

HINZ&KUNZT ALS ANLASS SOZIALER INTERAKTION

Dorina Binnewies

Zur Ausgangslage: Die gesellschaftliche Ungleichverteilung nimmt zu

Die Bürgerinnen und Bürger Hamburgs gehören zu den glücklichsten Menschen in ganz Deutschland. Dies ist eine der Thesen, die sich dem 2012 veröffentlichten Glücksatlas, welcher jährlich von der Deutschen Post in Auftrag gegeben wird, entnehmen lässt. Auf der Homepage mit den Ergebnissen der Studie ist für den Listenplatzgewinner Hamburg Folgendes zu lesen:

»Unter allen 19 Regionen liegt die Lebenszufriedenheit in Hamburg mit 7,23 Punkten¹ auf dem höchsten Niveau. Die wichtigsten Gründe für die hohe Zufriedenheit der Hamburger Bürger liegen im hohen Einkommensniveau sowie im vielfältigen Freizeit- und Kulturangebot.«²

Darüber hinaus gingen Faktoren wie das gesundheitliche Wohlbefinden, die Anzahl sozialer Beziehungen und das Vorhandensein von bürgerlichem Engagement ebenso positiv in die Bewertung der Lebenszufriedenheit der Hamburger Bürgerinnen und Bürger ein. Als Hemmnisse des Glücks wurden die Ausgestaltung der Wohnlage und des familiären Lebens sowie eine erhöhte Zahl von Arbeitslosen in der Region Hamburg gesehen.³ An den hier benannten Hemmnissen des Glücks wird deutlich, dass die befragten Akteurinnen und Akteure jeweils ihre individuelle Lebensqualität wahrnehmen und bewerten. Dies verweist im Sinne Georg Simmels auf ein Charakteristikum der modernen Großstadt: Trotz »formaler« (Zugangs-)»Gleichheit« der Bürgerinnen und Bürger zu Rechten, Ämtern, Positionen, Berufen und Bildungsinstitutionen finde sich eine ebenso wirkmächtige substanzielle Ungleichheit im urbanen Kontext vor. Diese ergebe sich beispielsweise aus dem Unterschied des zur Verfügung stehenden Vermögens oder der erreichten Bildungsgrade zweier Personen. Laut Elisabeth Katschnig-Fasch gestaltet sich diese Ungleichheit als eine immer präsenste Vielfalt urbaner Kulturen, welche sich u. a. in der Gleichzeitigkeit von sozialer Arroganz, bürgerlicher Blasiertheit und Formen alter und neuer Armut zeigt.⁴

Der US-amerikanische Philosoph Michael J. Sandel fügt diesem Befund dem einer sozial-räumlichen Spaltung hinzu:

»Je mehr Dinge für Geld zu haben sind, desto eher verschwinden auch die Gelegenheiten, in denen Menschen aus unterschiedlichen Lebenswelten aufeinandertreffen.«⁵

1 »Die allgemeine Lebenszufriedenheit wird in jeder Region mit einer Skala von 0 = »ganz und gar unzufrieden« und 10 = »ganz und gar zufrieden« abgefragt. Daraus ergibt sich die durchschnittliche allgemeine Lebenszufriedenheit der Befragten in jeder Region.« Siehe hierzu: Bernd Raffelhüschen/Klaus-Peter Schöppner: Deutsche Post Glücksatlas 2012. Regionen. Kartenlegende. URL: <http://www.gluecksatlas.de/cms/2012/regionen.html> (Stand: 19.8.2014).

2 Raffelhüschen/Schöppner, wie Anm. 1.

3 Vgl. ebd.

4 Vgl. Elisabeth Katschnig-Fasch: Wohnen und Wohnkultur im Wandel. In: Waltraud Kokot/Thomas Hengartner/Kathrin Wildner (Hg.): Kulturwissenschaftliche Stadtforschung. Eine Bestandsaufnahme. Berlin 2000. (= Kulturanalysen, 3), S. 123–138, hier S. 133.

5 Michael J. Sandel: Was man für Geld nicht kaufen kann. Die moralischen Grenzen des Marktes. 2. Auflage, Berlin 2012, S. 249.

Laut Sandel fördert die Kommerzialisierung zahlreicher Lebensbereiche die Segregation der Reichen von den Armen. Am Beispiel der Hauptstadt Berlin hat Michi Knecht eine solche Entwicklung mit einer Gruppe Studierender ethnographisch beschrieben und hierbei auf die »andere Seite der Stadt«⁶ aufmerksam gemacht. Diagnostiziert wird eine zunehmende gesellschaftliche Aufspaltung, die die Schere zwischen Arm und Reich vergrößere und sich auch in der Raumgestaltung des Urbanen abzeichne.⁷ Laut Knecht kann diese gegenwärtige Entwicklung auf zahlreiche Metropolen Europas übertragen und somit letztendlich auch für Hamburg angenommen werden. Sie beschreibt, wie sich diese Entwicklungen im Stadtgeschehen zeigen und spürbar werden:

»Das Nebeneinander von innerstädtischen Konsumwelten und stagnierenden Peripherien, von Boom und Zukunftslosigkeit bildet den widersprüchlichen Rahmen städtischer Alltagserfahrung, innerhalb dessen sich neue soziale Grenzziehungen, sichtbare und unsichtbare, permanente wie transitorische Formen von Armut und die größer werdende Schere zwischen kleinen und großen Einkommen stärker bemerkbar machen.«⁸

Armut und Reichtum schreiben sich so in die Stadt ein und sind nicht nur ökonomische Parameter, sondern auch prägend für das Lebensgefühl. Das eingangs gewählte Beispiel zur allgemeinen Hamburger Lebenszufriedenheit deutete den hier im Zitat explizit gemachten Dualismus zwischen Reichtum und Armut bereits an. Mit dieser binären Zuschreibung wird eine Unterscheidung zwischen »oben« und »unten« getroffen; die Kategorien bedingen sich wechselseitig. Da Prunk und Elend im städtischen Raum selten weit voneinander entfernt liegen,⁹ möchte ich dies als Ausgangspunkt für eine kritische Darstellung des menschlichen Miteinanders im öffentlichen Raum nutzen. Aufgrund der zunehmenden Polarisierung besteht gegenwärtig Anlass, um der Ausgangsthese einer nur noch selten stattfindenden Interaktion zwischen sozial besser und schlechter gestellten Gruppen nachzugehen sowie im eigenen Lebensumfeld in der Hansestadt Hamburg nach vorhandenen Interaktionsebenen zwischen »oben« und »unten« zu schauen. Im Zentrum steht die Frage, wie sich diese Begegnungen konkret gestalten. Dies wird beispielhaft anhand der Begegnungen untersucht, die sich im Zusammenhang des Kaufs bzw. Verkaufs des Hamburger Straßenmagazins *Hinz&Kunzt* ergeben.¹⁰ Die Zeitung wird seit November 1993 von den sogenannten *Hinz & Künztlern_innen* in der Hamburger Innenstadt sowie im Umland zum Verkauf angeboten.¹¹ Die Verkäufer_innen der Straßenzeitung sind teilweise obdach- oder wohnungslos, von unmittelbarer Wohnungsnot bedroht, arm oder einsam.¹² Dieses Praxisfeld bietet sich für die Forschung an, da der Straßenverkauf des Magazins eine Möglichkeit zum gegenseitigen Austausch von »unten« und »oben« im urbanen Kontext schafft. Diese wenn auch meist kurzzeitige Interaktion zwischen fremden und sozial ungleichen Akteuren_innen, gibt die Gelegenheit, Erfahrungen übereinander zu sammeln.

6 Michi Knecht: Einleitung, Die andere Seite der Stadt. In: Dies. (Hg.): Die andere Seite der Stadt. Armut und Ausgrenzung in Berlin. Köln 1999 (= Alltag & Kultur; 5), S. 8–28.

7 Vgl. ebd., S. 9.

8 Ebd.

9 Zur Illustration des Gesagten lässt sich hier einerseits an die prestigeversprechende Errichtung der Elbphilharmonie sowie andererseits an die zwingend notwendige Unterbringung obdachloser Menschen im Winternotprogramm der Stadt erinnern.

10 Eigenschreibweise des Magazins, ausgesprochen Hinz und Kunst.

11 Vgl. Hinz&Kunzt, Das Hamburger Straßenmagazin: Home. Straßenmagazin. Die neue Hinz&Kunzt ist da (31.10.2013). URL: <http://www.hinzundkunzt.de/die-neue-hinzkunzt-ist-da-26/> (Stand: 19.8.2014).

12 Vgl. Hinz&Kunzt, Das Hamburger Straßenmagazin: Das Projekt. Fakten. URL: <http://www.hinzundkunzt.de/projekt/fakten/> (Stand: 19.8.2014).

Mich interessieren dabei folgende Fragestellungen: Welche Gründe führen die Hinz & Künzler_innen für ihre Lage an? Welchen Stellenwert nimmt die Tätigkeit des Verkaufs in ihrem Leben ein? Welche Vorstellungen haben sie dabei von den Käufer_innen des Straßenmagazins? Wie beschreiben sie die Menschen, die das Magazin kaufen oder ablehnen dies zu tun? Und: Wie nehmen sie den Austausch zwischen ›oben‹ und ›unten‹ wahr?

Meine Intention lässt sich mit einem Zitat des Historikers Martin Rheinheimer verdeutlichen, der die Inszenierungen von Armut in der Frühen Neuzeit mikroanalytisch untersucht hat:

»Erst indem wir hinter den Vorhang der gesellschaftlichen Vorurteile und Projektionen schauen, werden die individuellen Erfahrungen, Einstellungen und Überlebensstrategien deutlicher, die gesellschaftlichen Diskurse und Mißverständnisse erklärbar. Der Arme erscheint nicht nur als hilfloses Objekt, sondern als historisches Subjekt.«¹³

Zunächst werde ich den aktuellen Forschungsstand zur Begegnung mit unterbürgerlichen sozialen Gruppen kurz skizzieren. Dann schließt die Darlegung des Feldeinstiegs sowie der von mir angewandten Methoden an. Im Anschluss werde ich einige grundlegende Informationen zum Projekt Hinz&Kunzt vermitteln, um vor diesem Hintergrund die Ergebnisse meiner Erhebung zu präsentieren. In einer darauffolgenden Schlussbetrachtung werden die eingangs formulierten Fragen noch einmal aufgegriffen und Perspektiven für weitere Forschungsansätze entwickelt.

Begegnungen zwischen ›arm‹ und ›reich‹ - zum Forschungsstand über Obdachlose
Verschiedene empirische kulturalanalytische Forschungen beschäftigen sich mit dem Leben von Obdachlosen. In einem von der Ethnologin Waltraud Kokot und anderen¹⁴ herausgegebenem Sammelband wird die Kultur der Obdachlosigkeit in der Hamburger Innenstadt erforscht und in diesem Zusammenhang auch bereits auf die Hinz & Künzler_innen Hamburgs eingegangen. Einen weiteren Einblick in den Obdachlosenalltag liefert Roland Girtlers Ethnographie der Vagabunden in Wien.¹⁵ In diesen beiden Studien geht es allerdings weniger um die wechselseitigen Bilder, die bei den Obdachlosen und den Personen existieren, denen sie in der Stadt begegnen. Um sich den Darstellungen von Armen und hilfebedürftigen Menschen aus historischer Perspektive, zu nähern eignet sich Gottfried Korffs Aufsatz »Bilder der Armut, Bilder zur Armut«.¹⁶

Feldeinstieg und Forschungsansatz

Mit dem Hamburger Straßenzeitungsprojekt Hinz&Kunzt beschäftige ich mich schon seit einiger Zeit. Nachdem ich meine erste Hinz&Kunzt-Ausgabe im Dezember 2012 gekauft hatte, bestellte ich mir das Sonderheft »Literaturausgabe 2011/2012« über das Internet: Als Neu-Hamburgerin war mein Interesse an diesem Projekt geweckt.

Die Datengrundlage für den nun hier vorliegenden Artikel wurde innerhalb eines Zeitraums von etwa sechs Monaten gesammelt. Einen wichtigen Stellenwert bei der Erhebung hatten meine Besuche in der Hinz&Kunzt-Zentrale, welche unweit des Hambur-

¹³ Martin Rheinheimer: *Arme, Bettler und Vaganten. Überleben in der Not 1450–1850*. Frankfurt a. M. 2000, S. 10.

¹⁴ Vgl. Waltraud Kokot u. a.: *Kultur der Obdachlosigkeit in der Hamburger Innenstadt. Eine ethnologische Felduntersuchung*. Hamburg 2004.

¹⁵ Vgl. Roland Girtler: *Vagabunden in der Großstadt. Teilnehmende Beobachtung in der Lebenswelt der ›Sandler‹*. Wiens. Stuttgart 1980 (= *Soziologische Gegenwartsfragen*, N.F. 44).

¹⁶ Vgl. Gottfried Korff: *Bilder der Armut, Bilder zur Armut*. In: Christoph Sachße/Florian Tennstedt (Hg.): *Bettler, Gauner und Proleten. Armut und Armenfürsorge in der deutschen Geschichte. Ein Bild-Lesebuch*. Reinbek bei Hamburg 1983, S. 14–31.

ger Hauptbahnhof in der Altstadt Twiete liegt. Die Arbeit der dort hauptberuflich arbeitenden Akteur_innen ist komplex und kann nicht auf das Magazin begrenzt werden: In der wochentags geöffneten Zentrale erhalten die Hinz & Künzler_innen zusätzliche Sozialberatung sowie Hilfe bei rechtlichen Angelegenheiten.¹⁷ Die Atmosphäre in der Altstadt Twiete 1–5 kann als rau, aber herzlich beschrieben werden.

Nach einem dort zusammen mit meiner Kommilitonin Ulrike Posch geführten leitfadengestützten¹⁸ Gruppeninterview und Einzelinterviews mit mehreren männlichen Obdachlosen besuchte ich die Zentrale in der danach folgenden Zeit regelmäßig, jedoch von nun an allein. Die dort gemachten Beobachtungen hielt ich im Anschluss in Gedächtnisprotokollen fest.¹⁹ Auch nahm ich an der Stadtführung »Hamburger Nebenschauplätze«, die von einem unserer Interviewpartner geführt wurde, teil. In der Zentrale von Hinz&Kunzt führte ich überdies einige informelle Gespräche durch, die sich stets spontan ergaben. Diese wurden auf wechselseitiger Augenhöhe, den aktuellen Gedanken folgend und ohne Leitfaden geführt und sind mit Roland Girtler als ero-episch²⁰ zu charakterisieren. Interessant erscheint mir die Tatsache, dass meine Anwesenheit im Feld zwar akzeptiert, jedoch von den meisten Akteur_innen auch sehr schnell hinterfragt wurde. Die Nachfragen schwankten generell zwischen diesen zwei Möglichkeiten: »Was kann ich für Sie tun?« Und: »Bist du neu hier?« Ein ungezwungenes Gespräch ließ danach nie lang auf sich warten. Bei einem Besuch in der Zentrale ergab sich dann die Möglichkeit für ein kurzes Interview mit einer Hinz & Künzlerin. Dieses hatte ebenfalls den Charakter eines »frei-assoziierenden Gespräch[s]«. ²¹

Das Projekt Hinz&Kunzt



Abb. 1: Werbung des Straßenmagazins Hinz&Kunzt auf der Aussichtsplattform der Hauptkirche St. Michaelis, dem sogenannten Michel, in Hamburg.

Foto: Dorina Binnewies.

17 Vgl. Hinz&Kunzt: Das Hamburger Straßenmagazin: Das Projekt. Sozialarbeit. URL: <http://www.hinzundkunzt.de/projekt/sozialarbeit/> (Stand: 19.8.2014).

18 Vgl. Judith Schlehe: Formen qualitativer ethnographischer Interviews. In: Bettina Beer (Hg.): Methoden und Techniken der Feldforschung. Berlin 2003, S. 71–93, hier S. 78 f.

19 Vgl. John Lofland: Feld-Notizen. In: Klaus Gerdes (Hg.): Explorative Sozialforschung. Einführende Beiträge aus »Natural Sociology« und Feldforschung in den USA. Stuttgart 1979, S. 110–120.

20 Vgl. Roland Girtler: Methoden der Feldforschung. Wien u. a. 4., völlig neuüberarbeitete Auflage, 2001, S. 147–154. Hier auch eine genauere Erläuterung des ero-epischen Interviews als spezifische Form des qualitativen Interviews.

21 Paul Hugger: Volkskundliche Gemeinde- und Stadtforschung. In: Rolf Wilhelm Brednich (Hg.): Grundriss der Volkskunde. Einführung in die Forschungsfelder der europäischen Ethnologie. 3. Auflage, Berlin 2001, S. 291–309, hier S. 301.

»HIER SEHEN SIE HAMBURG VON OBEN. WIR ZEIGEN ES AUCH VON UNTEN.« Diesen Satz können Touristinnen und Touristen auf dem Fußboden der Aussichtsplattform des Hamburger Michels erblicken. Hinter dieser Aussage steht mehr als nur eine werbedienliche Strategie, sie spiegelt gleichermaßen das Programm und den Anspruch von Hinz&Kunzt wider. Als »Lobby für Arme«²² vertritt das Projekt »die Interessen von Obdach- und Wohnungslosen sowie sozial Benachteiligten bei Politikern, Behörden, Firmen und Verbänden.«²³

Die erste Ausgabe des Hamburger Straßenmagazins wurde am 6. November 1993 veröffentlicht und in einer Auflage von 30.000 vertrieben.²⁴ Der Gründungsvater Dr. Stephan Reimers, damals Chef des Diakonischen Werkes Hamburg, hatte sich von der Londoner Straßenzeitung *The Big Issue* inspirieren lassen. Eine Zusammenarbeit von Obdachlosen der Selbsthilfegruppe Oase und professionellen Journalistinnen und Journalisten war das Ergebnis seiner Bemühungen.²⁵ Ein verstärktes Aufkommen von modernen Straßenmagazinen ist laut Claus Paegelow ab ca. 1990 zu verzeichnen, sodass Hinz&Kunzt rückblickend »zu den ersten deutschen Straßenmagazinen«²⁶ gehörte.²⁷ »Davor erschienen *Bank-Express* (1992, heute *Draußenseiter*) in Köln und *Biss* (Oktober 1993) in München.«²⁸ In Deutschland sei die Anzahl der Straßenzeitungen in der Zwischenzeit auf »rund 30«²⁹ angestiegen.³⁰

Im Jahr 2013 können die Akteur_innen des Projektes somit auf eine zwanzigjährige Geschichte, die stets vom Wandel der Gesellschaft beeinflusst wurde, zurückblicken. Als das Projekt 1993 startete, war die Tätigkeit im Verkauf zunächst nur für obdach- sowie wohnungslose Menschen vorgesehen. Doch da die Zeiten schlechter wurden und die Anzahl hilfebedürftiger Menschen größer wurde, können seit dem Jahr 2009 auch Menschen, die akut von Wohnungsnot bedroht, arm oder einsam sind, im Verkauf von Hinz&Kunzt arbeiten.³¹ Zurzeit stellt sich die Frage, inwiefern sich das Format »Straßenzeitung« digitalisieren lässt, ohne dabei den Zuverdienst der Hinz & Künztl_er_innen zu schmälern.³² Die durchschnittliche Auflagenstärke lag im Jahr 2012 bei 64.000 pro Monat.³³

Aktuell nutzen rund 500 Menschen, die aus 16 verschiedenen Nationen stammen, die Möglichkeit des Zeitungsverkaufs.³⁴ Zum Verkauf werde das Magazin beispielsweise auf Wochenmärkten und Großveranstaltungen, nicht jedoch in öffentlichen Verkehrsmitteln angeboten. Bei einem Verkaufspreis von 1,90 € pro Ausgabe ver-

22 Anne Stoltenberg: Diakonisches Werk Hamburg: Hinz&Kunzt. In: *Das Hamburger Straßenmagazin*, Nr. 249, November 2013, S. 30.

23 Hinz&Kunzt, wie Anm. 12.

24 Vgl. Stoltenberg, wie Anm. 25, S. 106.

25 Vgl. Claus Paegelow: *Handbuch Wohnungsnot und Obdachlosigkeit. Einführung zur Wohnungslosen- und Obdachlosenhilfe*. Bremen 2009, S. 69 und S. 72.

26 Stoltenberg, wie Anm. 25, S. 106.

27 Die Anfänge des Mediums »Straßenzeitung« reichen bis in das frühe 20. Jahrhundert zurück. Vgl. hierzu Paegelow, wie Anm. 25, S. 69.

28 Stoltenberg, wie Anm. 25, S. 106.

29 Ebd.

30 Laut Claus Paegelow läuft sich die weltweite Gesamtzahl an Straßenzeitungsformaten auf ca. 200. Im europäischen Raum gebe es ungefähr 65 Magazine. Vgl. hierzu Paegelow, wie Anm. 28, S. 73.

31 Vgl. Hinz&Kunzt, wie Anm. 12.

32 Vgl. Anne Stoltenberg, Diakonisches Werk Hamburg: Hinz&Kunzt, *Das Hamburger Straßenmagazin*, Nr. 245, Juli 2013, S. 36.

33 Vgl. Stoltenberg, wie Anm. 25, S. 106.

34 Vgl. ebd.

dient die/der Hinz & Künzler_in jeweils einen Euro, da diese/r das Magazin für 0,90 € pro Stück in der Zentrale erwirbt. Finanziert wird das Projekt zu je 50 Prozent aus Verkaufs- und Anzeigenerlösen und aus Spenden.³⁵

Die Perspektive der Zeitungverkäufer auf ihren individuellen Lebensweg

Das Gruppeninterview lief aufgrund der Umstände vor Ort insgesamt sehr unstrukturiert ab. Die beteiligten Akteure äußerten sich bereitwillig, wobei sie sich allerdings teilweise gegenseitig unterbrachen und eine gezielte Gesprächsführung damit nicht immer möglich war. Durch vom Fragenkatalog abschweifende Äußerungen erhielten Ulrike Posch und ich wichtige Einblicke in das Leben einiger Hinz & Künzler, die im Alter von 34 bis ca. 50 Jahren sind. Die Bilder und Vorstellungen, die die Betroffenen von ihrem Lebensweg entwarfen, waren unterschiedlich: Während Klaus³⁶, wie er erzählte, infolge der Trennung von seiner Frau wohnungslos wurde und im Anschluss zunächst einmal ein Jahr durch Deutschland und später auch die EU vagabundierte, begann das Leben ohne Wohnung oder Obdach für Johannes ihm zufolge schon mit 14 Jahren, nachdem er aus einem Kinderheim »abgehauen«³⁷ war. Für den dritten Gesprächspartner Thomas bahnte sich der Weg in die Wohnungslosigkeit offenbar eher schleichend an. Diesen Prozess, der durch eine Suchterkrankung ausgelöst wurde, erklärt er rückblickend wie folgt:

»Wenn jemand obdachlos wird, dann liegt es daran dass er [...] irgendwelche Lebenskrisen hat, depressiv ist und Sucht Suchterkrankung hat. Bei mir war die Suchterkrankung der Anlass dafür, dass ich depressiv geworden bin, weil ich nämlich spielsüchtig war und da ganz allmählich reingerutscht bin. Dass ich nämlich in den ersten zwei Jahren Roulette gespielt habe und gewonnen habe und gedacht habe, ich kann nebenher noch ein bisschen Geld damit machen. Und dann bin ich nach und nach suchtkrank geworden, ohne dass ich es wahrhaben wollte. Und nach fünf, sechs Jahren war ich finanziell so komplett ruiniert, dass ich dann mich selber hab sperren lassen in Casinos. Und nach zwei Jahren bin ich wieder nach Holland gefahren und habe da wieder gespielt, also immer wieder, wiederholt immer wieder rückfällig geworden. Und irgendwann war es so weit, dass ich kein Geld mehr hatte, um die Wohnung zu bezahlen. Und dann auch so depressiv war, dass ich schon selbstmordgefährdet war. Und na ja, zum Glück habe ich dann die Kurve gekriegt und dann mit Hilfe von Hinz&Kunzt-Verkauf auch wieder ein bisschen mehr Freude am Leben und ein bisschen mehr Geld.«³⁸

Diesen Schilderungen zufolge ist Obdach- bzw. Wohnungslosigkeit für die Betroffenen aus einer privaten Krise entstanden. Diese Krisen wurden durch den Abbruch wichtiger Beziehungen oder durch Krankheit beziehungsweise Suchterkrankungen ausgelöst. Als weitere Ursache für die Obdachlosigkeit gab Thomas den Mangel an Wohnungen in Hamburg an, womit er die persönlichen Ursachen um strukturelle Aspekte erweiterte. Michi Knecht macht das Zusammenwirken mehrerer Faktoren für einen sozialen Abstieg nach »unten« verantwortlich:

»Verarmung hat benennbare, strukturelle Ursachen, gleichzeitig aber sind die von Verarmung Betroffenen immer Individuen, die auf je eigene, subjektive oder kollektive Arten und Weisen ihre Situation deuten, nach Antworten fahnden, sich an reduzierte Lebensmöglichkeiten anpassen, um Anerkennung, Identität oder Glück kämpfen, die handeln.«³⁹

35 Vgl. Hinz&Kunzt, Das Hamburger Straßenmagazin, wie Anm. 12.

36 Im Folgenden handelt es sich bei den hier verwendeten Namen um Pseudonyme.

37 Interview mit Johannes vom 29.05.2013 (Material liegt bei der Autorin).

38 Interview mit Thomas vom 29.05.2013 (Material liegt bei der Autorin).

39 Knecht, wie Anm. 6, S. 10.

In der folgenden Übersicht werden die verschiedenen Momente, die bei unseren Interviewpartnern eine Rolle spielten, zusammengefasst. Es wird dabei ersichtlich, dass die interviewten Hinz & Künzler jeweils unterschiedliche Ursachen für ihr Abgleiten in die gegenwärtige Lebenssituation anführen.

	Klaus	Johannes	Thomas
Alter?	ca. 50 Jahre	34 Jahre	49 Jahre
Wohnungslos?	Nein, aber um das Jahr 2000 ca. 1 Jahr lang gewesen	Ja, seit dem 14. Lebensjahr. Varianten: Hotel oder Zelt mit »Frau und Hund«	Ja, seit 8 Jahren. Im Moment: Hinz&Kunzt-Unterkunft, Variante: leer stehende Häuser oder Zelt
Ursache?	Trennung von Frau Umzug zu »Kumpels« und Umherreisen durch Deutschland (Jahr 2000) und die EU	»Ich bin aus'm Heim abgehauen und gleich weg geblieben. [...] So'n Kinderheim mit Nonnen und tralala.« – danach Aufenthalt in Frankfurt, Bremen und Hamburg	Jahrelange Spielsucht – Depression – Wohnungsverlust durch Geldmangel, war selbstmord-gefährdet
Verkauf von Hinz&Kunzt?	Nicht mehr. (Nur) 3 Monate. Verkauf eingestellt wegen Krebsleiden. Positiv besetzt	Ja, über Umwege dazu gekommen. Nun Platz am Rathausmarkt. Positiv besetzt	Ja, seit 7 Jahren. Platz an der Hallerstraße und im Ernst-Deutsch-Theater. Positiv besetzt
Eindruck?	von Politik enttäuscht	gefasst	wortgewandt, reflektierte Darstellung

Tabelle 1: Übersicht zu Klaus, Johannes und Thomas.

Die Sicht der Hinz & Künzler_innen auf ihre Tätigkeit

Was den unterschiedlichen Werdegängen der Interviewpartner gemein ist, ist der positive Bezug zu Hinz&Kunzt. Nachdem Klaus den Verkauf des Magazins aufgrund einer Krebserkrankung aufgeben musste und nun von einer »überschaubaren«⁴⁰ Rente lebt, ist er trotzdem regelmäßig in der Zentrale anzutreffen. Dies sei für ihn wichtig, um soziale Kontakte aufrecht zu erhalten. Andere positive Punkte hob Thomas hervor, der den Verkauf des Magazins als gute Möglichkeit für niedrigschwellige Arbeit sieht:

»Wir sind quasi selbstständige Unternehmer ohne Arbeitsvertrag, das ist [...] das Tolle an diesem Prinzip. Dass man sagt, das ist die niederschwelligste Arbeitsbeschaffungsmaßnahme, die es gibt. Leuten zu sagen, »kauft ne Zeitung und verkauft die wieder. [...]«
 »Wir machen nur [...] minimale Regeln.«

Zur Bedeutung des Zeitungsverkaufs sagte er darüber hinaus:

»Es ist ein total wichtiges Angebot für alle die, die wohnungs- oder obdachlos sind, dass sie sich hinstellen, sich dazu bekennen, sich nicht verstecken und sich nicht am Rand ausgegrenzt fühlen, sondern man dadurch, dass man eine Zeitung in der Hand hat, wieder mit Leuten ins Gespräch kommt und nicht das Gefühl hat, dass man ausgegrenzt ist, sondern dass man wieder ein Teil von dem ist, was [...] sich Gesellschaft nennt [...]. Und das ist eine alltägliche Therapie quasi, [...] denn dadurch, dass man sich hinstellt und sagt, ich habe ein Problem. Ganz oft erfährt [man], wie viele Leute einen auch unterstützen wollen. Und wenn man sehr lange irgendwo steht und einen Dauerverkaufsplatz hat, und einige stehen schon seit Jahren immer am selben Platz, die haben ein total intensives Gefühl, dass sie zu der Gemeinschaft der Leute, die da jeden Tag einkaufen, dazu gehören [...] und dass sie da gebraucht werden, als Ansprechpartner für alte Leute, als jemand, der irgendwie auch mal im Haushalt irgendwas macht, Gartenarbeit, Gardinen waschen oder oder oder. Es ergeben sich ganz viele soziale Kontakte und ganz viele Möglichkeiten, auch wieder mal was zu arbeiten. Und wenn

40 Interview mit Klaus vom 29.05.2013 (Material liegt bei der Autorin).

man Glück hat, sogar irgendwie eine Chance, mal wieder eine Wohnung zu finden, ne. Und das ist durch Hinz&Kunzt-Verkauf wesentlich einfacher, als wenn man alleine auf der Straße irgendwie lebt und von Gelegenheitsarbeiten, vom Flaschensammeln, vom Betteln. Und es ist auch für sich selber, für die Psyche, für die eigenen Selbstwertgefühl viel besser, wenn man eine Zeitung verkauft.«

Unsere anderen beiden Gesprächspartner betonten, dass der Verkauf der Zeitung ehrliche Arbeit sei. Hinz komme auch eine gewisse Art von Freiheit, die man als »Ein-Euro-Jobber oder Zeitarbeiter« nicht habe, da in diesem Bereich auch oft mit der Kürzung von Leistungen gedroht werde. Johannes kommentierte dies wie folgt: »Teilweise leben die Leute [von Hinz&Kunzt, D.B.] besser als die von einer Zeitarbeitsfirma.«

Während der positive Blick auf die Tätigkeit im Zeitungsverkauf die befragten Hinz & Künzler einte, muss jedoch auch gesagt werden, dass Hinz&Kunzt jedoch als eines der letztmöglichen Angebote für Obdach- beziehungsweise Wohnungslose dargestellt wurde und der Verkauf z.T. doch als eine gewisse Stigmatisierung empfunden wird. Meine Interviewpartnerin Anja⁴¹ sagte:

»Also Hinz&Kunzt kennt ja nun die Mehrzahl der Leute. Ich war schon zwei Jahre wohnungslos, bis ich bei Hinz&Kunzt aufgeschlagen bin und Verkäuferin wurde [...]. Weil, das ist, das ist ein Schritt; weil mit dem Sich-auf-die-Straße-zu-stellen [...]. Ein ehemaliger Verkäufer, der kein Verkäufer mehr ist, der hat mal gesagt: ›Wenn du da mit Hinz&Kunzt stehst, sieht jeder, dass du Probleme hast.«⁴²

Anja berichtete auch, dass die Eingewöhnung in den Zeitungsverkauf hart gewesen sei. Und immer wieder erlebe sie, dass der Entschluss zum Magazinverkauf insbesondere männlichen Kollegen schwer falle. Dennoch lohne sich das Durchhalten. Die öffentliche Darstellung der eigenen Lebenssituation würde von ihren Mitmenschen wertgeschätzt und gäbe neuen Halt. Diese Meinung vertritt auch Thomas, wenn er den Hinz&Kunzt-Verkauf als »alltägliche Therapie« und Möglichkeit zur gesellschaftlichen Teilhabe bezeichnet.

Die Sicht der Zeitungsverkäufer_innen auf die Käufer_innen und Nicht-Käufer_innen

Unterschiedliche Wahrnehmungen ließen sich auch in Bezug auf die jeweilige Kundschaft eruieren. Im Großen und Ganzen lässt sich hier jedoch keine eindeutige Tendenz beschreiben. Beispielsweise erklärte Anja, wie sie trotz ihrer jahrelangen Erfahrung im Straßenverkauf immer noch von den Menschen, die dann plötzlich ihre Kundinnen und Kunden werden, überrascht wird:

»Es gibt ganz merkwürdige Sachen [...]. Es gibt auch manchmal so Situationen, wo man denkt – man steht ja da und beobachtet, wie die Leute durchgehen, und dann kommt jemand auf einen zu und man denkt, so, das hättest du jetzt aber gar nicht erwartet (lacht). [...] Einige brauchen auch sehr lange, bis sie sich trauen, einen Verkäufer oder eine Verkäuferin überhaupt anzusprechen. Die Erfahrung habe ich über die Jahre auch gemacht [...]. Dass ich Leute wirklich, was weiß ich, über Monate bei mir durchlaufen habe. Und die dann irgendwann ganz schüchtern ankommen und sagen: ›Na ja, ich möchte jetzt auch mal eine Zeitung.« –Hallo? Ich beiße nicht (lacht).«

Welche Menschen den Kontakt aufnehmen, kann nicht abschließend geklärt werden. Die verschiedenen Wahrnehmungen der Zeitungsverkäufer_innen hierzu sind in der folgenden Übersicht dargestellt:

41 Zum Zeitpunkt unseres Gesprächs war Anja 47 Jahre alt und seit 1998 als Hinz & Künzlerin tätig. Einen ausschlaggebenden Grund für ihre Lebenslage nannte sie mir nicht.

42 Interview mit Anja vom 12.09.2013 (Material liegt bei der Autorin).

	Käufer_innen	Nicht-Käufer_innen
Klaus	»Mittelstand. Normale Menschen, die Fragen nach den Ursachen stellen oder Kontakt bzw. emotionalen Austausch suchen. Eher ab 50 Jahren. Kriegsgeneration zeigt mehr Empathie.«	»Anzugträger mit Aktentasche. Das sind schlechte Menschen von innen drinnen. Die sind weltfremd.«
Thomas	»Frauen ab 50 Jahren, die sich kümmern wollen.«	
Johannes	»Manche Anzugträger.«	»Junge Menschen zwischen 20 und 30 Jahren, die denken, die seien etwas Besseres. Auch bloße Geldgeber, die kein Interesse an der Zeitung haben. Auch verachtende Blicke und Sprüche wie: ›Geh' arbeiten!‹ Menschen, denen das Verständnis fehlt, dass es jede/n treffen kann.«
Anja	»Früher: Mittlere Generation und überwiegend Ältere, meist Frauen. Heutzutage: Gemischtes Publikum, Stammkunden und auch jüngere Leute.«	»Arme Rentner_innen.«

Tabelle 2: Übersicht Käufer_innen und Nicht-Käufer_innen.

Diese große Heterogenität der Wahrnehmungen gibt Grund zu der Annahme, dass die Kontaktaufnahme zwischen ›arm‹ und ›reich‹ immer wieder neu verhandelt und von vielen situativen Faktoren beeinflusst wird.

Ein Zwischenstand aus volkswissenschaftlicher Perspektive

Der Straßenverkauf des Magazins *Hinz&Kunzt* ermöglicht Begegnungen. Die Akteur_innen, denen im polarisierenden System von ›arm‹ und ›reich‹ bzw. ›oben‹ und ›unten‹ der Stempel der Marginalisierung und Armut aufgedrückt wird, bekommen durch den Verkauf der Zeitung eine Arbeitsmöglichkeit und eine Chance auf soziale Anerkennung. Als Folge dieses Austausches ist häufig der Abbau von Vorurteilen festzustellen. Dies geschieht in beide Richtungen, also auch bei den *Hinz & Künzler_innen* selbst, etwa wenn sie auch nach jahrelanger Tätigkeit im Verkauf noch von ihren Mitmenschen überrascht werden. So wird das Projekt *Hinz&Kunzt* dankend angenommen und mehrheitlich als »alltägliche Therapie« empfunden.

Methodisch gesehen erschien die Erhebung von Datenmaterial in einer wie hier gewählten Gruppensituation zunächst einmal sehr herausfordernd und komplex.⁴³ Ein Vergleich mit der Ergiebigkeit des Kurzinterviews⁴⁴ zeigt jedoch, dass dieser Zugang auch sehr gute Ergebnisse hervorbringen kann, wenn die Gesprächspartner wie hier untereinander zu diskutieren beginnen. Insbesondere bei der Frage nach den Ursachen für die jeweilige Lebenssituation war es entlastend für den Einzelnen, in einer Gruppe von ebenfalls Betroffenen zu sein, sodass uns die *Hinz & Künzler_innen* offen und bereitwillig von ihrem Leben berichteten. An die Vielfalt der Wege in die Obdach- bzw. Wohnungslosigkeit sei hier nur am Rande erinnert: Diese lässt sich dabei nicht gänzlich auf die individuellen Biographien der *Hinz &*

⁴³ Die erhobene Vielfalt des Materials kann daher auch überfordern. So drängten sich Fragen nach der Präsentation der Ergebnisse unweigerlich auf. Mithilfe von Übersichten wurde dieses Problem zu lösen versucht.

⁴⁴ Thomas, der ohnehin im Fokus der Öffentlichkeit steht, konnte reflektiert und strukturiert, gar eingeübt, über seine Lage berichten. Bei Anja, obzwar ich mit ihr allein redete, wurde nicht deutlich, warum sie zu *Hinz&Kunzt* gekommen ist. Hier stellt sich auch die Frage: Was ist sagbar, was nicht? Oder aber auch: Inwiefern ist das Preisgeben der eigenen Lebensumstände auch Strategie? Während die Abgrenzung zu anderen für Anja eine Schutzfunktion erfüllt, begreift Thomas sich wohl eher als Vermittler zwischen unterschiedlichen Menschengruppen. Diese Rolle füllt er auch bei den Stadtführungen aus.

Künstler_innen zurückführen. Um die Thematik zu bewerten, muss daher auch der Blick für die Verwaltung dieser sozialen Notlage (Stichpunkt: Wohnungsnot) geschärft werden. Ein volkskundlicher bzw. kulturalanthropologischer Blick, der die Individuen in ihrem Alltags fokussiert, kann helfen, die dichotomen Sichtweisen und die Aufteilung der Gesellschaft in ›unten‹ und ›oben‹ zu thematisieren und im Sinne einer demokratischen Teilhabe zu bearbeiten. Diese Chance sollten wir nutzen.



Dorina Binnewies
c/o Institut für Volkskunde/Kulturalanthropologie
Universität Hamburg
Edmund-Siemers-Allee 1 (West)
20146 Hamburg
dorinabinnewies@gmail.com