

ZWISCHEN INNEN UND AUSSEN. DER REGIONENVERGLEICH ALS ALLTAGSWELTLICHE SKALIERUNGSPRAXIS

Victoria Huszka

Bilder als Materialisierungen lokaler Eigenheiten und Wahrnehmungen spielen eine elementare Rolle in der städtischen »Ökonomie der Symbole«.¹ Im Ruhrgebiet wird dies seit dem Strukturwandel besonders deutlich. Nach wie vor handelt es sich bei der Region um ein umstrittenes Feld verschiedener miteinander konkurrierender Vorstellungsbilder. Jens Wietschorke hat die damit einhergehenden unterschiedlichen Gewichtungen von regionaler Geschichtskultur und Imaginationen zur Implementierung kultureller Ökonomien bereits 2010 als »Bilderkampf«² bezeichnet. Wie regionale Vorstellungsbilder im Alltag über das Ruhrgebiet ausgehandelt werden, zeige ich in dem vorliegenden Beitrag am Beispiel einer relevanten Praxis der alltagsweltlichen Produktion von Region: am Regionenvergleich. Diese Praxis wird in dem Feld der Bildproduktion für Instagram als sprachlich-visuelle Handlung beobachtbar. Das veranschauliche ich an zwei Beispielen, um die folgenden Fragen zu beantworten: Wie wird über Regionenvergleiche kulturelle Bedeutung hergestellt? In welche Handlungskontexte sind Regionenvergleiche eingebettet? Was kann der Regionenvergleich als alltagsweltliche Praxis über die symbolisch-diskursive Produktion von Region aussagen?

Ich greife hierfür auf Daten aus meinem Dissertationsprojekt³ zurück, in dem ich eine Arena dieses sogenannten Bilderkampfes in den Blick nehme: Ich verstehe die Kommunikation über das Ruhrgebiet auf der globalen Plattform Instagram als einen Schauplatz der Aushandlung regionaler Vorstellungsbilder. Von der Popularität der regionalen Verortung alltäglicher Instagram-Kommunikation zeugen eine Vielzahl regional konnotierter Hashtags, wie beispielsweise #ruhrgebiet, #pottliebe oder #ruhrnyork.⁴ Sie dienen zudem der thematischen Verschlagwortung, über die die Bilder auf der Plattform aufgerufen und gefunden werden können. In diese diskursive

-
- 1 Sharon Zukin: Städte und die Ökonomie der Symbole. In: Volker Kirchberg/Albrecht Goschel (Hg.): Kultur in der Stadt. Stadtsoziologische Analysen zur Kultur. Opladen 1998, S. 27–40.
 - 2 Jens Wietschorke: Von der Industriekultur zur Kulturindustrie? Historische Identität und regionale Repräsentation im Ruhrgebiet. In: Rheinisch-westfälische Zeitschrift für Volkskunde 55 (2010), S. 23–46, hier S. 40.
 - 3 Arbeitstitel: #ruhrgebiet: Imaginierte Landschaften – visuelle Aushandlungspraktiken und Inszenierungen einer postindustriellen Region.
 - 4 Unter #ruhrgebiet finden sich auf Instagram gegenwärtig über 800.000 Bildbeiträge (Stand: 11. 3. 2020).

Formation sind ökonomische, administrative und zivilgesellschaftliche Akteur*innen involviert, wie zum Beispiel privatwirtschaftliche Unternehmen aus der Region, Portale des Tourismus- und Regionalmarketings oder Hobbyfotograf*innen. In meinem Projekt fokussiere ich das Handeln zivilgesellschaftlicher Akteur*innen. Das sind Einzelpersonen, die sich in ihrer Freizeit der regionalen Bildproduktion widmen: Obwohl sie keinerlei finanzielle Gegenleistungen für ihre Bemühungen erhalten, stecken sie viele Stunden täglich in die Produktion von Ruhrgebetsbildern, die sie auf ihren Instagram-Profilen unter regional konnotierten Namen wie *heimatpotential*⁵, *pottblicke* oder *revierliebe* präsentieren und die ich ethnographisch erfasse.⁶

Dimensionen des Vergleichs: sprachlich, sozial, kognitiv

Das erste Beispiel, ein Zusammenschritt aus Beobachtungsprotokollen zweier Instawalks im Ruhrgebiet, liefert einen Eindruck, wie das Fotografieren der Region für Instagram als gemeinschaftliche Handlung gestaltet wird. Instawalks sind von Institutionen oder einzelnen Instagramnutzer*innen angekündigte und geplante Treffen, die entweder ein spezielles Event, eine besondere Motivwelt oder einen exklusiven Zugang zu bestimmten Räumen in den Fokus stellen.

»An einem Freitagabend Anfang März stehe ich mit etwa 20 Personen im Westpark an einer Brücke mit Blick auf die Jahrhunderthalle in Bochum. Die Gruppe von Instagrammer*innen, die sich beim Organisator Daniel über eine Umfrage auf seinem Account am heutigen Instawalk angemeldet hat, hat sich zerstreut. Wir warten auf fotografierende Nachzügler, währenddessen unterhalte ich mich mit Thomas über sein Konzept für seinen neuen Account *pottlife*. Er berichtet von seinem Vorhaben, Fotos aus dem Ruhrgebiet zu sammeln, deswegen sei er heute hier: um regionale Fotomotive und andere Instagrammer kennenzulernen.

5 Die Namen der Instagramnutzer*innen sowie die Profilnamen sind für den Beitrag pseudonymisiert worden.

6 Neben der Medienanalyse von Bildern, Kommentaren und Instagram-Videos führe ich leitfadengestützte Interviews mit Instagramnutzer*innen mit Fotobefragungen zu ihrer Bildproduktion zum Ruhrgebiet. Ich gehe mit ihnen gemeinsam auf Fototour und nehme an Vernetzungstreffen der Instagram-Communities im Ruhrgebiet teil; ich begleite sie zu Instagram-Stammtischen und Treffen; ich beobachte darüber hinaus Situationen, in denen Instagramnutzer*innen mit administrativen und ökonomischen Akteur*innen interagieren. Zwischen 2018 und 2020 sind 13 Interviews sowie weitere informelle Gespräche und Beobachtungen durchgeführt worden.

Es entwickelt sich eine Diskussion zu beliebten Instagram-Orten. Daniel und Thomas sind sich darin einig, dass es ein paar Regionen gibt, die auf Instagram sehr aktiv sind, gerade in Süddeutschland. Auch Großstädte wie Berlin oder Hamburg seien gut vertreten, Frankfurt am Main wird auch genannt. Nur im Ruhrgebiet sei das noch nicht so stark ausgeprägt. Das möchten sie ändern, erzählen sie.

Thomas meint, dass, von außen betrachtet, kein positives Bild vom Ruhrgebiet existiere. Sie erzählen, dass sie mit ihrer Arbeit auch einen touristischen Zweck verfolgen, um das Ruhrgebiet besser darzustellen als es gegenwärtig der Fall sei. Sie unterhalten sich über Motive, die viel positive Resonanz produzieren. Daniel berichtet uns von seinen Erfahrungen beim Management seiner verschiedenen Accounts, die er mit anderen Instagramfotograf*innen aus ganz Deutschland gemeinsam betreut. Er kommt auf Fachwerkmotive zu sprechen, die immer viele Likes bringen. »Das Ruhrgebiet hat ja auch Fachwerk«, meint Thomas, »in Essen-Werden zum Beispiel, das ist richtig schön.« »Ja«, sagt Daniel, »nur bringt das nie so viele Likes wie die anderen Fachwerkbilder aus Deutschland«. Timo erzählt daraufhin, dass er aus Hattingen komme, da gebe es so viel Fachwerk, »da meint man, man sei im tiefsten Schwarzwald.«⁷

In diesem Ausschnitt wird der Vergleich in zwei Formen relevant: Zum einen vergleichen die Akteur*innen das Ruhrgebiet sprachlich mit anderen Städten und Regionen und zum anderen vergleichen sie ihr Handeln mit dem anderer Instagramfotograf*innen.

In der Erzählforschung wird der Vergleich als bedeutendes Muster alltagsweltlicher Kommunikation gesehen.⁸ Brigitte Bönisch-Brednich beschreibt »Vergleichen« als Gesprächstechnik, mit deren Hilfe Menschen die Welt erklären.⁹ Es ist also eine »sprachliche« Strategie der Alltagskommunikation, die intersubjektiv Bedeutung schafft und verschiedene Funktionen wie Veranschaulichung, Bewertung und Überredung erfüllen kann.¹⁰ An der Diskussion zum Fachwerk als erfolgreichem Motiv wird deutlich, dass diese Bedeutung strittig ist: In punkto Fachwerk ist das Ruhrgebiet zwar in der Gruppe der Sprechenden in dieser Situation vergleichbar

7 Beobachtungsprotokolle vom 8. 3. 2019 und 14. 9. 2019 (Material liegt bei der Autorin).

8 *Albrecht Lehmann*: Der Schicksalsvergleich. Eine Gattung des Erzählens und eine Methode des Erinnerns. In: Brigitte Bönisch-Brednich/Rolf Wilhelm Brednich/Helge Gerndt (Hg): *Erinnern und Vergessen: Vorträge des 27. Deutschen Volkskundekongresses Göttingen 1989*. Göttingen 1991, S. 197–207, hier S. 198.

9 *Brigitte Bönisch-Brednich*: *Auswandern. Destination Neuseeland. Eine ethnographische Migrationsstudie*. Berlin 2002, S. 272.

10 *Lehmann*, wie Anm. 8, hier S. 199.

mit anderen Regionen und wird als genauso schön wie das Fachwerk im Schwarzwald erachtet. Doch das Publikum auf Instagram teilt diese Ansicht nicht: Da werden Fachwerkmotive nicht mit Likes honoriert, beobachten die Teilnehmer*innen des Instawalks.

Auf diese Weise wird der Vergleich nicht nur als Sprachtechnik, sondern auch >sozial< bedeutsam: Die Akteur*innen verstehen die Bildproduktion über das Ruhrgebiet auf Instagram als Handlungsfeld, das im Vergleich mit anderen, ebenso Handelnden, relevant wird. Sie sehen ihr individuelles und kollektives Handeln als repräsentative Leistung der Region, die bewertet wird. In den Vergleichen der Akteur*innen ist das Ruhrgebiet nicht besonders erfolgreich. Der Vergleich ermöglicht somit eine Hierarchisierung zweier Vergleichsobjekte oder -subjekte gemäß ausgehandelter Bewertungskriterien. Wie Stefan Groth formuliert, dienen alltagspraktische Vergleiche dazu, Phänomene zueinander in Beziehung zu setzen.¹¹ Hierbei wird entweder ihre Gleichheit, also ihre Zugehörigkeit zu einer bestimmten Kategorie, oder ihre Unterschiedlichkeit, die anhand einer dritten Größe gemessen wird, beobachtet.¹² Groth beschreibt, dass für eine kulturwissenschaftliche Betrachtung des Vergleichs von Bedeutung ist, durch welche Bezugnahmen auf welche Größen, Ordnungen und Vorstellungen diese Bewertungskriterien im Alltag entstehen.¹³ So sind Imaginationen von Regionen und ihre Repräsentation in Form von veröffentlichten Bildern auf Instagram eine Kategorie, die die Teilnehmer*innen des Instawalks >kognitiv< herstellen und kollektiv teilen. Sie dient ihnen als gemeinsame Bezugnahme, unter der sie ihre Bildproduktion, ihre Erzählungen und ihr Verständnis der Software subsumieren und die Handlungen vergleichbar machen. Die als Herzchen in der Bedienoberfläche der Software materialisierte Referenz legt fest, was als erfolgreiches Handeln in diesen Vergleichen gewertet wird und was nicht. Sie werden als gültige Norm zur Bewertung von Bildern herangezogen und symbolisieren eine positive Resonanz auf die Region.

Ebenen der Vergleichbarkeit

Die Teilnehmer*innen des Instawalks thematisieren die Zahl von Likes als kollektive Bezugnahme, die auf unterschiedlichen Maßstabsebenen verschieden genormt ist. Davon zeugt die Aussage über Fachwerkmotive aus Deutschland, die viele Likes

11 *Stefan Groth*: Vergleiche als antizipierende und relationierende Praxis. In: *Zeitschrift für Volkskunde* 115 (2019), Heft 2, S. 238–259, hier S. 240. *Bettina Heintz*: >Wir leben im Zeitalter der Vergleichung.< Perspektiven einer Soziologie des Vergleichs. In: *Zeitschrift für Soziologie* 45 (2016), Heft 5, S. 305–323.

12 Ebd., hier S. 240.

13 Ebd.

produzieren, jedoch nur, wenn sie nicht als Ruhrgebietsmotive veröffentlicht werden. Es gibt demnach ein regionales ›Innen‹, wo eine gemeinsame Ansicht über die Schönheit der Region geteilt wird. Demgegenüber steht ein regionales ›Außen‹, dessen Vorstellungen vom Ruhrgebiet noch immer von industriellen Landschaftsbildern und ›Dreck‹ geprägt sind. Das findet sich als wiederkehrendes Narrativ in allen Interviews und informellen Gesprächen und taucht auch in den Überlegungen Rolf Lindners zu einer für das Ruhrgebiet spezifischen Dialektik zwischen Innen und Außen wieder auf.¹⁴ Er beschreibt die »Grundhaltung tiefster Beschämung« als die charakteristische Haltung des Ruhrgebiets in seinem Kampf um Anerkennung Dritter.¹⁵ In diesem Kampf, so Lindner, ist ›Dreck‹ als semantische Verdichtung für die Assoziationskette von Arbeit, Schmutz und Laster mit dem Blick auf das Proletariat vorherrschend für die Bilder, die der Vorstellung über das Ruhrgebiet anhaften.¹⁶ Anhand dieser Bilder einer vermeintlich homogenen Soziallandschaft formulierte Lindner schon vor über zwanzig Jahren eine negative Wahrnehmung des Ruhrgebietes.¹⁷ Wie die Beispiele zeigen, ist das ein im Außen noch immer existierendes Bild der Region, das als grundsätzliche Verschiedenheit zu anderen Orten formuliert wird. Die zugrunde gelegte Differenz, die in diesen alltagsweltlichen Vergleichen konstatiert wird, ist also eine, die auf ein historisches Narrativ von Scham aufgrund eines proletarischen Lebensstils und dominanter Produktionsbedingungen zurückzuführen ist. Doch dass die Heranziehung dieser Erzählung einer auf Scham basierenden Hierarchisierung zwischen Innen und Außen nicht unumstritten ist, zeigt das zweite Beispiel.

Der sprachliche und visualisierte Vergleich mit anderen Regionen dient hier als Ausgangspunkt einer regionalen Meme-Kampagne unter dem Hashtag #läuftimruhrgebiet. Memes sind Bilder, die Assoziationen mit bestimmten Situationen oder Klischees hervorrufen und mit wechselnden, kurzen Textfolgen kombiniert werden. Das Format ist darauf angewiesen, an populäre Wissensbestände anzuknüpfen, die weit hin verstanden werden. So werden auch auf den Memes der erwähnten Kampagne Fragen prominent platziert, die auf eine Vorstellung des Ruhrgebietes als unattraktive Region rekurren, die dann mit gegensätzlichen Bildern und deren sprachlicher Auflösung konterkariert werden: »Fachwerk im Schwarzwald?« lautet beispielsweise die einleitende Frage eines Memes, die als Überschrift die Abbildung eines Fachwerkhauses zielt. Die Antwort folgt unter dem Bild: »Ne, Altstadt Hattingen.« Der *Junge Initiativkreis Ruhr*, der Nachwuchsverein des Zusammenschlusses führender

14 Rolf Lindner: Das Ethos der Region. In: ders.: Die Wiederkehr des Regionalen. Über neue Formen kultureller Identität. Frankfurt am Main 1994, S. 201–231, hier S. 216.

15 Ebd., hier S. 208.

16 Ebd., hier S. 209.

17 Ebd., hier S. 216.

Wirtschaftsunternehmen im Ruhrgebiet, ist der Urheber dieser Aktion, die dazu aufrief, dieses und weitere Memes dieser Art zu verbreiten. Das hat mein Interviewpartner Stefan (40) auch getan. Er arbeitet als Intensivpfleger, betreibt als Hobby einen Account auf Instagram mit 2000 Followern und gibt dort Freizeittipps für das Ruhrgebiet. Unter einem solchen Meme-Post erhielt er einen Kommentar von einem weiteren Interviewpartner Andreas (>pottstyle<), einem Fotografen aus Essen, der sich in seinem Instagram-Auftritt der >Sexyness< der Region widmet, um zu zeigen, dass es das nicht nur in Berlin gibt, wie er beschreibt. In den Kommentaren teilt Andreas seine Ansichten zur Kampagne:

»pottstyle: Das funktioniert auf so vielen Ebenen nicht. [...] Ich fand die Kampagne von Anfang an furchtbar. Für Memes ist der Text zu lang – funktioniert also nicht. Aber der Inhalt ist das Kernproblem, wenngleich solche Kampagnen ggf. die eigentliche Problematik des Ruhrgebietes auf den Punkt bringen, unfreiwillig. Ein Ort mit (touristischer) Identität muss nicht ständig um plakative Vergleiche und Rechtfertigung der eigenen Qualitäten bemüht sein. Wenn wir als Region das eines Tages begreifen, können wir – vielleicht! – Mit viel Arbeit wirklich einen spannenden Ort schaffen.«¹⁸

An diesem Kommentar wird deutlich, dass Andreas den Vergleich mit anderen weit- hin bekannten und als schön geltenden Orten kritisiert: Es werde eine Differenz aufgebaut, die das Ruhrgebiet immer als den Schwächeren im Vergleich bestätige. Problematisiert wird also die Praxis des Vergleichens aus einer Perspektive der Scham, die schon Lindner beschrieben hatte.¹⁹ Die kognitive Dimension der Vergleichspraxis ist von vornherein auf eine Differenzbeobachtung²⁰ und damit auf eine Hierarchisierung ausgelegt.

Der Regionenvergleich als alltagsweltliche Skalierungspraxis in der symbolisch-diskursiven Produktion von Region

Regionenvergleiche sind nicht nur Praktiken lokalen Alltagshandelns, sondern auch vor dem Hintergrund des globalen und internationalen Städtewettbewerbs zu verste-

18 Kommentare unter Stefans Instagram-Post vom 19. 8. 2019 (Material liegt bei der Autorin).

19 Lindner, wie Anm. 14, hier S. 225.

20 Groth, wie Anm. 11, hier S. 240.

hen.²¹ So hat Daniel Habit beschrieben, wie solche Wettbewerbe als Regierungsinstrumente auf verschiedenen Maßstabsebenen (international, national, regional und lokal) ausgetragen werden.²² Habit formuliert, dass beispielsweise über Kulturhauptstadtprojekte auch das lokale Verständnis symbolischer Ökonomisierungsstrategien aufgezeigt werde.²³ Doch wie lassen sich solche Verschränkungen zwischen lokalem Alltagshandeln und globalen ökonomischen Konkurrenzen für die Analyse greifbar machen? Im Gegensatz zu Kulturhauptstadtprojekten ist im Feld der regionalen Repräsentation über Instagram kein eindeutiger Wettbewerbsinitiator auszumachen: Während die Konkurrenzen um den Titel der Kulturhauptstadt formalisiert sind, ist es die regionale Bildproduktion für Instagram nicht. Medientheoretiker Felix Stalder beschreibt die kollektive Kulturproduktion und Kommunikation der Gegenwart mithilfe von digitalen Technologien als gesellschaftliche Formationen, die in ihrer informellen Organisation auf Freiwilligkeit basieren.²⁴ Diese Formationen sind durch ihre offene Bedeutungsrahmung im Hinblick auf gemeinschaftliche Werte und Ziele stärker darauf angewiesen, dass Akteur*innen diese selbst gestalten.²⁵ Akteur*innen im Feld der regionalen Instagramfotografie im Ruhrgebiet organisieren sich daher nicht zufällig mit der Idee der regionalen Repräsentation: Sie verstehen diese als kollektives Ziel und nutzen Instagram dieser informellen Rahmung entsprechend als Kommunikationsmedium nach außen. Sie konstituieren einen gemeinschaftlichen Ausgangspunkt und damit eine geteilte Perspektive auf die Welt, in der das Ruhrgebiet als Region mit Potential gedeutet wird. Wie die Beispiele zeigen, wird das Vergleichen der Region vor einer impliziten Öffentlichkeit – einem >Außen< gegenüber – bedeutsam, die in den beschriebenen Bildproduktionen und Aussagen problematisiert wird. In den Beobachtungsprotokollen wurde deutlich, dass die Instagramnutzer*innen das Ruhrgebiet als Region imaginieren, die eine Bildwelt jenseits des >Drecks< vorweisen kann. Ina Dietzsch hat in ihren Überlegungen zur Konzeptualisierung von medialen Öffentlichkeiten ebenfalls deren situative Rahmung durch die Akteur*innen betont.²⁶ Geografischer Raum, kollektive Bezüge und individuelle Positionierungen gehen, so Dietzsch, enge Verflechtungen ein, die sich in ganz kon-

21 Siehe zum Vergleich in Städtekonkurrenzen *Anna Eckert/Brigitta Schmidt-Lauber/Georg Wolfmayr*: Aushandlungen städtischer Größe. Mittelstadt leben, erzählen, vermarkten. Wien 2020 (= Ethnographie des Alltags, Bd. 6), S. 54.

22 *Daniel Habit*: Regieren durch Wettbewerb. Zur Logik urbaner Wettbewerbsformationen. In: Markus Tauschek (Hg.): Kulturen des Wettbewerbs. Zur lebensweltlichen Relevanz kompetitiver Logiken. Münster 2013, S. 196–216, hier S. 206.

23 Ebd., hier S. 208.

24 *Felix Stalder*: Kultur der Digitalität. Berlin 2019, S. 138.

25 Ebd., S. 151.

26 *Ina Dietzsch*: Öffentlichkeit unter den Bedingungen urbaner Superdiversität. Überlegungen zum Umgang mit einer Kategorie in den Kulturwissenschaften. In: Caroline Schmitt/Asta

kreten lokalen Situationen manifestieren.²⁷ So untersucht sie Medien als Instrumente der Skalierung, die »Öffentlichkeiten in ihrem Verhältnis zueinander, zu territorialen und sozialen Räumen sowie deren Grenzen«²⁸ organisieren. Die Kommunikation über das Ruhrgebiet wird von den Instagramnutzer*innen als ein solches Instrument der Skalierung nutzbar gemacht. Über Vergleiche nehmen die Akteur*innen Bezug auf ein historisch etabliertes Narrativ der Innen-Außen-Dialektik und reproduzieren dieses, wie die Meme-Kampagne exemplarisch verdeutlicht. Oder aber, wie die Kommentare von Andreas veranschaulichen, sie distanzieren sich von diesem, indem sie die Vergleichbarkeit der Region mit anderen Orten fordern. Damit sind die beobachteten Regionenvergleiche durch ihre öffentliche Dimensionierung als Praktiken alltagsweltlichen Skalierens zu verstehen: des Herstellens von Relationen zwischen Innen und Außen, zwischen lokalen, regionalen und überregionalen Ebenen. Solche Fragen nach der Aushandlung von Maßstabebenen und der Bedeutung lokalen Alltagshandelns wurden bereits in den *scale*-Debatten der Geographie diskutiert.²⁹ Diese gehen von der Annahme aus, dass sich ökonomische Handlungs- und Bezugsrahmen durch die Krise des Fordismus von der nationalen stärker auf städtische und regionale Ebenen verlagert haben.³⁰ Auch die Ansätze der Kulturellen Politischen Ökonomie denken individuelle Alltagserfahrungen und Formen kollektiver Sinnstiftung als kulturelle Praktiken der Skalierung. Hierbei wird die intersubjektive Aushandlung von Vorstellungsbildern der Region als zentral für ökonomische Governance und Regulationsprozesse verstanden. Vorstellungen der ökonomischen Identität der Region konkurrieren mit anderen und werden diskursiv ausgehandelt. Auf diese Weise wird Region als Handlungsebene konstituiert. In dieser Perspektive ist Region daher ein Konstrukt, das über symbolisch-diskursive Praktiken, wie beispielsweise Regionenvergleiche, hervorgebracht und erst so zum Gegenstand ökonomischen Handelns, wie beispielsweise in Städtekonkurrenzen, gemacht wird.³¹

Vonderau (Hg.): Transnationalität und Öffentlichkeit. Interdisziplinäre Perspektiven. Bielefeld 2014, S. 27–53, hier S. 34.

27 Ebd.

28 Ebd, hier S. 35.

29 Erik Swyngedouw: Neither global nor local: »Glocalization« and the Politics of Scale. In: Kevin Cox (Hg.): Spaces of Globalization. London 1997, S. 137–166 und Neil Brenner: Urban Governance and the Production of New State Spaces in Western Europe, 1960–2000. In: Review of International Political Economy 11 (2004), Heft 3, S. 447–488.

30 Bob Jessop/Ngai-Ling Sum: Beyond the Regulation Approach: Putting Capitalist Economies in Their Place. Cheltenham 2006.

31 Bob Jessop: Social imaginaries, structuration, learning, and »collibration«: Their Role and Limitations in governing Complexity. In: Public Governance/Zarządzanie Publiczne 19 (2013), Heft 1, S. 71–84.

Wie die angeführten Beispiele des Regionenvergleichs veranschaulichen, gilt insbesondere für das Ruhrgebiet, dass Vorstellungen und Bilder der Region in Relation zu den ehemals dominanten Produktionsverhältnissen gedeutet und ausgehandelt werden: Die Akteur*innen verstehen ihre Handlungen auf lokaler Ebene als Möglichkeit, ein Vorstellungsbild des Ruhrgebietes als vom Bergbau geprägte Region symbolisch umzuformen. Über sprachliche und visualisierte Vergleiche im Kontext ihrer Instagram-Kommunikation stellen sie eine Relation des Ruhrgebietes zu anderen Orten her. Sie thematisieren deren Gleichheit oder kritisieren Differenzen, die in der ehemaligen ökonomischen Identität als Bergbauregion und damit einhergehender sozialer Strukturierung begründet werden, indem sie neue Bilder produzieren und die Region neu imaginieren. Die dargestellten Regionenvergleiche sind durch ihre öffentliche Dimensionierung als alltagsweltliche Skalierungspraktiken und damit als beobachtbare Momente einer Verlagerung ökonomischer Wettbewerbsformationen auf die Ebene lokalen Alltagshandelns zu verstehen.



Victoria Huszka
Rheinische Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn
Institut für Archäologie und Kulturanthropologie
Abteilung für Kulturanthropologie/Volkskunde
Am Hofgarten 22
53113 Bonn
vhuszka@uni-bonn.de