

Bevor Sie fliegen können, müssen Sie kaufen: die Flughafenmalls*

Phillipe Rekacewicz

Einführung

Die folgenden Karten sind das Ergebnis einer Langzeit-Beobachtung, die ich in vielen Flughäfen, hauptsächlich in Europa, durchgeführt habe. Gleichzeitig stellen sie das ultimative Symbol des wilden Kapitalismus dar.

Der Beobachtungsprozess

Die Karten zeigen, wie sich die Öffentlichkeit und insbesondere die Passagiere in einem Raum bewegen, der sorgfältig von einer ‚unsichtbaren‘ Kraft gestaltet wurde. Damit meine ich Menschen, die die Macht haben, die Logistik, den Fluss von Dingen, von Flugzeugen, Autos und Menschen in öffentlichen Gebäuden zu organisieren. Die Öffentlichkeit weiß bis dato in der Regel zu wenig darüber, um diese Einflussnahme zu bewerten, solange keine Ergebnisse langfristig angelegter Forschungsprojekte mit Beobachtungen über diese Räume vorliegen. Die vorliegende Sammlung von Karten (die durchaus als animierte Karten dargestellt werden könnten) soll einen ansonsten unsichtbaren Prozess visualisieren: Stück für Stück werden der Wille und die Bewegungsfreiheit der Passagiere ‚eingenommen‘, um sie dazu zu bringen, Geld für teures Essen und Getränke auszugeben. In vielen Flughäfen lässt sich nach der Sicherheitskontrolle so gut wie alles finden – unzählige Sorten Wodka oder Zigaretten – nur keine Windeln für jene Passagiere, die das Pech haben, diese zuhause vergessen zu haben und mit zwei kleinen Kindern zu reisen. Die Karten zeigen auch die fortschreitende Verkleinerung des ‚potentiell öffentlichen Raums‘ für die Öffentlichkeit. Dieser Raum geht in eine vollständig kommerzielle Umgebung über.

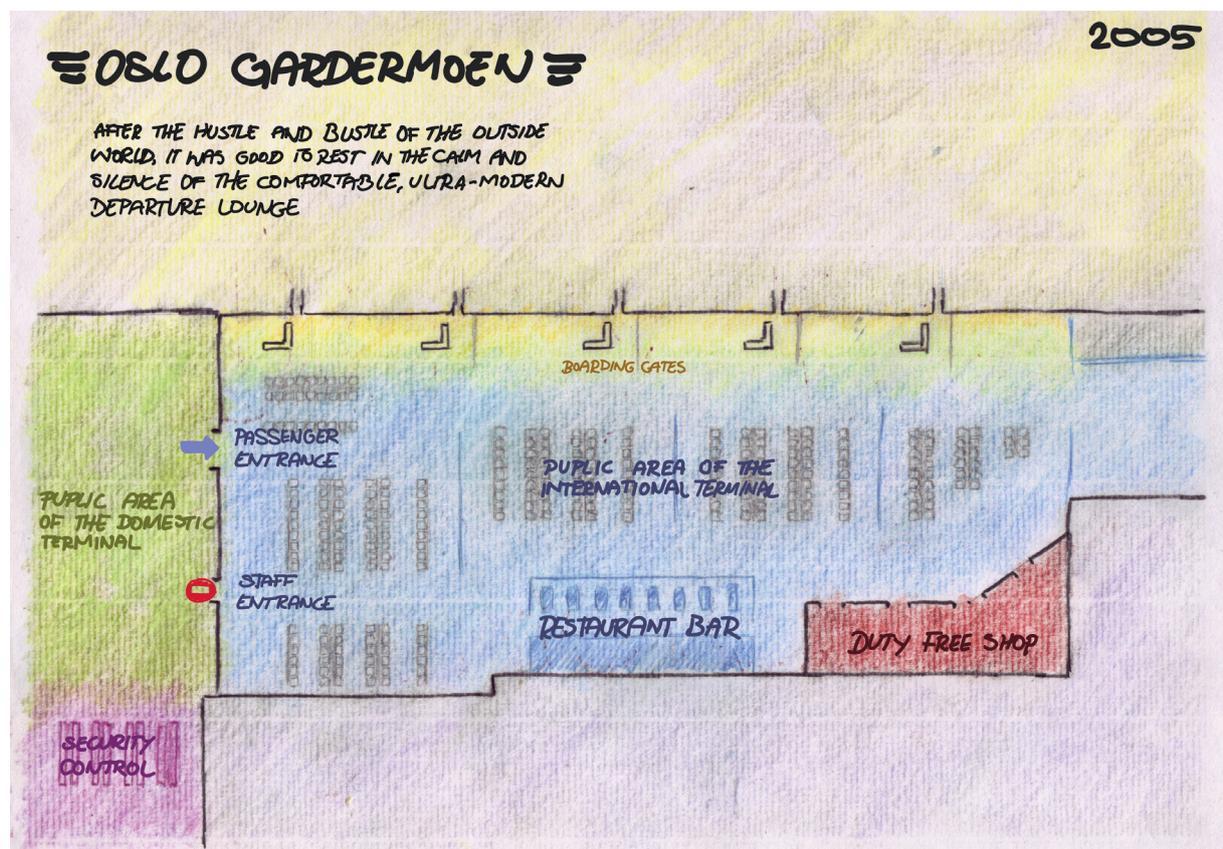
Damit möchte ich eine Methodik zur Beobachtung von Räumen und Territorien vorstellen, die von Menschen, der Öffentlichkeit, Fahrgästen und Nutzer_innen angewendet werden kann, um ‚die Straßen zurückzugewinnen‘ beziehungsweise in diesem Fall die legitime Nutzung der öffentlichen Räume zu ermöglichen. Diese Methodik erfordert ein stringentes Vorgehen, das in zwei Phasen beschrieben werden kann. In der ersten Phase geht es

* Bei diesem Text handelt es sich um die Übersetzung eines Beitrags aus dem Buch *This is not an Atlas. A Global Collection of Counter-Cartographies*, herausgegeben vom Kollektiv orangotango+, 2018 erschienen beim transcript-Verlag. Mehr dazu findet sich unter <https://notanatlans.org> und auf <https://visionskarto.net>. Wir bedanken uns beim Kollektiv und beim transcript-Verlag für die freundliche Genehmigung eines Wiederabdrucks. Übersetzt haben den Text für uns Justin Kadi und Yuca Meubrink.

zunächst ausschließlich um Forschung: die Beobachtung und Überwachung eines Standorts und seiner Entwicklung mithilfe einer multidimensionalen Analyse, die sowohl Zeit (vertikale Sicht) als auch Raum (horizontale Sicht) berücksichtigt. Ein Ort verändert sich im Laufe der Zeit mehr oder weniger schnell und wird entsprechend des ‚Bedarfes‘ organisiert, den die Investor_innen bzw. die zentralen Akteur_innen als notwendig erachten. Dies bedeutet, dass der Beobachtungsprozess als eine Form der Dekonstruktion zu verstehen ist: Es geht darum, die Änderungen innerhalb des betrachteten Zeitraums zu bewerten und die Absichten zu erkennen, die diesen Veränderungen zugrunde liegen (also zum Beispiel: Warum haben die Behörden dies getan, das geändert, jene Barrieren hier aufgestellt, et cetera). Der Beobachtungsprozess wird durch Interviews mit den für die Infrastruktur verantwortlichen Akteur_innen ergänzt: Architekt_innen, Geschäftsleiter_innen, Flughafenbehörden und verantwortliche technische Mitarbeiter_innen des Ministeriums. Allen Akteur_innen werden die gleichen Fragen gestellt (siehe oben), damit die Antworten verglichen und interpretiert werden können. Der zweite Teil der Interviews ist freier und flexibler und an die jeweiligen Personen angepasst (berücksichtigt werden Gefühle, persönliche Meinungen, Kompetenzbereiche, Wünsche, Interessen, Unbehagen et cetera).

Nach Abschluss dieser Forschungsphase besteht die zweite Phase darin, die Ergebnisse im Forschungsfeld an den Akteur_innen und Zuschauer_innen zu ‚erproben‘: etwa dadurch, Aktionen zu initiieren, um gegen den Prozess der öffentlichen Raumaneignung Widerstand zu leisten. Ein weiterer wichtiger Teil besteht darin, das Thema an die Medien heranzutragen, um die Passagiere zu warnen und ‚partizipative Kartierungsprojekte‘ mit ihnen zu starten. Ziel ist es, den Einfluss der zentralen Akteur_innen auf Menschen,

Abb. 1 Zustand
Flughafen Oslo 2005



Fluggesellschaften, die soziale Entwicklung, allgemein die Konsumgesellschaft und letztlich die Umwelt und das Klima in Frage zu stellen.

Die vorgeschlagene Methodik folgt einem Ansatz der ‚Kritischen Kartographie‘. Dazu zählen erstens Datensammlung, Visualisierung und Analysen; zweitens direktes Handeln im Feld beziehungsweise im Raum selbst unter Einbeziehung der Akteur_innen und Beobachter_innen durch ‚Akte des Widerstandes‘. Mit anderen Worten: ein Prozess der Verknüpfung von Information und Handeln oder der ‚Bereitstellung des Wissens‘ und ‚Umsetzung des Widerstands‘.

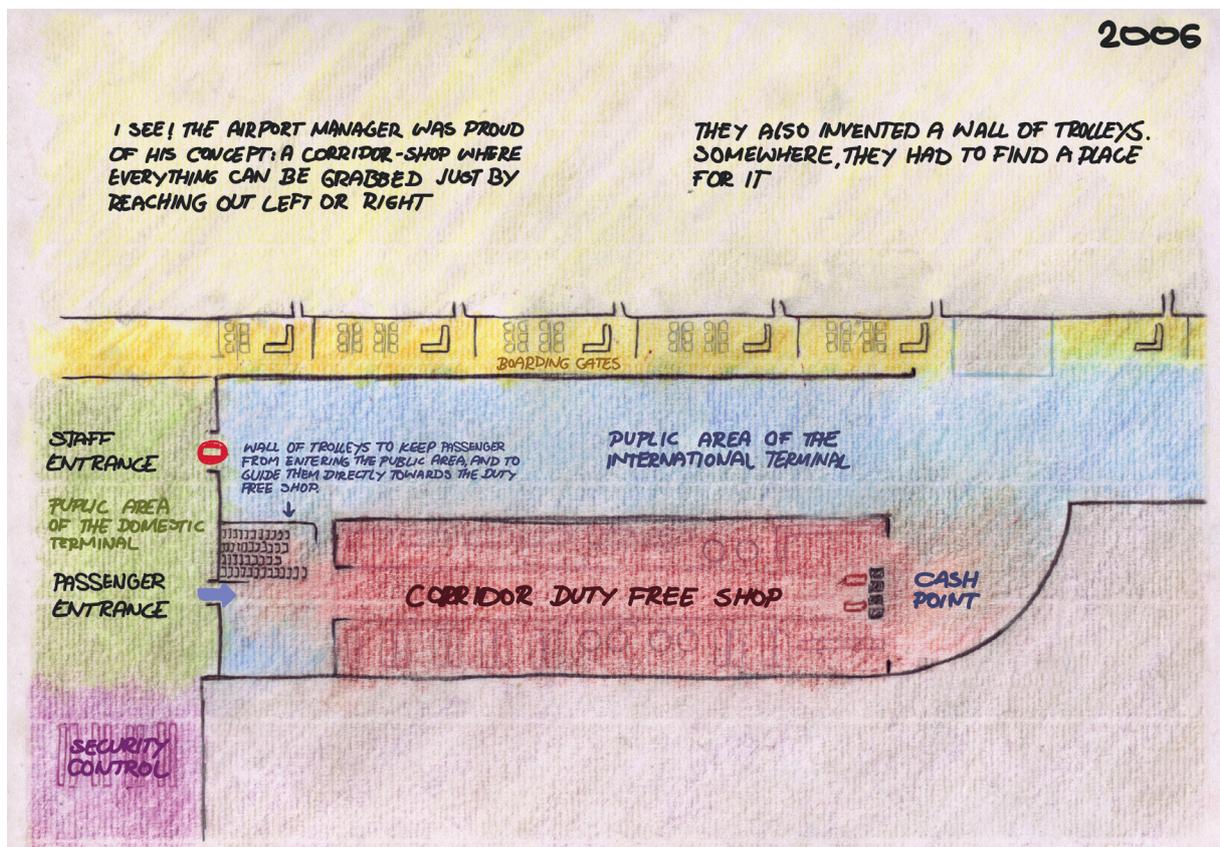
Das Symbol

Im Ergebnis beschreiben diese Karten einen Prozess, in dem die Öffentlichkeit mehr und mehr ihrer Bewegungsfreiheit beraubt wird und gleichzeitig Kontrolle und Überwachung verstärkt werden. Dieser Prozess erfolgt ohne Zustimmung und Legitimierung durch die Gesellschaft und begründet daher einen Missbrauch unserer Freiheit. Diesen Umstand will ich auf kartografische Art darstellen.

Überall – in Postämtern, Bahnhöfen, Flughäfen und Straßen – wird der öffentliche Raum privatisiert und Fußgänger_innen werden durch kommerzielle Räume geleitet.

Vor ein paar Jahren war ich auf dem kürzlich renovierten Flughafen Kristiansand-Kjevik in Norwegen. Mein Flug hatte Verspätung, also habe ich mich nach einem Ort umgesehen, um mit den Leuten, die mich verabschiedet hatten, etwas trinken zu gehen. Aber das Café war auf der anderen Seite der

Abb. 2 Zustand
Flughafen Oslo 2006

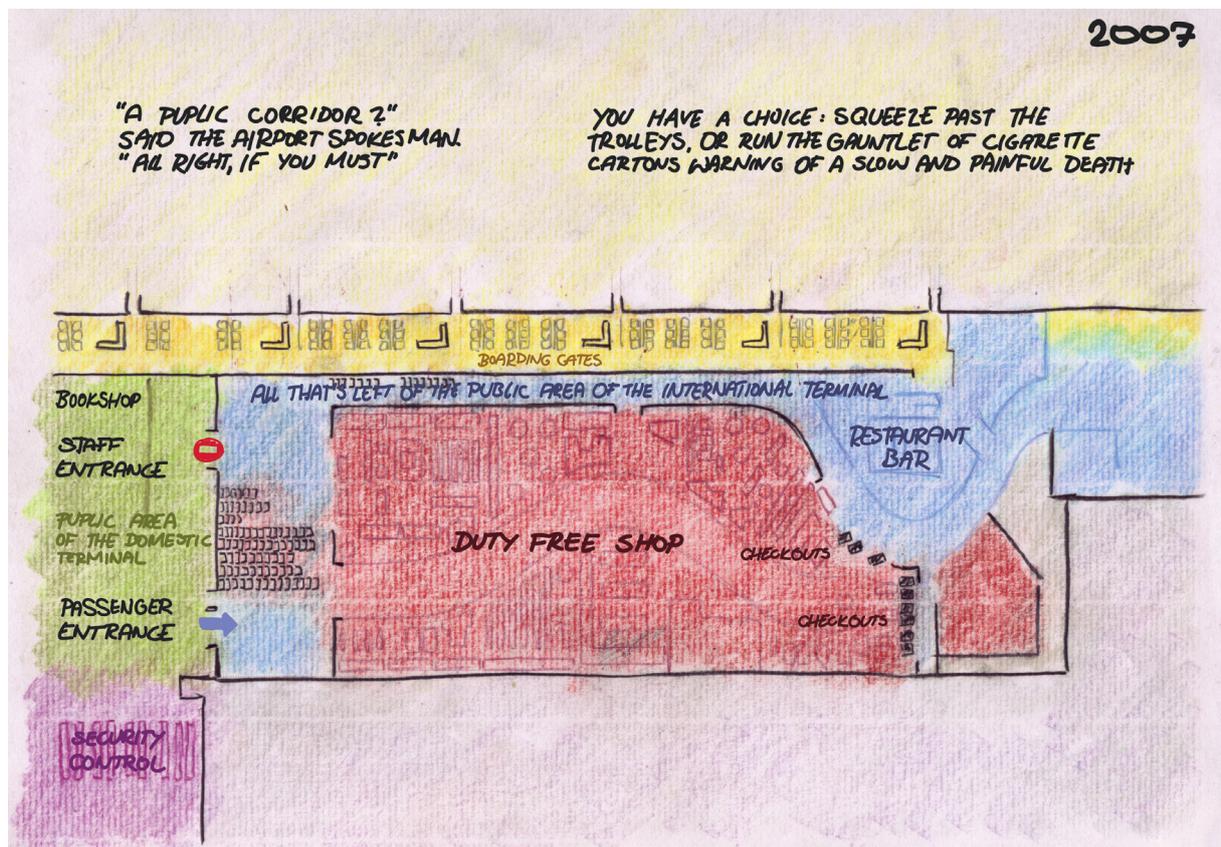


Sicherheitskontrollen. Eine Stunde verging ohne Flugzeug, ohne Update zum Abflug – und ohne Informationen vom Schalter der Fluggesellschaft. Ich hätte zu den Flugsteigen gehen müssen, um herauszufinden, was los war, aber die Tür, die zu den Flugsteigen führte, war geschlossen. Also fragte ich einen Wachmann am Eingang des Duty-Free-Shops, wie man zu den Mitarbeiter_innen der Fluggesellschaft gelangt. Er sagte, ich müsse durch den Laden gehen. Ich erklärte ihm, dass ich nur nachsehen würde, was los war und über den gleichen Weg zurückkommen würde. Er erwiderte, das wäre nicht möglich. Wenn ich durch den Laden ginge, müsste ich im Anschluss den Zoll passieren.

Anstatt direkt durch einen öffentlichen Korridor zu den Flugsteigen zu gelangen, musste ich durch ein Geschäft gehen, das mit Spielzeug, Parfüm, Pralinen und Gin-Flaschen gefüllt war. In der Vergangenheit hatte das Terminal aus einem großen Raum bestanden. Aber nun war es in drei Abschnitte unterteilt, wobei der Zugang von einem zum nächsten streng kontrolliert wurde. Einen Monat später fand ich heraus, dass mein Sohn, der damals zweieinhalb Jahre alt war, seine Taschen mit Bonbons und einer Flasche Chanel Nr. 5 gefüllt hatte, als wir auf dem Weg zu den Flugsteigen durch den Duty-Free-Shop gingen.

Diese Vorfälle waren der Anlass für das Duty-Free-Shop-Projekt und für die Untersuchung der neuartigen Strategien für die Organisation von Raum- und Fußgängerverkehr, die die Art und den Zweck öffentlicher Räume verändern. Auf europäischen Flughäfen beobachtete ich Bewegungsmuster, Objekte, Einstellungen von Flughafenmitarbeiter_innen, Einrichtung, Beleuchtung, Design und Beschilderung und zeichnete Karten, um die Veränderungen und ihre Bedeutung zu erklären.

Abb. 3 Zustand
Flughafen Oslo 2007



Verantwortlich für die Veränderungen sind die Flughafenbehörden, die Verkehrsministerien und die Unternehmen, die die Geschäftsräume und die Flughafendienste verwalten. Es ist wie im Theater: Sie suchen und trainieren die Stars und die Statist_innen: Sicherheitsleute, Duty-free-Shop-Mitarbeiter_innen, Bodenpersonal der Fluggesellschaften, Zollbeamte_innen, Polizei und Reisende. Diese arbeiten bei der Innengestaltung der Terminals zusammen, entscheiden über die Einrichtung, die Beleuchtung und die Sichtachsen. Welche Bereiche sollen ‚offen‘ und welche ‚geschlossen‘ sein? Alles ist darauf ausgelegt, die Passagiere an den Ort zu bringen, an dem sie etwas kaufen können.

Die Flughafenbehörden bestreiten jegliche Beteiligung an den Änderungen. Jo Kobro, ehemaliger Leiter der Medienabteilung am Osloer Flughafen, sagte: „Die Shop-Manager entscheiden ihre Verkaufsstrategien individuell“ (obwohl er mir bei dieser Auskunft nicht in die Augen schauen konnte). Aber die Geschäfte machen Geld und die Flughafenbehörden verdienen dabei mit.

Therapie des Einzelhandels nach der Zerreißprobe

Die Verletzlichkeit der zivilen Luftfahrt wurde in den 1950er Jahren deutlich, nachdem in Nordamerika zwei Flugzeuge in den Jahren 1949 und 1955 durch Bomben im Gepäckraum in die Luft gesprengt wurden (die Motive der Täter waren eheliche Untreue und Lebensversicherungsbetrug). Dennoch waren Flughäfen für das nächste halbe Jahrhundert relativ offene Orte, zu denen Familien für aufregende Tagesausflüge kamen, um VIP-Passagiere anzustarren oder vor Werbepostern von exotischen Reisezielen zu träumen.

Die Bombenangriffe auf den UTA (Union des Transports Aériens) Flug 772 im Jahr 1988 und den Pan American Airlines Flug 103 im Jahr 1989 führten zu strengeren Überwachungs- und Sicherheitssystemen, aber die Anschläge vom 11. September 2001 markierten eine neue Ära: Der Flugverkehr erlebte einen Einbruch, der bis 2005 andauerte, und Fluggesellschaften sowie Flughafenbehörden sahen sich einer beispiellosen Krise ausgesetzt.

Viele Flughäfen und Fluggesellschaften erhielten anfänglich massive öffentliche Subventionen, vor allem in Nordamerika, aber die Flughäfen sollten bald (wieder) ihre eigenen Betriebskosten decken. Dies war umso schwieriger, als die Steuern auf Flugtickets deutlich reduziert oder sogar zeitweise erlassen wurden, um das Wachstum anzukurbeln. Das Flughafenmanagement wurde an privat-öffentliche oder gemischte öffentlich-private Unternehmen ausgelagert.

Die Lösung des neuen Managements war es, Flughäfen in kommerzielle Räume zu verwandeln. Einige wurden ganze Kleinstädte mit Supermärkten, Duty-Free-Shops, Parkhäusern, Hotels, Geschäfts- und Konferenzzentren. Die Flughäfen erhielten einen Anteil des Gewinns (Zahlen dazu sind nicht veröffentlicht).

Nach dem 11. September überarbeiteten auch Flughäfen ihre Überwachungs- und Sicherheitskonzepte. Die ‚Außenwelt‘ ist nun strikt von der ‚Innenwelt‘ getrennt und das Überqueren der Grenze von einer Welt in die andere bedeutet, dass man gescannt, durchsucht, gefilzt und jedes Gegenstandes enteignet wird, der eine potentielle ‚Bedrohung‘ darstellt (einschließlich einer Flasche Mineralwasser).

Flughäfen wurden zu hyper-kommerzialisierten und hyper-gesicherten Räumen, in denen Reisende wie Gefangene festgehalten werden. Managementfirmen organisierten den Passagierfluss durch die Terminals neu und machten sie zu Laboren, in denen subtile räumliche Modifikationen getestet werden. Das Ziel scheint es zu bestimmen, wie man den größten Gewinn mit Passagieren macht, die durch speziell entworfene Zonen mit verlockenden Waren manipuliert und geleitet werden.

Alles im ‚inneren‘ Raum ist reguliert – von der Freiheit, sich in Gruppen zu versammeln, bis zum Fotografieren. Keine Beschwerden und keine abweichende Wahl der Wegstrecke sind erlaubt. Es ist eine kapitalistische und monopolistische Wirtschaft, in der nur wenige multinationale Konzerne Hunderte von Geschäften, Restaurants, Bars und Bodenabfertigungsdienstleister betreiben, die sie an lokale Betreiber ausgelagert haben. Das Recht auf Information wird verweigert: Hinweise, die ‚Passagierrechte‘ enthalten, werden dort platziert, wo sie am wenigsten sichtbar sind: in dunklen Ecken oder hinter Säulen. Werbung im Zusammenhang mit Träumen, Reisen und Sex lenkt die Aufmerksamkeit von der Art und Weise ab, wie der öffentliche Raum gekapert wurde.

Der erste Schritt besteht darin, die Passagiere zu desorientieren. Sicherheitsbeamt_innen und Duty-Free-Shop-Angestellte tragen fast identische Uniformen. Die Ladenmitarbeiter_innen sind verantwortlich für die Ordnung in und um die Geschäfte; Sicherheitsbeamt_innen fungieren als Werbende für die Geschäfte. In Kristiansand-Kjevik deutete ein Wachmann unnachgiebig auf eine der beiden Türen hinter sich, und so wurden fast alle Passagiere eines Fluges aus Kopenhagen in den Duty-Free-Shop umgeleitet. Niemand hat die Tür daneben gesehen, die direkt zur Gepäckausgabe führt.

In die Geschäfte geleitet

Für die Schilder, die verwendet werden, um die Passagiere zu den Flugsteigen zu leiten und um die Geschäfte zu bewerben, werden die gleichen Symbole benutzt, so dass die Passagiere meinen, Richtungsinformationen zu erhalten, wenn sie eigentlich Werbung lesen. Sie denken, dass sie auf ihre Reise gehen, und landen in den Geschäften. Am Londoner Flughafen Gatwick befinden sich die zentralen Toiletten im Duty-Free-Shop und werden wie eine Kundendienstleistung und nicht wie eine öffentliche Einrichtung behandelt. Um ein Flugzeug in Brüssel zu besteigen, müssen Passagiere durch die Geschäfte gehen – erzwungene ‚Einzelhandelstherapie‘ nach den Strapazen des Check-ins und der Sicherheitskontrollen.

Vor weniger als einem Jahrzehnt waren die kommerziellen Bereiche des Flughafens, wo alles einen Preis hat, von freien öffentlichen Räumen, in denen alles kostenlos ist, getrennt. Inzwischen sind diese Räume miteinander verschmolzen, und in London, Oslo, Bergen und Mailand sind ‚freie‘ öffentliche Flure einfach verschwunden. Die zwei Räume existieren manchmal noch nebeneinander: die sorgfältig entworfene kommerzielle Welt, hell erleuchtet, gefüllt mit Waren und mit Farben, die von glänzendem Weiß, leuchtendem Gelb und Rot beherrscht werden; und die öffentlichen Räume, in denen sich die Passagiere setzen können, wenn sie denn einen Sitzplatz finden, oft in grünlichem Grau. In Flughäfen wie Kopenhagen wurden viele

Sitzplätze entfernt, um Platz für Restaurants und Geschäfte zu schaffen. Diese unangenehmen Zonen bieten keinen ‚Schnickschnack‘: Sie werden als nicht nützlich angesehen.

Diese Veränderungen betreffen nur Wenige (nur 10-15 Prozent der Europäer_innen fliegen regelmäßig). Aber sie deuten darauf hin, was derzeit auch in anderen ehemals öffentlichen Bereichen, einschließlich S-Bahn- und U-Bahn-Stationen, und ganzen Straßen und Stadtzentren geschieht. Der Pariser Bahnhof Saint-Lazare ist zu einem Einkaufszentrum geworden. In Bodø in Zentralnorwegen wurde die gesamte Hauptstraße privatisiert.

Dieser Text wurde am Osloer Flughafen geschrieben. Während ich einmal durchgereist bin (ich reise oft durch diesen Flughafen), wurde mir klar, dass der öffentliche Gang, der zu den Flugsteigen führte, geschlossen war. Das untenstehende Gedicht klagt die langsamen, aber starken Veränderungen in unseren öffentlich zugänglichen Räumen an. Einige unsichtbare Menschen organisieren strategisch diesen Raum, in dem wir abwägen, gehen, träumen oder den wir nur benutzen, um von einem Ort zum anderen zu gehen. Sie zwingen einen gewissermaßen in Gegenden, die man von allein nicht spontan betreten würde, und ich empfand dies als beängstigend. Dieses Gedicht soll als Symbol einer ganz bestimmten Form eines wachsenden Totalitarismus in Erinnerung bleiben: der Zwang zum Konsum.



Abb. 4 „Offizielle“
Wegeleitung

Ein Flughafen ist eine Zombie-Zone zwischen zwei Welten.

Nicht Nimmerland.

Nur nirgendwo.

Sie erhalten eine temporäre Staatsbürgerschaft
zwischen Check-In und Boarding.

Sie locken und nötigen Sie in eine Traumlandschaft von Fluren und
Gängen und dem lokalen Paradox zwischen dicht geschlossenen
Sicherheitseinrichtungen und weit geöffneten Geschäften.

Sie verwirren Sie auch.

Alles ist beschildert und beschriftet,
aber Sie wissen immer noch nicht, wo Sie sind.

Alles ist da, um Sie zu verführen, Luxusgüter und Speisen,
aber Sie fühlen sich völlig beraubt und gefangen.

Die Verkaufsflächen sind verlockend,
aber Sie haben sich nicht entschieden, hier einkaufen zu gehen.

Sie haben sich nicht entschieden, hier zu sein.

Sie kontrollieren Sie, führen Sie und belästigen Sie:

Werden Sie einem Einkauf widerstehen können?

Autor_innen

Phillipe Rekacewicz ist französischer Kartograph, Geograph und Journalist.

