass wenn die Breite einer Straße, die Höhe eines Gebäudes, eines Eingangs oder sonstige Dinge enorm über die eigene, persönliche und damit zumeist auch allgemein menschliche Größe hinaus gehen, werden die Objekte eher als Bedrohung wahrgenommen, die ein unangenehmes Gefühl auslösen. In solchen Situationen schafft es das Subjekt nicht mehr eine Verbindung und eine Relation zum Objekt herzustellen und fühlt sich erdrückt. Dieser Aspekt könnte ein entscheidender Punkt bei der zukünftigen Stadt- und Gebäudeplanung sein. W-53 stellt darüber hinaus die Vermutung auf, dass eine gewisse Enge für die Menschen notwendig ist zur Strukturierung und Orientierung und dabei als etwas Typisches für Städte bzw. urbane Räume gesehen werden kann. Diese Kritik ist vermutlich auf die historische Breite bezogen und orientiert sich an dem Leitbild Urbanität durch Dichte.

„Die sind auf jeden Fall hoch und ich fühle mich ziemlich klein vor den Gebäuden.“ (M-31)

„aber ich finde die Häuser irgendwie zu groß, man fühlt sich daneben klein und bedeutungslos irgendwie.“ (W-24)

„Ich finde das grausam, ich finde das wirkt echt grausam, ich finde das vor allen Dingen, gucken sie mal, das geht hier so hoch, dann sind hier diese Namen als solches, das ist wirklich, der Mensch nach meinem Dafürhalten, der Mensch fühlt sich hier klein und verloren, also ich zumindest fühle mich klein und verloren. Gucken sie mal dieses Riesen-Ding, dieses Riesen-Tor (Eingang Centrum Galerie), das ist ja unmenschlich, das hat ja keine menschlichen Dimensionen mehr.“ (M-57)

6.3.3 Gerüche, Straßenmusik und Kunst

In Verbindung mit Atmosphären scheint für manche Personen die sinnliche Wahrnehmung in Form von Gerüchen besonders wichtig zu sein und sie nehmen Gerüche dann auch prägnant als Atmosphäre wahr.

„natürlich beginnt jetzt die Werbeflut, optisch fängt es dann an diffus zu werden, weil halt grelle Farben, verschiedenste Gerüche, Ledergeruch zum Beispiel jetzt, durch Ledermoden (lacht).“ (M-28)

„Das finde ich ziemlich angenehm und es kommt einem noch so ein bisschen ein leichter Geruch von Essen entgegen, den finde ich eigentlich ganz gut“ (M-31)

„Den Geruch finde ich gerade sehr geil (lacht). Douglas (lacht). Obwohl Lush ist mir gar nicht aufgefallen. Das finde ich ja meistens noch besser vielleicht. Naja, die sind ja auch gleich nebeneinander (lacht).“ (W-24)

Während der Parcours ist teilweise Straßenmusik aufgetreten. Allgemein hat die Straßenmusik bei den Teilnehmern ein angenehmes Gefühl verursacht und die erlebte Atmosphäre angenehmer wirken lassen.

„Ich empfinde das ziemlich angenehm, muss ich mal so sagen. Das ist so eine, ja wie soll ich sagen, das gibt so ein Klima von Häuslichkeit, von Städtisch, nicht bloß von mal durchmarschieren sondern da ist irgendjemand der, gut die wollen ja auch bloß Geld verdienen, aber der ja was anderes macht.“ (M-57)

„Die Musik ist jetzt gerade also die passt, die nimmt eigentlich, die Atmosphäre greift die so ein bisschen auf, die ist so, passt zur Mittagspause, eher so ein bisschen geillt, ähm, ich weiß nicht, ich kann es gerade schlecht beschreiben, also ich sehe jetzt schon den Musiker und es ist anscheinend ein Trompeter oder Flügelhorn und der spielt alleine so ein bisschen in Richtung Jazz, ja und klingt angenehm also ist nicht aufdringlich.“ (W-31)

Als gestalterisches Element ist von den Parcoursteilnehmern Kunst wahrgenommen worden. Meist wird sie eher als positiv für die Atmosphäre angesprochen, vereinzelt wenn jemand „nichts damit anfangen kann“ auch als neutral bewertet. Am auffälligsten ist sicherlich die Plastik „Völkerfreundschaft“, jedoch wurde auch andere Kunst, wie zum Beispiel Wandbilder, die Treppe „Trichter“ und kleinere Plastiken wahrgenommen.

„Und sonst dieses äh, die find ich, den Platz finde ich ganz gut da für diese Skulptur. das ist, ich finde das passte schon so in das Gesamtbild.“ (W-53)

„Aber ich empfinde es als angenehm, es verbreitet ein bisschen Großzügigkeit“ (W-69)

6.3.4 Passantendichte und Gehgeschwindigkeit

Die Passantendichte ist entlang des Parcours unterschiedlich wahrgenommen worden. An engen Stellen sind Eindrücke zur Passantendichte eher empfunden und geäußert worden, welche ebenso an Orten mit einer hohen Passantenfrequenz waren. Manche Teilnehmer stellten die Vermutung auf, dass die Gestaltung bewusst so gewählt ist, um eine Atmosphäre zu schaffen, in welcher sich die Menschen eher in die Geschäfte bewegen. Entscheidend scheint nicht die hektische Atmosphäre, sondern die Behinderung des eigenen Weges durch die große Menschenmasse. Am Dr.-Külz-Ring ist dieser Effekt teilweise durch den querenden Straßenverkehr auch wahrgenommen worden, jedoch nicht von allen Probanden. Eine mögliche Erklärung ist, dass diese Probanden diese Stelle sehr gut kennen und sie deswegen nicht mehr als Gefahr wahrnehmen. Möglicherweise könnten Personen, die das erste Mal dort entlang laufen eine andere Empfindung haben.

„Und gerade wird es aber so eine Art gefühlte Einbahnstraße, so schmalspurig. Das finde ich eher bedrängend irgendwie.“ (W-24)

„Ja, aber hier muss man sehr aufpassen, da laufen ja die Fußgänger auf der Straße und die Autos dürfen fahren, also das ist eine gefährliche“ (W-69)

„Na doch also den Verkehr finde ich jetzt schon anstrengend, also ich glaube wenn wir jetzt hier länger stehen würden und die ganze Zeit diesen Geräuschpegel irgendwie so übertönen müssten, das stresst einen schon unbewusst. Genau.“ (W-31)

Passantenströme scheinen die eigene Gehgeschwindigkeit zu beeinflussen, gleichzeitig auch die Wertung von Orten und damit auch von Atmosphären.

„Ja also ich finde das wirklich sehr entspannt, ich erlebe auch die Menschen um mich herum als weniger hektisch als ich erwartet hatte.“ (W-24)

„Also, und man sieht ja auch, dass die Menschen hier zum größten Teil sehr zielgerichtet in die eine oder in die andere Richtung gehen“ (M-67)

„weil man sieht schon die Leute sind gepresster durch die Laternen und die Bestrahlung, durch die Bäume ist das alles verwinkelt, viele Leute, man muss gucken, dass man hier durch kommt, weil man halt schnell durch will, weil diese Centrum Galerie einfach ein riesiger Tempel, Einkaufstempel ist, wo Leute auch relativ krass raus gerannt kommen um weiter zu rennen, weiter zu gehen, irgendwo anders hin, die dir dann ins Fahrrad rennen, wie gesagt als Fahrradfahrer ist das definitiv, aber auch so zum Durchlaufen, eher nur Durchgangsverkehr. Ja und es ist halt einfach dunkel, das macht auf jeden Fall für mich immer so eine, deswegen "Tal der Dummen"“ (M-28)

6.3.5 Gesellschaftspolitische Aspekte – Konsumkritik, Globalisierungskritik

Ein weiteres allgemeines Merkmal sind gesellschaftliche Aspekte die in den Atmosphärenbeschreibungen angesprochen werden. Hierbei geht es um Konsumkritik, um Kritik an der Sozialpolitik oder dem Online-Handel, die ganz elementar bei den Teilnehmern vorhanden sind und weshalb sich teilweise eine generelle Ablehnung der Prager Straße ausbildet. Solche Überlegungen können vermutlich durch bestimmte Marken, welche in der Einkaufsstraße präsent sind ausgelöst werden. Eine Konsumkritik wird vermutlich geäußert, wenn die Einkaufsatmosphäre nicht mit den persönlichen Lebens- und Konsumvorstellungen übereinstimmen und diese bereits in vorherigen Momenten reflektiert wurden.

„Also klar, bei mir sind dann sofort bestimmte Themen einfach so aktiviert. Und also, ich weiß nicht ob wir das jetzt so politisch aufladen müssen, aber schon so etwas wie Kinderarbeit und Globalisierungskritik und.“ (W-24)

„Was ich zum Beispiel wahrnehme ist hier die Armut dieses Mannes der hier bettelt und der Gegensatz dazu, die ganzen teurer Sachen, die er sich wahrscheinlich nicht leisten kann, das macht bei mir eine merkwürdige Stimmung, also dann fühle ich mich dann eher unwohl, so. Aber, naja in manchen Städten hat man da ja auch Lösungen für gefunden (lacht) Lösungen wie in Hamburg, wo man einfach die Obdachlosen alle raus kehrt und denen verbietet ein Teil des Stadtbildes zu sein.“ (M-31)

„Ja. Und das nächste war dann der online-Handel. Die Leute haben alle zu wenig Zeit. Die die Arbeit haben, die haben zu wenig und wollen eben auf die Schnelle dann bestellen. Andererseits ist es preisgünstig oder die Arbeitslosen sitzen vor dem Fernseher und bestellen sich dann halt oder fallen darauf rein.“ (W-69)

In diesem Zusammenhang wird ebenfalls die Stadtplanung angesprochen, in dem diese kritisiert wird oder ein Nicht-Handeln unterstellt wird. Gründe hierfür könnten sein, dass die gewählte Gruppe der Teilnehmer relativ homogen ist und nicht der Zielgruppe entspricht. Oder auch allgemein gefasst sein, so dass die Stadtplanung nicht die Ideen und Wünsche der Bevölkerung beachtet.

„Ja, das berühmte Wiener Loch. Das äh, finde ich inzwischen schon, äh, ja, wenn ich ironisch seien soll, eigentlich so, dass man es unter Denkmalschutz stellen sollte. Als ein besonderes Zeichen der Dresdner, (Lachen) Stadtplanung oder Nicht-Planung und äh, ja. Es ist schon sehr, sehr sonderbar hier, wenn man jetzt hier lang geht und dann links dieses, ja, dann vielleicht doch sogar faszinierende Bauloch sieht.“ (M-67)

6.4 Typen von Atmosphären in Einkaufsstraßen

In diesem Unterkapitel werden die auf der Prager Straße und Seestraße in der eigenen Empirie wiedergefundenen Atmosphärentypen beruhend auf den im theoretischen Teil beschriebenen Atmosphärentypen dargestellt. Wie schon im methodischen Teil beschrieben, folgt die Vorgehensweise einer Typenbildung, dem Prinzip der Konstruktion von Merkmalsräumen, bei dem die Atmosphären auf bestimmte Merkmale reduziert werden. Bei vermutetem regelmäßigem Auftreten dieser Merkmalsausprägung ist davon auszugehen, dass die beschriebene Atmosphäre einen Typus bildet, der mit den entsprechenden Merkmalen immer wieder zu einem ähnlichen Effekt führt. Die Typen sollten sich anhand der definierten Merkmale gut voneinander unterscheiden und in ihrer Entstehung und Wirkung klar beschrieben sein.

6.4.1 Wiedererkannte Typen aus der Theorie

Es wurden acht Atmosphärentypen aus den theoretischen Grundlagen in Kapitel 3.3 in dieser empirischen Untersuchung wiedergefunden. Zu den wiedererkannten Typen gehören die Durchgangsatmosphäre, die Atmosphäre der Weitung, die gemeinschaftliche Atmosphäre, die Atmosphäre ästhetischer Anregung, die Atmosphäre zum Bummeln, die leicht gefährliche Atmosphäre, die Atmosphäre kultureller Resonanz (Kazig 2008, 2013) und die heimelige Atmosphäre historischer Kulissen (Breuninger 2009).

Durchgangsatmosphäre

Dieser Atmosphärentyp ist bestimmt durch Enge und durch mangelnde Angebote zum Verweilen, fehlende gastronomische Einrichtungen, fehlender Einzelhandel, fehlende Sitzgelegenheiten. Oft zwischen zwei Plätzen zu finden, welcher als funktionaler Weg ohne besondere visuelle Reize genutzt wird. In dieser Untersuchung wird dieser Atmosphärentyp auf der Prager Straße zwischen Wiener Platz und der Weitung als „Prager Platz“ verortet.

„Also diese Atmosphäre hier, also hier in dieser Straße, in dem Bereich, also das ist für mich so ein bisschen wie so ein Durchgang, ja wie so eine Durchgangsstraße, also man rennt und man hat ja nichts irgendwo wo man letztendlich verweilen könnte oder sowas“ (M-57)

Atmosphäre der Weitung

Atmosphären der Weitung stellten sich jeweils beim Betreten von Plätzen mit einer offenen Struktur ein. In der Untersuchung war dies beim Betreten des „Prager Platz“, der

Kreuzung am Dr.-Külz-Ring und des Altmarkt der Fall. Am deutlichsten war diese Atmosphäre jedoch beim Betreten des Altmarkts, aus der Seestraße kommend. Es öffnete sich das Blickfeld und es wurde die historische Kulisse der Altstadt mit Frauenkirche, Stadtschloss, Kulturpalast, Kreuzkirche und dem Rathaus sichtbar. Die Atmosphäre setzt relativ schnell innerhalb weniger Schritte ein. Und geht dann jeweils in eine andere Atmosphäre über.

„So und das der Altmarkt an sich ist natürlich dann wieder eine optisch sehr ansprechende Sache weil es wieder sehr raumoffen, sehr wenn die Sonne scheint sehr durchflutet ist, umsäumt halt auch von schönen Gebäuden mit Blick auf historische Monumente.“ (M-28)

„Eine Weite ja, aber zum Glück der Blick auf die wunderbare Frauenkirche und auf der anderen Seite die Türme, das ist schon sehr schön. Und man wird neugierig hier, denke ich, also man möchte jetzt mehr sehen, man möchte dann weiter. Nur die Gestaltung des Altmarktes, das ist ein bisschen.“ (W-69)

Gemeinschaftliche Atmosphäre

Diese Atmosphäre entsteht bei gemeinsamen Tätigkeiten wie Essen oder Trinken in geschützten Außenbereichen. Diese Atmosphäre tritt auf dem „Prager Platz“, im von den Geschäften und Wegen abgeschotteten Bereich auf. Der Bereich ist mit Bäumen, Brunnen und Sitzgelegenheiten gestaltet, in der Nähe befinden sich Kioske und ein McDonalds, an denen Essen und Trinken besorgt werden kann. Der zweite Bereich befindet sich auf der Seestraße und dem Café Prag, hier gibt es verschiedene Cafés mit Sitzgelegenheiten im Außenbereich zum Essen und Trinken.

„Ja ja, genau. Ja das lässt die Leute dann sich hier her setzen, weißt du, ich glaube auch außen herum um diesen Brunnen ist eine andere Geschwindigkeit als hier drinnen, also das wirkt schon auf die Leute, die setzen sich hin, um runter zu fahren und um eine Pause zu machen und dazu sind ganz klassisch schön hier das Eis und Café und so außen rum gebaut, das man da sich halt auch versorgen kann und noch länger bleiben kann, damit man sich wohlfühlt, ja.“ (M-31)

„Dieses Pulsierende und Dynamischere. So dass, und auch das Kommunikative. da sitzen eben die Leute unterm Baum und unterhalten sich und essen ein bisschen was und telefonieren und sitzen am Brunnen. Also, das hat dann sofort ein bisschen eine andere Atmosphäre.“ (W-53)

Atmosphäre der ästhetischen Anregung

Dieser Atmosphärentyp wird von Kunstgegenständen erzeugt, welche die Blicke der Passanten auf sich ziehen. Die Passanten reduzieren ihre Gehgeschwindigkeit und lassen den Gegenstand auf sich wirken. Auf dem Parcours liegen zwei Bereiche, in denen diese Atmosphäre auftreten kann. Zum einen der Bereich um die Plastik „Völkerfreundschaft“ und im Bereich der Treppe „Trichter“. Diese Atmosphäre tritt aber nur teilweise auf und scheint eine gewisse subjektive Komponente zu besitzen.

„Und von hier aus sieht das Ding da von Wolf-Eike Kuntsche ziemlich gut aus mit dieser goldenen Kugel da oben drin, das hat was.“ (M-57)

Atmosphäre zum Bummeln

Dieser Typ entsteht nach Kazig dort, wo die Passanten ungestört schlendern können. In der Prager Straße als Einkaufsstraße sollte besonders dieser Atmosphärentyp zu finden sein. Diese Atmosphäre kann entlang des „Prager Platz“ im Bereich der Geschäfte auftreten. Weiterhin ist dieser Typ im Bereich zwischen der Centrum Galerie und Karstadt vorhanden, hier kann jedoch abhängig von Jahreszeit, Tageszeit und Wochentag bei einer zu hohen Passantenfrequenz das Bummeln durch Überfüllung gestört sein.

„Und so die Kleingliedrigkeit und diese Ruhemöglichkeiten und die bummelnden Menschen und das gefällt mir schon sehr.“ (W-69)

Leicht gefährliche Atmosphäre

Die Querung der Prager Straße durch Straßenverkehr, welche zu einer leichten Gefahrerhöhung führen kann, ist im Bereich der Kreuzung mit der Waisenhausstraße und dem Dr.-Külz-Ring an der Straßenbahnhaltestelle Prager Straße aufgetreten. Die Verkehrsführung an dieser Kreuzung ist zwar durch Ampeln geregelt, jedoch müssen die Passanten hier ihre Aufmerksamkeit auf den querenden Verkehr und die Signale der Ampel legen. Diese Situation tritt an dieser relativ stark befahrenen Kreuzung häufig auf.

„Ja, aber hier muss man sehr aufpassen, da laufen ja die Fußgänger auf der Straße und die Autos dürfen fahren, also das ist eine gefährliche“ (W-69)

Atmosphäre kultureller Resonanz

In Anlehnung an Kazig und seiner Typologie, kann ebenso in dieser Untersuchung die Atmosphäre kultureller Resonanz herausgestellt werden. Beispielhafte Situationen sind das gemeinsame Verweilen an einem öffentlichen Ort, der Menschen scheinbar auch mehr eröffnet und sofort zu einem gemeinsamen Wohlfühl-Gefühl beiträgt, vergleichbar mit der schon erwähnten „Caféatmosphäre“. Diese Atmosphäre entsteht also nicht in der klassischen Einkaufsstraße, sondern eher im Bereich einer „Flaniermeile“, als Ort an dem die Menschen eher ruhig und entspannt sind und sich gegenseitig auch nicht negativ beeinflussen. Dieser Atmosphärentyp ist auf der Prager Straße im Bereich des „Prager Platz“ bei den Brunnen und Bäumen zu finden.

„Nein, gar nicht, im Gegenteil, das hat ja eher so was fröhliches und entspannendes, ja die Leute die sind auch alle wirklich eher also nicht hektisch, die lachen auch mal jemanden fremdes an, hier ist gerade so ein kleines Kind, das wurde so von Passanten angelacht und man hat auch so den Eindruck, dass niemand so richtig so in die Geschäfte reinströmt“ (M-31)

Heimelige Atmosphäre historischer Kulissen

Dieser Atmosphärentyp stellt sich nach Betreten des Altmarktes und dem Blick auf die Gebäude der Altstadt ein. Die historischen Gebäude der Altstadt strahlen eine Gemütlichkeit und Heimeligkeit aus. Die Teilnehmer empfanden den Anblick der barocken Gebäude als angenehm und fühlten sich hier wohl und verspürten Lust in diesem Bereich Verweilen zu wollen. Dieses Gefühl schien etwas stärker bei älteren Menschen ausgeprägt zu sein. Der Effekt einer heimeligen Atmosphäre trat vermutlich auch als Kontrast zur modernen Architektur der zuvor durchquerten Prager Straße auf.

7 Zusammenfassung

Abschließend werden die wichtigsten empirischen Ergebnisse in einem Fazit zusammengefasst. Danach wird die in dieser Untersuchung angewendete Methode „Parcours commentés“ kritisch reflektiert. Zuletzt werden mögliche Planungsempfehlungen zur Steigerung der Attraktivität einer Einkaufsstraße getroffen.

7.1 Fazit

Das Ziel der vorliegenden Arbeit war die Analyse der Atmosphäre einer Einkaufsstraße, um über die Herausarbeitung von Faktoren typische Atmosphären in Einkaufsstraßen aufzudecken. Die in der Einleitung aufgestellten Forschungsfragen sind:

- Welche Atmosphären werden auf einer Einkaufsstraße von Passanten wahrgenommen? Durch welche Faktoren entstehen die Atmosphären?
- Lassen sich typische Atmosphären herausarbeiten?
- Welche Empfehlungen lassen sich aus der Atmosphärenuntersuchung für die Aufenthaltsqualität von Einkaufsstraßen ableiten?

Den Ergebnissen der Untersuchung zufolge gibt es nicht „die“ Atmosphäre der Prager Straße. Es lassen sich einige allgemeine atmosphärische Merkmale aufzeigen, die die Einkaufsstraße als ganzes oder in Teilen prägen. Der Parcoursverlauf über die Prager Straße und Seestraße wurde in Abschnitte untergliedert. Anhand der Atmosphärenbeschreibungen aus den Interviews konnten sieben Abschnitte gebildet und jeweils charakterisiert. Das Untersuchungsgebiet besteht aus der Prager Straße und Seestraße.

Zu den prägenden Faktoren des Atmosphärenerlebens zählten die Architektur, die Passanten, die Begrünung, die Baustellen und der Stadtraumgestaltung. An der jeweils unterschiedlichen Kombination und Bewertung dieser Faktoren wurden die erlebten Atmosphären festgemacht. Die Präsenz des Einzelhandels hatte nicht die erwartete hohe Bedeutung. Die Geschäfte spielten nur vereinzelt eine Rolle. Die Kenntnis von Orten sowie die mit bestimmten Orten assoziierten Erinnerungen prägten das Befinden der Passanten mitunter sehr stark. Die teilweise hohe Bedeutung von subjektiven Faktoren konnte erkannt werden und bedürfte gezielter Nachforschungen. Weiter Faktoren, die in

dieser Untersuchung konstant bleiben sollten, wie Wetter und Tageszeit, können die Atmosphären modifizieren.

Einige typische Atmosphären, die bereits aus der Literatur bekannt sind, konnten in der empirischen Analyse wiedergefunden werden. In der Prager Straße konnten die Durchgangsatmosphäre, die Atmosphäre der Weitung, die gemeinschaftliche Atmosphäre, die Atmosphäre ästhetischer Anregung, die Atmosphäre zum Bummeln, die leicht gefährliche Atmosphäre, die Atmosphäre kultureller Resonanz und die heimelige Atmosphäre historischer Kulissen entdeckt werden.

7.2 Kritische Reflexion

Die Parcours-Methode ist unter den qualitativen Methoden eine ausgesprochen offene und komplexe Herangehensweise, da den Probanden nur sehr wenige Vorgaben gemacht und Äußerungen thematisch kaum beeinflusst werden. Auf diese Weise kommt einerseits eine große Vielfalt an Eindrücken, Beschreibungen, Assoziationen und Bezugnahmen zum Vorschein. Andererseits kann es durch die Vielfalt der Äußerungen den Protokollen an Vergleichsmaterial mangeln.

Gerade individuelle Faktoren wie das vorhandene Wissen zum Stadtraum, persönliche Erinnerungen, die Ortskenntnis usw. beeinflussten die Beschreibungen der Atmosphären an manchen Stellen deutlich. Deshalb wäre es sinnvoll, diese Faktoren gezielt methodisch zu erheben, um sie in der Analyse der Beschreibungen besser einbinden zu können. Dies wäre auch hilfreich, um vor der Parcoursumsetzung Gruppen zu bilden, die ähnliche Ausprägungen bei diesen individuellen Merkmalen aufweisen. Als Probanden müsste dann eine ausgewogene Zahl von Teilnehmern aus verschiedenen Gruppen einbezogen werden. So könnten zum Beispiel Vergleiche gezogen werden zwischen dem Atmosphärenenerleben mit und ohne Ortskenntnis oder die Bedeutung biographischer Bezüge zum Ort herausgearbeitet werden.

Es empfiehlt sich, das hier angewandte Erhebungsverfahren zu erweitern. In einem ersten Schritt sollte der Gesamtparcours erhoben werden, um aus diesen Daten erste Strukturen, Grenzen und Übergänge von Atmosphären herauszuarbeiten. In einem zweiten empirischen Schritt würden dann die ersten Erkenntnisse gezielt überprüft und verdichtet werden. In diesem zweiten Erhebungsvorgang können gezielt Standorte ausgewählt werden, mit denen die Probanden konfrontiert werden und bei denen der Forscher ge-

zielt auf die Aussagen und Reaktionen achten kann, die im ersten Schritt als Annahme formuliert wurden. Dieses Verfahren könnte noch um weitere Schritte erweitert werden. Dabei soll es um eine stärkere und pointierte Verdichtung der Atmosphärenabschnitte gehen, um sie gerade für eventuell anschließende quantitative Studien deutlicher herauszuarbeiten.

Empfehlenswert erscheint auch der Einsatz von Fotoaufnahmen während der Parcours durch die Teilnehmer. Denkbar wäre, die Probanden Aufnahmen aus ihrer Perspektive schießen zu lassen, um die jeweilige momentane Situation auch bildlich einzufangen. Es stellte sich in der vorliegenden Studie immer wieder als schwierig heraus, die exakten Positionen, Blickwinkel und das weitere situative Umfeld zu rekonstruieren. Ebenso verhält es sich mit der Protokollierung des Probandenverhaltens oder der Gestik. Videoaufnahmen durch eine dritte Person könnten die momentanen Verhaltensaüßerungen in Kombination mit den Beschreibungen festhalten. Problematisch wäre der Einfluss der Videokamera auf das Probandenverhalten. Dennoch erscheint die Möglichkeit einer Aufnahme von Blickrichtung, Haltung, Gangart und vielem mehr für bestimmte Aussagen oder Befindlichkeitsbeschreibungen äußerst hilfreich.

Neben einer Weiterentwicklung und Verfeinerung der Parcours-Methode wird vom Autor weiterer Forschungsbedarf im Bereich einzelner Faktoren urbaner Atmosphären gesehen. Der individuellen Beeinflussung einer Atmosphäre kommt an manchen Stellen eine hohe Bedeutung zu. Der Stellenwert dieser subjektiven Komponente sollte in künftigen Forschungsarbeiten gezielt aufgegriffen und einbezogen werden. Dabei sollte auch die Funktionsweise von Zeichen beleuchtet und ihr Verhältnis zur Präsenz geklärt werden.

Die räumlich-dinglichen Faktoren, die in der empirischen Analyse dieser Arbeit herausgestellt wurden sollten einer feineren Betrachtung unterzogen werden. Allgemeine Nennungen von Faktoren einer Fassade, einer Grünanlage oder eines Brunnens durch die Probanden zeigen zwar erste Wirkungskomplexe von Atmosphären auf. Für Empfehlungen oder gezielte Maßnahmen jedoch fehlen detaillierte Kenntnisse von der atmosphärischen Wirkung von Farben, Formen oder Positionen von Objekten, deren gesellschaftlich-symbolischen Deutungen und Assoziationen. Erkenntnisse der Wahrnehmungspsychologie könnten hier einen Ansatzpunkt zum tieferen Verständnis bieten. Auch konkrete physikalische Messungen, wie sie in der französischen Forschung angewendet werden, können dazu hilfreich sein.

Eine wichtige Komponente des innerstädtischen Raums ist die Öffentlichkeit. Die Bedeutung anderer Menschen für die Entstehung und Wirkung von Atmosphären bildet einen weiteren wichtigen Forschungsansatz. Besonders der Raum der Einkaufsstraße ist wesentlich vom Bezug zu anderen Passanten geprägt. Im Zentrum der weiteren Forschung sollte daher auch der Einfluss dieses Faktors auf das Befinden von Menschen in der jeweiligen öffentlichen Situation stehen.

7.3 Planungsempfehlungen

Aus den Erkenntnissen dieser empirischen Untersuchung lassen sich Empfehlungen für eine bessere Aufenthaltsqualität von Besuchern einer Einkaufsstraße ableiten.

Als allgemeines Merkmal der Prager Straße wurde die Passantendichte dargestellt. Bei den Besuchern von Einkaufsstraßen stellt sich nach einer gewissen Zeit ein Bedürfnis nach Erholung und Ruhe ein. Es empfiehlt sich in den Abschnitten welche nicht mit solchen Bereichen ausgestattet sind, gezielt Bereiche zum Erholen und Ruhe finden einzuplanen. Wesentlich sind die geschützte Positionierung abseits des Passantenstroms und die Gestaltung dieser Bereiche mit Elementen wie Bäumen und Brunnen.

Die starke Konzentration des innerstädtischen Handels auf die 1A-Lage, hier der Prager Straße, führt zu einer hohen Passantendichte. Die Angebote in den Seitenstraßen werden von wenigen Besuchern wahrgenommen und führen zu Leerständen in den Nebenstraßen. Die Wiedernutzung der Nebenlagen würde den Passantenstrom entzerren und für mehr Abwechslung bei den Einkaufswegen sorgen.

Anhang

A Interviewunterlagen

Untersuchung von Atmosphären in Einkaufsstraßen an der Prager Straße

„*Parcours commentés*“ nach Thibaud auf der Prager Straße (siehe Abb. 1)

Zeitpunkt	Betreff	Beispielformulierungen/Fragestellung
Vor dem Parcours	Aufgabe	Gehen Sie den Parcours entlang und beschreiben Sie möglichst genau die Atmosphäre, die Sie wahrnehmen. Sie können dabei alle Sinne mit einbeziehen.
	Wegverlauf	Der Parcours führt durch die Prager Straße und Seestraße. Wie schnell und wo Sie gehen möchten und wann Sie stehenbleiben möchten, bleibt Ihnen frei überlassen.
	Start- / Endpunkt	Wir starten hier am Wiener Platz. Der Endpunkt ist der Altmarkt.
Während des Parcours	Beschreiben der Atmosphäre	Welche Atmosphäre nehmen Sie hier wahr? Wie fühlen Sie sich hier? Wie würden Sie die Atmosphäre hier beschreiben?
	Begründung der Wahrnehmung	Warum empfinden Sie die Atmosphäre so? Worauf führen Sie diesen Eindruck zurück? Welche Faktoren lassen diese Atmosphäre Ihrer Meinung nach entstehen?

Fragen für das Reflexionsgespräch

1. Ich habe hier einen Übersichtsplan von der Prager Straße und Seestraße. Nun möchte ich Sie bitten diesen Plan auszufüllen.
 - a) Zuerst bitte ich Sie die erlebten Atmosphären anhand der Karte (Abb. 2) in Abschnitten zu untergliedern. Zudem möchte ich Sie bitten, ihre Entscheidungen zu begründen und mir zu sagen wie Sie sich in den Abschnitten gefühlt haben.
 - b) Danach bitte ich Sie markante Elemente entlang des „*Parcours*“ in die Karte einzutragen.
2. Worauf legen Sie beim Besuch einer Einkaufsstraße Wert, so dass Sie sich besonders wohlfühlen?
3. Was ist Ihnen im Nachhinein besonders positiv bzw. besonders negativ im Gedächtnis geblieben und warum?
4. Was macht für Sie eine gute Atmosphäre in einer Einkaufsstraße aus?

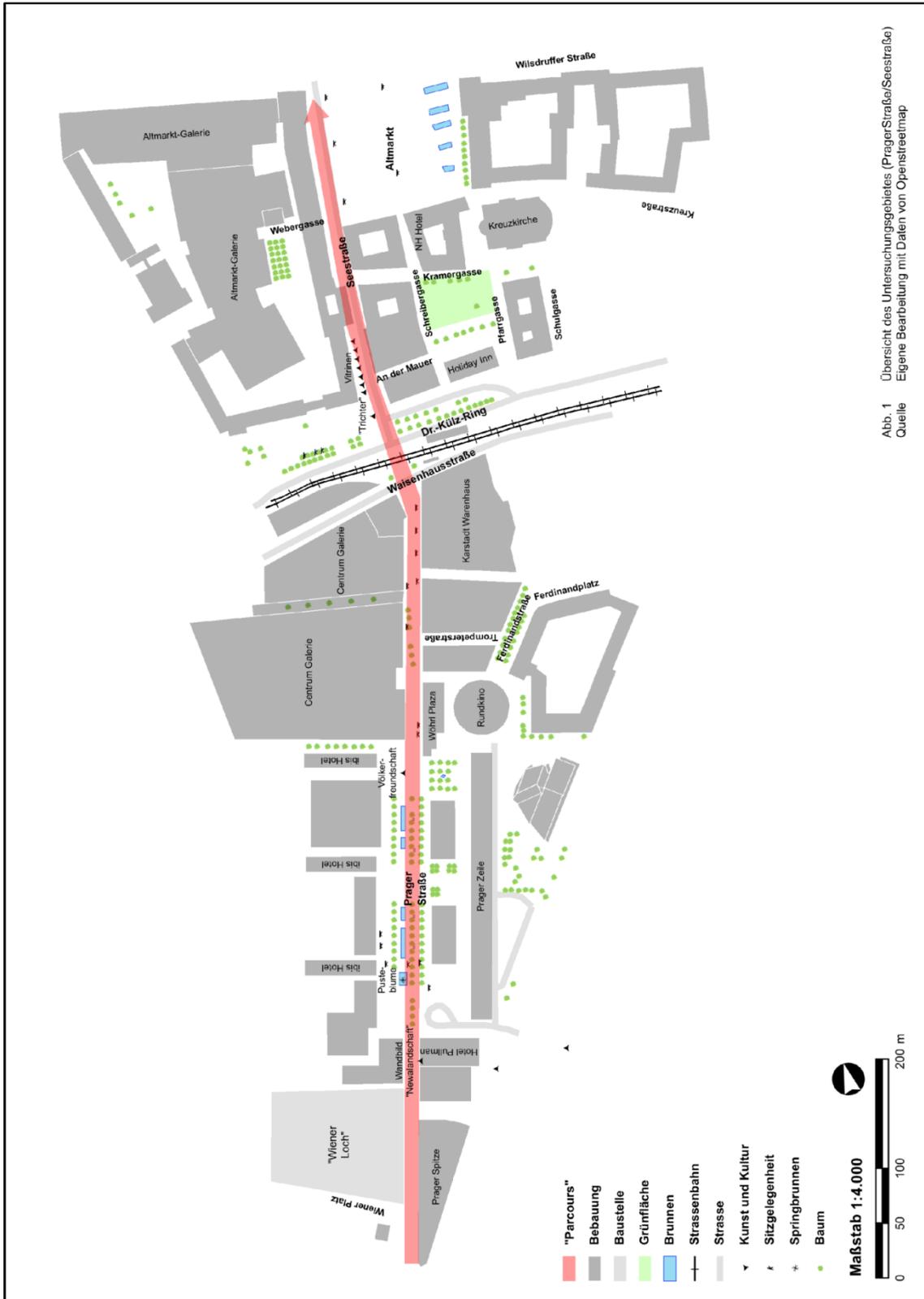


Abb. 1 Übersicht des Untersuchungsgebietes (Prager Straße/Seestraße)
Quelle Eigene Bearbeitung mit Daten von OpenStreetMap

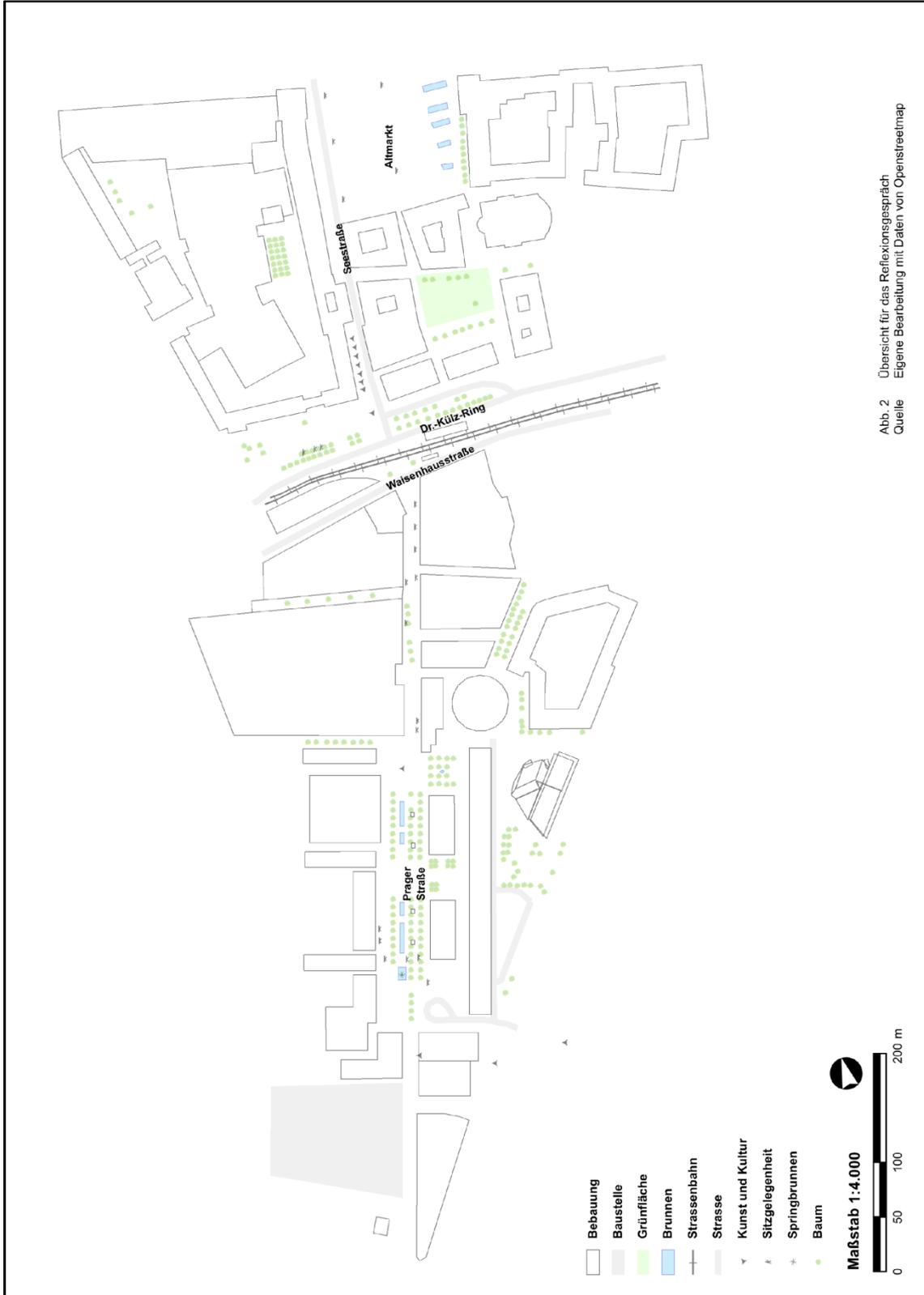


Abb. 2 Übersicht für das Reflexionsgespräch
Quelle Eigene Bearbeitung mit Daten von OpenStreetMap

Statistische Fragen

Ihre Angaben bleiben selbstverständlich anonym und werden lediglich von mir für meine Diplomarbeit verwendet.

1. Wie alt sind Sie? _____

2. Über welchen höchsten Bildungsabschluss verfügen Sie? _____

3. Wo wohnen Sie? Dresden Sonstiges: _____

4. Wie häufig besuchen Sie die Prager Straße?
Mindestens

einmal pro Woche einmal Monat einmal im Quartal einmal im Halbjahr einmal im Jahr seltener

5. Aus welchem Grund besuchen Sie meist die Prager Straße? (Mehrfachnennungen möglich)

Einkaufen Besuch gastronomischer Einrichtungen Freunde treffen Freizeitgestaltung Transit

Sonstige: _____

6. Welche Orte besuchen Sie in Dresden neben der Prager Straße zum Einkaufen?

Datum: _____ Uhrzeit: _____ Dauer: _____ Wetter: _____

Besonderheiten:

Erzählverhalten/Bewegungsstil:

Literatur- und Quellenverzeichnis

- Ab in die Mitte!: Homepage. Ab in die Mitte! Die City-Offensive Sachsen, Leipzig, <http://abindiemitte-sachsen.de/> vom 27.08.2014.
- Adam, Hubertus (2002): Kugelhaus als Attraktion der Ausstellung "Die technische Stadt" 1928. Neue Züricher Zeitung, Zürich, <http://www.das-neue-dresden.de/kugelhaus-dresden.html> vom 27.08.2014.
- Adey, Peter/Brayer, Laure/Masson, Damien/Murphy, Patrick/Simpson, Paul/Tixier, Nicolas (2013): »'Pour votre tranquillité': Ambiance, atmosphere, and surveillance«, in: *Geoforum* 49, S. 299–309.
- Amphoux, Pascal/Thibaud, Jean-Paul/Chelkoff, Grégoire (Hg.) (2004): *Ambiances en débats*, Bernin (Isère): A la croisée.
- Anderson, Ben (2009): »Affective atmospheres«, in: *Emotion, Space and Society* 2, S. 77–81.
- Ash, James (2013): »Rethinking affective atmospheres: Technology, perturbation and space times of the non-human«, in: *Geoforum* 49, S. 20–28.
- Benjamin, Walter (1977): *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit. Drei Studien zur Kunstsoziologie* (= Edition Suhrkamp, Band 28), Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.
- Binswanger, Ludwig (1933): *Über Ideenflucht*, Zürich: Druck Orell Füssli.
- Binswanger, Ludwig (1955): »Das Raumproblem in der Psychopathologie«, in: Ludwig Binswanger (Hg.), *Zur Problematik der psychiatrischen Forschung und zum Problem der Psychiatrie*, Bern: Francke.
- BNP Paribas Real Estate (2014): *Frequenzreport. Q2*, Düsseldorf.
- Böhme, Gernot (1995): *Atmosphäre. Essays zur neuen Ästhetik* (= Edition Suhrkamp, Bd. 927), Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Böhme, Gernot (1998): *Anmutungen. Über das Atmosphärische* (= Arcaden), Ostfildern vor Stuttgart: Edition Tertium.
- Böhme, Gernot (2001): *Asthetik. Vorlesungen über Ästhetik als allgemeine Wahrnehmungslehre*, München: Wilhelm Fink Verlag.
- Böhme, Gernot (2006): *Architektur und Atmosphäre*, München: Wilhelm Fink Verlag.
- Bollnow, Otto F. (1963): *Mensch und Raum*, Stuttgart: Kohlhammer.
- Brauchitsch, Boris von (2008): »Städtische Atmosphären im Spiegel der Fotografiegeschichte«, in: Jürgen Hasse (Hg.), *Stadt und Atmosphäre*, Remshalden: BAG-Verl., S. 175–186.
- Breuninger, Clemens (2009): *Die Atmosphäre einer Einkaufsstraße. Das Raum-Erleben in der Stuttgarter Königsstraße. Unveröffentlichte Diplomarbeit. Geographisches Institut. Rheinische Friedrich-Wilhelms-Universität, Bonn.*
- Christ, Wolfgang/Pesch, Franz (2013): *Stadt-Center. Ein neues Handelsformat für die urbane Mitte*, Detmold: Rohn.

- Dewey, John (2003): »Qualitatives Denken (1931)«, in: John Dewey (Hg.), Philosophie und Zivilisation, Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 93–116.
- Die Welt (2014): Zukunft der City. Wie die deutsche Innenstadt überleben kann, Berlin, <http://www.welt.de/wirtschaft/article130467057/Wie-die-deutsche-Innenstadt-ueberleben-kann.html> vom 27.08.2014.
- EHI Retail (2014): Innenstädte boomen, <http://www.ehi.org/presse/pressemitteilungen/detailanzeige/article/innenstaedte-boomen.html> vom 27.08.2014.
- Emotion, Space and Society: Homepage, <http://www.journals.elsevier.com/emotion-space-and-society/> vom 27.08.2014.
- Engel & Völkers (2012): Retail Opportunities Germany. Marktbericht Deutschland 2011/2012, Hamburg.
- Engel & Völkers (2014): Frequenzzählung 2014. Retail Service, Hamburg.
- Escher, Anton (2008): »Die Atmosphäre des orientalischen Bazars«, in: Jürgen Hasse (Hg.), Stadt und Atmosphäre, Remshalden: BAG-Verl., S. 161–174.
- Geoforum: Homepage, <http://www.journals.elsevier.com/geoforum/> vom 27.08.2014.
- Gibson, James J. (1982): Wahrnehmung und Umwelt. D. ökolog. Ansatz in d. visuellen Wahrnehmung (= U-&-S-Psychologie), München, Wien, Baltimore: Urban und Schwarzenberg.
- Goethe, Johann W. (2003): Farbenlehre, Stuttgart: Freies Geistesleben.
- Greipl, Erich (2007): »Der Einzelhandel als Treiber der Stadtentwicklung«, in: Erich Greipl/Stefan Müller (Hg.), Zukunft der Innenstadt. Herausforderungen für ein erfolgreiches Stadtmarketing ; 7. Kolloquium an der Fakultät Wirtschaftswissenschaften der Technischen Universität Dresden, Wiesbaden: Dt. Univ.-Verl., S. 21–32.
- Greipl, Erich/Müller, Stefan (Hg.) (2007): Zukunft der Innenstadt. Herausforderungen für ein erfolgreiches Stadtmarketing ; 7. Kolloquium an der Fakultät Wirtschaftswissenschaften der Technischen Universität Dresden (= Dresdner Beiträge zu Wettbewerb und Unternehmensführung), Wiesbaden: Dt. Univ.-Verl.
- Grüning, Michael (1985): Der Wachsmann-Report. Auskünfte eines Architekten, Berlin (DDR).
- Hasse, Jürgen (1999): »Das Vergessen der menschlichen Gefühle in der Anthropogeographie«, in: Geographische Zeitschrift 87, S. 63–83.
- Hasse, Jürgen (2002a): »Die Atmosphäre einer Straße. Die Drosselgasse in Rüdesheim am Rhein«, in: Jürgen Hasse (Hg.), Subjektivität in der Stadtforschung, Frankfurt am Main: Inst. für Didaktik der Geographie, S. 61–113.
- Hasse, Jürgen (2002b): »Subjektivität in der Stadtforschung«, in: Jürgen Hasse (Hg.), Subjektivität in der Stadtforschung, Frankfurt am Main: Inst. für Didaktik der Geographie, S. 7–17.
- Hasse, Jürgen (Hg.) (2002c): Subjektivität in der Stadtforschung (= Natur - Raum - Gesellschaft, Bd. 3), Frankfurt am Main: Inst. für Didaktik der Geographie.
- Hasse, Jürgen (2008a): »Die Stadt als Raum der Atmosphären. Zur Differenzierung von Atmosphären und Stimmungen«, in: Jürgen Hasse (Hg.), Stadt und Atmosphäre, Remshalden: BAG-Verl., S. 103–116.

- Hasse, Jürgen (Hg.) (2008b): Stadt und Atmosphäre (= Die alte Stadt, Jg. 35, H. 2 Schwerpunkt), Remshalden: BAG-Verl.
- Hauskeller, Michael (1995): Atmosphären erleben. Philosophische Untersuchungen zur Sinneswahrnehmung, Berlin: Akad.-Verl.
- Healy, Stephen (2014): »Atmospheres of consumption: Shopping as involuntary vulnerability«, in: *Emotion, Space and Society* 10, S. 35–43.
- Heidegger, Martin (2006): Sein und Zeit, Tübingen: Niemeyer.
- Heinritz, Günter/Klein, Kurt E./Popp, Monika (2003): Geographische Handelsforschung (= Studienbücher der Geographie), Berlin, Stuttgart: Borntraeger.
- International Ambiances Network: Homepage, Grenoble, <http://www.ambiances.net/home.html> vom 27.08.2014.
- Jones Lang LaSalle (2012): Immobilienmarkt - Definitionen, Frankfurt am Main.
- Kalka, Christiane (2014): »Shoppen - in der City? Einführung«, in: Informationen zur Raumentwicklung, S. I–IV.
- Kazig, Rainer (2007): »Atmosphären - Konzept für einen nicht repräsentationellen Zugang zum Raum«, in: Christian Berndt/Robert Pütz (Hg.), *Kulturelle Geographien. Zur Beschäftigung mit Raum und Ort nach dem Cultural Turn*, Bielefeld: Transcript-Verl., S. 167–187.
- Kazig, Rainer (2008): »Typische Atmosphären städtischer Plätze. Auf dem Weg zu einer anwendungsorientierten Atmosphärenforschung«, in: Jürgen Hasse (Hg.), *Stadt und Atmosphäre*, Remshalden: BAG-Verl., S. 147–160.
- Kazig, Rainer (2013): »Einkaufsatmosphären. Eine alltagsästhetische Konzeption«, in: Heiko Schmid/Karsten Gäbler (Hg.), *Perspektiven sozialwissenschaftlicher Konsumforschung*, Stuttgart: Steiner, S. 217–232.
- Kazig, Rainer/Wiegandt, Claus C. (2006): »From Outer Space: Architekturtheorie außerhalb der Disziplin. Zur Stellung von Architektur im geographischen Denken und Forschen«, in: *Wolkenkuckucksheim, Internationale Zeitschrift zur Theorie der Architektur* 10.
- Kelle, Udo/Kluge, Susann (2010): Vom Einzelfall zum Typus. Fallvergleich und Fallkontrastierung in der qualitativen Sozialforschung (= *Qualitative Sozialforschung*, Band 15), Wiesbaden: VS, Verl. für Sozialwiss.
- Kohlert, Werner (2009): *Dresdner Interregnum 1991 - Ein Poem*, Leipzig: UAP Video GmbH.
- Kuckartz, Udo (2012): *Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung*, Weinheim, Bergstr: Juventa.
- Kuhn, Walter (1979): *Geschäftsstrassen als Freizeitraum. Synchroner und diachroner Überlagerung von Versorgungs- und Freizeitfunktion, dargestellt an Beispielen aus Nürnberg* (= *Münchener geographische Hefte*, Nr. 42), Kallmünz/Regensburg: M. Lassleben.
- Lamnek, Siegfried (2010): *Qualitative Sozialforschung. Lehrbuch*, Weinheim, Basel: Beltz.
- Landeshauptstadt Dresden (2014): *Prager Straße, Dresden*, http://www.dresden.de/dig/de/freizeit/gastronomie/shopping/prager_strasse.php vom 27.08.2014.

- Löffler, Fritz/Glaser, Gerhard (1999): Das alte Dresden. Geschichte seiner Bauten ; [Jubiläumsausgabe zum 100. Geburtstag des Autors], Leipzig: Seemann.
- Mayring, Philipp (2002): Einführung in die qualitative Sozialforschung. Eine Anleitung zu qualitativem Denken (= Beltz Studium), Weinheim: Beltz.
- Meier, Lutz/Wendt, Nathanael (2014): Die Prager Straße 2014, Dresden: SLUB.
- Möbius, Walter (1954): Blick vom Rathaus zum Hauptbahnhof, Dresden, http://fotothek.slub-dresden.de/fotos/df/hauptkatalog/0124000/df_hauptkatalog_0124610.jpg vom 27.08.2014.
- Müller, Stefan (2007): »City Fans: Zielgruppe für die Erneuerung der Innenstadt«, in: Erich Greipl/Stefan Müller (Hg.), Zukunft der Innenstadt. Herausforderungen für ein erfolgreiches Stadtmarketing ; 7. Kolloquium an der Fakultät Wirtschaftswissenschaften der Technischen Universität Dresden, Wiesbaden: Dt. Univ.-Verl., S. 60–72.
- Norberg-Schulz, Christian (1982): Genius loci. Landschaft, Lebensraum, Baukunst, Stuttgart: Klett-Cotta.
- Prager Carrée (2014): Homepage, Dresden, <http://prager-carree.de/> vom 27.08.2014.
- Pütz, Robert (1994): »Die City von Dresden im Transformationsprozeß. Analyse des Strukturwandels im Dresdner Einzelhandel vor und nach der Wende«, in: Berichte zur deutschen Landeskunde 68, S. 325–357.
- Rauh, Andreas (2012): Die besondere Atmosphäre. Ästhetische Feldforschungen (= Kultur- und Medientheorie), Bielefeld: Transcript.
- Reuber, Paul/Pfaffenbach, Carmella (2005): Methoden der empirischen Humangeographie. Beobachtung und Befragung (= Das geographische Seminar), Braunschweig: Westermann.
- Romeiß-Stracke, Felizitas (2000): »Herausforderungen für die Innenstädte«, in: Albrecht Steinecke/Anja Brittner (Hg.), Erlebnis- und Konsumwelten, München: Oldenbourg, S. 76–83.
- Roßmeier, Evelyn (2008): Atmosphären im Gastronomiebereich eines Shopping-Centers. dargestellt am Beispiel der 'SchlemmerArcaden' in München-Riem. Unveröffentlichte Diplomarbeit. Department für Geographie. Ludwig-Maximilians-Universität, München.
- Rous, André (2013a): Blick aus der Seestraße über Dr.-Külz-Ring und Waisenhausstraße, Dresden, http://fotothek.slub-dresden.de/fotos/df/dat/0014000/df_dat_0014491.jpg vom 27.08.2014.
- Rous, André (2013b): Blick vom Hauptbahnhof über den Wiener Platz zur Prager Straße, Dresden, http://fotothek.slub-dresden.de/fotos/df/dat/0014000/df_dat_0014502.jpg vom 27.08.2014.
- Rous, André (2013c): Prager Straße mit Hotel "Newa" und Geschäftshaus, Dresden, http://fotothek.slub-dresden.de/fotos/df/dat/0014000/df_dat_0014505.jpg vom 27.08.2014.
- Rous, André (2013d): Prager Straße, Brunnen mit "Pustebumen", Dresden, http://fotothek.slub-dresden.de/fotos/df/dat/0014000/df_dat_0014499.jpg vom 27.08.2014.

- Rous, André (2013e): Prager Straße, Brunnen und Treppen, Dresden, http://fotothek.slub-dresden.de/fotos/df/dat/0014000/df_dat_0014497.jpg vom 27.08.2014.
- Rous, André (2013f): Prager Straße, Centrum Galerie, Dresden, http://fotothek.slub-dresden.de/fotos/df/dat/0014000/df_dat_0014493.jpg vom 27.08.2014.
- Rous, André (2013g): Prager Straße, vorn Stahlplastik "Völkerfreundschaft", hinten Rundkino, Dresden, http://fotothek.slub-dresden.de/fotos/df/dat/0014000/df_dat_0014494.jpg vom 27.08.2014.
- Rous, André (2013h): Wandbild - Dresden grüßt seine Gäste, http://fotothek.slub-dresden.de/fotos/df/dat/0014000/df_dat_0014490.jpg vom 27.08.2014.
- Scheffler, Tanja (2012): »Die Prager Straße in Dresden. Die schleichende Zerstörung der Ostmoderne durch die "europäische Stadt"«, in: Mark Escherich (Hg.), *Denkmal Ost-Moderne. Aneignung und Erhaltung des baulichen Erbes der Nachkriegsmoderne*, Berlin: Jovis diskurs, S. 180–197.
- Schmitz, Hermann (1969): *Der Gefühlsraum (= System der Philosophie, Bd. 3, Teil 2)*, Bonn: Bouvier.
- Schmitz, Hermann (1980): *Neue Phänomenologie*, Bonn: Bouvier.
- Schmitz, Hermann (2007): *Der Leib, der Raum und die Gefühle*, Bielefeld, Locarno: Ed. Sirius.
- Schoon, Sonia (2008): »Shanghai - Mosaik der Vielfalt«, in: Jürgen Hasse (Hg.), *Stadt und Atmosphäre*, Remshalden: BAG-Verl., S. 117–130.
- Schröder, Frank (2003): »Christaller und später - Menschenbilder in der heographischen Handelsforschung«, in: Jürgen Hasse/Ilse Helbrecht (Hg.), *Menschenbilder in der Humangeographie*, Oldenburg: Bibliotheks- und Informationssystem der Univ., S. 89–108.
- Simmel, Georg (2009): »Die Großstadt und das Geistesleben (1903)«, in: Klaus Lichtblau (Hg.), *Soziologische Ästhetik*, Wiesbaden: VS, Verl. für Sozialwiss.
- SLUB (2010): Rundkino in Dresden, http://fotothek.slub-dresden.de/fotos/elb/euroluftbild/0013000/elb_euroluftbild_0013322.jpg vom 27.08.2014.
- Sniegon, Peter (1969): Prager Straße, Dresden, http://fotothek.slub-dresden.de/fotos/df/hauptkatalog/0154000/df_hauptkatalog_0154585.jpg vom 27.08.2014.
- Sniegon, Peter (1979): Leninplatz und Prager Straße, Dresden, http://fotothek.slub-dresden.de/fotos/df/hauptkatalog/0194000/df_hauptkatalog_0194476.jpg vom 27.08.2014.
- Sørensen, Tim F. (2014): »More than a feeling: Towards an archaeology of atmosphere«, in: *Emotion, Space and Society*.
- Steinke, Ines (2008): »Gütekriterien qualitativer Forschung«, in: Ernst v. Kardorff/Ines Steinke/Uwe Flick (Hg.), *Qualitative Forschung. Ein Handbuch*, Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch-Verl., S. 319–331.
- Straus, Erwin (1978): *Vom Sinn der Sinne. Ein Beitrag zur Grundlegung der Psychologie*, Berlin: Springer.
- Tellenbach, Hubertus (1968): *Geschmack und Atmosphäre. Medien menschlichen Elementarkontaktes*, Salzburg: O. Müller.

- Thibaud, Jean-Paul (2001): »La méthode des parcours commentés«, in: Michèle Grosjean/Jean-Paul Thibaud (Hg.), *L'espace urbain en méthodes*, Marseille: Parenthèses, S. 79–99.
- Thibaud, Jean-Paul (2003): »Die sinnliche Umwelt von Städten. Zum Verständnis urbaner Atmosphären«, in: Michael Hauskeller (Hg.), *Die Kunst der Wahrnehmung. Beiträge zu einer Philosophie der sinnlichen Erkenntnis*, Zug/Schweiz: Die Graue Edition, S. 280–297.
- Thibaud, Jean-Paul (2014): »The backstage of urban ambiances: When atmospheres pervade everyday experience«, in: *Emotion, Space and Society*.
- Unbekannter Fotograf (vor 1945): Dresden. Prager Straße nach Norden gegen das Viktoriahaus, Dresden, http://fotothek.slub-dresden.de/fotos/df/hauptkatalog/0181000/df_hauptkatalog_0181042.jpg vom 27.08.2014.
- van Dannen, Funny (2012): »Einkaufszentren entstehen«, in: *Fischsuppe*.
- Waldenfels, Bernhard (2000): *Das leibliche Selbst. Vorlesungen zur Phänomenologie des Leibes* (= Suhrkamp Taschenbuch Wissenschaft, Band 1472), Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Wikan, Unni (1992): »Beyond the words: the power of resonance«, in: *American Ethnologist* 19, S. 460–482.
- Wikimedia Commons (Hg.) (2012): Dresden Altmarkt Frühmorgen, Dresden, http://commons.wikimedia.org/wiki/Category:Altmarkt,_Dresden?uselang=de#mediaviewer/File:Dresden_Altmarkt_Fr%C3%BChmorgen.jpg vom 27.08.2014.
- Wölfle, Gunther/Brasse, Christiane/Schiffner, Michaela/Roth, Ines (2006): »Die Prager Straße in Dresden. Zum Umgang mit dem Erbe der Nachkriegsmoderne«, in: *kunsttexte.de* 6, S. 1–21.
- Wucherpennig, Claudia (2008): »Der Bahnhof - Ort spürbarer Phasenwechsel«, in: Jürgen Hasse (Hg.), *Stadt und Atmosphäre*, Remshalden: BAG-Verl., S. 131–145.

Eidesstattliche Erklärung

Ich erkläre hiermit, dass ich diese Diplomarbeit selbstständig ohne Hilfe Dritter und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Quellen und Hilfsmittel verfasst habe. Alle den benutzten Quellen wörtlich oder sinngemäß entnommenen Stellen sind als solche einzeln kenntlich gemacht.

Diese Arbeit ist bislang keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt worden und auch nicht veröffentlicht worden.

Dresden, den 27. 08. 2014

Korrekturen zur gedruckten Version

- Deckblatt: Prof. Dr. G. Richter → Prof. Dr. **Peter** Richter
Dresden, den 20.08.2014 → Dresden, den **27.08.2014**
- Vorwort: ungewöhnliches → ungewöhnliche
- Seite 1: lässt **sich** auf einen Wandel deuten → lässt auf einen Wandel deuten
- Seite 2: den Forschungsfragen anzunähern → **sich** den Forschungsfragen anzunähern
- Seite 3: Tibaud → **Thibaud**
Quelle: (**Hasse 2002b: 15; Kazig/Wiegandt 2006**)
wichtigste → **wichtigsten**
beleuchtete → **beleuchtet**
- Seite 4: da diesen versucht wird anzuknüpfen. → da versucht wird **an diesen** anzuknüpfen.
Kapitel 5 **noch einmal** der → Kapitel 5 der
Teilnehmende → **Teilnehmer**
- Seite 5: Themenkomplex → Themen**bereich**
stehen → **steht**
anlage Objekte → **Anlageobjekte**
Quelle: (**Kalka 2014: 1**)
- Seite 6: (Greipl 2007) → (Greipl 2007: **29**)
- Seite 8: welche **von** Studenten während Exkursion verfassten. → welche Studenten während **einer** Exkursion verfassten
- Seite 9: detaillierte → **detaillierter**
- Seite 10: dass Atmosphärenkonzept → **das** Atmosphärenkonzept

- Seite 10: Atmosphären erörtern. → Atmosphären **zu** erörtern.
- Seite 14: Das Geräusch herumfliegenden → Das Geräusch **einer** herumfliegenden
- Seite 15: zwangsläufig → zwangsläufig
- Seite 19: aus dem Text genommen und als Fußnote gesetzt: Unter Praxeologie versteht man in der Philosophie die Erfahrungsregeln, die bestimmte Handlungsweisen begünstigen.
- Seite 21: wird in diesem Abschnitt → **werden** in diesem Abschnitt
- Seite 23: rauhe → raue
- zum erzeugen einer hellen Atmosphären → zum **Erzeugen** einer hellen Atmosphäre
- mehren → mehreren
- Seite 29: des Gesamterlebnis → des Gesamterlebnisses
- Seite 31: Quelle: (**ebd.: 88 ff.**)
- schneller gehen → schnelleres gehen
- Seite 32: zu verweilen → zu **Verweilen**
- Seite 36: deshalb sich die Atmosphäre fortlaufend ändert. → deshalb **ändert** sich die Atmosphäre fortlaufend.
- Teilnehmersollen → Teilnehmer sollen
- Seite 37: Thibaud eine Explikation → Thibaud **fordert** eine Explikation
- Seite 38: zu deutsch → zu **Deutsch**
- Seite 39: In Abbildung 7: Räumliche Verrottung der Atmosphären → Räumliche **Verortung** der Atmosphären
- Seite 40: Hauptgeschäftzentrum → Hauptgeschäftszentrum
- Seite 41: auch Einzelhändlern gut nachgefragt → auch **bei** Einzelhändlern gut nachgefragt

- Seite 43: Atmosphärenerleben **von** milieuabhängig → Atmosphärenerleben milieuhabhängig
- Seite 45: findet man → **befinden sich**
In Tabelle 5: der karte → der **Karte**; bzw, → bzw.
- Seite 46: Fußnote ergänzt: **Auf der Daten-CD befinden sich die Transkripte der Interviews**
- Seite 49: gesehe → gesehen
- Seite 51: Seitdem hat → Seitdem **haben**
- Seite 56: Quelle: (Prager Carrée 2014)
- Seite 59: spezifisches → **Spezifisches**
das grün → das **Grün**
- Seite 61: **In** Abbildung 21 → Abbildung 21
in der enormen Breite → **an** der enormen Breite
- Seite 71: Bebauung Beton → Bebauung **aus den Materialien** Beton
- Seite 75: ebenso Orten → ebenso **an** Orten
- Seite 80: verweilen zu wollen → **Verweilen** zu wollen
- Seite 81: vorliegenden Untersuchung → vorliegenden **Arbeit**
- Seite 82: historischer Kulissen. → historischer Kulissen **entdeckt werden.**
Komplexe Herangehensweise → **komplexe** Herangehensweise
- Seite 83: noch u weiter Schritte → noch **um** weitere Schritte
Die individuellen Beeinflussung → **Der** individuellen Beeinflussung
- Seite 84: den Bereichen → den **Abschnitten**
Wesentlich ist → Wesentlich **sind**
- Seite 89: Literaturverzeichnis → Literatur- **und Quellenverzeichnis**
- Seite 95: Dresden, den 20.08.2014 → Dresden, den **27.08.2014**