



Berliner Blätter 53/2010

Stoffwechsel Berlin

Urbane Präsenzen
und Repräsentationen

»Arm, aber sexy« – Berlins Affinität zur Krise schlägt sich in vielen Repräsentationen der Stadt nieder. Aber welche sozialen Positionen lassen sich in einer ökonomisch krisenhaften Stadt wie Berlin erreichen? Die Beiträge von *Stoffwechsel Berlin* widmen sich unterschiedlichen Alltagspraktiken urbaner Verortung. Zugleich reflektieren sie den besonderen Charakter Berlins und untersuchen die Stadt als Stoffwechsel von Materiellem und Immateriellem. Der Horizont der Beiträge reicht vom Mikrokosmos Berliner Pfandleihen bis zur transnationalen Zirkulation von Waren, Informationen und Atmosphären in Neuköllner Afro-Shops. Er umfasst Auseinandersetzungen um die Neugestaltung öffentlicher Räume ebenso wie die Einschreibung von Moscheevereinen in die Stadtlandschaft.

Stoffwechsel Berlin **Urbane Präsenzen und Repräsentationen**

Herausgegeben von Alexa Färber

Berliner Blätter – Ethnographische und ethnologische Beiträge, Heft 53/2010
Klappenbroschur, 16 x 23 cm, 174 Seiten, hochwertiges Werkdruckpapier

ISBN 978-3-938714-12-6
14,90 € (D), 15,50 € (A), 24,90 sFr

Das Buch

Stoffwechsel Berlin bietet einen guten Einblick in die aktuelle sozial- und kulturwissenschaftliche Stadtforschung über Berlin. Die Beiträge des Bandes machen die Vielfalt von Lebensweisen und Formen, in der Stadt einen Ort und eine Heimat zu finden, anschaulich. Zugleich reflektieren sie den besonderen Charakter Berlins und untersuchen die Metropole als Stoffwechsel von Materiellem und Immateriellem. Der Horizont der Beiträge reicht vom Mikrokosmos Berliner Pfandleihen bis zur transnationalen Zirkulation von Waren, Informationen und Atmosphären in Neuköllner Afro-Shops. Er umfasst Auseinandersetzungen um die Neugestaltung öffentlicher Räume ebenso wie die Einschreibung von Moscheevereinen in die Stadtlandschaft. Nicht zuletzt eröffnet er differenzierte Perspektiven auf viel diskutierte Themen wie Migration, Integration und Unterschicht.

Die Themen

- Pfandleihen in Ost- und Westberlin: wichtige städtische Institutionen der Armutsbewältigung
- Afro-Shops in Neukölln: soziale Orte der Beheimatung für eine transnationale Kundschaft
- Picaldi-Kleidung: eine Geste der Territorialität von männlichen Jugendlichen aus der Unterschicht
- Lesebühne im Wedding: Selbstinszenierung von prekären Lebensumstände im Kultursektor
- Global ausgerichtete Pfingstkirchen: die Transformation der religiösen Landschaft Berlins
- Moscheevereine in der Stadtlandschaft: Kiezmoschee, Stadtteilmoschee und Stadtmoschee
- Berlin Alexanderplatz: ein konflikthafter Planungsprozess und die Rolle von Bürgerinitiativen
- Quartier Kottbusser Tor: die Schwäche sozialer Bindungen in stigmatisierten Armutsquartieren
- »Ich bin BerlinerIn«: die Identifikation mit der Stadt von türkischstämmigen Berlinerinnen
- Die Einwanderungsstadt: über den Zusammenhang von Stadt, Migration und Rassismus

Die Zeitschrift

Mit dem aktuellen Heft der *Berliner Blätter* beginnt für diese Zeitschrift eine neue Zeitrechnung. Die Gesellschaft für Ethnographie (GfE) und das Institut für Europäische Ethnologie der Humboldt-Universität zu Berlin bringen die *Berliner Blätter* von nun an in Zusammenarbeit mit dem Panama Verlag heraus. Dort präsentiert sich die etablierte Zeitschrift für ethnografische Studien und kulturanalytische Perspektiven in neuer Gestaltung. Die *Berliner Blätter* bietet durch die Auseinandersetzung mit alltagskulturellen Spannungsfeldern eine in ihrer Themenvielfalt und der Genauigkeit des Blicks besondere Lektüre. Die kommende Ausgabe erscheint im Dezember 2010 und hat das Thema: *gender_queer ethnografisch. Ausschnitte einer Schnittmenge*.

Die Herausgeberin



Alexa Färber ist Professorin für Stadtanthropologie/-ethnografie an der HafenCity Universität Hamburg sowie Mitglied im Beirat des Transatlantischen Graduiertenkollegs „Berlin – New York“ am Centre for Metropolitan Studies, Technische Universität Berlin. Sie promovierte mit einer Arbeit über die *Weltausstellung als Wissensmodus. Ethnographie einer Repräsentationsarbeit*. Ihre Arbeitsschwerpunkte liegen im Bereich Stadtanthropologie/ Stadtethnologie, Islam im urbanen Raum und Repräsentationsarbeit.



Inhalt

Alexa Färber

Urbane Präsenzen und Repräsentationen | Eine Einleitung

Wanda Hummel

Zwielichtig? Überlebenswichtig?! | Ethnografische Erkundungen in Berliner Pfandleihhäusern

Jana Taube

Afro-Shops in Berlin-Neukölln | Überlebensökonomie in transnationalen sozialen Räumen

Moritz Ege

Eine Ästhetik der Territorialität | Postleitzahlen und urbanes Charisma in der Berliner »Straßenmode«

Lisa Heinrich

Die Brauseboys | Männlichkeitsstile in der Berliner Lesebühnenszene

Gertrud Hüwelmeier und Kristine Krause

Der Heilige Geist im Gewerbegebiet | Transformationen der religiösen Landschaft Berlins am Beispiel pentekostaler Netzwerke

Alexa Färber und Riem Spielhaus

Zur Topografie Berliner Moscheevereine | Stadträumliche Voraussetzungen und urbane Kompetenzen der Sichtbarmachung

Gisa Weszkalnys

A Citizenly Engagement with Place

Erwin Riedmann

Soziale Beziehungen und politische Mobilisierung im Armutsquartier der neoliberalen Stadt

Viola-Donata Rauch

Gestatten, BerlinerIn | Zum Verhältnis von Stadt und Zugehörigkeit bei Nachkommen von ImmigrantInnen aus der Türkei

Stephan Lanz

›BEŔLÿN under construction‹ | Die Diskursformation ›Einwanderungsstadt Berlin‹



Reingeblättert

Eine Ästhetik der Territorialität Postleitzahlen und urbanes Charisma in der Berliner »Straßenmode« | Moritz Ege

I.

Zu den Eigenarten populärer Mode der Gegenwart zählt die weit verbreitete Praxis, die eigene Herkunft, den eigenen Wohnort und damit den eigenen Lokalpatriotismus in Form von bedruckten Textilien herauszustellen. Eine Vielzahl von Kleidungsherstellern und -händlern verkauft Kleidungsstücke wie T-Shirts, Sweatshirts und Jogging-Jacken mit Stadtnamen, mit den Namen von Stadtbezirken, mit Wappen, Postleitzahlen, Vorwahlen und anderen Insignien des Lokalen, als wollten sie die Diagnose von den verunsicherten Subjekten der Spätmoderne bestätigen, die sich ihres Ortes, den vorige Generationen noch für selbstverständlich gehalten haben mögen, ständig reflexiv vergegenwärtigen.

Im Jahr 2007 brachte auch die Berliner Jeans- und Streetwear-Firma Picaldi einige T-Shirts mit großen Zahlenaufdrucken wie »36« und »65« auf den Markt: Die Zahlen verweisen auf Postleitzahlen bzw. historische Postzustellbezirke, die seit der Einführung der fünfstelligen Postleitzahlen 1993 nicht mehr in Gebrauch sind, sich in der »Berliner Folklore« aber nicht nur erhalten, sondern zu markanten Identitätszeichen ausgewachsen haben: 36 steht bekanntermaßen



für den östlichen Teil Kreuzbergs (der einige Straßenzüge des heutigen Bezirks Mitte einschließt), 65 steht für Wedding.

Picaldi ist der Name eines Jeans-Herstellers in Istanbul, dessen Jeans seit 1997 von einer deutsch-türkischen Firma in Berlin vermarktet werden, die mit dem Verkauf von Zweite-Wahl-Ware in Kreuzberg und Friedrichshain begonnen hatte. Das Berliner Unternehmen umfasste 2008 elf Filialen (in Berlin, Köln und München), eine separate Import- und Großhandelsfirma und eine eigene Designabteilung.¹ Die Stammkundschaft der Firma setzt sich in erster Linie aus Jugendlichen mit türkischem Migrationshintergrund zusammen, doch hat sich Picaldi – auch durch prominente Kunden und erfolgreiches, nur zum Teil beabsichtigtes Product-Placement – insbesondere seit 2006 zu einer Streetwear-Marke mit einer starken Verbindung zu Rap-Musik und Hip-Hop-Kultur entwickelt, die vor allem auf Jeans im sogenannten Karottenschnitt spezialisiert ist und zum Kernbestand eines jugendkulturellen Stils gehört, den viele seiner Anhänger als »Gangster-Style« (bzw. »Gangsta-Style«) oder »Picaldi-Style« bezeichnen. Ein Deutschlandradio-Beitrag über »Mode unter Migrantenkinds in Berlin« aus dem Jahr 2003, noch vor dem Gangsta-Rap-Boom, beschreibt die Grundform des Stils so:

»Blousonjacken aus Nylon, die Marke fett auf den Rücken geschrieben, darunter unbedingt Hosen in der berühmten Karottenform: Eng an Hüfte und Hintern, weit am Oberschenkel, und zum Sportschuh hin wieder eng zulaufend. Womöglich noch die Hose unten in die Socken gesteckt. Eben figurbetont. Oder, wie Picaldi in der U-Bahn wirbt: mehr Muskeln.« (Deutschlandradio, 09.04.2003)

In einem Presse-Interview führt ein Mitglied der Picaldi-Geschäftsleitung aus, wie der Karottenschnitt das Auftreten transformieren kann: »Man ist in der Hose automatisch eine imposante Erscheinung; muskulöse Eschenkel, guter Hintern, statlicher Schritt. Das hebt das Maskuline hervor.« (Kedves 2008)² Wie meistens, wenn es um Jeans geht, stehen vergeschlechtlichte Körperlichkeit und Attraktivität im Zentrum. Und es geht um Bewegungen, in diesem Fall um den »stättlichen« Schritt, die in ihrer Gesamtheit auf ein Ideal von körperlicher Kraft, Durchsetzungsfähigkeit und dominanter Raumpraxis verweisen, das in besonderer Weise zum numerisch codierten Lokalpatriotismus zu passen scheint.

Auch andere lokale Karottenjeans-Hersteller, die dem Geschäftsmodell von Picaldi folgen, boten ähnliche T-Shirts an, die an die jeweiligen Ladenstandorte angepasst waren: 44 für Neukölln bei »Daggio Romanzo«, die lange Zeit ein Geschäft in der Karl-Marx-Straße unterhielten, 65 für Wedding bei »Casa«, deren Laden sich in der Heinz-Galinski-Straße befindet.

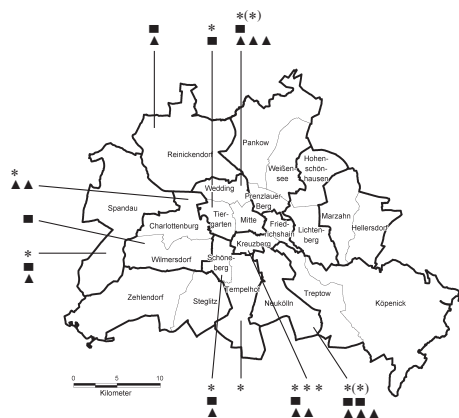
Zumindest in einem Fall gerieten Verkäuferinnen und Verkäufer mit diesen T-Shirts allerdings auch in Schwierigkeiten. Die Firma bot nur einige Postleitzahlen an, betreibt aber Geschäfte in vielen Teilen Berlins. Der umsatzstärkste

Picaldi-Katalog Frühjahr/Sommer 2008.

1 | Berliner Blätter | Heft 53 | 2010 | S. 90-95
51

Ort, zu dessen Angeboten im religiösen Bereich das Freitagsgebet, religiöse Unterweisungen für eine Vielzahl unterschiedlicher Zielgruppen sowie Fastenbrechen und spezifische Gebete im Ramadan gehören.

Dieser Typ der Kiezmoschee bezieht sich deutlich auf ein breites Spektrum an BesucherInnen aus der Wohnnachbarschaft. Die über das Gebet hinausgehenden Aktivitäten sind hier am vielfältigsten. Konfliktpotenzial beispielsweise wegen mangelnder Parkplätze besteht im Umfeld der Kiezmoschee kaum, weil keine Anfahrt notwendig ist. Konflikte können dagegen mit Blick auf andere Anbieter sozio-kultureller Aktivitäten entstehen. Diese agieren häufig ebenfalls im Nahraum eines Kiezes und beziehen ihre Klientel daraus (vgl. Zentrum Demokratische Kultur 2003). Gleichzeitig können diese Konflikte auch auf der Grundlage gegenseitigen Wissens übereinander geklärt werden. In diese Richtung gehen die Bestrebungen von Seiten einiger Moscheevereine, die mit Quartiersmanagements (QM), Volkshochschulen usw. kooperieren; auch verstehen einige QMs in Berlin die Moscheevereine als Akteure im Quartier und bringen sie



mit anderen lokalen Akteuren zusammen (vgl. Hanhörster/Reimann 2007, 77f.). Ob umkämpft oder geteilt – die Kiezmoschee definiert sich in großem Maße über den städtischen Nahraum.

Die *Stadtteilmoschee* kann sowohl in oben genannten Quartieren liegen, darüber hinaus aber auch in Bezirken, die einen wesentlich geringeren Anteil an Wohnbevölkerung mit potenziell muslimischer Herkunft aufweisen. Ihr Standort ist demnach nachrangig auf Wohnnähe zurückzuführen. Vielmehr zeigt sich, dass hier die von der türkischen Gastarbeitergeneration gegründeten Verbände (DITIB, Islamische Föderation Berlin, IFB, Verband Islamischer Kulturzentren, VIKZ) ein Angebot im gesamten Westberliner Stadtraum geschaffen haben.

In Bezug auf das städtische Umfeld stellt sich der zweite Typ, die *Stadtteilmoschee*, als eine potenziell »anonymere« Form lokaler Präsenz dar: Das Angebot ist bis auf einige Ausnahmen weniger weit gefächert und standardisierter, die Klientel unpräziser definiert und wechselnd (zwischen Wochentag und Freitagsgebet, Alltag und Ramadan). Dieser Moscheetyp ist in den meisten Fällen sehr verkehrsgünstig gelegen: In der Nähe einer U- oder S-Bahnstation bzw. einer Busverbindung und verfügt über entsprechend gute Anfahrtswege mit dem Auto.

Die *Stadtteilmoschee* ist aber vor allem ein Typ, der nur im Plural existiert: Es gibt ihn gleichermaßen in fast allen Westberliner Bezirken, und die einzelnen Moscheen stehen in engem Kontakt miteinander. Die Verbandsperspektive zeigt, dass die Präsenz dieses Moscheetyps auch planerischen Überlegungen unterliegt: So werden die Gebetsräume von verbindlich organisierten Vereinen häufig von der direkten Anwohnerschaft genutzt. Dafür spricht die hohe Anzahl der Standorte in den westlichen Innenstadtbereichen. Gleichzeitig sind die Verbände jedoch in jedem westlichen Bezirk (abgesehen von Steglitz-Zehlendorf und Wilmersdorf) mit mindestens einer Niederlassung vertreten, auch in denen mit einer geringeren Anzahl von Anwohnenden mit muslimischem Hintergrund. Hier wird zwar ein lokaler Bedarf gedeckt, wie im Fall der Neugründungen der IFB-Moschee in Mariendorf. Diese Verteilung von Niederlassungen schafft aber vor allem auch eine Infrastruktur, die es Gläubigen in Westberlin erlaubt, zwischen den einzelnen Orten auszuwählen (vom Arbeitsplatz oder von zu Hause aus o.ä.).

Die *Stadtmoscheen*, der dritte Typ von islamischen Gebetsräumen in Berlin, stellen nun das genaue Gegenteil zu den Stadtteilmoscheen dar: Sie zeichnen sich durch ihre Einmaligkeit in der Stadt aus, da sie einem religiösen oder/und ethnischen/sprachlichen Einzelspekt »bedienen«. Sie wenden sich an spezifische religiöse Gruppen, wie die *Tariqa Burhanija* in Neukölln, die deutschsprachige Sufis der *Burhanija*-Ausrichtung anspricht, die *Irshad-Moschee* in Neukölln, ein Ortlibanesischer Schiiten, oder die *Khadidja-Moschee* der *Ahmadiya*

Die drei türkischen Verbände IFB *, VIKZ ■ und DITIB ▲ sind mit jeweils mindestens einem Gebetsraum in jedem Westberliner Bezirk (und nahezu jedem alten Westberliner Stadtteil) vertreten. Die Gebetsräume von verbindlich organisierten Vereinen häufig von der direkten Anwohnerschaft genutzt. Dafür spricht die hohe Anzahl der Standorte in den westlichen Innenstadtbereichen. Gleichzeitig sind die Verbände jedoch in jedem westlichen Bezirk (abgesehen von Steglitz-Zehlendorf und Wilmersdorf) mit mindestens einer Niederlassung vertreten, auch in denen mit einer geringeren Anzahl von Anwohnenden mit muslimischem Hintergrund. Hier wird zwar ein lokaler Bedarf gedeckt, wie im Fall der Neugründungen der IFB-Moschee in Mariendorf. Diese Verteilung von Niederlassungen schafft aber vor allem auch eine Infrastruktur, die es Gläubigen in Westberlin erlaubt, zwischen den einzelnen Orten auszuwählen (vom Arbeitsplatz oder von zu Hause aus o.ä.).

Alexa Bahner und Riem Spielhaus | Zur Topografie Berliner Moscheevereine
105

Kontakt



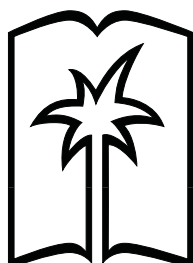
Bestellen Sie ein Rezensionsexemplar bei Dominik Scholl: presse@panama-verlag.de



Auf unserer Homepage haben Sie die Möglichkeit, Bilder in Druckqualität und weiteres Pressematerial herunterzuladen: www.panama-verlag.de/presse/



Bei Fragen zur Rabattierung wenden Sie sich bitte an Marcus Merkel:
vertrieb@panama-verlag.de



PANAMA
V E R L A G

Panama Verlag

Merkel/Scholl GbR
Stargarderstr. 13
10437 Berlin

ph.: 030 | 80 57 13 18

fax: 030 | 80 57 13 19

info@panama-verlag.de

www.panama-verlag.de