

Beobachtungen zur Kneipenkultur

1 Einleitung

Dichte Rauchschwaden ziehen langsam unter den mit Quasten verzierten dicken Lampenschirmen vorbei. Der Lichtstrahl bringt eine Pilstulpe auf dem Tresen golden zum Leuchten. Aus der alten Jukebox neben der Tür tönt dumpf Musik, die sich tapfer gegen die erfolgversprechenden Geräusche eines bunt blinkenden Spielautomaten behauptet. Längst hat sich eine gelbe Patina über den Sparschrank in der Ecke und die schwarz-weiße Ahnengalerie an der holzvertäfelten Wand gelegt. Die eingeknickten Gestalten auf den Barhockern am Tresen interessiert das wenig, sie klammern sich fest an ihr Bier.

Zweifelsohne, diese frei erfundene Szenerie spielt in einer Kneipe. Vielleicht in einer Berliner Eckkneipe oder einer Nachbarschaftskneipe im Ruhrgebiet. Doch was genau ist es, das uns zu verstehen gibt, dass wir uns in einer Kneipe befinden? Was macht die Kneipe zur Kneipe? Sind es die Objekte im Raum? Die verdunkelten Fenster, die Dartscheibe, das Inventar an der Wand? Und was ist, wenn sich bestimmte Objekte nicht im Raum befinden? Ist es dann keine Kneipe? Sind es vielleicht die Personen im Raum, die durch eine Art Kneipenkultur, durch ihr Handeln, ihre Werte und Normen die Kneipe hervorbringen?

Der Begriff der Kneipenkultur ist schwammig und wird nicht selten mit dem Begriff Kneipensterben in Verbindung gebracht. Mit dem Verschwinden von Kneipen, welches beschleunigt seit Beginn des 21. Jahrhunderts auftritt und nicht zuletzt vor dem Hintergrund der Nicht-raucherschutzgesetzte medial breit aufgegriffen wurde, wird zugleich die Gefährdung von Kneipenkultur prominent diskutiert (Goy 2012). Unter dem Begriff kann vieles subsumiert werden: Im Großen etwa die Kneipenkultur eines Landes oder einer Stadt, aus einer Vielzahl von Kneipen auswählen zu können, dies regelmäßig zu tun, der Kneipe insgesamt große Bedeutung beizumessen, zu wissen, wann man in welche Kneipe geht, eine Stammkneipe zu pflegen, Stammtische dort abzuhalten oder Kneipentouren zu machen. Im Kleinen wiederum kann darunter die bestimmte Kultur, die in einer Kneipe gelebt wird, verstanden werden, also distinktives Wissen und charakteristische Praxen.

In dieser Arbeit soll im Sinne des letztgenannten Bedeutungsspektrums untersucht werden, was genau eine Kneipenkultur ausmachen kann. Welche Handlungen und Verhaltensweisen sind festzustellen, welche Werte und Normen sind daraus abzuleiten, was stellt beim Gast das Gefühl ein, sich in einer Kneipe zu befinden? Eine Annäherung an diese komplexen Fragen

soll über einen Vergleich zum Restaurantbetrieb erfolgen. Der Besuch eines gastronomischen Lokals, das meiner persönlichen Deutung nach am frühen Abend als Restaurant erscheint und im Laufe des Abends zur Kneipe wird, soll Daten darüber liefern, wie sich die Kneipe abgrenzt und eine eigene Kultur aufweist. Diese gewonnenen Daten werden raumtheoretisch gedeutet, d. h. es wird der Annahme gefolgt, dass Räume wie die Kneipe nicht per se existieren, sondern erst durch soziales Handeln geschaffen werden.

2 Forschungsstand

Bevor ein Überblick über die bisherige Forschung zur Kneipe erfolgen kann, soll zunächst der Begriff eingegrenzt werden. Grimms Deutsches Wörterbuch schreibt dazu, „die Ehre des Namens gebührt vor allem der Verbindungskneipe, der studentischen Herberge mit ihrer Gemütlichkeit; aber es ist auch erweitert auf den Begriff Wirtshaus, Trinkstube überhaupt, daher Weinkneipe, Bierkneipe u. s. w.“ (Grimm 1873, Bd. 11, Sp. 1405). Zwar wird Kneipe auch heute noch als Begriff für einen „Abend mit Trinken und Singen“ in der Studentenverbindung sowie für die dafür vorgesehenen Räumlichkeiten verwandt (Duden 2017), außerhalb des Verbindungswesens dürfte dieses Konnotat aber an Relevanz verloren haben. Eine detailliertere Ausdifferenzierung der Kneipenformen in der Bedeutung als Wirtshaus versuchen der Kommunikationswissenschaftler Franz Dröge und der Stadtsoziologie Thomas Krämer-Badoni in ihrem vielrezipierten Werk „Die Kneipe – Zur Soziologie einer Kulturform“ (1987). Sie führen zunächst an, wovon ihr Buch nicht handelt: „von Vergnügungsvierteln, von Randgruppenlokalen, Drogen- und Prostitutionskneipen, von Restaurants und Honoratiorengaststätten. Auch die heute ausufernde ‚Schwarzgastronomie‘ sei von ihrer Forschung ausgeschlossen, ebenso wie die Dorfkneipe, bei der es sich um eine grundlegend andere Kulturform handle (Dröge/Krämer-Badoni 1987: 9). Vielmehr handelt es von „der ganz normalen städtischen Bierkneipe, vor allem von deren Prototyp, der Eck- und Quartierskneipe mit relativ festem Publikumsstamm“ (ebd.). An diese Eingrenzung soll im Folgenden angeschlossen werden.

Die umfängliche, vielschichtige Studie von Dröge und Krämer-Badoni beleuchtet die Kneipe gleichermaßen historisch, stadtsoziologisch, sozialräumlich, mit einem Blick auf die soziale Herkunft der Gäste sowie mit einem Fokus auf Kneipe als Institution der Öffentlichkeit. Von Relevanz für die vorliegende Arbeit ist jedoch vor allem die Perspektive auf „Kneipe als kulturelles Milieu“ (ebd.: 188), mit der die Autoren das Alltagsleben in der Kneipe zu beschreiben versuchen. Dabei erklären sie die verschiedenen sozialen Funktionen der Kneipe, wissen von lokalabhängigen Trinkregeln zu berichten, von Gesprächsmustern, von Spielen und Feiern. Sie

eröffnen eine Perspektive auf Genderdifferenzen in der Kneipe, werfen einen Blick auf den Wirt und seine Strukturierungsmacht und gehen der Frage nach, wie man Stammgast wird. Abgesehen von der durch die Liebe der Autoren zur Kneipe gefärbte dichte Beschreibung stereotyper Situationen (ebd.: 188f.) taugt das 30 Jahre alte Werk jedoch nicht für eine zeitgenössische Antwort auf die Frage nach der Raumkonstruktion, also was die Kneipe zur Kneipe macht.

Das Lehrforschungsprojekt „Kneipenabende – Zur Feldforschung im Kiez“ (1986) an der Humboldt-Universität in Berlin unter der Leitung der Soziologin Irene Runge schaute sich mit dem Blick auf „urbane Lebensweise“ die Gastronomie des Prenzlauer Berg in Ost-Berlin an (Runge 1986: 195). Hervorzuheben sind hier besonders die folgenden Überlegungen:

„[I]n der Kneipe herrscht ein das Binnenklima regulierendes Normsystem, das dazu führt, daß Personen von ‚ihrer‘ Kneipe sprechen. Im Umgang von Wirtschaft und Gästen entsteht Wissen um die Grenzen und Möglichkeiten der Kommunikation, wobei Sanktionen und Belohnung auf spezifische Weise funktionieren (das Privileg am Tresen stehen oder am Stammtisch sitzen zu dürfen kann entzogen werden, die Schnelligkeit der Bedienung gedrosselt, Lokalverbot ausgesprochen werden usw.)“ (ebd.: 196).

Das von Runge beschriebene Normsystem korrespondiert mit den Deutungen von Dröger und Krämer-Badoni, das von ihr genannte kneipenspezifische Binnenklima wird jedoch nicht näher beschrieben. Einen wichtigen Beitrag hierzu leistet der schweizer Volkskundler Ueli Gyr mit seinem Aufsatz „Kneipen als städtische Soziotope“ (1991). Er beschreibt die allgemeine Vorstellung von Kneipe über den kollektiven Bilderhaushalt:

„Eine erste allgemeine Auffassung deutet die Kneipe als Trinkort und Institution, die den Alkoholkonsum und alle damit gegebenen Begleiterscheinungen begünstige und fördere. [...] Neben dieses Bild schiebt sich ein zweiter Vorstellungskomplex, der sich von kneipenspezifischer Schummrigkeit, dürftiger Innenausstattung, Alkoholausschank, beengender Nähe, Lärm, Gestank, Schmutz, komischen Leuten und Anrüchigkeit abhebt. Die negativen Konnotationen werden abgedämpft oder umfunktioniert. [...] Geselligkeit, Tradition, idyllische Feierabendgemütlichkeit, Familiarität, Vertrautheit, Stammgastambiance und Kneipenpoesie stehen im Mittelpunkt“ (Gyr 1991: 97).

Gyr nähert sich der Kneipenkultur zunächst über allgemeine Assoziationen und Affekte. Doch allein „mit der Betrachtung isolierter Bereiche und Objekte wird man dem Kneipenleben nicht gerecht. Nach innen interessiert der soziale Handlungsraum, der durch eigene Kommunikationsstile, Interaktionen, Rituale und Symbole bestimmt wird [...]“ (ebd.: 98). Im weiteren Verlauf diskutiert er deshalb mögliche soziale Funktionen der Kneipe, die Relevanz von Kneipenpoesie und ihrer Symbole, Trink- und Gesprächskultur sowie Identitätssuche und -sicherung in der Kneipe. Darüber hinaus konstatiert er die Relevanz der Erforschung des Kneipengeschehens und des Raumes, denn „Stammtischordnungen und andere

Platzpräferenzen, ritualisierte Begegnungen, strukturierte Abläufe sowie ein familiär wirkendes Vertrauensverhalten fallen auf“ (ebd.: 109).

An die von Gyr vorgeschlagenen vielseitigen Forschungsperspektiven schließt ein weiteres Lehrforschungsprojekt in Herausgeberschaft von Gudrun Schwibbe (1998) an. Die Studierenden der Volkskunde an der Universität Göttingen nähern sich in ihrem Sammelband „Kneipenkultur – Untersuchungen Rund um die Theke“ dem Forschungsfeld in drei Themenkomplexen: die Kulturgeschichte der Kneipe, der Blick auf spezielle Kneipenvarianten und der Fokus auf die Kneipengäste und ihre Beweggründe.

Eine in der sozialwissenschaftlichen Literatur zur Kneipe stets wiederkehrende Perspektive ist die der Kommunikation. Klaus Laermann forschte bereits 1978 zur „Kommunikation an der Theke. Über einige Interaktionsformen in Kneipen und Bars“, Wolfgang Miltner (1981) schrieb seine Dissertation über „Kneipenleben und street work. Eine Analyse der Interaktions- und Kommunikationsstrukturen zweier Stammesbesuchergruppen einer proletarischen Eck-Kneipe und der in diesem Kontext möglichen Ansätze von street work“ (1981) und zuletzt promovierte Thomas Mania (1991) mit seiner Dissertation „Weißte was – 'nen Schnaps?“ zur Gaststätte als Kommunikationszentrum in einem Dortmunder Wohnquartier.

Für eine raumsoziologische Annäherung an die Kneipe sind zwei Studien aus dem französischsprachigen Raum von besonderer Relevanz. Eine belgische Studie untersucht mögliche Zusammenhänge zwischen der Raumbelugung und den Interaktionen der Gäste in einer Brüsseler Kneipe (Lacrosse/Poulet 1975). Darüber hinaus widmet sich eine Schweizer Studie einem traditionsreichen Lokal in Vevey, das auf zwei offenen, stufenartig versetzten Ebenen gleichzeitig Restaurant und Kneipe ist (Guex-Piguet 1985). Zwar sind beide Etagen miteinander verbunden, doch trennen sie die Speise- von der Schankwirtschaft. Die Autorin analysiert den Raum entlang dichotomer Kategorien wie etwa „warm – kalt“, „wir – die anderen“, „Ordnung – Chaos“, „öffentlich – privat“, „alte – junge“ und viele andere mehr (vgl. Gyr 1991: 110).

Beide ausschließlich auf Französisch publizierten Studien liegen jedoch schon über vierzig bzw. dreißig Jahre zurück. Weiterhin ist davon auszugehen, dass Kneipenkultur als Teil einer übergeordneten Nationalkultur verstanden werden kann, die Varianz zwischen Kneipen innerhalb nationaler Grenzen also vermutlich geringer ist als international. Der komparative Ansatz der Forschung von Guex-Piguet wirkt auf die vorliegende Arbeit inspirativ, anstelle der Untersuchung eines Lokals, das gleichzeitig auf verschiedenen Etagen Restaurant und Kneipe ist, soll hier jedoch eines dienen, das sich im Laufe des Abends vom Restaurant zur Kneipe wandelt.

3 Theoretischer Deutungsrahmen

Um zu verstehen, von welcher Kultur die Kneipe geprägt ist und wie sie sich dem Gast als solche erfahrbar macht, soll die Kneipe raumsoziologisch gedeutet werden. Die Soziologie bietet an, Raum nicht als zu füllenden Behälter oder als Naturraum zu denken, sondern „als Produkt sozialer Praxis. Raumsoziologie interessiert sich dafür, wie Raum durch soziale Akteure hergestellt und mit welchen Bedeutungen er versehen wird“ (Schroer 2009: 354). Was die raumsoziologischen Theorien vereint, ist die Ablehnung eines absoluten Raumkonzepts – die Vorstellung, Raum und Inhalt ließen sich voneinander trennen – und die Annahme eines relationalen Konzeptes von Raum, also die Betonung des kreativen Potenzials der Individuen für die Raumkonstitution (Schroer 2006: 29ff.). Diese Annahme wird hier um Konzeptionen von Atmosphäre ergänzt und auf den Raum der Kneipe übertragen.

3.1 Theorien des Raums

Nicht erst seit dem sogenannten *Spatial Turn* erörtert die Soziologie, wie Raum durch soziale Akteure hervorgebracht wird. Bereits Georg Simmel und Émile Durkheim beschäftigten sich mit dem Thema. Simmel spricht sich gegen ein raumdeterministisches Denken aus; er betont, dass in einer soziologischen Raumanalyse sowohl die raumkonstitutive Wirkung des menschlichen Handelns als auch die Wirkung räumlicher Begebenheiten auf das Handeln gleichermaßen berücksichtigt werden müsse. Damit schreibt er physisch-materiellen Gegebenheiten zwar eine Rolle für die Entstehung von Räumen zu, jedoch eher als roher Diamant, der erst durch die handelnden Individuen geschliffen wird. Über Landesgrenzen etwa formuliert er:

„Die Grenze ist nicht eine räumliche Tatsache mit soziologischer Wirkung, sondern eine soziologische Tatsache, die sich räumlich formt. Das idealistische Prinzip, daß der Raum unsere Vorstellung ist, genauer: daß er durch unsere synthetische Fähigkeit, durch die wir das Empfindungsmaterial formen, zustande kommt – spezialisiert sich hier so, daß die Raumgestaltung, die wir Grenze nennen, eine soziologische Funktion ist (Simmel 1995: 141).

Auch Durkheim lehnt es ab, Raum als eigenständige Entität zu denken. Er argumentiert in Richtung sozialer Konstruktion grundlegender Kategorien wie Raum und Zeit. Räumliche Unterteilungen sind ihm zufolge weder ein reines Produkt subjektiver Wahrnehmung noch eine objektive Gegebenheit, sondern ein Produkt sozialer Aushandlungen in Form kollektiv geteilter Zuschreibungen: „Da sich alle Menschen einer und derselben Zivilisation den Raum auf die gleiche Weise vorstellen, müssen diese affektiven Werte und die Unterscheidungen, die davon abhängen, ebenfalls gleich sein“ (Durkheim 1981: 30).

Ein wichtiger Vertreter der modernen Raumsoziologie ist der marxistische Soziologe Henri Lefebvre, der Mitte der 1970er Jahre als erster nach dem Zweiten Weltkrieg die Bedeutung des Raums in den Kultur- und Sozialwissenschaften wieder auf die Agenda setzte (vgl. Döring/Thielmann 2008: 7). In seinem Werk „La production de l'espace“ beschreibt Lefebvre (1974) drei Ebenen des Raums, die in einer dialektischen Weise zusammenhängen: die räumliche Praxis, die Raumrepräsentationen und die Repräsentationsräume. Die erste Ebene ist die der sinnlichen Wahrnehmung („espace perçu“), die zweite ist der gedanklich konzipierte Raum („espace conçu“), und die dritte der gelebte oder erlebte Raum („espace vécu“). Die räumliche Praxis produziert und reproduziert durch kohärente und wiederkehrende Handlungsmuster den sozialen Raum, formt und gestaltet ihn. Die Raumrepräsentation ist der Ort, wie ihn Architekten, Innenarchitekten und Raumplaner konzipieren, er ist stark verbunden mit den Produktionsverhältnissen. Der Repräsentationsraum ist der Raum der Bedeutungsproduktion, in ihm vereinen sich symbolische Ordnungen ebenso wie durch individuelle Erlebnisse entstandene emotionale Bindungen an den Raum (Lefebvre 2006: 333ff.).

Eine viel rezipierte neuere raumsoziologische Theorie entwickelte Martina Löw (2001). In einem Versuch, die Trennung zwischen absolutistischen und relativistischen Positionen im Denken über Raum zu überwinden, konzipiert sie Raum als

„eine relationale (An)Ordnung sozialer Güter und Menschen (Lebewesen) an Orten. Der Begriff ‚soziale Güter‘ meint hier primär materielle Güter, da nur diese plazierbar sind. Zu Räumen verknüpfbar sind soziale Güter durch ihre materiellen Eigenschaften, auf ihrer Basis entfalten sie eine symbolische Wirkung, Menschen sind in die Konstitution von Raum in zweifacher Hinsicht einbezogen. Zum einen können sie ein Bestandteil der zu Räumen verknüpften Elemente sein, zum zweiten ist die Verknüpfung selbst an menschliche Aktivitäten gebunden“ (Löw 2001: 224).

Mit der Idee der „Dualität von Raum“ versucht sie die Ordnungen, d. h. die Strukturdimension und die Anordnungen, also die Handlungsdimension, zu integrieren. Raum wird demzufolge durch das Handeln sozialer Akteure und ihre Vorstellungs-, Wahrnehmungs- und Erinnerungsprozesse hervorgebracht und manifestiert sich in gesellschaftlichen Strukturen, wodurch das Handeln der Akteure wiederum ökonomisch, rechtlich, kulturell usw. strukturiert wird. Die Konstitution von Raum erfolgt „durch zwei analytisch zu trennende Prozesse, die Syntheseleistung und das Spacing“ (ebd.). Spacing bezeichnet die Platzierungsprozesse von sozialen Gütern und Menschen an Orten. Die durch Platzierungen geschaffenen (An)Ordnungen wirken jedoch noch nicht als Raum, sie müssen erst durch Synthese (re)produziert werden. Als Synthese bezeichnet Löw die Verknüpfung von sozialen Gütern und Menschen zu Räumen, die „gesellschaftlich durch Raumvorstellungen, institutionalisierte Raumkonstruktionen und den klassen-, geschlechts- und kulturspezifischen Habitus vorstrukturiert“ ist

(ebd.: 225). Das Spacing von Menschen am Tresen allein macht demnach noch keine Kneipe, sie muss erst über Raumvorstellungen und Kneipenkultur synthetisiert werden.

3.2 Atmosphäre

Um die räumliche Konstitution von Kneipe und damit die Deutung von Kneipenkultur besser zu verstehen, soll die Raumtheorie um eine Konzeption von Atmosphäre ergänzt werden. Wenn Kneipenkultur und Atmosphäre in der Kneipe sich gegenseitig bedingen, was genau kann dann unter Atmosphäre verstanden werden?

Für den Philosophen Gernot Böhme ist Atmosphäre ein Gegenstand der Wahrnehmung. Atmosphären „werden gespürt, indem man affektiv von ihnen betroffen ist“ (Böhme 2001: 46) und haben somit immer auch ein subjektives Moment. Durch den gleichzeitig dinglichen und subjektiven Charakter von Atmosphäre unterscheidet Böhme zwei Arten der atmosphärischen Wahrnehmung: Ingression und Diskrepanz.

Ingression bezeichnet die Wahrnehmung von etwas, indem man in es hineingerät. Typisch hierfür ist Böhme zufolge die Wahrnehmung der Atmosphäre bei Betreten eines Raumes. Der Besucher einer Kneipe tritt über die Türschwelle und nimmt die dort herrschende Atmosphäre wahr. Sie ist eine Stimmung, die nicht die eigene ist, sondern in bestimmter Weise auf einen einwirkt. Böhme spricht deshalb auch im Anschluss an Elisabeth Ströker (1965) von gestimmten Räumen. Eine Atmosphäre ist demnach eine quasi objektive, räumlich ausgebreitete Stimmung (Böhme 2001: 47).

Im Gegensatz zur Ingression beschreibt die Diskrepanz den Fall, dass die eigene, in den Raum mitgebrachte Stimmung nicht mit der dort vorherrschenden Atmosphäre übereinstimmt. In der räumlichen Ingressionserfahrung stimmt etwa die gut gelaunte Masse einen gut gelaunt – in der Diskrepanzerfahrung ist das nicht der Fall. Diese Erfahrungen „sind es, die in besonderem Maße dazu Anlaß geben, Atmosphären als quasi objektive Gefühle zu bestimmen. In diesen Erfahrungen wird deutlich, daß ich Gefühle erfahren kann, die nicht meine sind und auch niemandes sonst“ (ebd.: 48). Böhme betont jedoch, dass Atmosphären eben nur *quasi objektiv* sind und immer einen subjektiven Anteil haben. Der Charakter von Atmosphären lässt sich nicht von einem neutralen Beobachtungspunkt aus bestimmen, sondern nur, wenn man selbst affektiv betroffen ist. Atmosphären können nur leibhaftig erfahren werden, indem man sich ihnen aussetzt (ebd.: 52). Intersubjektiv feststellbar sind lediglich einzelne objektive Konstituentien, wie Ton und Licht im Raum (Böhme 2013: 76).

In seiner Konzeption von Atmosphäre führt Böhme somit erfolgreich zwei Aspekte von Atmosphäre zusammen: die Produktivität von Atmosphären, also Menschen in Stimmungen versetzen zu können, und die Produzierbarkeit von Atmosphären. Letzterer schenkt er besondere Beachtung:

„Wenn ein Innenarchitekt etwa einen Raum mit einer seegrünen Tapete ausstattet, dann geht es ihm ja nicht um die Produktion von Wänden mit dieser Farbe, sondern um die Erzeugung einer räumlichen Atmosphäre. Wenn ein Verkaufspraktiker in einem Supermarkt eine bestimmte Musik erklingen lässt, so bringt er ja nicht ein Werk zu Gehör, sondern möchte eine verkaufsgünstige Stimmung erzeugen“ (Böhme 1995: 87).

Auf die Kneipe übertragen wird schnell deutlich, dass jedoch nicht nur der Wirt die Atmosphäre produziert sondern die gesamte (An)Ordnung der Menschen und sozialen Güter im Raum.

Martina Löw ergänzt Böhmes Konzeption von Atmosphäre deshalb um eine soziale Komponente. Sie deutet, dass die Inszenierung von Räumen als Vorbereitung auf ihre Wahrnehmung Teil der Spacingprozesse, also der Positionierung von Menschen und sozialer Güter im Raum ist. Atmosphäre ist für Löw demzufolge „die in der Wahrnehmung realisierte Außenwirkung sozialer Güter und Menschen in ihrer räumlichen (An)Ordnung an Orten“ (Löw 2001: 209). Weil Wahrnehmung aber abhängig vom Habitus, also kulturell bedingt und sozial erlernt ist, wirken soziale Strukturprinzipien auf die Wahrnehmung und die Produktion von Atmosphären. Wenn Jürgen Hasse nun sagt, „in der sozialen Situation des Essens entfaltet sich eine Atmosphäre des Essens“ (Hasse 2014: 82), so bleibt herauszufinden, welche Atmosphäre und welche Kultur sich in der Kneipe bilden.

4 Methodische Bemerkungen

Methodisch erfolgt die Erforschung von Kneipenkultur über eine teilnehmende Beobachtung. Das Ziel dieser Methode der Feldforschung ist es, Informationen über soziales Verhalten und Handeln zu gewinnen (Merkens 2007: 33). Erst „durch Interaktion bzw. vielmehr im ‚Mit-Handeln‘ findet sich ein Zugang zu den in sozialen Praktiken ausgehandelten Kriterien von passendem oder unpassendem Handeln. Denn in diesem ‚Mit-Handeln‘ selbst wird erst intersubjektiv spezifisches, situationsbezogenes ‚praktisches Wissen‘ hergestellt“ (Petersen 2007: 73f.). Um die Atmosphäre in der Kneipe wahrzunehmen, ist die körperliche Anwesenheit, die Teilnahme am Raum, ohnehin unverzichtbar. Der Vorteil der teilnehmenden Beobachtung ist es, sehr nah am Untersuchungsgegenstand zu sein, was jedoch gleichzeitig auch zur Gefahr werden kann: Taucht der Forscher zu tief in das Feld ein – man spricht dann von „going na-

tive“ –, kann er seine kritische Außenperspektive verlieren (Flick 2014: 291). Bei einem Kneipenbesuch ist das Ausloten zwischen Nähe und Distanz ein besonders schwieriger Prozess. Bei zu viel Distanz, z. B. wenn der Forscher alleine an einem Tisch in der Ecke säße, vor sich sein Feldtagebuch und ein Glas Mineralwasser, so wirkte er auffällig als Außenseiter und würde die Verhaltensweisen und Handlungen der anderen Gäste, ja den Raum verfälschen. Tränke er den ganzen Abend Bier und Schnaps und vertiefte sich dabei in Tresengespräche, so könnte dies mit viel Selbstreflexion zwar interessante Daten generieren, der Blick für das Ganze und die detaillierte Beobachtung gingen jedoch verloren.

Sich einem so komplexen Konstrukt wie der Kultur von Kneipen völlig offen und explorativ anzunähern, hieße zugleich, analytische Schärfe zu verlieren. Aus diesem Grund erscheint es sinnvoll, zunächst aus der Literatur Beobachtungskategorien abzuleiten und sich in einer strukturierten teilnehmenden Beobachtung auf diese zu fokussieren. Der Einsatz von Beobachtungsschemata ermöglicht eine teilweise Standardisierung der Beobachtung und erlaubt dem Beobachter, sich selbst zu kontrollieren (Girtler 2001: 62). Um sich nicht in den vielen Eindrücken und Erlebnissen zu verlieren, wird hierzu ein Beobachtungsleitfaden benutzt, der offen genug ist, um die Forschung nicht einzuschränken, doch gleichzeitig den Forscher immer wieder auf das Erkenntnisinteresse und die zu untersuchenden Kategorien zurückverweist (Mayring 2002: 81). Die Beobachtungen sollen dann so schnell wie möglich als Feldnotizen festgehalten werden, was in der Situation durchaus schwierig sein kann. So kann etwa das Schreiben auf einen Notizblock in negativer Weise auffallen oder auf Unverständnis stoßen oder aufgrund der Teilnahme des Forschers an Handlungen in der Situation keine Zeit dafür vorhanden sein, weshalb später ein Erinnerungsprotokoll angefertigt werden muss (Breidenstein et al. 2015: 88). Um in der Kneipe nicht aufzufallen, soll deshalb auf die Notizfunktion eines Smartphones zurückgegriffen werden, denn auf einem Handy zu schreiben ist unauffällig und allgemein akzeptiert.

Der Zugang zum Feld ist vergleichsweise einfach, da Kneipen für die Öffentlichkeit zugänglich sind. Freilich wird die Teilnahme an Stammtischen oder vertrauten Runden am Tresen nicht ohne Weiteres möglich sein, doch ist dies für die Beobachtung auch nicht zwingend notwendig. Die Schwierigkeit als in der Kneipe bereits bekannter Gast wird eher das Finden eines Mittelweges zwischen „going native“ und völlig unbeteiligter Distanz sein. Aus Gründen der Forschungsethik sollen die Tresenkraft und zumindest die Gäste am Tisch des Forschers über die teilnehmende Beobachtung informiert werden. Daraus erwächst jedoch auch die Gefahr, dass sich die Gäste anders verhalten oder sich gar mit eigenen Erzählungen und subjektiven Interpretationen dem Autor aufdrängen (Przyborski/Wohlrab-Sahr 2014: 42). Insbesondere durch den Verzehr von alkoholischen Getränken könnte dieser Effekt verstärkt

werden, was durchaus die von Rolf Lindner (1981) beschriebene „Angst des Forschers vor dem Feld“ weckt.

Die Auswahl der Kneipe fiel auf das S. in Kiel, ein Betrieb, hinter dem sich sowohl eine Tapas-Bar, also eine Art spanisches Restaurant, als auch eine Kneipe verbirgt. Am früheren Abend findet dort der Restaurantbetrieb statt, später am Abend ist das Lokal eine Kneipe. Beides findet in demselben physisch-materiellen Raum statt, der während des gesamten Abends völlig unverändert bleibt. Diese Eigenschaft machen den Ort besonders wertvoll, um Kneipenkultur erfahrbar machen. Durch einen Vergleich von Restaurant und Kneipe unter sonst gleichbleibenden Umweltbedingungen sollen die Differenzen beobachtet und herausgearbeitet werden, um ein besseres Verständnis von Kneipenkultur zu erlangen. In einer Art quasi-experimentellem Forschungsdesign werden insgesamt vier teilnehmende Beobachtungen durchgeführt: Jeweils wochentags und am Wochenende soll um 18:00 Uhr das Restaurant sowie um 23:00 Uhr die Kneipe besucht werden.

5 Teilnehmende Beobachtung und Analyse

Die Beobachtung fokussiert sechs Beobachtungskategorien, die aus der Lektüre bisheriger Forschungsliteratur zur Kneipe und dem Studium raumsoziologischer Theorien abgeleitet wurden. So wird Nähe bzw. Distanz, sowohl zwischen der Bedienung und den Gästen als auch zwischen den Gästen untereinander, als kulturelles Charakteristikum beobachtet. Die zweite Kategorie bildet die Sprache, die sich in der Kneipenkultur von der Restaurantkultur beispielsweise in ihren Höflichkeitsformen unterscheiden könnte. Sprache selbst ist eine kulturelle Äußerung und kann darüber hinaus auf tiefer liegende kulturelle Spezifika verweisen, wie Hierarchien und Inklusions- und Exklusionsmechanismen. Weiter werden Musik, Licht und Luft als eher objektive Komponenten von Kneipenatmosphäre untersucht. Die Lautstärke bzw. der Geräuschpegel bildet eine eigene Kategorie. Eine fünfte Kategorie bilden Gruppenbildungspraktiken, die in der Kneipe eine wichtigere Rolle als im Restaurant einnehmen dürften. Zuletzt werden die Art und wenn möglich die Anzahl der verzehrten Getränke in die Forschung einbezogen.

Der erste Besuch im S. erfolgte an einem Mittwoch um 18:15 Uhr. Zwei Tische waren zu diesem Zeitpunkt mit jeweils zwei Gästen – mutmaßlich zwei Paaren – belegt. Alle anderen Tische waren mit Servietten, Besteck, einer Tulpe und einem Teelicht gedeckt und ein Schild verwies darauf, dass sie reserviert waren. Ich entschied mich deshalb, am Tresen Platz zu nehmen und informierte die Kellnerin über meine Forschungsabsicht. Der Platz an der Ecke

des Tresens ermöglichte eine gute und unauffällige Sicht in den Raum. Unmittelbar nach meiner Ankunft traten zwei Frauen ein und fragten die Kellnerin nach einem freien Tisch. Diese eröffnete den beiden die Möglichkeit, bis 20:30 Uhr an einem Tisch am Fenster Platz nehmen zu können. Die beiden willigten ein und somit waren drei Tische am Fenster – in maximaler Distanz zum Tresen – belegt.

Eines der beiden Paare hatte eine Flasche Rotwein auf dem Tisch stehen, um deren Hals eine Serviette gebunden war. Der Mann schenkte den beiden regelmäßig nach. Das andere Paar hatte bereits Essen auf dem Tisch stehen und trank dazu ebenfalls Wein, diese beiden hatten jedoch keine Flasche auf dem Tisch stehen. Die Kellnerin brachte den beiden neuangekommenen Frauen unaufgefordert die Speisekarte und nahm ihre Getränkebestellung auf: Wie sich herausstellen würde, tranken sie Saftschorlen. Kurz darauf klingelte das Telefon, jemand wollte einen Tisch reservieren. Um 19:00 Uhr traten erneut eine Frau und ein Mann herein. Die Kellnerin fragte die beiden höflich, ob sie einen Tisch reserviert hätten, was sie verneinten. Daraufhin verließen sie das Lokal wieder. Nur kurz darauf trat ein weiteres Paar ein, sie hatten einen Tisch reserviert, bekamen ihn zugewiesen und setzten sich. Auch sie bekamen Speisekarten gebracht, während ein anderer Tisch mit der freundlichen Nachfrage, ob das Essen geschmeckt habe, abgeräumt wurde. Zwischen den Tischen fand keinerlei Kommunikation statt.

Da es draußen noch hell war, schien Licht durch die Fenster und es war recht hell im Raum. Trotzdem leuchteten bereits die Lampen. Leise, zwischenzeitlich kaum wahrnehmbar, tönte Jazz-Musik aus den Lautsprechern. Die Luft im Raum ließ sich als neutral beschreiben – weder roch es nach Essen noch nach Bier. Nur wenn die Kellnerin das Essen an die Tische brachte, zog ein angenehmer Geruch an mir vorbei. Die Smartphone-App *SoundMeter* zur Messung der Lautstärke gab einen durchschnittlichen Pegel von 70 dB an.

Vier Stunden später, bei dem zweiten Besuch um 23:00 Uhr, machte der Raum einen völlig anderen Eindruck. Direkt fiel eine Gruppe von Leuten vor der Tür auf; sie saßen auf einer Holzbank und einigen Stühlen unter einem Heizstrahler, tranken Bier und rauchten Zigaretten. Als ich den Raum betrat waren viele Menschen um den Tresen herum versammelt. Sie saßen auf Barhockern oder standen daneben – mir erschien es, als würde meine Ankunft von niemandem wahrgenommen. Auf den Tischen standen noch immer die Kerzen und Blumen wie zu Beginn des Abends, jedoch lag dort kein Besteck mehr. Da am Tresen kaum Platz war, wollte ich mich an einen hohen Tisch mit Barhocker in die Ecke setzen. Noch bevor ich Platz nehmen konnte, wurde ich von der anderen Seite des Raums angesprochen. Am Tisch gegenüber saßen zwei mir aus der Kneipe bekannte Personen, die ich zunächst nicht wahrgenommen hatte. Um nicht unhöflich zu sein, aber auch nicht zu aufdringlich, setzte ich

mich neben sie an den Nachbartisch – was jedoch keinen großen Unterschied machte, weil die beiden die Tische kurzerhand zusammenrückten. Noch während ich die beiden über meine teilnehmende Beobachtung informierte, erschienen plötzlich weitere Freunde der beiden, so dass sich eine kleine Gruppe am Tisch bildete. Es erschien sehr wie ein zufälliges Zusammentreffen und nicht als Verabredung; mindestens eine Person war gerade auf dem Heimweg gewesen und hatte uns durch das Fenster gesehen, als sie am S. vorbei lief. Der Barman hinter dem Tresen sah währenddessen sehr beschäftigt aus und schaffte es erst nach einer Weile, zu uns an den Tisch zu kommen. Auf meine Bestellung, „ein Bier“, fragte er: „Gezapft? Nullvier?“, ich nickte jeweils, dann nickte er und ging wieder.

Sieben Minuten nach Mitternacht kreuzte der Barman durch den Raum und stellte kommentarlos Aschenbecher auf die Tische. Sofort begannen viele Leute zu rauchen oder sich Zigaretten zu drehen. Von draußen trat eine Gruppe von Rauchern herein, die zuvor unter dem Heizstrahler gesessen hatte, der nun ausgeschaltet war. Innerhalb kürzester Zeit hingen dichte Rauchschwaden im Raum. Es lief noch immer Jazz, die Musik wurde meistens jedoch durch ein Stimmengewirr übertönt. Den Geräuschpegel nahm ich dadurch als viel höher als im Restaurant wahr, die App auf meinem Handy maß einen durchschnittlichen Pegel von 85 dB.

Kurz nachdem im Raum geraucht werden durfte, schlug jemand am Tisch vor, eine Runde Schnaps zu trinken. Ich willigte ein, die Frage „Was denn?“ beantwortete ich mit „Was Klares.“ Was folgte, war jedoch eine schier endlose Aufzählung mir völlig unbekannter Spirituosenmarken. Der Empfehlung „Wir müssen mal einen Túnel trinken“ stimmte ich bestärkt durch das affirmative Nicken der Anderen zu und mein Sitznachbar rief durch den Raum in Richtung des Tresens: „Können wir zwei Túnel haben?“ Die anderen am Tisch machten nun auf sich aufmerksam und er ergänzte in gleicher Lautstärke: „Und zwei Mexi, eine Luft.“ Später sollte diese Bestellung noch für Verunsicherung sorgen: Bevor ich ging, wollte ich das Bier und den Schnaps am Tresen bezahlen; der Barman erklärte mir jedoch, dass bei Schnaps eigentlich derjenige, der die Runde bestellt hatte, sie auch bezahlen müsse. Im Allgemeinen war im Vergleich zum Restaurantbetrieb die Art und Menge der Getränke auffällig: In der Kneipe tranken zwar auch viele Wein, jedoch hatte niemand eine eigene Flasche auf dem Tisch stehen. Hauptsächlich wurde Bier und in unregelmäßigen Abständen ein Schnaps getrunken, zumal mit einer augenscheinlich höheren Trinkgeschwindigkeit.

Besonders auffällig war die Gruppenbildung im Raum. Nicht nur die spontane Gruppe, die sich an meinem eigenen Tisch bildete, ist bezeichnend. Als Außenstehender wirkte es auf mich, als seien alle, die am Tresen standen und saßen, eine zusammengehörende Gruppe. In ihrer äußerlichen Erscheinung, in Kleidung, Alter und Geschlecht war die Gruppe heterogen, aber anscheinend waren alle vertraut miteinander. Wenn Leute kamen oder gingen, begrüßten

oder verabschiedeten sie sich mit Handschlag bei einigen am Tresen. Es schien, als wechselten die Leute, die keinen eigenen Barhocker hatten, immer wieder die Gesprächspartner am Tresen. Eine junge Frau saß immer mal wieder bei uns am Tisch, ging dann wieder an den Tresen, kam nach einer Weile wieder zurück, usw.

Um 00:30 Uhr kamen drei junge Männer durch die Tür, die wortlos und nur mit Gesten – einer tat so, als zöge er einen Hut – die Runde begrüßten und sich an einen leeren Tisch setzen. Mein Sitznachbar schien meine Beobachtung zu bemerken und erklärte, dass es sich bei den Jungs um Kellner vom benachbarten Hamburger-Restaurant handele, die öfters nach Feierabend vorbeikämen. Überhaupt kämen später am Abend, wenn andere Restaurants und Kneipen schließen, viele Leute, die selber in der Gastronomie tätig seien. Im Fall von Kneipen brächten sie dann gleich noch Gäste mit, die noch nicht nach Hause wollten. Dies sei jedoch eine Eigenheit des S. weil jeden Tag mit offenem Ende und mindestens bis 3:00 Uhr morgens geöffnet sei.

Während es mir im Restaurantbetrieb aufgrund der Ordnung im Raum nicht gelungen war, ein atmosphärisches Foto der Gäste bei Tisch zu machen, ohne dass ich sie um ihre Erlaubnis hätte fragen müssen, war dies in der ausgelassenen Stimmung der Kneipe kein Problem. Die folgenden beiden Fotografien zeigen den Vergleich der beiden Situationen im S.



Abb. 1: Restaurant um 18:15 Uhr



Abb. 2: Kneipe um 00:15 Uhr

Um die teilnehmenden Beobachtungen der beiden Besuche am Mittwoch in Relation zu setzen und ihre Aussagekraft zu erhöhen, fanden zwei weitere Besuche am Samstag statt. Da die meisten Menschen am Wochenende keiner Erwerbsarbeit nachgehen müssen, ist eine Veränderung in der Kneipe gegenüber Werktagen anzunehmen. Dabei bleibt festzuhalten, dass nicht ein

Wochentag gegenüber einem anderen alltäglicher, authentischer oder kneipenkulturell relevanter ist. Beide Fälle gehören gleichwertig zur Kneipe.

Bereits die Begrüßung am darauf folgenden Samstag um 18:30 Uhr fiel anders aus. Als ich mich an einen freien Tisch in der Mitte des Raumes mit Blick auf den Tresen setze, war die Kellnerin zunächst noch beschäftigt. Nach kurzer Zeit rief sie über den Tresen zu mir rüber, ob ich ein Bier wolle. Mit einem Nicken und dem nach oben gestreckten Zeigefinger stimmte ich zu, um nicht ebenso durch den Raum rufen zu müssen. Als sie nach kurzer Zeit das Bier brachte, fragte ich nach der Speisekarte. Im Gegensatz zu den Gästen am Mittwoch bekam ich die Karte also nicht unaufgefordert, sondern musste erst danach fragen. Ich schien den Eindruck zu machen, dass ich nicht zum Essen, sondern als Kneipenbesucher kommen würde. Dies ist entweder darauf zurückzuführen, dass meine Person bekannt war oder, dass Samstag bereits früher zu trinken angefangen wird. Für letztes spricht, dass kurz darauf einige ältere Leute einkehrten und ein Glas Wein am Tresen tranken.

Bei der Bestellung des Essens fiel auf, dass ich auf eine Empfehlung zurückgreifen wollte und auch prompt Hilfe bekam. Später würde ich noch beobachten, wie ein Kellner, der diesen Abend als Gast dort war, jemandem, der ihm anscheinend bekannt war und der sich unsicher in seiner Entscheidung war, einige Speiseempfehlungen gab. In der Kneipe sind diese Gespräche obsolet. Nicht nur, weil die Auswahl in der Regel begrenzt ist, sondern auch, weil den Gästen klar zu sein scheint, was sie wollen: Wein, Bier, Schnaps. Die Gäste, die an den Tischen saßen und aßen, hatten untereinander keinen Kontakt.

Als ich um 23:00 Uhr erneut das S. besuchte, setzte ich mich wieder an einen Tisch, würde diesmal jedoch nicht lange allein bleiben. Nur kurz nachdem ich ein Bier bekam, ging ein älterer Mann auf mich zu und sprach mich an: „Es ist wichtig, dass man auch allein sein kann.“ Der Mann hatte mich offenbar auf dem Weg nach draußen zum Rauchen alleine am Tisch sitzend entdeckt und fing ein Gespräch mit mir an. Besonders in die Tiefe ging es dabei nicht, obwohl es um sehr Persönliches ging: „Ich kann gut alleine sein“ – „Ja, man muss auch gut allein sein können.“ – „Kann ich echt.“ – „Ich bin seit vielen Jahren geschieden, ich bin viel allein.“ – „Ja, es ist auch wichtig, dass man allein sein kann.“ Das Gespräch dauerte nicht an, der Mann ging nach kurzer Zeit raus und steckte sich eine Zigarette an. Ich saß wieder allein am Tisch. Diese Nähe zu anderen Gästen wurde in einer anderen Situation noch viel basaler deutlich. Um auf die Toilette zu gelangen, muss man im S. dicht am Tresen vorbei. Wenn am Tresen nun viele Leute sitzen und stehen wird es schnell eng und man kommt den anderen Gästen körperlich zwangsläufig nahe, was nicht selten mit Kommunikation einhergeht: ein Nicken, ein Wortwechsel, ein kurzes Stehenbleiben, bevor es weiter Richtung Toilette geht.

Nicht viel später traten zwei Bekannte ein. Ich winkte, bot ihnen an, sich an meinen Tisch zu setzen und klärte sie über meine Forschungstätigkeit auf. Die beiden waren sofort begeistert und eine der beiden erzählte von ihrer eigenen Erfahrung. Es sei schon vorgekommen, dass sie ins S. ginge, angeheitert und in Erwartung, in eine Kneipe zu gehen. Dann würde sie laut „Hey!“ rufen und die Runde begrüßen, um dann peinlich berührt festzustellen, dass an den Tischen noch Essensgäste sitzen, der Geräuschpegel niedrig ist und noch keine Kneipenatmosphäre herrscht. Hier wird deutlich, wie die Diskrepanz zwischen der eigenen Stimmung und der Gestimmtheit des Raums auf eine quasi-objektive Atmosphäre im Raum verweist. Diese Atmosphäre wird auch über die Vorstellung produziert, wie Kneipe zu sein hat: Als gegen Mitternacht wieder Aschenbecher auf die Tische gestellt wurden, fingen fast alle sofort an zu rauchen.

Im Vergleich zum Restaurant konnten in allen Beobachtungskategorien deutliche Unterschiede beobachtet werden, die auf die spezifischen Charakteristika von Kneipe und Kneipenkultur hinweisen. So konnte festgestellt werden, dass der Herstellung von Nähe große Bedeutung beigemessen wird. In der Kneipe soll niemand allein bleiben. Die Nähe zwischen Personal und Gästen sowie zwischen den Gästen untereinander zeigte sich nicht nur am Tresen, sondern im ganzen Raum. Die Sprache in der Kneipe ist weniger förmlich und verzichtet auf bestimmte Höflichkeitsfloskeln; alle sind miteinander per du. In einigen Kommunikationssituationen tritt gesprochene Sprache in den Hintergrund und wird durch Körper- oder Zeichensprache ersetzt, beispielsweise bei Begrüßung und Verabschiedung oder bei der Getränkebestellung. In anderen Situationen setzt der Gebrauch einer bestimmten Sprache spezifisches Wissen voraus. Die Bestellung „zwei Mexi, eine Luft“ etwa meint zwei Schnapsgläser *Mexikaner* – ein Wodka-Tomatensaft-Gemisch – und ein Glas *Berliner Luft*, einen Pfefferminzlikör. Die Atmosphäre der Nähe und Vertrautheit wird ergänzt durch warmes Licht, Musik und ein konstantes Stimmengewirr. Später am Abend kommt der Zigarettenrauch hinzu, der zur charakteristischen Atmosphäre beiträgt. Eine Gruppenbildung erfolgt vor allem am Tresen, ist jedoch nicht darauf beschränkt. Häufig sind es spontane Zusammentreffen von miteinander bekannten Personen, jedoch sind auch Gespräche mit Fremden keine Besonderheit. Am Tresen versammeln sich offenbar eher die Stammgäste; sie kennen sich gegenseitig, begrüßen sich freundschaftlich, stehen sehr dicht beieinander und wechseln ihre Plätze untereinander durch. Die Getränke beschränken sich hauptsächlich auf gezapftes Bier, bis ca. 1:00 Uhr wird von den älteren Gästen jedoch auch viel Wein getrunken.

Für das Spacing des Raumes spielt der Tresen die zentrale Rolle. Er ist der Ort der „Getränkproduktion“, ist fest im Raum verankert und bietet nur eine begrenzte Anzahl an Plätzen. Die Anordnung der Tische ist zu einem gewissen Grad frei: Es ist gängige Praxis, Tische zusam-

menzurücken oder sich mit anderen einen Tisch zu teilen. Durch die kneipenspezifische Syntheseleistung wird der Tresen zum Zentrum des Raums gemacht. Die davon ausgehende ordnende Struktur zeigt sich etwa darin, wer am Tresen steht (und stehen darf) oder durch die Autorität und Macht des Wirts bzw. Tresenpersonals. Da die materiellen Güter im Raum um 18:00 Uhr und um 23:00 Uhr dieselben sind, liegt der Fokus auf der Syntheseleistung, die den Ort zum Raum und den Raum zur Kneipe machen, auf den Erfahrungen, Erwartungen und Vorstellungen der jeweiligen Gäste. Der Wirt ändert im Laufe des Abends nichts an der Inszenierung des physisch-materiellen Raums, sondern die Kneipengäste produzieren und rezipieren durch ihre subjektiven Dispositionen eine andere Atmosphäre als es die (zumeist) Paare tun, die am frühen Abend das Restaurant besuchen.

6 Fazit

Wenngleich ihre Anzahl abnehmen mag – Kneipen gibt es in jeder Stadt und sie sind aus dem urbanen Leben nicht wegzudenken. Kneipen sind so vielfältig wie zahlreich und doch verbindet sie etwas. Über das Lokalkolorit einer Stadt oder Region hinaus vereint sie offenbar etwas wie eine Kneipenkultur. In dieser Arbeit wurde Kneipenkultur als Effekt dessen verstanden, was Akteure durch ihr Handeln (re)produzieren. Sie ist eine in der Kneipe herrschende, sie produzierende und strukturierende Binnenkultur und zugleich *opus operatum* und *modus operandi*: Kneipenkultur ist so gesehen sowohl das Produkt als auch die spezifische Art und Weise dessen, was in der Kneipe passiert. Die Untersuchung ging der Frage nach, welche Charakteristika diese Kneipenkultur auszeichnet, welche Werte und Normen sie ausmacht und welche Verhaltensweisen und Handlungen die Kneipe hervorbringen.

Es wurden Theorien der Raumsoziologie herangezogen, um zu analysieren, wie Kneipe über die Handlungsebene hervorgebracht wird und zugleich auf der Strukturebene wirkt. „Kneipe“ entsteht nicht einfach durch bloßes Platzieren von Gütern und Menschen an einem Ort, diese Anordnungen müssen erst durch eine kulturell geprägte Synthese mit Bedeutung versehen werden. Erweitert wurden diese Überlegungen um das Konzept der Atmosphäre, die als quasi-objektive Stimmung im Raum durch die Menschen und ihre Erwartungen und Vorstellungen zugleich produziert und wahrgenommen wird. Erst durch dieses Zusammenspiel kann sich im Raum das Gefühl einstellen, in einer Kneipe zu sein.

In einer strukturierten Teilnehmenden Beobachtung konnten entlang von sechs Kategorien kneipenkulturelle Phänomene nachvollzogen werden. In einem Lokal, das am frühen Abend als Restaurant und später am Abend als Kneipe wahrgenommen wird, wurden mittels Vergleichen kulturell geprägte Kneipenspezifika beobachtet. Die aus der Literatur abgeleiteten

Beobachtungskategorien waren Nähe und Distanz, Sprache, Musik und Licht, Geräusche und Lautstärke, Gruppenbildung sowie die Art und Anzahl der verzehrten Getränke.

Die auffälligste Erkenntnis war dabei, dass die Herstellung der Kneipe stark über die Erwartungen und Vorstellungen der Gäste erfolgte. Ohne dass sich der physisch-materielle Raum im Laufe des Abends verändert hätte, ließen sich Veränderungen in Handlung und Verhalten beobachten, die auf distinktive Werten und Normen verwiesen. Die spezifische Leistung in der Produktion des kulturellen Raumes Kneipe ist also die Synchronisation der spezifischen Erwartungshaltungen und Vorstellungen der Gäste mit den tatsächlichen kulturellen Begebenheiten.

Literatur

- Böhme, Gernot (1995)
Atmosphäre. Essays zur neuen Ästhetik (= edition suhrkamp 2664). Frankfurt a. M.
- Böhme, Gernot (2001)
Ästhetik. Vorlesungen über Ästhetik als allgemeine Wahrnehmungslehre. München.
- Böhme, Gernot (2013)
Architektur und Atmosphäre. 2. korr. Aufl., München.
- Breidenstein, Georg/Stefan Hirschauer/Herbert Kalthoff/Boris Nieswand (2015)
Ethnographie. Die Praxis der Feldforschung. 2. Aufl, Konstanz, München.
- Döring, Jörg/Tristan Thielmann (2008)
Einleitung: Was lesen wir im Raume? Der *Spatial Turn* und das geheime Wissen der Geographen. In: Dies. (Hg.): *Spatial Turn*. Das Raumparadigma in den Kultur- und Sozialwissenschaften. Bielefeld, S. 7–45.
- Dröge, Franz/Thomas Krämer-Badoni (1987)
Die Kneipe. Zur Soziologie einer Kulturform oder „Zwei Halbe auf mich!“ (= edition suhrkamp 1380, N.F. Bd. 389). Frankfurt a. M.
- Duden (2017)
Kneipe. Online: <http://www.duden.de/rechtschreibung/Kneipe> (24.3.2017).
- Durkheim, Émile (1981)
Die elementaren Formen des religiösen Lebens (= Theorie). Frankfurt a. M.
- Flick, Uwe (2014)
Qualitative Sozialforschung. Eine Einführung. 6. Aufl., Reinbek bei Hamburg.
- Girtler, Roland (2001)
Methoden der Feldforschung. 4., voll. neu bearb. Aufl., Wien, Köln, Weimar.
- Goy, Martina (2012)
Zahl der Gaststätten um 48 Prozent gesunken. Online: <https://www.welt.de/regionales/hamburg/article106165264/Zahl-der-Gaststaetten-um-48-Prozent-gesunken.html> (15.3.2017).
- Grimm, Jacob und Wilhelm (1873)
Kneipe. In: Deutsches Wörterbuch, Bd. 5. K. Leipzig, Sp. 1405.
- Guex-Piguet, Solange (1985)
Au dix août. Un café vaudois. Yverdon-les-Bains.
- Gyr, Ueli (1991)
Kneipen als städtische Soziotope. Zur Bedeutung und Erforschung von Kneipenkulturen. In: Österreichische Zeitschrift für Volkskunde XLV/94, S. 97–116.
- Hasse, Jürgen (2014)
Was Räume mit uns machen – und wir mit ihnen. Kritische Phänomenologie des Raumes. München.
- Lacrosse, Jean-Marie/Isabelle Poulet (1975)
Normes spatiales et interactions. Etude monographique brève d'un bistrot bruxellois. In: Recherches sociologiques VI/3, S. 333–344.
- Laermann, Klaus (1978)
Kommunikation an der Theke. Über einige Interaktionsformen in Kneipen und Bars. In:

- Materialien zur Soziologie des Alltags (= Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderh. 20). Köln, S. 420–430.
- Lefebvre, Henri (2006)
Die Produktion des Raums. In: Jörg Dünne, Stephan Günzel (Hg.): Raumtheorie. Grundlagentexte aus Philosophie und Kulturwissenschaften (= stw 1800). Frankfurt a. M., S. 330–342.
- Lefebvre, Henri (1974)
La production de l'espace. Paris.
- Lindner, Rolf (1981)
Die Angst des Forschers vor dem Feld. Überlegungen zur teilnehmenden Beobachtung als Interaktionsprozess. In: Zeitschrift für Volkskunde 77/1, S. 51–66.
- Löw, Martina (2001)
Raumsoziologie (= stw 1506). Frankfurt a. M.
- Mania, Thomas (1997)
„Weißte was – 'nen Schnaps?“. Die Gaststätte als Kommunikationszentrum. Theorie und Praxis am Beispiel eines Dortmunder Wohnquartiers (= Internationale Hochschulschriften, Bd. 233). Münster, New York, München, Berlin (zugl. Diss. Univ. Münster 1995).
- Mayring, Philipp (2002)
Einführung in die qualitative Sozialforschung. Eine Anleitung zu qualitativem Denken. 5., überarb. u. neu ausgestatt. Aufl., Weinheim, Basel.
- Merkens, Hans (2007)
Teilnehmende Beobachtung: Grundlagen – Methoden – Anwendung. In: Gabriele Weigand, Remi Hess (Hg.): Teilnehmende Beobachtung in interkulturellen Situationen. Frankfurt a. M., S. 23–38.
- Miltner, Wolfgang (1981)
Kneipenleben und street work. Eine Analyse der Interaktions- und Kommunikationsstrukturen zweier Stammbesuchergruppen einer proletarischen Eck-Kneipe und der in diesem Kontext möglichen Ansätze von street work (unveröff. Diss Univ. Tübingen).
- Petersen, Katrin (2007)
Beobachten. Überlegungen zur Systematisierung einer ‚alltäglichen Kompetenz‘. In: Vokus 17/1, S. 61–79.
- Przyborski, Aglaja/Monika Wohlrab-Sahr (2014)
Qualitative Sozialforschung. Ein Arbeitsbuch. 4., erw. Aufl., München.
- Runge, Irene (1986)
„Kneipenabende“ – Zur Feldforschung im Kiez. In: Alkohol im Volksleben. Hessische Blätter für Volks- und Kulturforschung, N.F. 20, S. 195–198.
- Schroer, Markus (2006)
Räume, Orte, Grenzen. Auf dem Weg zu einer Soziologie des Raums (=stw 1761). Frankfurt a. M.
- Schroer, Markus (2009)
Soziologie. In: Stephan Günzel (Hg.): Raumwissenschaften (=stw 1891). Frankfurt a. M., 354–369.

Schwibbe, Gudrun (Hg.) (1998)

Kneipenkultur. Untersuchungen rund um die Theke. Münster, New York, München, Berlin.

Simmel, Georg (1995)

Soziologie des Raumes. In: Ders.: Aufsätze und Abhandlungen 1901–1908, Bd. 1, hg. v. Rüdiger Kramme, Angela Rammstedt, Otthein Rammstedt. Gesamtausgabe, Bd. 7 (= stw 807). Frankfurt a. M.

Ströker, Elisabeth (1965)

Philosophische Untersuchungen zum Raum. Frankfurt a. M.