

**Der Viktualienmarkt im Wandel.
Eine kulturwissenschaftliche Analyse.**

Inaugural-Dissertation
zur Erlangung des Doktorgrades
der Philosophie an der Ludwig-Maximilians-Universität
München im Fach
Empirische Kulturwissenschaft und Europäische Ethnologie

vorgelegt von

Bianca Angela Hartmannsgruber

aus
München

2024

| | |
|-----------------------------|-------------------------------|
| Referent: | Prof. Dr. Burkhard Lauterbach |
| Korreferentin: | Prof. Dr. Christiane Schwab |
| Tag der mündlichen Prüfung: | 04.07.2023 |

| | |
|--|-----|
| Einleitung..... | 5 |
| 1. Der Viktualienmarkt als zu erforschender Raum | 13 |
| 1.1. Der Städtebegriff – eine geographische Annäherung | 14 |
| 1.1.1. Gründerstadt mit Versorgungsfunktion | 15 |
| 1.1.2. Die <i>City</i> | 17 |
| 1.1.3. Die auf den Einzelhandel bezogene Entwicklung in München..... | 20 |
| 1.2. Der „gelebte Raum“ – Eine kulturanthropologische Annäherung | 23 |
| 1.2.1. Der <i>spatial turn</i> | 24 |
| 1.2.2. Zur Binarität von Raum und Zeit | 29 |
| 1.2.3. Stadtforschung in der deutschsprachigen Volkskunde | 31 |
| 1.2.4. Die Einflüsse der <i>Chicago School</i> | 33 |
| 1.3. Der Marktbegriff – ein Definitionsversuch..... | 39 |
| 1.3.1. Die Lage des Marktes in der Stadt..... | 40 |
| 1.3.2. Der Markt als Wirtschaftsraum | 41 |
| 1.3.3. Der Markt als kommunikativer Raum | 43 |
| 2. Der Viktualienmarkt – Versorgung der Stadt seit ihrer Gründung..... | 47 |
| 2.1. „Ohne Markt kein München“ – Dichotomie Stadt und Markt | 47 |
| 2.1.1. Stadtbiographie: Von der Welfenstadt zur „Weltstadt mit Herz“ | 48 |
| 2.1.2. Der Mythos der Stadtgründung Münchens..... | 49 |
| 2.1.3. Der Markt bei den Mönchen | 55 |
| 2.2. „An Münchens Anfang steht die Isar“ – Die Bedeutung der Isar für den Markt..... | 57 |
| 2.3. Der Augsburger Spruch: Eine Dokumentenanalyse | 67 |
| 2.3.1. Urkundenanalyse: Das hermeneutische Vorgehen | 68 |
| 2.3.2. Das mittelalterliche Kaisertum | 72 |
| 2.3.3. Die Regalien | 75 |
| 3. Der Viktualienmarkt als Mikrokosmos: Eine Typisierung..... | 77 |
| 3.1. Historische Topographie..... | 78 |
| 3.1.1. Der Ursprung: Die <i>Jakobidult</i> | 79 |
| 3.1.2. Der Einzelhandel verdrängt die Märkte | 81 |
| 3.1.3. Der Marktplatz als Zentrum der Stadt..... | 85 |
| 3.1.4. Die Marktfreiungsurkunde: Eine Dokumentenanalyse | 88 |
| 3.1.5. Der Markt zieht um – Das Heilig-Geist-Spital..... | 92 |
| 3.2. Heutige Topographie des Viktualienmarktes | 100 |
| 3.2.1. Die Verwaltung und der Aufbau der Abteilungen | 102 |
| 3.2.2. Die Versorgung des Marktes: Die Markthallen München | 106 |
| 3.2.3. Weitere Märkte in München..... | 109 |

| | |
|--|-----|
| 3.2.4. Die Schrankenhalle..... | 111 |
| 3.2.5. Die Marktbrunnen | 117 |
| 3.2.6. Die Feste auf dem Viktualienmarkt..... | 129 |
| 3.2.7. Der Biergarten am Viktualienmarkt | 132 |
| 4. Der Markt als Sinnesraum – Eindrücke und Wahrnehmungen..... | 137 |
| 4.1. Multisensorisches Forschen | 137 |
| 4.1.1. Die teilnehmende Beobachtung..... | 138 |
| 4.1.2. Die Wahrnehmungsspaziergänge..... | 139 |
| 4.1.3. Topographie des Klages..... | 141 |
| 4.1.4. Olfaktorische Eindrücke | 146 |
| 4.2. Der Atmosphären-Begriff | 150 |
| 4.3. Das Flanieren | 154 |
| 4.4. Das <i>mental mapping</i> | 158 |
| 4.5. Das informelle Gespräch | 161 |
| 5. Der Markt als identitätsstiftender Raum..... | 163 |
| 5.1. Die Akteur-Netzwerk-Theorie (ANT) | 163 |
| 5.2. Der Markt als öffentlicher Raum | 165 |
| 5.3. Der Markt als Erinnerungsort | 170 |
| 5.4. Der Markt als Gegensatz zum Nicht-Ort..... | 172 |
| 5.5. Problemfelder und Konflikte auf dem Markt | 179 |
| 5.6. Der Viktualienmarkt als Bühne..... | 183 |
| 5.7. Gegenüberstellung: Der Naschmarkt in Wien..... | 192 |
| 6. Der Viktualienmarkt als touristischer Raum..... | 200 |
| 6.1. Ein kurzer Blick: Die historische Entwicklung des Tourismus..... | 202 |
| 6.2. Der Städtetourismus..... | 211 |
| 6.3. Als Gästeführerin auf dem Markt..... | 218 |
| 7. Der Markt wandelt sein Gesicht | 227 |
| 7.1. Das Bürgergutachten..... | 228 |
| 7.2. Vorbild Elisabethmarkt: Sanierung auf dem Schwabinger Markt | 239 |
| Schluss: Ausblick..... | 246 |
| Anhang | 253 |
| Literatur- und Quellenverzeichnis..... | 258 |

Einleitung

„Wenn Goethes Faust danach dürstet, zu erfahren, `was die Welt im Innersten zusammenhält`, hier zwischen der Heiliggeistkirche und der Freibank, würde ihm wenigstens klar, was die Münchner Welt zusammenhält: der Viktualienmarkt!“¹

Mit diesem Zitat bringt der Münchner Journalist und ehemalige Chefredakteur der „tz“ Karl Wanninger es bereits ganz zu Beginn auf den Punkt: Was wäre die bayerische Landeshauptstadt ohne den Münchner Viktualienmarkt!

Wenn der Viktualienmarkt nun ganz München zusammenhält und somit das Herzstück der Stadt bildet, so wird bereits eine erste Besonderheit des größten Münchner Lebensmittelmarktes herausgestellt, nämlich seine Bedeutung für die Landeshauptstadt. Der Viktualienmarkt München ist eine der wichtigsten Sehenswürdigkeiten der Stadt² und als erster Markt in München eine historische Einrichtung, die bereits seit der Stadtgründung die Versorgung der Bevölkerung sicherstellt. Der Markt stellt daher mit seiner wechselvollen Geschichte, seiner heutigen Bedeutung für München als auch mit den dort seit einigen Jahren stattfindenden Transformations- und Modernisierungsprozessen ein kulturwissenschaftlich relevantes und interessantes Forschungsfeld dar, das in der vorliegenden Arbeit näher beleuchtet werden soll.

Aktueller Forschungsstand

Während sich vorrangig Vertreter:innen der Geschichtswissenschaften mit der historischen Entwicklung der Märkte befassten³, wurden Märkte in den Kulturwissenschaften basierend auf den Überlegungen zu Märkten von Max Weber (1864 - 1920) untersucht.⁴ Durch seine Begriffsdefinition der „Marktlage“ oder der „Marktregulierungen“ trug er zum Verständnis des Marktes als Ort des Austauschs und damit als Raum mit sozialer Dimension bei.⁵ Die Marktregulierung sowie die Marktfreiheit begriff er als Mechanismen, um bestimmte

¹ Wanninger (1987) 1991. S. 37.

² Website der Stadt München (muenchen.de). URL: <https://www.muenchen.de/sehenswuerdigkeiten/die-20-top-sehenswuerdigkeiten-muenchen>.

³ Vgl. Groten 2013; Boockmann (1978) 2007; Mauerer 1971.

⁴ Vgl. Weber 1922.

⁵ Vgl. ebd., S. 42-44.

Akteur:innen entweder in die Nutzung des Marktes und daher das Erwerbgeschehen einzubinden oder diese davon auszuschließen, was er unter anderem an den „ständischen Schranken“ festmachte.⁶ Durch diese erste Auseinandersetzung mit dem Markt als sozialem Ort wurde der Aspekt in weiteren Forschungen fächerübergreifend aufgegriffen. Auch in der Geschichtswissenschaft nahm dieser Punkt eine zentralere Rolle in der Beschäftigung mit Märkten ein.⁷

Zur heutigen Topographie der Märkte schreiben der Wirtschaftsgeograph Reinhard Paesler (*1942) sowie die Germanistin Hannelore Schläffer (*1939), die beide die Erforschung der Märkte immer auch als Teil der Stadtforschung betrachten.⁸ Im Falle des Marktes in München sind die Veröffentlichungen des Museumspädagogischen Zentrums [MPZ] von Interesse, dessen Mitarbeiter Freimut Scholz (1936 – 2022) intensiv zur Stadtgeschichte und Marktgeschichte Münchens forschte.⁹

Viele Werke wurden bereits über den Münchner Viktualienmarkt verfasst.

Kulturwissenschaftliche Fächer hingegen haben sich noch nicht mit dem Münchner Markt als Forschungsgegenstand befasst. Den aktuellen Forschungsstand betreffend wurden bisher keine wissenschaftlichen Arbeiten veröffentlicht, sondern Publikationen, die aus einem breitgefächerten literarischen Spektrum stammen und vom Kochbuch bis hin zum Kriminalroman reichen. Während der Viktualienmarkt in der Literatur bereits des Öfteren als Schauplatz krimineller Machenschaften und blutrünstiger Straftaten herhalten musste¹⁰, diente er gleichzeitig auch als malerische Kulisse für den Austausch von Rezeptideen und Zubereitungsempfehlungen.

Gleichzeitig ist er eng verbunden mit den Familiengeschichten derjenigen, die mit oder sogar auf ihm groß geworden sind¹¹ und spielt somit als Erinnerungsort in der literarischen Bearbeitung eine Rolle.¹² Weiterhin wird in einer zunehmenden Zahl an Bildbänden der

⁶ Vgl. ebd., S. 44.

⁷ Vgl. Denzel / Häberlein 2016.

⁸ Vgl. Paesler 2008. S. 7-11.; Schläffer 2018. S. 18.

⁹ Vgl. Scholz 1992a, 1992b, 2008.

¹⁰ Vgl. Moritz 2019; Gerwien 2021.

¹¹ Vgl. Vidacovich 2016.

¹² Vgl. Moll / Sommer 1986.

Alltag auf dem Markt festgehalten.¹³ Als größter der Münchner Lebensmittelmärkte scheint er daher für die Leserinnen und Leser nicht nur von rein kulinarischem Interesse zu sein.

In der wissenschaftlichen Auseinandersetzung wurde der Markt hauptsächlich in Hinsicht auf seine geschichtliche Entwicklung als Münchens erster „Grüner Markt“ untersucht.¹⁴ Vom Standpunkt der historischen Forschung aus betrachtet sind es vor allem die Werke des Germanisten und Historikers Axel Winterstein¹⁵, der in seinen Publikationen die historischen Anfänge des Marktes ausführlich beschreibt, die einen ersten Überblick verschaffen. Die charakteristischen Merkmale sowie die Besonderheiten des Marktes arbeitet unter anderem auch der Münchner Turmschreiber¹⁶ Alfons Schweiggert in seinem „Großen Buch vom Viktualienmarkt“ heraus.¹⁷

Der historische Schwerpunkt in diesen Werken zeigt bereits die Bedeutung des Viktualienmarktes in München als historisch gewachsener Raum, der bis heute von seinen Akteurinnen und Akteuren mit Leben gefüllt wird. Zu Beginn dieser Arbeit wird daher ein geschichtlicher Rückblick auf die Entwicklung des Marktes gegeben.

Zusätzlich zur geschichtlichen Entwicklung des Forschungsgegenstandes soll auf seine gegenwärtige Struktur und zukünftige Gestalt eingegangen werden. Basierend auf den Forschungsansätzen der Akteur-Netzwerk-Theorie (kurz ANT) und den Überlegungen von Bruno Latour werden die in der Arbeit beschriebenen Prozesse als gesellschaftliche – und damit von der Gesellschaft produzierte – Phänomene aufgefasst.¹⁸ Die Gesellschaft wird hierbei als konstruiertes Gebilde begriffen, in das Raum, Zeit und Geschichte eingeschrieben werden. Dieses Gebilde stellen sich die Vertreter:innen der ANT als Netzwerk vor, in dem verschiedene Arten von Akteur:innen zusammen interagieren. Dieser Pool umfasst soziale Akteur:innen – wie die Händlerschaft auf dem Markt –, materielle Akteur:innen – wie die Produkte und Waren – und den Raum an sich – wie das Marktgelände des Viktualienmarktes.

¹³ Vgl. Klementz / Mader / Schmid 2018.

¹⁴ Vgl. Scholz 1992a.

¹⁵ Vgl. Winterstein 2017.

¹⁶ Die Münchner Turmschreiber sind eine süddeutsche Schriftstellervereinigung, die im Jahr 1959 gegründet wurde. Die Vereinigung ist der Herausgeber der Bayerischen Hausbücher, die jährlich erscheinen. Ihre Mitglieder werden von einem Komitee zur Teilnahme eingeladen. URL: <https://muenchner-turmschreiber.de> [01.08.2023].

¹⁷ Vgl. Schweiggert 1987.

¹⁸ Vgl. Belliger / Krieger 2006.

Um ein möglichst umfassendes Bild des Netzwerkes und der darin stattfindenden Interaktionen der Akteur:innen zu erhalten, werden verschiedene Funktionsbereiche des Viktualienmarktes in der Arbeit beleuchtet. Raumtheoretische Ansätze aus unterschiedlichen wissenschaftlichen Disziplinen erleichtern hierbei die Annäherung.

Der Markt wird in seiner Funktion als „gelebter Raum“¹⁹ nach Henri Lefèbvre und Edward W. Soja sowie in seiner Bedeutung als performativer Raum nach Erving Goffman untersucht.²⁰ Wir erleben den Markt außerdem als Sinnesraum²¹, dem sich durch verschiedenste methodische Ansätze wie den Wahrnehmungsspaziergang oder das *mental mapping* empirisch angenähert wurde. Gleichzeitig rückt der Viktualienmarkt als touristische Destination in den Fokus der Forschung, wenn – das Reisen als *spatial practice* definierend – seine Wirkung auf den modernen Städtetourismus untersucht wird. Auch in seiner Eigenschaft als identitätsstiftender Raum bestimmt der Markt den Lebensalltag der sich in ihm bewegenden Akteurinnen und Akteure. Die Auseinandersetzung mit dem Viktualienmarkt als Mikrokosmos bietet Einblicke in diese Lebenswelten.

Da Räume als *Chronotopi*²² auch immer dem zeitlichen Wandel unterliegen, wird der Forschungsgegenstand auf drei zeitlichen Ebenen näher betrachtet: Bevor gegenwärtig auf dem Markt stattfindende Prozesse untersucht werden, wird in einem historischen Rückblick auf die wechselvolle Marktgeschichte und die enge Verbindung zwischen Stadt und Markt eingegangen. Im letzten Kapitel werden dann die zukünftigen Planungen den „Bauch Münchens“ betreffend vorgestellt und ein möglicher Ausblick auf die dort stattfindenden Veränderungen gegeben.

Die übergeordnete Forschungsfrage, der in dieser Arbeit nachgegangen werden soll, kann daher lauten, welche Bedeutung dem Markt an sich, dem dortigen Strukturwandel und den auf dem Markt stattfindenden Transformationsprozessen beigemessen werden kann, welche Funktionen der heutige Markt erfüllt und inwiefern er als Mikrokosmos im Laufe der Zeit sein Gesicht verändert(e). Zur Beantwortung dieser Frage soll der Viktualienmarkt als kulturwissenschaftliches Forschungsfeld untersucht werden.

¹⁹ Vgl. Döring / Thielmann 2008.

²⁰ Vgl. Goffman 1990.

²¹ Vgl. Schwibbe 2002; Payer 2018.

²² Vgl. Bachtin 2017.

Der Markt in der kulturwissenschaftlichen Forschung

Der Viktualienmarkt als Feld der kulturwissenschaftlichen Forschung ist in vielerlei Hinsicht von Interesse: Einerseits ist der Markt seit Anbeginn seiner Entstehung ein bedeutungsträchtiger Ort im Alltag der Menschen, die auf ihm Handel betreiben, einkaufen und sich austauschten, so wie sie auch heute noch auf ihm Einkäufe tätigen, auf ihm bummeln und flanieren und ihn als touristisches Fotomotiv nutzen. Andererseits ist es gerade die ihm inliegende Vielfalt seiner Funktionen, die ihn interessant für ein tiefergehendes Forschungsvorhaben macht. Diese Funktionen umfassen den Markt als Tourismusmagnet, Arbeitsplatz, identitätsstiftenden Raum, Handelsort, öffentliche Freifläche und historisch gewachsene Verkörperung der Münchner Stadtgeschichte. Wie beschrieben soll sich daher diesen mannigfaltigen Funktionen durch kulturanthropologische Konzepte und Theorien angenähert werden. Ergänzend werden interdisziplinäre Forschungsansätze aufgegriffen, um den Markt als Forschungsgegenstand aus verschiedensten Blickwinkeln zu betrachten. Bezogen auf die Funktionen des heutigen Marktes bilden raumtheoretische Konzepte und die Raumtheorie den Grundstein, auf dem die Arbeit aufbaut. Neben theoretischen Konzepten aus der Architektur und den Geschichtswissenschaften sind es daher vorrangig die Vertreter:innen der Human- und Kulturgeographie, deren Beiträge zu raumtheoretischen Überlegungen die Annäherung an das Feld ermöglichen.

Aus Sicht der Empirischen Kulturwissenschaft bietet der Viktualienmarkt neben seinem geschichtlichen Schatz und seiner Bedeutung für die Stadtentwicklung in München auch die Möglichkeit, den Forschungsgegenstand mit Hilfe verschiedenster empirischer Methoden zu untersuchen. Neben den informellen Gesprächen mit den Händler:innen sowie der Kundschaft wurde der empirische Teil der Arbeit durch die teilnehmende Beobachtung gestützt. Das bunte Markttreiben und die alltäglichen Begegnungen auf dem Gelände machen den Markt als kommunikativen Raum sichtbar. Gleichzeitig wird durch die auf die Besucherin oder den Besucher einwirkenden Eindrücke die sinnliche Erfahrbarkeit des Raumes und damit seine Funktion als Sinnesraum deutlich. Reisende aus der ganzen Welt unterstreichen die Stellung des Viktualienmarktes als Touristenmagnet während bei den Untersuchungen des Marktes als Arbeitsplatz seine identitätsstiftenden Eigenschaften zu Tage treten. Durch die sich zukünftig auf dem Markt vollziehenden Transformationsprozesse

stellt sich aus kulturanthropologischer Sicht abschließend die Frage, inwieweit diese Veränderungen sich auf die Akteur:innen im Feld auswirken werden, wie der Markt als performative Bühne sein Gesicht verändern wird und inwiefern sich der Markt als Netzwerk neu zu strukturieren gedenkt. Hier muss der Viktualienmarkt München im Spannungsfeld zwischen Tradition und Moderne seinen Weg finden.

Die kulturwissenschaftliche Analyse, die in der vorliegenden Forschung durchgeführt werden soll, umfasst diese theoretischen Überlegungen, die Eindrücke der Akteur:innen, Fakten sowie den historischen Hintergrund und ist der Versuch, ein umfangreiches Gesamtbild des Forschungsobjektes zu zeichnen. Gestützt wird die Arbeit durch Quellen unterschiedlichster Art wie Film- und Tonquellen, Bilder, Artikel, Urkunden und persönlichen Gesprächen, die den Inhalt der Forschung entscheidend mitbestimmen.

Als historische Quelle wurden unter anderem Eintragungen aus der Münchner Stadtchronik verwendet. Der Münchner Magistrat beschloss 1845, dass zukünftig eine Stadtchronik zu führen sei, was ganz dem bereits Jahre zuvor geäußerten Wunsch König Ludwigs I. entsprach, der mit einer zunehmenden Hinwendung zur Geschichtlichkeit antimonarchische Tendenzen unterbinden wollte. Die ersten Einträge wurden rückwirkend ab dem Jahr 1818 verfasst. Obwohl dadurch eine mittelalterliche Chronik für München nicht vorhanden ist, gelingt es Helmuth Stahleder – bis 2005 stellvertretender Leiter des Stadtarchivs München – aus Ratsbüchern, Urkunden und Kammerrechnungen in seinem Buchprojekt „Chronik der Stadt München“ eine Städtechronik ab dem Jahr 1157 zu erstellen.

Weitere Werke, die als Quellen zur Entstehung der Münchner Stadtchronik beitragen, sind Aufzeichnungen der Stadtschreiber oder anderer Privatpersonen wie Bürgermeister Jörg Katzmaier (1350 – 1417), Ratsmitglied Karl Anton von Barth (1758 – 1827) oder Historiker Lorenz Westenrieder (1748 – 1829). Die ersten Eintragungen in der vom Magistrat beschlossenen Chronik wurden durch den Magistratsbibliothekar Ulrich von Destouches (1802 – 1863) vorgenommen. Dessen Sohn Ernst von Destouches (1843 – 1916) systematisierte die Chronik mit Hilfe von Beilagen wie Flugblättern, Fotos und Artikeln während der Archivleiter Pius Dirr (1875 – 1943) die Trennung der Chronik und der Beilagensammlung vollzog und damit die Grundlage der heutigen Sammlung im Münchner Stadtarchiv schaffte. Vor allem die Sammlung der Zeitungsausschnitte wurde für vorliegende Forschung herangezogen, da sie mit ihren nach Schlagwörtern sortierten Sonderakten und

umfangreichen Pressemitteilungsbänden eine grundlegende Quelle der wissenschaftlich-historischen Forschung darstellt.

Die übergeordnete Fragestellung nach der Bedeutung des Strukturwandels auf dem Viktualienmarkt in München wird mithilfe der oben genannten Quellen sowie persönlichen Beobachtungen und der individuellen Forschung beantwortet. Der methodische Rahmen als grundlegendstes Handwerkszeug der Kulturwissenschaften bildet hierbei die Basis, die die Erschließung der Quellen erst ermöglicht und zu einem sinntragenden Ergebnis führt.

Die theoretischen Ansätze und Überlegungen, die diese Forschungsarbeit betrachtet, sind unter anderem die historische Stadtforschung mit dem Städtebegriff nach Reinhard Paesler²³ mit Bezug auf Georg Simmels Werk über die Großstadt und den Forschungen der Chicagoer Schule²⁴, Überlegungen zum *spatial turn* in der Wissenschaft von Karl Schölgl²⁵ sowie Mike Crangs²⁶ und Andreas Potts²⁷ raumtheoretische Überlegungen in der Tourismusforschung. Gleichzeitig wird der Markt als performativer Raum und damit „soziale Bühne“ definiert, was am Beispiel der Verkaufsgespräche näher beleuchtet werden soll. In Abgrenzung zu „Nicht-Orten“²⁸ nach Marc Augé wird der Viktualienmarkt als symbolisch aufgeladener Raum betrachtet.

Im Falle der vorliegenden Arbeit erfolgt eine Beschreibung vom Allgemeinen zum Speziellen in Form einer induktiven Forschung und damit eine trichterähnliche Hinführung zum eigentlichen Forschungsobjekt, das jedoch nur in einem größeren Rahmen – örtlich als auch zeitlich gesehen – sinnvoll zu betrachten ist, damit grundlegende Strukturen und Entwicklungen nachvollzogen werden können. Ein interdisziplinärer Forschungsansatz, der sich bei dieser Arbeit hauptsächlich in einem umfassenden historischen Rückblick äußert, ist daher von Nöten, um sowohl gegenwärtige Vorgänge als auch das heutige Erscheinungsbild des Marktes zu verstehen. Erst dieses Verständnis ermöglicht eine eingehende Auseinandersetzung mit dem Forschungsobjekt sowie ein analytisches [Er-]Forschen, das die an die Arbeit gestellten Fragen zureichend klärt.

²³ Vgl. Paesler 2008.

²⁴ Vgl. Lindner 2004; Lindner 2007.

²⁵ Vgl. Schölgl 2003.

²⁶ Vgl. Crang in: Atkinson / Sibley / Jackson / Washbourne (2005) 2007. S 34-40.

²⁷ Vgl. Pott 2007.

²⁸ Vgl. Augé 2014.

Im historischen Teil ist es unter anderem die intensive Quellenarbeit an Übersetzungen der Originaldokumente, die die Voraussetzung für eine Analyse der historischen Begebenheiten zur Zeit der Quellenentstehung schafft und so einen Einblick in damalige Vorstellungswelten ermöglicht. Wie schon Simone Egger in ihrer Arbeit „München wird moderner – Stadt und Atmosphäre in den langen 1960er Jahren“ schreibt, dass „ohne ihre Biographie [...] eine Stadt nicht zu verstehen [...]“²⁹ ist, so ist auch der heutige Viktualienmarkt ohne einen historischen Rückblick auf seinen Ursprung nicht zu begreifen.

Indes sind es die Akteur:innen im Forschungsfeld, die den gegenwärtigen Raum für die Forschung interessant machen. In die einzelnen Kapitel werden daher die verschiedenen Akteursgruppen mit einbezogen: Beschäftigt sich ein Kapitel mit dem Markt als identitätsstiftenden Raum und damit vor allem mit den Standbesitzer:innen und ihrem täglichen Arbeitsumfeld, so geht es im Tourismuskapitel um die Besucher:innen aus aller Welt, die dem Viktualienmarkt seinen Status als eine der beliebtesten Münchner Sehenswürdigkeiten verleihen.³⁰ Auch die Sichtweise auf und die Vorstellungen der Kundschaft über den Markt werden untersucht. Die zukünftigen Sanierungspläne betreffend kommen Münchner Bürger:innen zu Wort, die durch ihre Beteiligung an einem Bürgergutachten der Stadt München den Planungsprozess des Marktes mitbestimmen konnten. Abschließend soll ein Ausblick auf diese Transformation gegeben werden, die sich auf Grund der Covid-19-Pandemie stark verzögert hat. Während durch die Durchführung des Bürgergutachtens mit zufällig ausgewählten Münchner:innen die Vorstellungen und Wünsche der ansässigen Bevölkerung aufgegriffen werden sollten, hat die Stadt München zusammen mit dem zuständigen Architekturbüro bereits konkretere Pläne abgestimmt. Im Jahr 2021 fand eine weitere Begehung des Geländes durch die Architekt:innen statt, bis ins Jahr 2025 sollen die Umbauarbeiten voraussichtlich abgeschlossen sein. Bis dahin wird der Markt als Interimslösung voraussichtlich in die Frauenstraße ausweichen.

Da der Viktualienmarkt auch verwaltungstechnisch betrachtet zur Stadt München gehört, soll in einem ersten Kapitel ein Definitionsversuch der beiden Begrifflichkeiten „Stadt“ und

²⁹ Egger 2013. S. 135.

³⁰ Vgl. Website der Stadt München. URL: <https://www.muenchen.de/sehenswuerdigkeiten/orte/120340.html> [07.10.2022].

„Markt“ vorgenommen werden. Hierin wird gleichzeitig die enge Verbindung zwischen Stadt und Markt herausgearbeitet.

Wie bereits Simone Egger dargestellt hat, erfolgt auf dem Gebiet der Stadtforschung eine zunehmend interdisziplinäre Beschäftigung mit dem Forschungsfeld Stadt, die eine vielfältige Auseinandersetzung mit sich bringt, wenn sich „Disziplinen wie die Philosophie, die Geographie, die Architektur und die Raumplanung, die Kunst-, Kultur-, Geschichts-, und Sozialwissenschaften [...]“³¹ mit der Thematik auseinandersetzen. Egger sieht hierbei die Ethnographie mit der „Reflexivität ihres Vorgehens, d[er] Vielzahl ihrer Perspektiven und eine[r] empathischen Nähe zu Feld und Gegenstand“³² sowie vielfältiger methodischer Ansätze als bestgeeignetes Mittel zur Durchführung einer urbanen Forschung. Die wissenschaftlichen Erkenntnisse aus dem Gebiet der Stadtforschung werden daher auch in die folgenden Kapitel einbezogen. Dies sind neben den Forschungen der Chicagoer Schule auch die Erkenntnisse des „Flaneurs“ Walter Benjamin und seinem Münchner Pendant Sigi Sommer.³³ Zum Einstieg soll daher zum einen der Frage nach der Definition des Städtebegriffs nachgegangen, zum anderen ebenfalls die durch die enge Verbindung der Stadt München mit dem Viktualienmarkt entstandenen Charakteristika des Marktes herausgearbeitet werden.

1. Der Viktualienmarkt als zu erforschender Raum

„[D]er Markt bestimmte immer den Wandel der Stadt“.³⁴

Zu Beginn sollen die wichtigsten Begrifflichkeiten definiert werden, mit denen sich im Laufe der nächsten Kapitel immer wieder beschäftigt wird: Die Stadt einerseits und der Markt andererseits. Obwohl sich vorliegende Arbeit im Kern mit dem Viktualienmarkt, einem Münchner Lebensmittelmarkt, beschäftigt, muss sich, gegeben durch eine dichte und nicht nur historische Verknüpfung des Marktes mit der Stadt München, mit dem Städtebegriff auseinandergesetzt werden. Im Falle des Viktualienmarktes ist die Dichotomie zwischen Markt und Stadt so stark, dass sich die Frage stellt, was zuerst existierte, das Ei oder das

³¹ Egger 2013. S. 130.

³² Ebd., S. 129.

³³ Vgl. Benjamin (1950) 2018; Moll / Sommer 1986.

³⁴ Krügel, Christian: Standhafte Standlbesitzer. In: Bernstein / Görl / Wetzlar 2016. S. 153-155. Hier: S. 154.

Huhn – der Markt oder die Stadt? Die These der Abhängigkeit dieser zwei Räume voneinander tritt im historischen Rückblick am deutlichsten hervor. Um diese Abhängigkeit zu verstehen, ist eine Definition daher unumgänglich.

Ziel in diesem Kapitel soll und kann es nicht sein, eine universal gültige und ganzheitlich festgelegte Definition der Begriffe zu geben, sondern sich multiperspektivisch diesen grundlegenden Begrifflichkeiten anzunähern, um für den weiteren Verlauf ein Verständnis der angewendeten Begriffe zu schaffen.

1.1. Der Städtebegriff – eine geographische Annäherung

Für einen ersten Definitionsversuch des Städtebegriffes halte ich eine stadtgeographische Annäherung für sinnvoll, um die grundlegenden Merkmale einer Stadt aufzuzeigen, bevor man sich ihren Akteur:innen zuwenden kann. Worum genau handelt es sich daher bei einer Stadt und wie können wir versuchen, den urbanen Raum grundsätzlich zu definieren?

Der ehemals am Institut für Wirtschaftsgeographie der Ludwig-Maximilians-Universität München tätige Reinhard Paesler zeigt den Nutzen auf, sich dem Forschungsfeld Stadt aus den Blickwinkeln mehrerer sich überschneidender wissenschaftlicher Disziplinen anzunähern. Sei es die Geschichtsforschung mit ihrem Schwerpunkt auf der Stadtgeschichte, die Geographie, die sich unter anderem mit der Lage oder den Standortfaktoren der Städte beschäftigt, oder auch die Anthropologie, die sich mit den Akteur:innen im urbanen Raum auseinandersetzt: Die Stadtforschung bietet ein breit gefächertes Feld der unterschiedlichsten Disziplinen, die durch ihre mannigfaltigen Fragestellungen an das Feld die Forschung bereichern.³⁵

In einer grundlegenden Begriffsbestimmung definiert Paesler eine Stadt grob als „Siedlungseinheit“, deren Definition sich aus verschiedenen Sichtweisen zusammensetzt. Historisch gesehen ist die Stadt eine durch einen Gründungsakt bewusst angelegte Siedlung, die sich in manchen Fällen von einer kleinen ländlichen Siedlung durch zum Beispiel die Verleihung eines Marktrechtes hin zur Stadt wandelte. Dies trifft auch für die Stadt München zu, wie es im Stadtgründungskapitel näher beschrieben wird. Als Klassifizierung von Städten

³⁵ Vgl. Paesler 2008. S. 1.

unterscheidet Paesler zwischen der Lage der Stadt, ihrer historischen Entwicklung, der Größe und den Funktionen, die sie erfüllt.

1.1.1. Gründerstadt mit Versorgungsfunktion

Wendet man diese Klassifizierungseinheiten auf die Landeshauptstadt München an, handelt es sich, historisch betrachtet, bei München in seinem städtegeschichtlichen Ursprung um eine mittelalterliche Stadt.³⁶ Dies gibt bereits Hinweise auf die Stadtgründungszeit.

Gleichzeitig fällt München in eine Subkategorie der mittelalterlichen Stadt, da es sich bei der späteren bayerischen Landeshauptstadt um eine „Gründerstadt“ handelt, die gezielt von ihrem Stadtgründer Heinrich dem Löwen angelegt wurde, um den Handel in der Region unter seine Kontrolle zu bringen. Der Status als „Gründerstadt“ wiederum zeigt eine der damals wichtigsten Funktionen Münchens auf: die Stadt sollte die politische Lage des Welfenherzogs verbessern und eine wichtige wirtschaftliche Funktion durch die Bildung eines neuen Handelsstandpunktes erfüllen.

Laut Paesler eignet sich die Morphologie, die sich mit den Grundrissen der Städte beschäftigt, zwar heutzutage nicht mehr für eine genaue Bestimmung des Stadtbegriffes, da vielen Städten in Europa bestimmende Formelemente fehlen, jedoch kann am Beispiel der mittelalterlichen Stadt mit dem morphologischen Stadtbegriff gearbeitet werden. Die Stadt im Mittelalter war aus Sicht der Formlehre ein von wehrhaften Mauern umgrenzter Ortskern, der dicht bebaut war und keine landwirtschaftlich genutzten Flächen besaß. München war sogar von zwei Stadtmauern umgeben: Der erste Mauerring wurde schätzungsweise bereits unter Münchens Stadtgründer Heinrich dem Löwen angelegt und umfasste eine Fläche von circa 20 Hektar, die im Osten vom Talburgtor [heutiges Spielzeugmuseum am Marienplatz], im Westen vom Kaufingertor / Schönen Turm [an der Ecke des heutigen Kaufhauses Hirmer in der Kaufingerstraße], im Süden vom Inneren Sendlinger Tor [ungefähr auf Höhe des heutigen Ruffinihauses] und im Norden von den Schwabinger Toren [heutige Dienerstraße] begrenzt war. Durch ein starkes Bevölkerungswachstum bereits in den Jahren nach der offiziellen Stadtgründung von 1158 wurde eine Erweiterung der Stadtbefestigung in Auftrag gegeben, die unter Kaiser Ludwig dem Bayern fertig gestellt wurde. Die Stadt innerhalb der Befestigungsanlage wuchs auf bis

³⁶ In Abgrenzung zu älteren Römerstädten in Bayern wie zum Beispiel Augsburg.

zu 90 Hektar an. Neue Stadttore waren nun das heutige Sendlinger Tor, das Schwabinger Tor, das auf der Höhe des Odeonsplatzes stand, das Isartor sowie das Neuhauser Tor, das unter Kurfürst Karl Theodor ab dem Jahre 1791 auch „Karlstor“ genannt wurde. Das Zentrum sowohl der ersten sogenannten „Heinrichsstadt“, die unter dem Stadtgründer entstand, als auch der vergrößerten Stadtanlage war der damalige Marktplatz, der heutige Marienplatz, auf den wir in den folgenden Kapiteln detaillierter zu sprechen kommen.³⁷



War München von der Größenkategorie betrachtet zu dieser Zeit noch eine Kleinstadt mit circa 9.000 Einwohnern, so ist sie heute mit über 1,5 Millionen Einwohnern³⁹ eine Weltstadt, deren Definition mit dem Begriff „Weltstadt“ oder „Millionenstadt“⁴⁰ gleichgesetzt ist. Man denke an den Slogan „Weltstadt mit Herz“, den die Stadt für die Olympischen Spiele im Jahr 1972 gewählt hatte und der bis heute vor allem für touristische Werbezwecke verwendet wird.

Als Funktionsklassifizierung führt Paesler für die moderne Stadt den wirtschaftsgeographischen Städtebegriff an. Im Gegensatz zu der rein wirtschaftlichen Funktion der Stadt als Handelsstützpunkt im Mittelalter, setzt dieser sich mit den heutigen

³⁷ Vgl. Zuber (1989) 1999, Zuber (1991) 2008.

³⁸ Eigene Fotografie des Neuen Rathauses am Marienplatz.

³⁹ Stand 31.03.2020.

⁴⁰ Als „Millionenstadt“ bezeichnet man Städte mit über 1 Millionen Einwohnern, ab circa 5 Millionen Einwohnern spricht man von einer „Megastadt“. Der Begriff der „Weltstadt“ wird unter anderem durch die Klassifizierung des „Globalization and World Cities Research Network“ festgelegt, das jährlich den Index der Weltstädte oder auch „Global Cities“ herausgibt. URL: <https://www.lboro.ac.uk/microsites/geography/gawc/world2020t.html> [19.10.2023].

Akteur:innen in ihrer Rolle als Angestellte und Erwerbstätige auseinander. Hier wird von einer „Versorgungsfunktion“ der Stadt für das Umland ausgegangen, die dieses nicht nur mehr mit Waren versorgt, sondern vor allem Arbeitsplätze schafft.⁴¹

1.1.2. Die City

Auch die Germanistin und Schriftstellerin Hannelore Schläffer bezeichnet das neue, moderne Stadtbild – im Vergleich zur mittelalterlichen Stadt – als genormt und von Vororten und Umland abhängig.⁴² Einen der größten Unterschiede zur mittelalterlichen Stadt sieht sie in der Tatsache, dass es in den heutigen Innenstädten mehr Besucher:innen als Bewohner:innen gibt. Die Städte, und hierbei hauptsächlich die Altstädte, werden zum Großteil von außen – das heißt aus Vororten – während der Laden- und Büroöffnungszeiten belebt. Neben dem Bau der Schnell- und U-Bahnnetze gab es eine Entwicklung hin zur „autogerechten“ Stadt „in der gearbeitet, eingekauft, aber nicht gewohnt und gelebt wird [...]“⁴³ und in der die Belebung der [Alt-] Stadt vor allem von der Größe und Zahl ihrer Einzugsgebiete abhängig ist. Paesler sieht diese Situation als Folge der nach dem Zweiten Weltkrieg städtebaulich umgesetzten Pläne der „Charta von Athen“, die einen funktionalen Städtebau und damit eine „räumliche Trennung der vier Schlüsselfunktionen („Wohnung-Arbeit-Erholung-Verkehr“)⁴⁴ vorschrieb und im Jahre 1933 auf dem Internationalen Kongress für Neues Bauen aufgesetzt wurde. Die Nachteile dieser Trennung waren neben dem erhöhten Verkehrsaufkommen und den mangelnden Erholungseinrichtungen das Aussterben der Innenstadt nach Ladenschluss. Um diese Negativkonsequenzen zu vermeiden, wird seit dem 20. Jahrhundert einer multifunktionalen Struktur der Städte der Vorzug gegeben, auch im Versuch, die Altstädte wieder zu beleben.

Da die Innenstädte zum großen Teil von Pendler:innen belebt werden, darf man die Dichotomie Umland – Stadt bei der Beschäftigung mit der Stadt als Forschungsfeld nicht unberücksichtigt lassen: Mit der Urbanisierung, also der zunehmenden Verstädterung des Raumes seit der Industrialisierung, verflochten sich urbanisiertes Umland und Kernstadt stetig mehr. Das Umland wird zunehmend zum Übergangsbereich zwischen der Stadt und

⁴¹ Vgl. Paesler 2008. S. 10.

⁴² Vgl. Schläffer 2013. S. 18-19.

⁴³ Ebd., S. 37-38.

⁴⁴ Paesler 2008. S. 77.

dem Land und umfasst sowohl Randgemeinden als auch den Stadtrand, wie die Banlieues in Frankreich.

Verschiedenste Push- und Pull-Faktoren sorgten für eine immer weiter anwachsende Land-Stadt-Wanderung, die sich in manchen Regionen und in manchen Epochen bis hin zur Landflucht entwickelte. Die Anziehungsfaktoren waren unter anderem die besseren Chancen auf einen Arbeitsplatz in der Stadt sowie eine bessere rechtliche Stellung — „Stadtluft macht frei“.⁴⁵ Zu den Abwanderungsfaktoren zählte vor allem die Überbevölkerung in kleineren Dörfern sowie der steuerliche Druck der Großgrundbesitzer.

Die Umkehrung der Landflucht, die Desurbanisierung, fand und findet bis zum heutigen Tag dagegen seltener statt. Als Beispiel kann die Abwanderung aus den Städten zu Kriegszeiten gelten. Laut Paesler findet diese Art der Abwanderung heutzutage allerdings nicht direkt von der Stadt auf das Land, sondern in den meisten Fällen von der Stadt hin zur suburbanen Zone als „Wanderung an die Peripherie der Agglomerationsräume“⁴⁶ statt. Es kann daher eher von einer Suburbanisierung gesprochen werden, wenn die Stadtbevölkerung zum Beispiel aufgrund von niedrigeren Mietpreisen, einer grüneren Wohnumgebung oder schnelleren und günstigeren Arbeitswegen⁴⁷ in das Umland wandert und dieses dadurch zunehmend urbanisiert. Hannelore Schläffer fasst diesen Umstand in einem Satz zusammen, wenn sie schreibt: „Die alte Opposition Metropole – Provinz besteht nicht mehr“.⁴⁸

Die Wurzeln der Suburbanisierung können in den Gartenstädten und Vororten der wohlhabenden Bürgerschicht des 19. Jahrhunderts gesehen werden. Eine Verstärkung des Suburbanisierungsbooms findet in Deutschland seit den 1960er Jahren statt; es entstanden vor allem Eigenheimsiedlungen am Stadtrand und in ländlichen Neubaugebieten. Der Pendelverkehr zwischen diesen Siedlungen und dem Stadtkern kann als Beispiel für eine zunehmende Verflechtung von Umland und Stadt einerseits und einer weiteren räumlichen Trennung von Arbeitsplatz und Wohnstätte andererseits gesehen werden. Lagen in der Agrargesellschaft Wohn- und Arbeitsstätte noch dicht beisammen, führte die Industrialisierung ab dem 19. Jahrhundert mit der Bildung von Fabrikarbeitschaften zu

⁴⁵ Ebd., S. 16.

⁴⁶ Ebd., S. 24.

⁴⁷ Durch eine fortschreitende Industrie- und Dienstleistungssuburbanisierung siedeln sich immer mehr Unternehmen im Umland an; viele Betriebe in der *City* bieten den Angestellten „Pendlerpauschalen“.

⁴⁸ Schläffer 2013. S. 47.

einer räumlichen Distanz zwischen Wohnung und Arbeitsplatz, da für die Arbeiterschaft eigens Wohnviertel errichtet wurden, die meist am Rand der Stadt angesiedelt waren, wenn sie nicht direkt auf dem Betriebsgelände angelegt wurden.⁴⁹

Durch die Schaffung öffentlicher Nahverkehrsmittel und die Motorisierung der einzelnen Individuen vergrößerte sich diese Distanz nach dem Zweiten Weltkrieg weiter. Die Beobachtung und Analyse von heutigen Pendlerströmen zeigt, dass die „zentripetalen Pendler aus dem Umland in die Stadt“⁵⁰ weiterhin die größte Gruppe innerhalb der Pendler:innen bilden. Da München zu den monozentrischen Agglomerationsräumen zählt, fließen auch hier die Pendlerströme überwiegend stadteinwärts.

Seit dem 20. Jahrhundert verwischen die Grenzen zwischen Stadt und Land daher zunehmend. Durch das Anlegen von Verkehrsachsen lassen sich „rurbane“ Gebiete, die Thomas Sieverts als „Zwischenstädte“ bezeichnet⁵¹, nicht mehr deutlich von den Städten abtrennen. Der Traum vom Eigenheim, gute verkehrstechnische Anbindungen, die Automobilisierung: all diese Faktoren trugen zu einem stetigen Wachstum der „zones urbaines“ bei, die überwiegend in der französischen Forschung untersucht werden.⁵² Neben der Bildung dieser suburbanen Zonen haben gleichzeitig auch die Innenstädte weiter mit Problemen zu kämpfen, zu denen unter anderem ihr Aussterben zählt. Dies ist auch in der Landeshauptstadt der Fall. Laut dem an der Universität Bonn tätigen Humangeographen Claus-Christian Wiegandt haben sich im Diskurs um die Nutzung des städtischen und damit auch des öffentlichen Raumes zwei Standpunkte herauskristallisiert⁵³: Zum einen wird von einem Verfall der öffentlichen Räume durch vor allem die „Vermallung“ der Innenstädte, also dem zunehmenden Bau von Einkaufszentren nach amerikanischem Vorbild, gesprochen, zum anderem wird parallel von einer „Renaissance“ des öffentlichen Raumes durch vermehrte Nutzung gesprochen, die die Innenstädte beleben kann. In einem späteren Kapitel zu Märkten als öffentliche Räume werden diese verschiedenen Positionen vertieft.

Festzuhalten bleibt, dass diese Entwicklungen die Städteplaner:innen und Verwaltungen zum Handeln zwingen, um die in den öffentlichen Räumen stattfindenden Veränderungen zu

⁴⁹ Vgl. Paesler 2008. S. 121.

⁵⁰ Ebd., S. 36.

⁵¹ Vgl. Sieverts 1998.

⁵² Vgl. Kersting / Zimmermann 2015. S. 59.

⁵³ Vgl. Wiegandt in: Wiegandt 2006. S. 7-11.

nutzen und die Räume nach ihren Vorstellungen zu formen. Daher werden durch die Stadtverwaltungen vermehrt Lösungsansätze gesucht, die Innenstadt weiterhin attraktiv zu gestalten und dem Aussterben der Altstädte entgegenzuwirken.

1.1.3. Die auf den Einzelhandel bezogene Entwicklung in München

Ende Februar 2021 erschien in der Münchner Abendzeitung ein Artikel mit einer lang ersehnten Überschrift: „Letzter Stand am Viktualienmarkt besetzt“.⁵⁴ Dieser letzte noch unbesetzte Stand wurde von der Marktaufsicht München bezogen. Das Standl nicht weit vom Maibaum entfernt war eine der letzten noch leerstehenden Buden. Damit war der Viktualienmarkt seit dem Jahr 2016 zum ersten Mal wieder komplett besetzt. Dieser Umstand wurde allerdings bereits wenige Monate später – beschleunigt durch die Auswirkungen der Pandemie – wieder aufgehoben. Somit ist auch der Viktualienmarkt von einem zunehmenden Problem der deutschen Innenstädte nicht ausgenommen geblieben: dem wachsenden Leerstand.

Reinhard Paesler erwähnt als Grund für diese Entwicklung die zunehmende Motorisierung der Kundschaft, die überdies auf ihre Bequemlichkeit bedacht ist und die gekaufte Ware favorisiert mit dem Auto transportieren möchte. Hierfür stehen in der *City* oft nicht genügend Parkplätze zur Verfügung, weshalb einige Einzelhandelsbetriebe, die mehr Fläche benötigen und sich diese in der Innenstadt nicht leisten können, in die Peripherie abwandern. Auch Schlaffer beobachtet diese Reduzierung des Einzelhandels in den Städten, führt hierfür als Hauptauslöser jedoch den Onlinehandel auf.⁵⁵

Auf Anregung des Deutschen Städtetags bemühen sich nun Bund und Länder dem Aussterben durch Förderprogramme und aufgelegte Sonderfonds entgegen zu wirken. Das Förderprogramm „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“ wird in den kommenden drei Jahren mit 250 Millionen Euro aus Bundesmitteln gefördert. Die Schlüsselpunkte des Programmes sind neben einer Mietpreisbremse für Innenstadtimmobilien auch die Möglichkeit eines vorübergehenden Anmietens der Ladenlokale durch die Städte beziehungsweise des Erwerbs von Kernimmobilien. Das gibt der Stadt Zeit, neue

⁵⁴ Redaktion der Abendzeitung: Letzter Stand am Viktualienmarkt besetzt. In: Onlineausgabe der AZ (abendzeitung-muenchen.de) vom 20. Februar 2021. URL: <https://www.abendzeitung-muenchen.de/muenchen/letzter-stand-am-viktualienmarkt-besetzt-art-707552> [09.02.2023].

⁵⁵ Vgl. Schlaffer 2013. S. 23.

Mieter:innen zu finden. Das ist allerdings nur umsetzbar, wenn das Vorkaufsrecht der Stadt mit einem von einer Gutachterin oder einem Gutachter ermittelten Verkehrswert ausgeübt werden darf und sich nicht nach dem Höchstgebot richtet, das die Städte in vielen Fällen nicht zahlen könnten.⁵⁶

Auch Helmut Dedy, Hauptgeschäftsführer des Deutschen Städtetages, sieht die Corona-Pandemie als Beschleuniger eines schon seit Jahren anhaltenden Trends. Der Einzelhandel in den Innenstädten gerate durch den zunehmenden Onlinehandel während des Lockdowns weiter unter Druck, mehr Läden drohe die Insolvenz, die Städte bekämen die Rechnung für ihre bisherige Konzentration auf High-End-Mieter serviert: „Gerade kleinere inhabergeführte Einzelhändler schaffen es bei den sinkenden Umsätzen oft nicht mehr, die hohen Mietforderungen der Immobilieneigentümer zu erfüllen. Sie müssen dicht machen, wenn es ihnen nicht gelingt, die Mietbedingungen ihrem Umsatz anzupassen“.⁵⁷

Ziel ist eine Transformation der Innenstädte weg von der Abhängigkeit vom Einzelhandel hin zu einem breiter gefächerten Nutzungsmix aus „Wohnen, Arbeiten, Gewerbe, Kultur, Restaurants und Tourismus“, so Burkhard Jung, der Präsident des Deutschen Städtetages. Entscheidend sei jedoch erst den Leerstand aktiv zu bekämpfen, um die Innenstädte weiter als „Wohnzimmer der Stadt“ zu beleben. Denn: „Wer in die Innenstadt kommt, möchte anderen begegnen, sich treffen und etwas Besonderes erleben. Hier muss das Herz der Stadt pulsieren“.⁵⁸

Der Viktualienmarkt ist der Münchner Innenstadt hier bereits einen Schritt voraus. Generell ist anzumerken, dass München von dieser Entwicklung bisher im Vergleich mit anderen deutschen Großstädten nur in geringerem Umfang betroffen war. Durch eine gute ÖPNV-Anbindung sowie touristische Besucher:innen in der Altstadt als auch die „kaufkräftige Bevölkerung in Stadt und Umland“⁵⁹ hat die Innenstadt Münchens nicht im großen Stil an Attraktivität eingebüßt. Der Nutzungsmix war bereits weiter vorangeschritten und die Stadt sieht daher die negativen Tendenzen hin zu einer Abwanderung der Geschäfte noch nicht so

⁵⁶ Deutscher Städtetag: „Förderprogramm Innenstadt“ des Bundes soll Corona-Folgen auffangen helfen. Berlin 25.02.2021. URL: <https://www.staedtetag.de/presse/pressemitteilungen/zukunft-der-innenstadte> [26.02.2021].

⁵⁷ Deutscher Städtetag: Wir wollen die Veränderung der Innenstädte aktiv gestalten. Berlin 22.02.2021. URL: <https://www.staedtetag.de/presse/pressemitteilungen/corona-erreichte-erfolge-nicht-verspielen-1> [26.02.2021].

⁵⁸ Deutscher Städtetag: „Förderprogramm Innenstadt“ des Bundes soll Corona-Folgen auffangen helfen. Berlin 25.02.2021. URL: <https://www.staedtetag.de/presse/pressemitteilungen/zukunft-der-innenstadte> [26.02.2021].

⁵⁹ Paesler 2008. S. 100.

deutlich wie andernorts. Inwieweit die Folgen der Pandemie diese Abwanderung jedoch noch verstärken wird, bleibt abzuwarten.

Um dem Trend der Abwanderung des Einzelhandels an den Stadtrand und der Verödung der Altstadt im Allgemeinen entgegenzuwirken, wurden in dem vom Referat für Stadtplanung und Bauordnung herausgegebenen Heft „Innenstadtkonzepte“ die Handlungs- und Leitlinien der Stadt München mit Blick auf eine Aufwertung der Innenstadt vorgestellt. Zum bereits genannten Punkt der Verödung der Altstadt werden Maßnahmen zur Förderung des Wohnungsbaus in der Altstadt angeführt: „Die Forderung nach 20-30 % Wohnflächenanteil in Kerngebieten konnte vor allem bei größeren Bauvorhaben erfolgreich eingebracht werden“.⁶⁰ Es ist jedoch gleichzeitig auch von einem „zahlungskräftigen Klientel“ und dem „gehobenen Immobiliensegment“⁶¹ die Rede, wie wir es zum Beispiel in den Fünf Höfen finden. Zwar wird Wohnraum für alle sozialen Schichten gefordert, ob diese Forderung jedoch in nächster Zeit umgesetzt werden kann, bleibt abzuwarten.

Laut der Handlungsleitlinie den Einzelhandel betreffend, ergeben sich durch eine hohe Besucherzahl [bis zu 20.000 Passanten am Tag] Spitzenmieten in den Haupteinkaufsstraßen [bis zu 250 Euro/m²]. Mittelständischer Einzelhandel wurde in den letzten Jahrzehnten zunehmend von großen Ketten verdrängt. Daher sollen vor allem kleine Läden unterstützt und Nebenrouten zusätzlich zu den Haupteinkaufsmeilen ausgebaut werden, um den Passantenstrom weiter zu fächern. Aus verkehrstechnischer Sicht sollen, wie in den letzten Jahren zum Beispiel entlang der Sendlinger Straße bereits geschehen, zunehmend Fußgängerzonen errichtet werden. Der Ausbau der Park-and-Ride-Plätze hat zum Ziel, mehr Besucher zum Umstieg auf den öffentlichen Nahverkehr zu bewegen.⁶²

Diese Maßnahmen sollen auch nach der Corona-Pandemie zur Attraktivität der Innenstadt Münchens beitragen. Das Ziel dieser Bestrebungen ist es daher, die Innenstadt als belebten – und damit auch gelebten – Raum zu erhalten und Strukturen zu schaffen, die diese Entwicklung auch in Zukunft begünstigen sollen.

⁶⁰ Landeshauptstadt München - Referat für Stadtplanung und Bauordnung 2007. S. 10.

⁶¹ Ebd., S. 11.

⁶² Vgl. ebd., S. 32.

1.2. Der „gelebte Raum“ – Eine kulturanthropologische Annäherung

Entfernen wir uns nun von den oben genannten grundlegenden stadtgeographischen Beobachtungen und wenden wir uns der anthropologischen Bedeutung der Stadt zu. Ein erster Schritt ist hierbei die Fachrichtung der Humangeographie, die versucht, „räumliches Denken auf die Ebene des historischen Denkens“⁶³ zu heben.

Eine zunehmende Beschäftigung mit der Theorie des *spatial turn*, unter anderem durch den Geographen Edward W. Soja führte in der Human- oder auch Kulturgeographie zu einem wachsenden Interesse an der Stadt als Forschungsgebiet. Bei der Theorie des *spatial turns* geht es um die Vergesellschaftung des Raumes, um die Raumproduktion durch das Individuum und, in Anlehnung an die Thesen von Michel Foucault und Henri Lefèbvre, den „gelebten Raum“ als sich wandelndes und beeinflussbares sowie beeinflussendes Konstrukt. In der Auseinandersetzung mit dem urbanen Raum als „gelebtem Raum“ greift die Humangeographie auf die Forschungsansätze der „Chicago School of Urban Sociology“ mit ihren an Darwins Thesen angelehnten sozioökologischen Forschungen zurück, die die Besetzung spezifischer Bereiche im urbanen Raum durch verschiedene Gruppen analysieren. Die durch diese Forschungen bereits ab den 1920er Jahren entstandenen Stadtmodelle waren nach Reinhard Paeslers Ansicht „Meilensteine auf dem Weg zur Modellbildung bei Studien zur Stadtstruktur und Stadtentwicklung und haben bis in die Gegenwart viele weiterführende Arbeiten zur Stadtforschung beeinflusst“.⁶⁴

Der Begriff des *spatial turns*, der erstmals im Werk des Humangeographen Edward W. Soja auftauchte, wird mit Hilfe interdisziplinärer Beiträge in Dörings und Thielmanns Werk vertieft dargestellt.⁶⁵ Es soll hierbei nicht mehr der Begriff selbst hinterfragt, sondern die Frage geklärt werden, wie mit ihm gearbeitet werden kann.⁶⁶

⁶³ Soja in: Döring / Thielmann 2008. S. 252.

⁶⁴ Paesler 2008. S. 112.

⁶⁵ Vgl. Döring / Thielmann 2008.

⁶⁶ Die Kritik liegt bei einem inflationären Gebrauch der Turn-Theorien wie dem „iconic turn“ oder dem „translational turn“, der die eigentliche Reichweite der Begrifflichkeiten in Frage stellt. Eine fachübergreifende Übersicht über die verschiedenen „Turns“ bietet Doris Bachmann-Medick [Bachmann-Medick, 2018].

1.2.1. Der *spatial turn*

Karl Schlögel ist in der Geschichtswissenschaft der „Impulsgeber“⁶⁷ für die Beschäftigung mit dem Begriff des *spatial turn*, indem er fordert, dass der Raum gegenüber der Zeit nicht vernachlässigt werden dürfe, was für ihn im 19. Jahrhundert mit dem Siegeszug des Historismus über die Geographie begann, der den Raum in die Randbereiche der wissenschaftlichen Forschung gedrängt hatte. Diese Dominanz der Zeit sollte aufgehoben werden.⁶⁸ Den Historismus definierten Jaeger und Rüsen als „erste Epoche in der Geschichte des historischen Denkens und der Geschichtsschreibung, in der sich die Geschichte als Fachwissenschaft ausbildet und in den Formen eines akademischen Betriebes institutionalisiert, die wir heute noch kennen“.⁶⁹ In ihm und mit ihm verfestigte sich der rezessive Standpunkt des Raumes in der Forschung.

Auch wenn Karl Schlögel als Vorreiter des *spatial turn* gilt, muss an seinem Werk „Im Raume lesen wir die Zeit“⁷⁰ die Kritik angebracht werden, dass seine Arbeit laut Döring und Thielmann einen bereits vor dem Zweiten Weltkrieg Bestand habenden, stagnierten Forschungsstand wiedergibt, der sich auf den „von der Fachgeschichtsschreibung gründlich diskreditierten Anthropogeographen [...]“⁷¹ Friedrich Ratzel stützt, dessen in seiner Forschung benutzten Begrifflichkeiten später in der Lebensraum-Ideologie der Nationalsozialisten ihren Ausdruck fanden.⁷²

Trotz dieser durchaus angebrachten Kritik sollte auf die „Augenarbeit“ Schlögels verwiesen werden, die er in seiner Monographie beschreibt und die Jürgen Osterhammel in seiner Rezension in *Der Zeit* als „Hinab vom Hochsitz der Lektüre“⁷³ betitelte: Wir müssen lernen, unseren Augen zu vertrauen, Sinneseindrücke, die uns im Feld widerfahren, festzuhalten und damit subjektive, individuelle Erfahrung als solche zu verstehen und wertzuschätzen, um eine Art der Objektivität zu vermeiden, die sich „herrschaftlich in der Beletage, in den Kommandozentralen des wissenschaftlichen Establishments eingerichtet hatte, von wo aus

⁶⁷ Döring / Thielmann 2008. S. 22.

⁶⁸ „[S]pace became steadily subordinated to time in modern consciousness“. In: Warf / Arias 2009. S. 2.

⁶⁹ Jaeger / Rüsen 1992. S. 8.

⁷⁰ Vgl. Schlögel 2003.

⁷¹ Döring / Thielmann 2008. S. 21.

⁷² Vgl. Rau 2013.

⁷³ Osterhammel, Jürgen: Hinab vom Hochsitz der Lektüre. Karl Schlögel wirbt dafür, die Wirklichkeit ernst zu nehmen. In: Die Zeit Nr. 42 vom 09. Oktober 2003. URL: https://www.zeit.de/2003/42/ST-Schl_9age1 [05.02.2023].

sie wie in Bentham's Panoptikum auf alle anderen außer sich selbst blickte, strafend, zusprechend, sortierend, taxierend, Mittel verteilend“.⁷⁴ Dieser Vorstellung entspricht der *Sinnesraum*, wie ihn Hartmut Böhme beschreibt.⁷⁵ In einem späteren Kapitel wird der Viktualienmarkt als Sinnesraum genauer beleuchtet.

Der Historiker, aber damit auch der Forschende, der sich mit geschichtlichen Zusammenhängen befasst, wird laut Schlögel als „Angehöriger einer anderen Zeitheimat“⁷⁶ und damit diese andere Zeit betreffend als erfahrungsarm wahrgenommen. Dies hat zur Folge, dass eine intensive Beschäftigung mit dem zu erforschenden Zeitraum erfolgen müsste, um diese Erfahrungsarmut auszugleichen. In der vorliegenden Arbeit wurde versucht, diesen Ansatz konsequent zu verfolgen, was sich in einem proportional größeren Anteil des historischen Rückblickes zeigt, der meines Erachtens notwendig ist, um sowohl den Ist-Zustand als auch einen Ausblick in zukünftige Entwicklungen geben und somit das Forschungsobjekt in seiner Gesamtheit darzustellen zu können.

Markus Schroer spricht in seinem Aufsatz „Bringing Space back in – Zur Relevanz des Raumes als soziologische Kategorie“⁷⁷, wie viele seiner Kolleg:innen, von einer „Auflösung des Raumes“ und der Scheu der Sozialwissenschaften, sich mit dem Begriff „Räumlichkeit“ auseinanderzusetzen, die zum einen als selbstverständlicher Teil der Forschung gesehen⁷⁸, zum anderen in vielen Forschungen oft hintangestellt wurde, um sozusagen der Geographie als wissenschaftlicher Disziplin nicht das Wasser abzugraben. Lag der Schwerpunkt der kulturellen Disziplinen eher auf dem Raum als soziales Gebilde, wurde der natürliche Raum vernachlässigt oder wie bei Bourdieu als „ungeeigneter Raum“⁷⁹ gefasst. Wenn man der Frage nach der Gestaltung des Raumes durch die Akteur:innen nachgeht, muss man sich bewusst sein:

„[W]enn es also ein Produzieren von Raum gibt, dann gibt es auch das Produkt Raum. Zwar mögen Räume niemals ein für allemal [sic] fertig, starr und unveränderbar sein; aber Räume sind eben auch

⁷⁴ Schlögel 2003. S. 271.

⁷⁵ „Wie der Orientierungs- und Gefühlsraum weist auch der Sinnesraum eine leibliche Zentrierung auf. Er erschließt den *mundus sensibilis*, der nach den Modalitäten der Sinne gegliedert ist: Auge, Ohr, Haut und Hand, Nase, Zunge sowie Gleichgewichtssinn“. In: Böhme in: Günzel 2009. S. 195.

⁷⁶ Schlögel 2003. S. 271.

⁷⁷ Schroer in: Döring / Thielmann 2008. S. 125-148.

⁷⁸ Mit dem Begriff arbeiteten unter anderem bereits Georg Simmel, Pierre Bourdieu oder Émile Durkheim.

⁷⁹ Schroer in: Döring / Thielmann 2008. S. 134.

nicht permanent im Fluss und beliebig veränderbar. Individuen machen die Erfahrung, dass sie in Räume eintreten, die sie nicht (mit)geschaffen haben und die sie nicht verändern können“.⁸⁰

In seinem Aufsatz „Vom Zeitgeist zum Raumgeist. New Twists on the Spatial Turn“⁸¹ definiert Edward E. Soja den *spatial turn* als neue Möglichkeit, den Raumbegriff zu denken. Daher soll er in seiner Begrifflichkeit tiefgreifender und auch interdisziplinärer als andere, gefühlt fast inflationär gebrauchte *turns*, gehen. Historisch gesehen stellten für Soja der Aufstieg der Sozialwissenschaften im 19. Jahrhundert und das gleichzeitige Versinken der Geographie als „lediglich beschreibende Disziplin“⁸² den Ursprung des *spatial turns* dar: Der Raum wurde in der Forschung nur ein passiver Bestandteil, zeitliche Prozesse und Abläufe rutschten in den Forschungsfokus. Heute sieht es Soja als Aufgabe der Kultur- und Sozialwissenschaften, die Balance zwischen Raum und Zeit wieder herzustellen. Dies kann erfolgen durch die Anknüpfung an die Tradition der *Chicago School*, die als Vorreiter mit Burgess's „concentric zone theory“ und dem Begriff der „urbanen Kausalität“ den Einfluss des urbanen Raumes auf gesellschaftliche und ökologische Prozesse aufgezeigt haben. Als Pioniere des *spatial turn* in den 1960er Jahren können Michel Foucault und Henri Lefèbvre sowie dessen Schüler David Harvey gezählt werden. Näher eingegangen wird an dieser Stelle auf Lefèbvre mit den von ihm geschaffenen Begriffen des „perceived space“, dem sinnlichen Raum, und dem „conceived space“, dem mentalen Raum, die in der Forschung miteinander verknüpft werden und „das Ausmaß des räumlichen Denkens erweiteren [sollen], bis es dem des historischen Denkens gleichkommt“.⁸³

Wenn wir in dieser Arbeit den Viktualienmarkt als „gesellschaftlich produzierte[n] Raum“⁸⁴, aber auch als „gelebte[n] Raum“ nach Lefèbvre⁸⁵, betrachten, ergibt sich aus dieser Betrachtungsweise das Bewusstsein über die Veränderbarkeit und Wandelbarkeit des Raumes, der dann keine unveränderbare Konstante in der Forschung darstellt, sondern als beweglich und variabel empfunden wird. Weiterführende Forschungsfragen, die sich aus diesem Konzept ergeben, wären, wie sich der zu erforschende Raum im Laufe der Zeit verändert, angepasst oder umfunktioniert hat.

⁸⁰ Ebd., S. 137.

⁸¹ Vgl. Soja in: Döring / Thielmann 2008. S. 241-259.

⁸² Ebd., S. 245.

⁸³ Ebd., S. 251.

⁸⁴ Ebd., S. 252.

⁸⁵ Vgl. ebd., S. 255.

Der Geograph Gerhard Hard fügt durch seinen semantischen Ansatz⁸⁶ noch eine weitere Ebene hinzu: Nicht nur die Ebene der reinen „Raumwirkung“ mit dem Menschen als „Raumtier“⁸⁷ wird betrachtet, sondern auch eine symbolische Ebene, auf der Raum zum einen in die sich dort befindenden Individuen eingeschrieben wird und sich zum anderen eine Veränderung der durch die Individuen in den Raum eingeschriebenen Eigenschaften vollziehen kann.⁸⁸ Dies steht im Gegensatz zur Raumdeutung von Markus Schroer, der von einer „Prägung“ der Individuen durch den Raum, jedoch auch von einer Unveränderbarkeit der in den Raum eingeschriebenen Eigenschaften ausgeht.

Allerdings kritisiert Hard gleichzeitig das Ausdeuten der symbolischen Ebene, die für ihn nicht nur am Raum selbst, sondern an allerhand Anderem festgemacht werden kann. Diese symbolische Ebene stellt neben dem Schriftsteller und Semantiker Umberto Eco auch Karlfried von Dürckheim in den Mittelpunkt seiner Definition des „gelebten Raumes“:

„[I]m gelebten Raum ist der Mensch mit seiner ganzen Wesens-, Wert- und Lebenswirklichkeit drin [...]. Der gelebte Raum ist für das Selbst Medium seiner leibhaftigen Verwirklichung, Gegenform oder Verbreiterung, Bedroher oder Bewahrer, Durchgang oder Bleibe, Fremde oder Heimat [...]. Der konkrete Raum des entwickelten Menschen ist ernst zu nehmen in der ganzen Fülle der in ihm erlebten Bedeutsamkeiten [...]. Der konkrete Raum ist ein anderer je nach dem Wesen, dessen Raum er ist und je nach dem Leben, das sich in ihm vollzieht. Er verändert sich mit dem Menschen, der sich in ihm verhält, verändert sich mit der Aktualität bestimmter Einstellungen und Gerichtetheiten, die – mehr oder weniger augenblicklich – das ganze Selbst beherrschen [...]. So sind der Mensch und sein Raum im aktuellen und im strukturellen Sinn aufeinander gestellt“.⁸⁹

Meines Erachtens ist jedoch, sofern sich die oder der Forschende weiterer Ausdeutungsmöglichkeiten anderer semantisch relevanter Gegenstände und Situationen bewusst bleibt, eine Deutung des Raumes auf semantischer Ebene ein Forschungsansatz, den es sich zu verfolgen lohnt. Sogar wenn wir davon ausgehen, dass der Begriff des Raumes als „anmutungsreiche Vokabel noch in die trivialsten Trivialitäten eine pompöse (Viel-) Bedeutsamkeit hineinzuraunen vermag“,⁹⁰ lohnt sich gerade deshalb der Blick hinter die

⁸⁶ Vgl. Hard in: Döring / Thielmann 2008. S. 263-315.

⁸⁷ Vgl. ebd., 290.

⁸⁸ Vgl. ebd., S. 290-291.

⁸⁹ Von Dürckheim in: Günzel 2013. S. 316-318.

⁹⁰ Hard in: Döring / Thielmann 2008. S. 291.

pompöse Fassade des Begriffes auf gerade eben jene Trivialitäten, die bei näherer Betrachtung etwas von dieser Trivialität verlieren könnten.

Eine Wechselwirkung und damit stattfindende Beeinflussung zwischen Raum und gesellschaftlichen Prozessen kann ihren Ausdruck in einer „Politisierung des Raumes“⁹¹ finden. Soja arbeitet hier einerseits mit dem Begriff des „Räumlichen Kapitals“, andererseits mit der „Räumlichen Gerechtigkeit“: Ersterer beschäftigt vorrangig Ökonom:innen, die in Anlehnung an Jane Jacobs Theorie des Ursprungs revolutionärer gesellschaftlicher Prozesse im urbanen Raum dazu übergehen „diese kreative, generative, innovative Kraft städtischer Agglomerationen als eine Hauptantriebskraft der urbanen wirtschaftlichen Entwicklung einzuschätzen“⁹², der zweite Begriff kann in der politischen Praxis Anwendung finden, wenn er Ungerechtigkeiten und diskriminierende Strategien beschreibt, die eine Art von Räumen einer anderen Art vorziehen; so in Sojas Beispiel der Bevorteilung der Vorstädte gegenüber den Innenstädten anhand des öffentlichen Busnetzes in Los Angeles.

Wenn dann der Geschichtswissenschaftler Eric Piltz vom Begriff des *spatial turn* und dessen Bedeutung für Historiker:innen und in der Geschichtswissenschaft als Beschreibungskategorie auf Grundlage der „Géohistoire“ von Fernand Braudel spricht⁹³, geht es ihm darum, die „Geschichte in ihren räumlichen Bedingungen zu denken und den Veränderungen der Raumwahrnehmung selbst auf die Spur zu kommen“.⁹⁴ Es soll die „Wechselbeziehung zwischen physischen Bedingungen und (menschlichen) Handlungen untersucht [werden], wobei Raum das Ergebnis dieser Wechselbeziehung ist und sich in den Vorstellungen von Räumlichkeit, Grenzen und den Darstellungen derselben äußert“.⁹⁵

Wenn wir daher von einem lebendigen, fluiden Raumbegriff in dieser Forschung ausgehen, der einen wandelbaren und variablen Raum beschreibt, wie es im Titel der vorliegenden Arbeit ja bereits mit dem Begriff „Wandel“ angedeutet wird, gehen wir im Umkehrschluss nicht von einem toten, unveränderbaren und damit gleichzeitig auch komplett abgeschlossenen Raum aus. Ein Raum kann physisch geschlossen sein – man denke an das Konzept der Marktgrenzen –, jedoch auf anderen Ebenen nie abgetrennt von äußeren

⁹¹ Soja in: Döring / Thielmann 2008. S. 257.

⁹² Ebd., S. 258.

⁹³ Vgl. Piltz in: Döring / Thielmann 2008. S. 75-102.

⁹⁴ Piltz in: Döring / Thielmann 2008. S. 94.

⁹⁵ Ebd., S. 94.

Einflüssen existieren. Sobald sich Individuen im Raum bewegen und damit ihren Einfluss auf den Raum ausüben, dessen Einflüssen sie wiederum selbst unterliegen, kann von einem komplett abgeschlossenen Raum keine Rede mehr sein. Es erfolgt eine Betrachtung des Raumes als *Universalmedium* nach Rudolf Schögl, der den Raum als ein vielschichtiges Objekt betrachtet. Piltz beschreibt diesen Ansatz:

„Raum wird selbst zum Medium, das wie die Sprache eine Vermittlungsfunktion übernimmt. Entlang dieses Verständnisses ist der Begriff Raum nicht auf seine physische Erscheinung beschränkt. Vielmehr zielt die Herangehensweise, Raum als ein Medium zu betrachten, auf die Herstellung von mit Bedeutung aufgeladener Objekte und ihrer Situierung in einem räumlichen Ensemble. Die Leitfrage ist nicht die nach einer physischen Qualität des Raumes, sondern nach dessen sozialer und kultureller Aneignung“.⁹⁶

Diese Betrachtungsweise des Raumes als Universalmedium schließt eine weitere Ebene – die Ebene der Zeit – mit ein.

1.2.2. Zur Binarität von Raum und Zeit

Die Bevorzugung von Zeit gegenüber Raum in unterschiedlichen Wissenschaften wird schon von Edward W. Soja in seinem Aufsatz „Taking space personally“⁹⁷ beschrieben, wenn er festhält, der *spatial turn* sei „an attempt to develop a more creative and critically effective balancing of the spatial/geographical and the temporal/historical imaginations“.⁹⁸

Die Biographien der Akteur:innen müssen daher nicht nur als sich zeitlich gestaltende Lebensgeschichten wahrgenommen werden, sondern die Verankerung der Akteur:innen in den spezifischen Raum soll in ihren Biographien mitgedacht werden. Dies ist besonders in Bezug auf die Marktkaufleute am Viktualienmarkt von Bedeutung, da hier die Verankerung im Raum „Viktualienmarkt“ in der Biographie jedes einzelnen eine große Rolle spielt. Wenn Aleida Assmann daher von einem Übergang von der Chronologie zu Topologie spricht, die man „Stück für Stück vor Ort entziffern kann“,⁹⁹ so wird deutlich, dass im Raum-Zeit-Kontinuum der Raum zunehmend an Bedeutung gewinnt und neben der Zeit als gleichwertiger Part auftreten muss, um seine identitätsstiftende Wirkung aufzuzeigen. Wenn im Laufe dieser Arbeit über identitätsstiftende Räume gesprochen wird, so wird die

⁹⁶ Ebd., S. 81.

⁹⁷ Soja in: Warf / Arias 2009. S. 11-35.

⁹⁸ Ebd., S. 12.

⁹⁹ Assmann (1999) 2018. S. 311.

räumliche Verortung der Akteur:innen auf dem Markt zu einem bedeutenden Merkmal ihrer Teilidentität als Händler:in.

Die Geburtsstunde des *spatial turn* liegt laut Soja in den 1960er Jahren mit Henri Lefèbvre und Michel Foucault, die sich in Paris fast zeitgleich mit der Dichotomie von Raum und Zeit und mit dem *espace vécu* auseinandersetzten. Sich auf die Thesen Lefèbvres stützend schrieb Soja: „Socialization and spatialization were intricately intertwined, interdependent and often in conflict“.¹⁰⁰ Seine Kritik an den Kolleg:innen als „Marxist geographers“ basierte auf der Vernachlässigung des Zusammenhangs zwischen Raum und Klasse beziehungsweise sozialer Struktur in den Forschungen. Die aus dieser Kritik heraus formulierte Trialektik zwischen Räumlichkeit – Geschichtlichkeit – Gesellschaftlichkeit¹⁰¹ wurde ab Mitte der 1990er Jahre auch von anderen Fachrichtungen, unter anderem den Historiker:innen, aufgegriffen und eine Hinwendung zur Theorie des *spatial turns* entwickelte sich gleichzeitig zu einem erwachenden Forschungsinteresse an der *Urban Culture*, der Stadtkultur in den Vereinigten Staaten. War nach dem Zweiten Weltkrieg der Einfluss der Chicagoer Schule als Impulsgeber der Stadtforschung zurückgegangen, so ermöglichte eine Auseinandersetzung mit dem *spatial turn* auch für andere Fachrichtungen, wie die der Anthropologie, eine neue Sichtweise auf die Stadt als Forschungsfeld und war zugleich ein neuer Anstoß für die Urban Studies.

Die Ebene der Zeit sollte daher in der Auseinandersetzung mit dem Begriff des Raumes miteingebunden werden.

Für die vorliegende Arbeit hat das Einbeziehen beider Ebenen zur Folge, dass der Viktualienmarkt einerseits als „gelebter“ und belebter Raum betrachtet werden muss, der zwar räumlich durch seine Marktgrenzen abgesteckt ist, jedoch als bewegter Raum in Wechselwirkung mit den Akteur:innen tritt, die in ihm agieren. Andererseits wird auf der zeitlichen Ebene zum einen die historische Entwicklung des Marktes und damit die zeitliche Abfolge seiner Biographie festgelegt, zum anderen werden auch die Biographien der verschiedenen Akteur:innen auf dem Markt, wie den Händler:innen, räumlich eingeordnet, in dem der Alltag dieser Menschen eng mit dem Viktualienmarkt verknüpft ist.

¹⁰⁰ Soja in: Warf / Arias 2009. S. 21.

¹⁰¹ Vgl. ebd., S. 22.

Die Binarität von Raum und Zeit ist daher auch für die Stadtforschung von Interesse und die Stadtforschung als Raumforschung gewann auch in der deutschsprachigen Volkskunde immer mehr an Bedeutung.

1.2.3. Stadtforschung in der deutschsprachigen Volkskunde

In seinem Werk „Forschungsfeld Stadt – Zur Geschichte der volkskundlichen Erforschung städtischer Lebensformen“¹⁰² erläutert der Schweizer Volkskundler Thomas Hengartner einen historischen Rückblick auf die Auseinandersetzung mit der Stadt als Forschungsfeld in der deutschsprachigen Volkskunde.

War laut Hengartner diese Auseinandersetzung lange Zeit nicht gegeben, so bildete sich erst mit der Neuausrichtung des Faches in den 1960er Jahren ein deutliches Forschungsinteresse heraus. Bis dahin war der Blick auf die Stadt sozusagen nur aus dem Augenwinkel heraus erfolgt, Hengartner spricht von einem „ländlichen Blick“, der eine „Spezifik städtischer Da- und So-Seinsformen“ ausblendet oder abwertet.¹⁰³

Das Forschungsinteresse lag im Schwerpunkt auf der Gegenüberstellung Stadt / Land, wobei der Fokus der Forschung an sich die Stadt als reine Gegendarstellung gegenüber dem Dörflichen und `Brauchtümlichen´ ansieht. Erst seit dem Ende der 1980er Jahre wird die [Groß-]Stadt zunehmend als eigenständiges Forschungsfeld betrachtet.¹⁰⁴

Bilden die Stadtkultur und urbane Fragestellungen in der modernen Europäischen Ethnologie mittlerweile einen festen Bestandteil des Fachkanons, so zeigt die Arbeit Hengartners den Werdegang dieses Themenfeldes auf:

„Die Auseinandersetzung mit der Geschichte volkskundlichen und protovolkskundliche Umgangs und Nicht-Umgangs mit dem Forschungsfeld >Stadt< bezweckt aber mehr als eine bloße Bestandsaufnahme, vielmehr steht im Vordergrund, die dort in ihren spezifischen Erörterungszusammenhängen zutage tretenden Wahrnehmungs- und Bewertungsmuster von Urbanität im Lichte des gegenwärtigen Diskurses zu reflektieren, aber auch auf eine mögliche Relevanz für und Übertragbarkeit auf heutiges Arbeiten hin zu befragen“.¹⁰⁵

¹⁰² Vgl. Hengartner 1999.

¹⁰³ Ebd., S. 61.

¹⁰⁴ Vgl. ebd., S. 9.

¹⁰⁵ Ebd., S. 29-30.

Als einer der Vorreiter der volkskundlichen Stadtforschung gilt der Münchner Historiker Lorenz Westenrieder mit seiner Beschreibung der Residenzstadt München. Nach ihm ist, neben seinem Denkmal auf dem Promenadeplatz, auch eine Straße zum Viktualienmarkt führend benannt, in der sein Geburtshaus steht.

Mit Adolf Spammers (1883 – 1953) Impulsen der 1920er Jahre zur Neuausrichtung der Volkskunde und damit einer mehr gegenwartsbezogenen Forschung, rückte die Stadt als Forschungsfeld in den Mittelpunkt.¹⁰⁶ Sind bei Spamer die Stadt und die umgebenden ländlichen Gebiete noch mit gleichem Maß zu messen, was bedeutet, unter anderem mit gleicher Methodik und von den gleichen Grundthesen ausgehend zu untersuchen, so forderte die „Wiener Volkskunde“ mit Leopold Schmidt in den 1940er Jahren eine eigenständigen Großstadtvolkskunde.¹⁰⁷ Hengartners Werk enthält eine ausführliche Darstellung einzelner Arbeiten mit stadtforschungsrelevanten Schwerpunkten bis in die 1960er Jahre hinein. Als besonders wegweisend für die volkskundliche Städteforschung hebt der Autor zum einen die Münchner Schule mit Hans Moser und Karl-Sigismund Kramer und dem von Kramer geprägten Begriff der „Lebensstile“ hervor, zum anderen den Umkreis des Tübinger Institutes mit Hermann Bausingers Kritik an einem „Nicht-Umgang“ mit dem Thema Stadt als Forschungsfeld. Auch Helge Gerndt mit seinem Beitrag zur Stadt als Mikrokosmos in den 1980er Jahren war wegweisend für die weitere Auseinandersetzung des Faches mit dem urbanen Raum. In der volkskundlichen Forschung seit den 1990er Jahren sieht Hengartner eine zunehmende Beschäftigung mit Stadtforschungsthematiken:

„Volkskunde der Stadt bildet kaum ein geschlossenes, kohärentes und ganzheitlich reflektiertes Themenfeld; Volkskunde in der Stadt hingegen hat sich selbstverständlich und in unterschiedlichsten Facetten etabliert, und zwar weit über eine bloß nominelle Anbindung an städtische Kontexte hinaus“.¹⁰⁸

Ein Forscher, der sich über den deutschsprachigen Raum hinaus mit dem Phänomen der Stadtforschung beschäftigt und damit für Hengartner „in einer neuen Weise über das Fach hinaus blickt“¹⁰⁹, ist der frühere Soziologe und spätere Europäische Ethnologe Rolf Lindner.

¹⁰⁶ Vgl. ebd., S. 73.

¹⁰⁷ Vgl. ebd., S. 78-85.

¹⁰⁸ Ebd., S. 170.

¹⁰⁹ Ebd., S. 158.

Mit seinen Ausführungen zur Geschichte und den Forschungsansätzen der Chicagoer Schule gehört er bis heute zu meist rezierten Stadtforscher:innen.

1.2.4. Die Einflüsse der *Chicago School*

Die Arbeiten der Chicagoer Schule gelten als einer der wichtigsten Referenzpunkte der Stadtforschung in der Stadtsoziologie, die neue Standards setzten und mit ihrer quasi-journalistischen Vorgehensweise eine neue Ära der Stadtforschungsmethodik einläuteten. Einer der wichtigsten Köpfe der *Chicago School*, George Ezra Park, arbeitete lange Jahre erst als Journalist, bevor er an die Fakultät berufen wurde.¹¹⁰ Diese Zeit stellte sich als prägend für seine späteren Forschungen im universitären Umfeld heraus, da er sie als eine Art „Lehrzeit“ ansah, die es ihm ermöglichte, sich einen neuen, andersartigen Zugang zu seinen Forschungsfeldern zu eröffnen: Die City-Reportage. Damit galt bei Park der Forscher als *City-Editor*.¹¹¹

Anfang des 20. Jahrhunderts arbeitete er als Ghost Writer für den schwarzen Bürgerrechtler Booker T. Washington¹¹² und unternahm mit diesem eine Europareise, um sich mit der europäischen Unterklasse zu beschäftigen und deren Situation mit der schwarzen Bevölkerung in den Vereinigten Staaten zu vergleichen, was in dem Werk „The Man Farthest Down“ resultierte, bei dem Park als Co-Autor genannt wurde. Im Jahr 1912 lud Park dann William Isaac Thomas vom soziologischen Department der Chicagoer Universität zu einer Konferenz in Tuskegee. Dieser ersten Begegnung folgte eine Einladung von Thomas an Park als Dozent für Rassenfragen dort zu unterrichten. Eines seiner herausragendsten Konzepte, das des „Marginal Man“, brachte Park mit nach Chicago. Dieses Konzept war in der Zusammenarbeit mit Washington entstanden und wurde an der Universität nun zu einem „bedeutenden heuristischen Prinzip für die Untersuchung soziokultureller Randständigkeit“.¹¹³

In seinem Antrittsaufsatz „The City: Suggestions for the Investigation of Human Behavior in the City Environment“ bildeten sich bereits die wichtigsten Leitideen der späteren „Chicago

¹¹⁰ Parks Interesse an der Soziologie wurde durch einen Artikel über Opiumhöhlen geweckt, den er für das Minneapolis Journal verfassen sollte, und durch seine Arbeit in New York gewann er erste Einblicke in die urbane Forschung. Vgl. Lindner 2007. S. 62-65.

¹¹¹ Vgl. Lindner 2007. S. 60-61.

¹¹² Vgl. ebd., S. 70.

¹¹³ Ebd., S. 74.

School of Urban Sociology“ heraus. Einfluss auf diesen Aufsatz hatte auch das von Park während seines Studiums in Heidelberg entdeckte Konzept der Anthropogeographie von Ratzel.¹¹⁴ Aus diesem Konzept ging auch das Arbeiten mit Kartenmaterial hervor, das *mapping*. Dieses wurde aus der Epidemiologie übernommen, zurückgehend auf „das größte Unternehmen in der Geschichte der Sozialforschung“¹¹⁵ „Life and Labour of the People in London“ von Charles Booth, dessen 17 Bände in 17 Jahren fertiggestellt wurden (1889 ff.). Diese erste „Kartierung der Armut“¹¹⁶ stellte das Festhalten und gleichzeitige Sichtbarmachen sozialer Umstände und Unterschiede dar. Die eigene Stadt wurde als *terra incognita* gesehen, die es zu erforschen galt.

Auch die Thesen von Georg Simmel hatten durch Park Eingang in die amerikanische Soziologie gefunden, da dieser Simmels Vorlesungen über Soziologie in Berlin besucht hatte und dessen Ideen mit nach Amerika brachte.

Die Großstadt nach Georg Simmel

Der Philosoph und Soziologe Georg Simmel setzt sich in seinem Werk „Die Großstädte und das Geistesleben“, die auf seinen Thesen der „Philosophie des Geldes“ beruhen, laut seiner eigenen Aussage mit dem Seelenleben der Großstadt auseinander. Sieht er im Landleben einen „gleichmäßige[n], fließenden Rhythmus“, so schafft die Stadt für den Menschen eine „rasche Zusammendrängung wechselnder Bilder“¹¹⁷ und gibt damit einen schnellen, schroffen und oft ungewohnten Rhythmus vor, dem das Individuum sich nur durch anpassungsfähiges Verstandsd Denken und nicht durch Emotionen und Gefühle fügen kann. Für Simmel hängt die Finanzwirtschaft der Städte eng mit diesem reinen Vernunftsprinzip zusammen: In den Städten wird wirtschaftlich gesehen für die gesichtslose Masse produziert, eine zwischenmenschliche Beziehung der Händler:innen mit der Kundschaft fällt somit aus, denn „der moderne Geist ist mehr und mehr ein rechnender geworden“¹¹⁸, dem Quantität mehr bedeutet als Qualität und dessen Alltag ohne eine strikte Zeiteinteilung kollabieren würde: „Wenn alle Uhren in Berlin plötzlich in verschiedene Richtungen falschgehen würden, auch nur um den Spielraum einer Stunde, so wäre sein ganzes

¹¹⁴ Vgl. ebd., S. 77.

¹¹⁵ Lindner 2004. S. 73.

¹¹⁶ Ebd., S. 84.

¹¹⁷ Simmel (1903) 2018. S. 11.

¹¹⁸ Ebd., S. 12.

wirtschaftliches und sonstiges Verkehrsleben auf lange hinaus zerrüttet“.¹¹⁹ Diese von Simmel angesprochene fehlende Beziehung zwischen Kundschaft und Händler:innen wird später auch bei Marc Augé aufgegriffen, wenn diese Beziehung, beziehungsweise ihr Nicht-Vorhanden-Sein, als Charakteristikum eines „Nicht-Ortes“ begriffen wird.

Die Blasiertheit sieht Simmel als Folge eines unpersönlichen „Genußlebens“, einer raschen Abfolge von verschiedensten Sinnesreizen – heute würden wir wohl von einer „Reizüberflutung“ sprechen –, die die Individuen gegenüber ihrer sich rasch veränderten Umgebung abstumpfen lässt und dafür sorgt, dass sie den „Wert der Dinge“ nicht mehr zu unterscheiden vermögen.¹²⁰ Neben der Blasiertheit sieht Simmel die Reserviertheit im Umgang untereinander als weiteres typisches Merkmal der Großstädter:innen an. Die große Zahl an flüchtigen Bekannten, Nachbar:innen und Geschäftspartner:innen macht eine emotionale Bindung zu diesen unmöglich: diese mangelnde Gruppenbindung kann auf die Einzelne oder den Einzelnen jedoch auch befreiend wirken, indem sie ihm mehr Bewegungsfreiheit lässt: „[S]o ist heute, in einem vergeistigten und verfeinerten Sinn, der Großstädter `frei´ im Gegensatz zu den Kleinlichkeiten und Präjudizierungen, die den Kleinstädter einengen“.¹²¹ Die von Simmel beschriebene fehlende emotionale Bindung wird – bezogen auf die Einkaufserlebnisse in der Stadt – in den geführten informellen Gesprächen ebenfalls als Punkt aufgegriffen¹²², der für einen Einkauf am Viktualienmarkt spricht, da die Bindung an die Händler:innen hier noch eine stärkere darstellt. Das Fehlen dieser Bindung wird bei einem Einkauf, zum Beispiel in einem Supermarkt, als negativ gesehen.¹²³

Wirtschaftlich gesehen muss für Simmel die Leistung des Einzelnen spezialisiert werden, um dem großen Konkurrenzdruck der Stadt gewachsen zu sein. Auch Händler:innen müssen mit anderen in Wettstreit um die Käuferschaft treten und versuchen, in jener „immer neue und eigenartigere Bedürfnisse hervorzurufen“ um eine „noch nicht ausgeschöpfte Erwerbsquelle“¹²⁴ zu finden. Heute würden wir an dieser Stelle sowohl von Marketingstrategien als auch von einer Eventisierung des Wirtschaftssektors sprechen.

¹¹⁹ Ebd., S. 13.

¹²⁰ Ebd., S. 14.

¹²¹ Ebd., S. 16.

¹²² Vgl. Gespräch K2; K3.

¹²³ Vgl. Gespräch K2.

¹²⁴ Simmel (1903) 2018. S. 17.

Als Anknüpfungspunkt an Simmels Überlegungen ist für die Köpfe der Chicagoer Schule vor allem der Begriff der Wechselwirkung von Bedeutung. Dieser bildet hierbei in Parks Werken einen der wichtigsten Bezugspunkte zu Georg Simmel. Gesellschaft entsteht sowohl für Simmel als auch für Park durch „Prozesse der Wechselwirkung“¹²⁵, jedoch wird vor allem in der Beschäftigung mit der Großstadt als Forschungsprojekt der bedeutende Unterschied zwischen den beiden Ansätzen sichtbar:

„Aber während Simmels Überlegungen wenig mit empirischer Forschung und nichts mit der Lösung praktischer Probleme zu tun haben, gibt die als Entgegensetzung zur Nivellierung sich herausbildende Sonderart für Park einen Grund dafür ab, dass sich die Großstadt in besonderer Weise als soziologisches Laboratorium zum Studium menschlichen Verhaltens eignet [...]. Letztlich münden Simmels soziologische Erörterungen in kulturphilosophischen Reflexionen über das Schicksal der Persönlichkeit in der Moderne, die er einzig als kultivierte, d.h. die objektiven Gebilde in den eigenen Vollendungsprozeß einbeziehende zu denken vermag. Park hingegen geht es, auf der Grundlage empirischer Daten, um eine Diagnose sozialer Prozesse, die das Individuum strukturell freisetzen und damit ein Feld von Möglichkeiten eröffnen, das in kleinen Gemeinden nicht gegeben ist. Für ihn ist die Großstadt eine „Menschenwerkstadt“, die nicht nur Züge menschlicher Natur, die ansonsten unterdrückt bleiben, freisetzt und den Charakter wie das Wesen des Menschen umformt, sondern auch ganz neue „Varietäten“ hervorbringt [...]. Simmel steht repräsentativ für die deutsche, philosophisch argumentierende Soziologie, Park für die amerikanische, empirisch verfahrenende Soziologie“.¹²⁶

Während Simmel seine theoretischen Überlegungen und Beobachtungen lieferte, zeigten die empirischen Forschungen von Park eine eher praktische Herangehensweise an das Feld. Dieser „Hands-On“-Ansatz, den er auch seinen Student:innen vermittelte, umfasste das Kennenlernen bzw. das Eintauchen in das Feld, das „Acquaintance With“ sowie das „Knowledge About“, wobei Ersteres zu Letzterem führt.

Wie Hayners Ansatz, das Hotel als Mikrokosmos zu betrachten, habe ich in meiner Forschung ebenfalls versucht, den Markt als Mikrokosmos zu fassen; ihn somit als soziales Laboratorium zu sehen, als Bühnenbild für performative Prozesse, in denen sich die einzelnen Akteur:innen begegnen. Diese Begegnungen und Momente gilt es zu analysieren,

¹²⁵ Lindner 2007. S. 87.

¹²⁶ Ebd., S. 89-91.

somit das Stadium des „Acquaintance With“ zu erlangen, um Aussagen über das Feld und seine Akteur:innen treffen zu können.

Die Entlehnungsthese, das heißt die Entlehnung der soziologischen Feldforschung aus der Ethnologie, begründet die Identität der kulturellen Anthropologie. Der „civilized man“ bildet nun das Forschungsobjekt, die Stadt als sein Habitat wird erforscht, da „traditionelle“ Forschungen, wie zum Beispiel im Umfeld von ursprünglich und entlegenen lebenden Ethnien, immer schwieriger durchzuführen sind.¹²⁷ Die Stadt wird zum großen Forschungsobjekt mit einer sich immer wieder erneuernden Vielzahl an Fragestellungen.

Methodologisch gesehen kann man das Vorgehen Parks und seiner Studierenden laut Lindner mit einer Zeitungsredaktion vergleichen. Die oder der Forschende als *City Editor* war die Redaktionsleitung, das Seminar bildete die Redaktionssitzung:

„In dieser Redaktion wird ein Stab an Nachrichtenspezialisten herausgebildet, jeder mit einem langen Training und Expertenwissen über ein spezielles Gebiet: über Hobos oder Gangs, über organisiertes Verbrechen oder individuelle Delinquenz, über Hotels oder Appartementshäuser.“¹²⁸

Lag der Schwerpunkt noch nicht auf der teilnehmenden Beobachtung, sondern auf dem „Get the feeling“, dem „As one walks...“-Stil, so begeisterte Park mit diesem neuen methodischen Ansatz, den er aus dem Journalismus übernommen hatte, seine Studierenden, was auch zu fachinterner Kritik an seiner Vorgehensweise führte, die von der Kollegschaft als unsystematische Forschung und verdeckter Journalismus gesehen wurde.¹²⁹

Allerdings ist die These, die *Urban Sociology* sei aus dem Journalismus heraus entstanden, nicht ganz zu untermauern. Es kann aber festgehalten werden, dass die damalige Journalistengeneration zu Anfang des 20. Jahrhunderts den studierten Soziolog:innen in ihrer Arbeit und Vorgehensweise ähnelte. Die meisten von ihnen hatten einen Universitätsabschluss in Philosophie oder Literatur, interessierten sich für ähnliche Forschungsfelder und hatten durch ihre journalistische Ausbildung ein ähnliches methodisches Handwerkszeug.¹³⁰ Und beide, sowohl die Journalist:innen als auch die Forschenden, trieb die „Sehnsucht nach Authentizität“¹³¹ voran. Sie wollten das wirkliche

¹²⁷ Ebd., S. 95.

¹²⁸ Ebd., S. 123.

¹²⁹ Lindner nennt als Beispiel die Bezeichnung „journalism in disguise“.

¹³⁰ Vgl. Lindner 2007. S. 236.

¹³¹ Ebd., S. 242.

Leben in all seinen Facetten kennenlernen, hineintauchen in ihnen noch unbekannte Lebenswelten und ihre Erfahrungen mit anderen teilen und sie richteten somit ihren Blick auf eben jene Randfiguren, Außenseiter und „strangers“, in deren Welt sie nur durch ihre [Nach-]Forschungen Zugang fanden, was sich in dem Wunsch „To see life“ ausdrückte.¹³²

Wenn sich Lindner mit der Zeitungspraxis der damaligen Zeit beschäftigt, werden weitere Parallelen zwischen den jungen Journalist:innen und den Studierenden der soziologischen Forschungsgrundsätze deutlich: In der journalistischen Ausbildung sollen den Reporter:innen die Augen geöffnet werden. Sie sollen lernen, aufmerksam durchs Leben zu gehen und das Gesehene aufzuzeichnen und zu analysieren. Im Gegensatz zu den Soziolog:innen hatten die meisten Journalist:innen allerdings rein literarische Ambitionen.¹³³ Auch Park wollte seinen Studierenden die Augen öffnen und die Scheuklappen abnehmen, indem er sie aus ihrem gewohnten Umfeld herausnahm und in eine neue, ihnen fremde Welt schickte.¹³⁴

Für Lindner überschneiden sich in der Hochzeit der Chicagoer Schule [den Jahren 1918-1933] der Typ des Reporters und der des Reformers:

„Der Reformers wendet sich der sozialen Wirklichkeit aus der Ameliorationsperspektive zu. Für ihn sind andere und fremde Lebenswelten nicht bloß anders und fremd, sondern, gemessen an moralischen und zivilisatorischen Standards, zugleich defizitär. Der Reporter dagegen erstattet über andere und fremde Lebenswelten Bericht. Er verweist auf Unterschiede als Unterschiede, ohne sie zugleich aufheben zu wollen“.¹³⁵

Die Reporter:innen gelten daher als Archetypen für eine objektivere Sichtweise; das Eintauchen in fremde Lebenswelten fällt ihnen durch ihren vorurteilsfreieren Zugang leichter als den Reformers:innen, die ihre Eindrücke durch ihre „moralischen Vorannahmen“¹³⁶ vorab filtern, was am Beispiel des Vorworts der Forschung „The Hobo“ für Lindner deutlich wird:

„Dort [bei Burgess's Soziologie Komitee] erscheint die Studie als ein Unternehmen, das den sozialen Einrichtungen Fakten liefert, aufgrund derer sie sich in kenntnisreicher Weise mit dem Problem des Wanderarbeiters auseinandersetzen können; hier als ein Beitrag zur Soziologie des Großstadtlebens,

¹³² Vgl. ebd., S. 251.

¹³³ Vgl. ebd., S. 256.

¹³⁴ Vgl. ebd., S. 314.

¹³⁵ Ebd., S. 264-265.

¹³⁶ Ebd., S. 265.

der seinen Untersuchungsgegenstand, den Hobo, in seiner eigenen Lebenswelt aufsucht, um seine Handlungsweise besser verstehen zu lernen“.¹³⁷

Somit ist „mit dem unvoreingenommenen, gleichwohl leidenschaftlichen Interesse am `wirklichen Leben´, der Begründungsformel für die Hinwendung zum Journalismus um die Jahrhundertwende, [...] im Kern das Modell einer um ihrer selbst willen betriebenen soziologischen Feldforschung gegeben“.¹³⁸

Diese „um ihrer selbst willen betriebene“ Forschung hat somit journalistische Wurzeln, auf die in dieser Arbeit bezogen auf das Flanieren sowie die Figur des Flaneurs näher eingegangen wird; bei dem wohl bekanntesten Münchner Flaneur Sigi Sommer handelte es sich ebenfalls um einen Journalisten. Der Flaneur umfasst daher die Stadt als einen gelebten Raum, dem es sich mit wachem und interessiertem Blick anzunähern gilt. Im Falle der vorliegenden Arbeit ist jedoch nicht nur die Stadt als Forschungsfeld von Bedeutung, hier erfolgt die Konzentration auf einen kleinen Teil der Stadt, der im Falle vieler Städte – so auch Münchens – ausschlaggebend für die Stadtentwicklung und die heutige Attraktivität der Innenstadt ist: Der Marktplatz.

1.3. Der Marktbegriff – ein Definitionsversuch

Die „Entdeckung der Stadtkultur“ wird in diesem Falle daher vor allem eine „Entdeckung der Marktkultur“; und als ersten wichtigen Schritt hin zu einem Definitionsversuch des Marktbegriffes betrachten wir die Stadt München zunächst vom Standpunkt der stadtgeographischen Lagetypen aus: Die genaue geographische Lage einer Stadt kann zum einen Auskunft über ihre historische Entwicklung, zum anderen Informationen über ihre wirtschaftliche Funktion liefern. Dieser Punkt ist im Falle Münchens nicht unbedeutend, da man die Fluss- und Brückenlage als entscheidend für die Stadtentwicklung ansehen kann. Die Isar bildete einen wichtigen Transportweg für die Beförderung von Gütern und ohne die verkehrstechnisch günstige Lage und den Bau der ersten Isarbrücke auf der Höhe der heutigen Ludwigsbrücke in der Zeit Heinrichs des Löwen hätte sich der Marktfleck München nicht zu einer florierenden Residenzstadt entwickeln können. Die direkte Lage an der

¹³⁷ Ebd., S. 267.

¹³⁸ Ebd., S. 268.

Salzhandelsstraße war für die Stadtentwicklung Münchens unabdingbar und bestimmte über Jahrhunderte den Werdegang der heutigen Landeshauptstadt.

Das Salz, das im Mittelalter auch als „Weißes Gold“ bezeichnet wurde, bildete in München den Ursprung des Reichtums der Stadt und war die wichtigste Handelsware, die auf dem ersten Markt in München, dem heutigen Marienplatz, verkauft wurde. Das führt wiederum direkt zum Markt als Forschungsbegriff: Was sind die Merkmale eines Marktes, wie unterscheiden sich historische und moderne Märkte und welche Bedeutung hatte der Markt für die Stadt?

1.3.1. Die Lage des Marktes in der Stadt

Die günstige geographische Lage und der damit einhergehende Bedeutungszuwachs des Marktes für die Stadt werden im historischen Rückblick konkreter erläutert. Doch zunächst muss seine Lage im Herzen der Altstadt, der sogenannten *City*, betrachtet werden. Die *City*, die bereits nach Schlaffer definiert wurde, ist nach der Definition von Paesler

„als Kern einer größeren Stadt [zu] sehen, der ganz überwiegend durch Versorgungsfunktion mittel- und oberzentraler Art (Kaufhäuser und hoch spezialisierte Einzelhandelsgeschäfte sowie Dienstleistungsbetriebe, Banken, Fachärzte, Anwälte, Wirtschaftsberater usw.), durch Behörden-, Verwaltungs- und Bürostandorte öffentlicher und privater Art, durch kulturelle Einrichtungen (z.B. Theater und Museen) sowie evtl. durch touristische Infrastruktur (Hotellerie, Gastronomie) geprägt ist. Wohnbevölkerung fehlt in der *City* fast völlig; dagegen bilden sich wegen der starken Arbeitsplatzkonzentration im tertiären Wirtschaftssektor und des großen Versorgungsangebots umfangreiche Einpendler- und Einkaufsströme [...]. In historischen Städten liegt die *City* meist, aber nicht zwingend im Altstadtbereich“.¹³⁹

In Hannelore Schlaffers Werk „Die *City*“ stimmt die Autorin dieser Definition zu, erweitert diese jedoch um mehrere Punkte, um die *City* als „Gesamtkunstwerk“¹⁴⁰ zu definieren: Kunst und Kultur, Events und Veranstaltungen, Konsum und Handel spielen als Faktoren in ihre Definition des Begriffes hinein. Durch diese vielfältige Nutzung ist die *City*, die im Falle der Stadt München in der Altstadt liegt, immer zugleich auch ein Raum mit Konfliktpotenzial:

„Der öffentliche Raum ist die städtische Bühne für das soziale, wirtschaftliche und kulturelle Leben. Belebte Straßen mit vielen Nutzungen liegen in unmittelbarer Nähe zu stillen und ruhigen Orten wie

¹³⁹ Paesler 2008. S. 96.

¹⁴⁰ Schlaffer 2013. S. 105.

Plätzen oder Parks. Die Nutzung des öffentlichen Raums steckte jedoch voller Konflikte. Festivalisierung gegen Alltagsqualität, private Aneignung gegen allgemeine Verfügbarkeit, Werbung gegen Stadtgestalt, Kommerz gegen Kultur, Autofahrer gegen Flaneure“.¹⁴¹

Diese Konflikte die Raumnutzung betreffend werden auch auf dem Viktualienmarkt sichtbar. Es werden deshalb verschiedenen Anforderungen an den Raum im Kapitel des Bürgergutachtens näher beleuchtet. Trotz dieser Vielzahl an Nutzungsmöglichkeiten, nicht nur der Altstadt, sondern auch des Marktes, müssen zwei Charakteristika besonders hervorgehoben werden: Der Markt als Wirtschaftsraum und der Markt als kommunikativer Raum.

1.3.2. Der Markt als Wirtschaftsraum

Eine funktionale Gliederung der Stadt nach Paesler teilt die Stadt in verschiedene Teilräume, die wiederum unterschiedliche Funktionen erfüllen. Hierzu zählt der Autor unter anderem Räume mit Wohnfunktion, Arbeitsfunktion oder Freizeitfunktion. In Hinblick auf den Viktualienmarkt als Teilraum der Stadt wird deutlich, dass er nicht nur eine, sondern mehrere Funktionen erfüllt: Zum einen die Versorgungsfunktion, zum anderen die Freizeitfunktion – man denke allein an den Biergarten mitten auf dem Marktgelände –, eine touristische Funktion – in allen einschlägigen Reiseführern über München wird der Markt als ein „Must-See“ angepriesen – sowie eine kulturelle Funktion; es handelt sich beim Viktualienmarkt um immaterielles UNESCO-Kulturerbe. Bei der funktionalen Gliederung geht es Paesler daher nicht um eine „ausschließliche Funktion“, sondern um multifunktionale Orte und Viertel.¹⁴²

Trotz dieser verschiedenartigen Funktionen ist der Viktualienmarkt im Kern vor allem erst einmal ein historischer Markt. Eine grundsätzliche Definition eines Marktes und damit auch eines Marktplatzes bietet Christof Jeggle vom Lehrstuhl für Neuere Geschichte in Bamberg. Er sieht den Markt als einen „räumlich und zeitlich genau festgelegten Ort, an dem Waren ge- und verkauft werden [...]. Die Obrigkeit sichert auf verschiedene Weise den Betrieb des Marktes: Sie kontrolliert Qualität und Preise von Grundnahrungsmitteln [...]. Zudem gewährleistet sie die Marktfreiheit und -gerechtigkeit, indem sie die Geschäfte außerhalb

¹⁴¹ Landeshauptstadt München - Referat für Stadtplanung und Bauordnung 2007. S. 57.

¹⁴² Vgl. Paesler 2008. S. 75.

des Marktes unterbindet, Ware mit Qualitätsmängeln sanktioniert und Störungen des Marktfriedens verfolgt“.¹⁴³

Die Marktfreiheit und der Marktfrieden sowie die geschichtliche Bedeutung des Marktes werden im historischen Rückblick noch zur Sprache gebracht. Es ist jedoch an dieser Stelle nicht ausreichend, einen Markt als einen reinen Verkaufsort von Ware zu bezeichnen. Eine weitere Dimension des Marktes sind die auf ihm stattfindenden und in ihm verankerten sozialen Beziehungen. Diese gesellschaftlichen Beziehungen betreffend zitiert Jeggle Max Weber, der von einer sozialen Beziehung zwischen den Tauschpartner:innen auf dem Markt ausgeht – unter anderem wird diese Beziehung in Form von Feilschen oder Verhandeln und dem eigentlichen Kaufvorgang zum Ausdruck gebracht –, die er zugleich als eine unpersönliche Beziehung deutet, die mit dem Kauf oder dem Austausch der Waren ihr Ende findet. Der Markt ist also nicht nur ein wirtschaftlicher Mittelpunkt, sondern nach der Definition des Historikers Werner Freitag ist der Markt immer auch ein „kommunikativer Raum“, in dem der Kauf als Akt symbolischer Kommunikation betrachtet werden kann:

„Doch im Sinne des meeting-place geht es mir um die kommunikativen Aspekte der Kaufverhandlungen. Auch hier gibt es den Zusammenhang von zeichenhaften und symbolischen Handlungen und kollektiven Bedeutungszuschreibungen, denn vor den entscheidenden Schritten Verhandlungen und Kauf erfolgte die Besichtigung: Sehen aber erfordert von Seiten des Verkäufers, Güter zu platzieren und zu inszenieren mit dem Zweck, Verkaufsbereitschaft zu demonstrieren und das Verkaufsgut im besten Licht erscheinen zu lassen [...]“.¹⁴⁴

Den Handlungen und dem Verkaufsverhalten des Verkäufers gegenüber steht das Verhalten des Käufers, der Interesse an der angebotenen Ware bekundet:

„Konkudent wurde seitens des Passanten Kaufbereitschaft signalisiert, etwa durch das Nähertreten und ein Schnippen mit dem Finger. Dann folgten ein In-Augenschein-Nehmen und das Betasten [...]. Selbstverständlich pries der Verkäufer sein Handelsgut; erste Preisvorstellungen wurden genannt und auch von beiden Seiten erwartet. In vielen Fällen mischten sich Zuschauer ein – gaben Tipps oder äußerten Kommentare zu Qualität und Preis“.¹⁴⁵

¹⁴³ Jeggle in: Denzel / Häberlein 2016. S. 14.

¹⁴⁴ Freitag in: Moscher / Scheutz / Schuster 2013. S. 53.

¹⁴⁵ Ebd., S. 53-54.

1.3.3. Der Markt als kommunikativer Raum

In diesem Zitat von Werner Freitag wird bereits ein weiteres wichtiges Merkmal des Marktes angesprochen, nämlich der performative Charakter der Interaktion zwischen Kundschaft und Warenanbieter:in. Wie später mit der Klangtopographie oder der Kommunikation als Teil der sozialen Interaktion nach Goffman und Luhmann noch angesprochen, handelt es sich im Falle des Marktes nicht nur um einen Wirtschaftsraum, sondern auch um einen kommunikativen, lebendigen Raum; einen Raum, der von der zwischenmenschlichen Interaktion lebt. Dies ist beim Viktualienmarkt nicht anders:

„Dieser schöne kommunikative Zug wird auch beim Nymphenburger Sekt-Stand deutlich. Dort in der engsten Nachbarschaft vom Valentinbrunnen war jahrzehntelang das Milchhäusl von Heinrich Geineder, einem Münchner Journalisten, der sich Münchner Nachrichten an der Quelle, nämlich am Viktualienmarkt holte. Dann baute die Sektkellerei Nymphenburg das Standl aus [...]. Sie [die Gäste] nehmen hier fast zu jeder Tageszeit ein Glaserl von dem und jenem und tauschen Nachrichten aus, von denen die meisten auch ein Klatschkolumnist gut brauchen könnte“.¹⁴⁶

Diesen kommunikativen Zug, der hier am Beispiel des Sekt-Standls verdeutlicht wird, beschreibt Freitag in seinem Aufsatz „Städtische Märkte in der mittelalterlichen und frühneuzeitlichen Stadt. Topographie, Funktionalität und symbolische Kommunikation“ über die Kultur der Verhandlung und die damit verbundene Definition des Marktes als kommunikativer, symbolisch aufgeladener Raum.¹⁴⁷

Den Markt an sich sieht Freitag als „meeting-place“, auf dem neben den ökonomischen Abläufen auch symbolisch aufgeladene Handlungen und Bedeutungszuschreibungen stattfinden. Durch diese wird der Marktalltag zum kommunikativen Raum, in dem sich die Händler:innen und Käufer:innen auf unterschiedlichste Art und Weise austauschen.¹⁴⁸

Nachdem die Verkäuferin oder der Verkäufer die Ware platziert und angerichtet hat, folgt das Anpreisen der Ware. Die Kundschaft hingegen betreibt eine meist optische oder haptische Prüfung des Kaufgegenstandes, um sich der Qualität der Ware zu vergewissern. Findet sich interessierte Kundschaft, so kann als nächster Schritt das Feilschen, also die Preisverhandlung folgen, oder es muss den Interessenten ein Festpreis genannt werden. In manchen Fällen kann sich sogar ein ganz Unbeteiligter in das Geschehen mischen. Mit dem

¹⁴⁶ Wanninger (1987) 1991. S. 25.

¹⁴⁷ Freitag in: Morscher / Scheutz / Schuster 2013. S. 39-55.

¹⁴⁸ Ebd., S. 53.

symbolischen Akt des Zahlens wechselt die Ware dann zu guter Letzt in den Besitz der Käufer:innen. Je nach Situation kann dieser Vorgang eine bis mehrere Minuten dauern, im Schnitt variiert die Länge der Interaktion auf dem Viktualienmarkt deutlich: Ist es an belebten Samstagen nicht ungewöhnlich, den Andrang der Interessierten zügig abzufertigen – und damit auch die Käufer:innen von den Schaulustigen zu trennen –, so wird sich an ruhigeren Tagen unter der Woche viel Zeit für Kaufgespräche genommen. Dieser Punkt zeichnet den Viktualienmarkt aus und hebt ihn generell von anderen Einkaufsmöglichkeiten ab: Die Beratungsgespräche der Händler:innen und ihre umfassende Kenntnis der Ware. Vorgehend auf die Analyse des Bürgergutachtens über den Viktualienmarkt wird im Gutachten selbst ebenfalls dieser Punkt als Herausstellungsmerkmal des Marktes aufgegriffen. Bei der Frage nach den Besonderheiten des Marktes wird die persönliche und professionelle Beratung der Marktkaufleute von den Teilnehmer:innen erwähnt.¹⁴⁹ Auch die Händler:innen selbst sehen diese Gespräche als Rückgrat ihrer Verkaufsphilosophie:

„Hier hat noch immer jeder das bekommen, was er wollte, auch wenn es Sprachbarrieren gibt. Ich spreche Englisch und habe einen Spickzettel mit den Zahlen in allen wichtigen Sprachen an der Kasse. Alles andere versuchen wir mit Händen und Füßen. Zur Wieszeit sind mein Italienisch und Spanisch immer ganz gut – das ist eben Learning by Doing“.¹⁵⁰

Nicht nur der Austausch mit den Kund:innen ist für die Standlbesitzer:innen wichtig; auch die Gespräche mit Kolleg:innen, das „Ratschen“ untereinander, hat einen hohen Stellenwert und macht den Viktualienmarkt als Arbeitsplatz für die Marktleute attraktiv. Und so bedingt der kommunikative Austausch auch oft einen wirtschaftlichen: „Wir haben von Anfang an versucht, nur mit Produkten vom Markt zu kochen. Wir holen unsere Blumen für die Deko gegenüber beim Thomas, unser Gemüse beim Trübenecker, unsere Zwiebeln nebenan beim Uwe. Das Fleisch kommt von Marina“¹⁵¹, erzählt ein Standbesitzer im Interview mit der Redakteurin Katja Klementz, die für ihr Buch „Der Viktualienmarkt. Mit Leib und Seele“ zusammen mit den Food-Fotografinnen Sabine Mader und Ulrike Schmid die Händler:innen auf dem Markt interviewt und damit einen sehr persönlichen Blick auf die einzelnen Standl und ihre Besitzer:innen gegeben hat.

¹⁴⁹ Vgl. Sturm / Schwalm / Trütken 2017. S. 40.

¹⁵⁰ Klementz / Mader / Schmid 2018. S. 138.

¹⁵¹ Ebd., S. 167.

Ein wohl häufig und fast schon historisch bedingter, und bis heute teilweise erhaltener, Aspekt der Interaktionen auf dem Viktualienmarkt ist der *Grant*, auf hochdeutsch die Übellaunigkeit. Im Interview schildert eine Händlerin diesen wie folgt:

„Ich habe ja nicht nur gute Tage. Dummerweise derwischt´s meistens den Verkehrten [...]. Ich bin einfach auch manchmal ein Muffler. Dann gehe ich aber danach immer raus und sage: Das tut mir leid. Aber den Grant muss man auch manchmal ausleben. Der gehört hier am Viktualienmarkt zum guten Ton dazu. Ich denke mir das oft, dass die Leute, die hier zum Einkaufen kommen, auch bisserl gewappnet sein müssen, denn an irgendeinem Stand bekommt man immer eine mit, wenn man die falsche Frage stellt. Entweder hier oder woanders. Aber das ist nicht böś gemeint“.¹⁵²

Dieser *Grant* ist natürlich nicht nur auf die Verkaufsgespräche am Münchner Viktualienmarkt beschränkt, wir werden ihm an anderer Stelle in dialektisch abgeänderte Form wieder begegnen, allerdings machte er auch noch bis vor wenigen Jahrzehnten den Ruf der Marktfrauen und somit auch des Marktes in München aus. Der Schriftsteller Wilhelm Zipperer zeichnete im Jahre 1894 das „Stimmengewirr“ auf dem Viktualienmarkt auf und bekam so einiges an *Grant* zu hören:

„Faul is der Apfel, so sagen S´? Ja, bin i denn drinna g´sess´n? Sie hab´n ihn ang´scheckt, Herr, da hat er d´Faulheit derwischt.“

„Kemmas, Herr, lös i a Geld? So süaß san die Kersch´n! Schaugens dö Stachelbeer an! Wia san die Birndl so mürb – No, wenn Sie so viel Kersch´n versuchen, da könnas scho fett wer´n, wenn Sie bei an iadem Stand grad a so fress´n wie da!“

„Was, dö Gans war nöt schön? Iatz bitt i, schaug´n S´nur den Krag´n o! Weil s´nöt an Kropf hat wia Sie, g´fällt Eanas Ganserl halt nöt“.¹⁵³

Auch der „Turmschreiber“ Alfons Schweiggert hat in einer großen Anekdotenparade die schönsten Aussprüche der Marktfrauen auf dem Viktualienmarkt gesammelt:

„Sind das da auch wirklich holländische Kartoffeln? – Warum? Wollns mit dene redn, oder wollns sas essen?“.

¹⁵² Ebd., S. 145.

¹⁵³ Schweiggert 1987. S. 18-19.

„Brauch ma was, gnädige Frau? Recht schöne Ganserl hätt i, net z´fett und net z´moga. – Aber diese Gänse sind doch ganz blau! – Wos is? Na lengs Eahna bei dera Kältn amoi nackad an ganzn Tag her, nachad san S´aa blau, des derfans glauben“.

„Wos isn? Ich war doch gar net grob zu dera Henna und scho gar net beleidigend. Ich hab doch bloß gsagt, sie soll ihren schierlichen Zinken aus meine Hendl rausdoa und meine Antn net mit ihre ungewaschenen Klupperl obtappn, weils ma ja sonst neamand mehr obkafft. Und des hob i ihr ganz höflich zum versteh gebn, der zammzupften Bixlmadam“.¹⁵⁴

Den *Grant* der Marktfrauen zeichnet vor allem ein stark ausgeprägter Sarkasmus aus, der in einigen der festgehaltenen Fällen schon fast einem Verhöhnen der Kundschaft gleich kommt und auch beleidigende Züge enthalten kann.

Vor allem die Münchner Volkssänger:innen wurden nicht müde, dem *Grant* der Marktfrauen ganze *Gstanzl*¹⁵⁵ und Stücke zu widmen. Wie bereits erwähnt war der *Grant* nicht nur den Marktweibern vorbehalten, vor allem nicht nur den Münchner Marktweibern, wie wir an späterer Stelle noch hören werden, wenn Walter Benjamin über die Berliner Marktweiber schreibt oder wir den Blick nach Wien auf den Naschmarkt richten. Dennoch zeigen die oben genannten Beispiele vor allem eins: Der Markt ist seit Anbeginn auch kommunikativer Raum, der daher nicht nur eine rein wirtschaftliche Versorgungsfunktion bietet, sondern immer auch als „meeting-Place“ einen Treffpunkt der Menschen darstellt; einen Ort des Austauschs, der Kommunikation und der sozialen Interaktion.

Nachdem sich sowohl dem Markt als symbolisch aufgeladenem Handelsraum und zugleich kommunikativem Raum als auch der Stadt, vor allem der *City* als Standort des Marktes, angenähert wurde, kommen wir wieder auf unsere Anfangsthese das Ei und das Huhn betreffend zurück: In welcher Abhängigkeit standen und stehen der Viktualienmarkt und die Stadt München? Dieser Frage lässt sich nur durch einen historischen Rückblick auf die Entstehung des „forum apud munichen“, des Marktes bei den Mönchen, beantworten.

¹⁵⁴ Ebd., S. 66-73.

¹⁵⁵ Ein *Gstanzl* ist ein lyrischer Einstropher, bestehend aus vier Kurzzeilen oder zwei Langzeilen aus je zehn Silben. URL: https://www.musiklexikon.ac.at/ml/musik_G/Gstanzl.xml [30.10.2023].

2. Der Viktualienmarkt – Versorgung der Stadt seit ihrer Gründung

Die Geschichte des Viktualienmarktes ist eng verwoben mit der Stadtgeschichte Münchens. Die Untersuchung des einen muss daher gezwungenermaßen auch die Analyse des anderen nach sich ziehen, denn Münchner Stadtgeschichte ist Marktgeschichte.

2.1. „Ohne Markt kein München“¹⁵⁶ – Dichotomie Stadt und Markt

Historisch gesehen ist eine getrennte Betrachtung der Markt- und der Stadtgeschichte in München nicht möglich. Seit der offiziellen Gründung der Stadt war sie gleichzeitig ein Markttort. Bevor daher die Stadt München gegründet wurde, wobei der Gründungsakt die Verleihung der Stadtrechte bedeutet, war an der Stelle des heutigen Marienplatzes bereits ein Markt entstanden, der in den darauffolgenden Jahrhunderten zum Wachstum und dem Florieren Münchens beitragen sollte. Bereits im Mittelalter entstanden Märkte meist an Kreuzungen wichtiger Handelsstraßen.¹⁵⁷ Dies war auch in München der Fall: der erste Marktplatz in München, der heutige Marienplatz, liegt an der Kreuzung der zwei bedeutendsten Handelsstraßen des Mittelalters in Bayern; der aus dem Süden kommenden Weinhandelsstraße und der aus dem Berchtesgadener Land, vor allem aus Bad Reichenhall, kommenden Salzhandelsstraße. Im Münchner Stadtbild findet man am Neuen Rathaus bis heute die *Weinstraße*, die ein Stück weit dem Verlauf der ersten Handelsstraße folgt, die das Sendlinger Tor passierend quer durch München bis zum damaligen Schwabinger Tor am heutigen Odeonsplatz lief. Die Salzstraße wiederum folgte dem ungefähren Verlauf der heutigen Fußgängerzone. Die Salzhändler kamen über die Brücke an der Isar durch das Isartor in die Stadt und verließen diese wieder durch das Neuhauser- oder Karlstor am Karlsplatz / Stachus. So traf sich die Händlerschaft aus beiden Richtungen kommend am Marienplatz, an welchem der erste Markt Münchens entstand.

Ohne diesen ersten Markt wäre aus der kleinen Ansammlung von Häusern um den damaligen Marktplatz herum wohl nie eine moderne Metropole und Weltstadt entstanden, wie wir sie heute sehen können.

¹⁵⁶ Winterstein 2017. S. 15.

¹⁵⁷ Vgl. Freitag in: Morscher / Scheutz / Schuster 2013. S. 42.

2.1.1. Stadtbiographie: Von der Welfenstadt zur „Weltstadt mit Herz“

Um also die Bedeutung des Marktes für München zu verstehen, schreiten wir zurück zu den ersten Wurzeln der heutigen Landeshauptstadt in das 12. Jahrhundert.

Zu dieser Zeit befindet sich Europa im Umbruch: Papst Urban II. hatte dem byzantinischen Kaiser Alexios I. schon gegen Ende des 11. Jahrhunderts seine Unterstützung im Kampf gegen die Seldschuken, türkische Nomaden, zugesagt und in Rom zum Kampf und der Eroberung der Heiligen Stadt Jerusalem aufgerufen. Da große Teile der Landbevölkerung, vor allem Bauern, durch Seuchen und Missernten verarmt waren und viele Ritter wegen der Primogenitur ihre Besitztümer und ihr Land verloren, fand der Papst schnell Anhänger für diese Idee und gewann Mitstreiter. Nach der Einnahme Jerusalems durch Sultan Saladin im Jahr 1187 trat ein Mann den Weg in das Heilige Land an, der auch für München einige Jahre zuvor eine bedeutende Rolle gespielt hatte: Kaiser Friedrich I. Barbarossa aus dem Geschlecht der Staufer, dem man in Italien seinen Beinamen „Der Rotbärtige“ gab. Als 67-Jähriger begab sich der Kaiser des Heiligen Römischen Reiches auf den dritten Kreuzzug nach Jerusalem, von dem er nicht mehr zurückkehrte. Barbarossa ertrank 1190 auf dem Weg nach Jerusalem im Königreich Kleinarmenien, auf dem Gebiet der heutigen Türkei.¹⁵⁸

Im Heiligen Römischen Reich wurde Friedrich I. bereits im Jahre 1153 zum Kaiser gekrönt, nachdem er dem damaligen Papst Eugen III. Schutz vor den Normannen versprochen hatte. Barbarossa fallen in seinem neuen Amt als Kaiser wichtige Aufgaben zu: Frieden zu stiften zwischen dem Geschlecht der Staufer und der Welfen, um einen Bürgerkrieg zu vermeiden sowie die Übermacht des Papstes gegenüber des Kaiseramtes zu brechen oder zumindest einzudämmen. Mit einer „renovatio imperii“ will Friedrich von Staufen die kaiserliche Würde und das Ansehen seines Amtes erneuern und allem voran den Einfluss des Heiligen Stuhles in Oberitalien zurückdrängen. Damit diese Vision gelingt, muss Barbarossa es schaffen, das Verhältnis zwischen Welfen und Staufern zu verbessern. Er versöhnt sich daher mit den Welfen, indem er sich mit seinem aus gerade jenem Geschlecht stammenden Vetter Heinrich dem Löwen aussöhnt.¹⁵⁹ Dieser Versöhnung hat es Heinrich der Löwe zu verdanken, dass der Kaiser noch vor seiner Abreise in das Heilige Land einen Streit zwischen Heinrich und dessen Stiefvater, dem Babenberger Heinrich II. Jasomirgott beilegt. Der Markgraf

¹⁵⁸ Vgl. Friedrichs 1988. S. 136-137.

¹⁵⁹ Vgl. Grebe 1974. S. 13-14.

Jasomirgott hatte sich nach dem Tod des Herzogs von Bayern, Heinrich dem Stolzen, mit dessen Witwe, der Mutter von Heinrich dem Löwen, vermählt. Aufgrund dieser Heirat wurde Heinrich II. Jasomirgott mit dem Herzogtum Bayern belehnt. Doch auch Heinrich der Löwe, der zu dieser Zeit durch den Frankfurter Ausgleich¹⁶⁰ von 1142 Herzog von Sachsen geworden war, stellte Ansprüche auf Bayern. Mit beiden Herrschern ist der Kaiser verwandt, Heinrich der Löwe hatte in seiner Rolle als Herzog von Sachsen zur Königskrönung von Barbarossa beigetragen und wurde von diesem auch in der Zeit seiner Kaiserherrschaft stark gefördert.

Auf dem Regensburger Reichstag von 1156 schließlich kann von Barbarossa ein Kompromiss geschlossen werden: Heinrich dem Löwen fällt das Land Bayern zu, allerdings verzichtet dieser auf die Ostmark, das heutige Österreich, das an Heinrich Jasomirgott fällt. Mit der Belehnung Bayerns an Herzog Heinrich den Löwen beginnt die Geschichte Münchens, das zwei Jahre später erstmals urkundlich erwähnt wird.¹⁶¹

2.1.2. Der Mythos der Stadtgründung Münchens

Die ursprünglich – seit dem 18. Jahrhundert – überlieferte Gründungsgeschichte der Stadt München wird folgendermaßen geschildert: Heinrich der Löwe lässt auf der Höhe der heutigen Föhringer Isarbrücke eine Zollbrücke des Bischofs Otto I. von Freising von seinen Männern in Brand setzen, um auf der ungefähren Höhe der heutigen Münchner Ludwigsbrücke eine eigene Zollstation zu errichten. Ziel dieses Vorgehens war es, eigene Zolleinnahmen für den Marktort München generieren zu können, indem die Salzhandelsstraße, eine der wichtigsten Handelsstraßen Bayerns, fortan über München lief und Kaufleute, die das Salz von Bad Reichenhall kommend über die Isar transportieren mussten, ihre Zollabgaben nun an den Welfen zahlten. Nach einer bitteren Klage Bischof Ottos an Kaiser Barbarossa wird auf dem Reichstag zu Augsburg der sogenannte „Augsburger Schied“ vom 14. Juni 1158 verfasst: Diese Urkunde legt fest, dass Heinrich der Löwe das „forum apud munichen“, also den Markt bei den Mönchen, weiterhin betreiben darf, allerdings muss er ein Drittel seiner Zolleinnahmen an Bischof Otto I. von Freising abgeben. Auf diesem Weg werden die

¹⁶⁰ Der Frankfurter Ausgleich fand während des von König Konrad abgehaltenen Hoftages in Frankfurt statt: Markgraf Albrecht [„der Bär“] verzichtet zu Gunsten Heinrichs des Löwen auf Sachsen. Durch die Eheschließung zwischen Markgraf Heinrich von Österreich [„Jasomirgott“] mit Gertrud, der Witwe Heinrichs des Stolzen von Bayern, fällt das Herzogtum Bayern an Jasomirgott. Vgl. RI IV,1,2 n. 240, in: Regesta Imperii Online. URL: http://www.regesta-imperii.de/id/1142-05-03_1_0_4_1_2_241_240 [31.03.2020].

¹⁶¹ Vgl. Bauer / Piper 2008. S. 36.

Streitigkeiten zwischen dem Welfen und dem Bischof von Kaiser Barbarossa beigelegt und ein Urteilsspruch – daher auch die Bezeichnung *Schied* – zugunsten Heinrich des Löwen gesprochen. Die Fortsetzung der Streitigkeiten findet sich dann in der Regensburger Urkunde vom 13. Juli 1180, in der Kaiser Barbarossa sein Augsburger Urteil zurücknimmt und dem Bischof von Freising den Markt zuspricht. Aus diesem zweiundzwanzig Jahre später entstandenem Dokument wurden Rückschlüsse auf die Zerstörung des Föhringer Marktes durch Herzog Heinrich gezogen. Die neuere Forschung deutet allerdings darauf hin, dass sich die Münchner Stadtgründung etwas anders abgespielt haben könnte.

Als Mitarbeiter des Museumspädagogischen Zentrums München konzipierte Freimut Scholz als einer der Autoren die Ausstellung im Münchner Stadtmuseum „München wie geplant“, die dort 2004 bis 2008 zu sehen war. Durch seine Arbeit am ersten Teil der Ausstellung, der sich mit der Zeit der Münchner Stadtgründung beschäftigt, befasste er sich intensiv mit der Frage nach dem Gründungsmythos. Nach seinem Ansatz, den Augsburger Schied¹⁶² und die Urkunde aus Regensburg von 1180 als zwei nicht zusammenhängende Konflikte zu sehen, ergeben sich einige Fragen, den Inhalt der Augsburger Urkunde betreffend: Vor allem die Frage, warum in dieser ersten urkundlichen Erwähnung von München die angebliche Zerstörung der Föhringer Brücke durch Heinrichs Männer mit keinem Wort erwähnt wird, genauso wenig wie eine Klage des Bischofs von Freising an den Kaiser. In der Regensburger Urkunde aus dem Jahr 1180 sah man bis dato meist eine Rücknahme des kaiserlichen Beschlusses aus Augsburg von 1158: In Regensburg wird der Klage des Bischofs Albert von Freising, dem Nachfolger Bischof Ottos, stattgegeben. Dieser hatte dem Kaiser mitgeteilt, Heinrich der Löwe hätte den Markt in Föhring gewaltsam bzw. widerrechtlich nach München verlegt. Heinrich war zu diesem Zeitpunkt schon nicht mehr Herzog von Bayern. Diese Stellung hatte er im Gelnhausener Spruch von 1180 verloren. Er musste sein Lehen abtreten, da er dem Kaiser die Heerfolge in den Italienfeldzügen verweigert hatte. Ein Jahr später wurde Heinrich dann in die Verbannung gesendet. Er wanderte nach England aus; der dortige Herrscher Heinrich II. war sein Schwiegervater.¹⁶³

¹⁶²Vgl. Scholz 2008: Den Begriff „Augsburger Schied“ lehnt der Autor ab, da es sich laut seiner Aussage bei der Urkunde aus Augsburg nicht um einen Schiedsspruch, sondern lediglich um eine Streitbeilegung handelt. Daher wird der Schied in dieser Arbeit auch als Augsburger Urkunde, Augsburger Spruch oder Augsburger Schrift bezeichnet.

¹⁶³ Vgl. Friedrichs 1988. S. 150.

Vermutlich hatte der Bischof in Freising auf einem lokalen Markt zur Versorgung der Freisinger Bürger:innen – der ihm auch nach der Augsburger Urkunde von 1158 noch zustand – Fernhandel betrieben, woraufhin Heinrich der Löwe den kompletten Markt verlegen ließ. Märkte, auf denen Fernhandels Güter vertrieben wurden, durften nur mit der Zustimmung des Kaisers gegründet werden. Die Erlaubnis, solch einen Markt zu betreiben, war mit dem Augsburger Spruch an Heinrich den Löwen und nicht an den Bischof in Freising gefallen. Im Regensburger Dokument spricht der Kaiser Bischof Albert den verlegten Markt nun wieder zu. In der Urkunde wird allerdings nicht festgeschrieben, was weiterhin mit dem Markt in München passieren soll. Barbarossa lässt diese Frage offen, auch eine Zerstörung des Marktes in München ist nicht vorgesehen, wahrscheinlich um dem Pfalzgrafen Otto von Wittelsbach, der bereits als Nachfolger Heinrichs als Herzog von Bayern gehandelt wurde, in seiner neuen Position nicht zu schaden.

Wenn man nun, dem Ansatz Scholz´ entsprechend, im Regensburger Spruch einen neuen Konfliktfall und nicht den Rückbezug auf den Augsburger Spruch von 1158 sieht, erscheint die Gründungsgeschichte Münchens in neuem Licht. In der Augsburger Vereinbarung werden lediglich die Markt- und Zollrechte neu geregelt und die Einnahmen gerecht verteilt. Diese Verteilung erfolgt beim Marktzoll, der herzoglichen und der bischöflichen Münze und ist auf beiden Seiten ausgewogen. Heinrich musste also nicht nur ein Drittel seiner Zolleinnahmen an den Bischof geben, sondern auch ein Drittel der Einnahmen aus der herzoglichen Münze. Dafür erhielt er wiederum ein Drittel der Einnahmen aus der bischöflichen Münzstätte in Freising. Bei dieser Art der Verteilung kann von einer Zufriedenheit beider Seiten mit dem Kompromiss ausgegangen werden. Bei der Gründung der heutigen Landeshauptstadt spielten neben dem Kaiser, dem Welfen und dem Bischof jedoch auch andere Protagonisten eine Rolle, die kurz vorgestellt werden sollen.

Pfalzgraf Otto von Wittelsbach

Einer der Gefolgsleute des Kaisers, Pfalzgraf Otto von Wittelsbach, war einer der sieben gesetzlichen Zeugen bei der Unterzeichnung des Regensburger Dokuments.¹⁶⁴ Wie bereits erwähnt, wurde er zu dieser Zeit als Nachfolger Heinrichs in Bayern gehandelt. Er sollte der erste Herrscher einer bayerischen Adelsfamilie werden, die zu einer der am längsten

¹⁶⁴ Vgl. Scholz 2008. S. 51.

durchgehend regierenden Herrscherlinien Europas zählten: die Wittelsbacher. Pfalzgraf Otto war als Stellvertreter für Heinrich tätig, wenn sich dieser nicht in Bayern aufhielt. Da es in der Augsburger Schrift heißt, dass der Konflikt dem Kaiser bereits bekannt war und Otto von Freising in seiner Weltchronik offen gegen den Pfalzgrafen wettet, kann davon ausgegangen werden, dass es sich bei diesem ersten Konflikt um den Markt bei Föhring um einen Streitfall zwischen dem Bischof und Otto von Wittelsbach handelte. Otto von Wittelsbach hatte vermutlich viel dazu beigetragen, die Salzhandelsstraße über München umzuleiten. Den Verlauf dieser mittelalterlichen Handelsstraße kann man vor allem im Bereich des Ebersberger Forstes noch erkennen. Bei einem genauen Studium der Karten des Landschaftsarchäologen Klaus Schwarz konnte festgestellt werden, dass die Fernhandelsstraße über München umgeleitet wurde.¹⁶⁵ Scholz vermutet hier eine Zusammenarbeit der Ebersberger Grafen mit Otto von Wittelsbach.¹⁶⁶ Die Position des Pfalzgrafen während der Gründungszeit Münchens kann daher als bedeutend angesehen werden.

Abt Wibald von Corvey

Wenn man als historische Quelle ebenfalls das Stadtmodell Jakob Sandtners¹⁶⁷ aus dem Jahre 1570 heranzieht, fällt bereits eine breite Straße zwischen den Stadttoren ins Auge: Die *Salzstraße*, die durch das Isartor kommend bis zum heutigen Karlstor am Stachus verläuft. Diese Straße ist bereits im alten Kern der Stadt, dem sogenannten „Heinrichsei“ oder der „Heinrichsstadt“ zu erkennen, also dem Teil, der sich innerhalb des ersten Mauerrings befand. Hier verläuft sie zwischen dem Oberen Tor [Schöner Turm] in der heutigen Kaufingerstraße und dem Unteren Tor [Talburgtor], dem Alten Münchner Rathaus. Die erste Stadtmauer wurde um 1300 abgetragen. Besonders auffallend im Münchner Stadtbild war aber vor allem der freie Marktplatz auf dem Areal des heutigen Marienplatzes, der für süddeutsche Städte eher ungewöhnlich ist und auf den später noch näher eingegangen wird. Außergewöhnlich ist auch die in München verwendete Maßeinheit des „Drusianischen Fußes“ [33,3 cm] statt des „Bayerischen Schuhs“ [29,62 cm]. Der „Drusianische Fuß“ wurde in Deutschland vor allem vom Orden der Benediktiner übernommen, deswegen wird er auch

¹⁶⁵ Vgl. ebd., S. 69-71.

¹⁶⁶ Unter anderem, da Ottos Bruder Friedrich von Wittelsbach Vogt des Klosters Ebersberg war.

¹⁶⁷ Das hölzerne Modell, das im Auftrag Herzog Albrechts V. von Bayern entstanden ist, findet sich heute im Bayerischen Nationalmuseum. Eine Kopie kann im Münchner Stadtmuseum besichtigt werden.

als „Benediktinischer Werkschuh“ bezeichnet.¹⁶⁸ Daher verweist die Verwendung dieser Einheit auf Vermesser bzw. Bauhelfer aus eben jenem Orden. Laut Scholz führt die Spur hier ins sächsische Reichskloster Corvey, dessen Vogt Heinrich der Löwe war. Der Abt von Stablo und Corvey hatte bereits die Marktorte Höxter sowie Logne im heutigen Belgien mitgeplant, deren Pläne Parallelen zu München aufweisen. Das würde auch die Planung einer großen Freifläche als Marktplatz erklären, wie man sie auch in Höxter und Logne findet. In Höxter war schon in den ersten Stadtplänen ein zweiter Markt eingeplant. Genau diese Vision findet sich im Münchner Stadtplan mit dem Anlegen des Rindermarktes an der Pfarrkirche St. Peter. Auch die Zahlenmystik spielt im Münchner Grundriss eine Rolle: Die Salzstraße, also die Hauptachse der „Heinrichsstadt“ wird von Tor zu Tor - also im Abschnitt zwischen Schönem Turm, auf der Höhe des heutigen Kaufhauses Hirmer und dem Talburgtor auf der Höhe des heutigen Spielzeugmuseums im Alten Rathaus - im Verhältnis fünf zu sieben geteilt. Zusätzlich liegen die beiden Tore 1.200 Fuß auseinander, wenn wir die Maßeinheit „Drusianischer Fuß“ ansetzen. Sowohl die Zahl Zwölf als auch die Sieben und die Fünf finden sich im christlichen Glauben wieder: Die Zwölf Apostel, die Sieben Sakramente oder Todsünden, die Pentagonalzahl. Die Nutzung dieser Zahlen in der Stadtplanung verweist auf den Glauben der Planer und greift einen im Mittelalter verbreiteten Gedanken der Geometrie als göttlichen Ursprungs auf.

Scholz weist in seiner Arbeit ausdrücklich darauf hin, dass nach aktuellem Stand die Beteiligung des Abtes Wibald des Klosters Corvey an der Gründung Münchens nicht einwandfrei festgestellt werden kann, auch wenn ein Dankesbrief Barbarossas an den Abt weitere Hinweise auf eine Zusammenarbeit zwischen Heinrich dem Löwen und Wibald liefert. Nach seiner Darlegung des Sachverhalts erscheint es mir jedoch eine einleuchtende Überlegung, die daher auch in dieser Arbeit ihren Platz finden soll.

Die mittelalterlichen Städteplaner

An dieser Stelle soll vertieft auf einen Aspekt eingegangen werden, der wichtig für das Verständnis städtebaulicher Maßnahmen im mittelalterlichen Stadtkern Münchens ist und anhand der obenstehenden Persönlichkeiten bereits eingeführt wurde: Die städtebaulichen Planungskonzepte mittelalterlicher Baumeister und damit zusammenhängend die

¹⁶⁸ Vgl. Scholz 2008. S. 86-87.

Morphogenese der Stadt. Lange Zeit sprach man im Kontext mittelalterlicher Städte¹⁶⁹ in Europa von `natürlich gewachsenen´ Stadtkernen. Wie der Architekt und emeritierte Professor für Städtebau an der Universität Stuttgart Klaus Humpert in seiner Forschung zum Wachstum mittelalterlicher Städte festgestellt hat, finden sich jedoch in deutschen Städten, die in der Epoche des Mittelalters entstanden sind, Hinweise auf bis ins Detail auf dem Reißbrett konzipierte Straßenverläufe. Humpert befasste sich näher mit der Grundrissgestalt und der Stadtforschung, um den Beweis anzuführen, dass mittelalterliche Städte bereits von Stadtplanern entworfen wurden.¹⁷⁰

In München mag hier das Haus der Zähringer von Belang sein, da Berthold von Zähringen Heinrichs Schwiegervater war. Humpert geht davon aus, dass die von den Zähringern gegründeten Städte exakt auf dem Papier geplant wurden. Diese Aussage macht er unter anderem an seiner Entdeckung fest, dass der gekrümmte Straßenverlauf einiger dieser Städte wie Villingen, Freiburg oder Offenburg einer genauen Kreisbahn mit einem 600-Fuß-Radius folgt. Die Entdeckung dieser Kreisbahnen erfolgt durch ein Übereinanderlegen historischer Stadtpläne mit neuen Vermessungen der Universität Stuttgart. Diese Kreisbögen lassen sich auch in anderen europäischen Städten finden. Daher wird die These, die Zähringer hätten diese Planungsidee erdacht und verbreitet, noch diskutiert.¹⁷¹ In vielen mittelalterlichen Städten in Deutschland lässt sich das Prinzip des „Campus Initialis“ entdecken: ein Rechteck, das als Ausgang für die Konzeption gilt. Auf diesen rechtwinkligen Rahmen beziehen sich die Vermessungen innerhalb der Stadtmauern. Als Vorbild für diese Bauart sieht Humpert Kaiser Konrad II. von Worms, der den Dom zu Speyer in Anlehnung an die römische Bauweise errichten ließ. Die Anlage des Doms und der Stadt sollte eine Einheit bilden. In einem Kreis von exakt 1300 Fuß um den Dom entsteht die Stadt Speyer. Die Stadttore liegen genau auf diesem Kreisbogen, die Straßen folgen dem Kreisverlauf. Speyer gilt für den Forscher daher als Mutter der mitteleuropäischen mediävalen Stadt. Für Humpert passt die Zeit dieser städteplanerischen Aktivitäten gut zur damaligen Geisteshaltung ihrer Einwohner:innen: Die Geometrie ist göttlichen Ursprungs, in Gottesdarstellung aus dieser Zeit finden wir den „Deus geometer“, den Allmächtigen mit einem Zirkel in der Hand, der die Erschaffung des Weltenkreises symbolisiert. Filmisch

¹⁶⁹ Entstehungszeit: zwischen 700 – 1500 nach Christus.

¹⁷⁰ Vgl. Paesler 2008. S. 70.

¹⁷¹ Eugster, Erwin: von Zähringen. In: Historisches Lexikon der Schweiz (HLS) 03.06.2020. URL: <https://hls-dhs-dss.ch/de/articles/019504/2020-06-03/> [15.07.2020].

festgehalten wurde auch Klaus Humperts Beweisführung, den Grundriss der Stadt Wismar auf einem Feld ohne weitere Hilfsmittel außer Mess-Seilen und Pflug nachbilden zu können.¹⁷² Auf diese Weise sollte die Kritik widerlegt werden, dass eine Stadtplanung in diesem Ausmaß ohne moderne Vermessungsgeräte nicht machbar gewesen sei. Humpert gelingt es, sein mit Nägeln und Faden angefertigtes Modell genau in gleicher Form auf das Feld – und damit die eigentliche Größe des mittelalterlichen Stadtkerns Wismars – zu übertragen. Durch einen Vergleich des Feldgrundrisses mit dem Satellitengrundriss der Stadt wird festgehalten, dass die von Humpert und seinem Team dargestellte Neueinmessung Wismars mit dem Stadtgrundriss übereinstimmt. Somit bleibt festzuhalten, dass diese städteplanerischen Leistungen für mittelalterliche Baumeister durchaus umsetzbar waren. Ob im Falle Münchens Heinrich der Löwe bei seiner Stadtgründung eventuell von seinem Schwiegervater Berthold von Zähringen beeinflusst wurde, sei dahingestellt.¹⁷³ Es kann jedoch festgehalten werden, dass bereits in der Zeit des Mittelalters Städte vorab auf dem Papier geplant und konzipiert werden konnten und es sich auch bei der ersten Münchner „Heinrichsstadt“ nicht nur um eine natürlich gewachsene Altstadt, sondern um ein geplantes Konstrukt handelt.

2.1.3. Der Markt bei den Mönchen

Die Bedeutung der mittelalterlichen Märkte für Städte beziehungsweise Stadtgründungen lässt sich am Beispiel von München sehr gut erkennen: wie im Kapitel der Gründungsgeschichte genannt, ist die erste schriftliche Erwähnung Münchens im Augsburger Spruch die Bezeichnung „forum apud munichen“ – Der Markt bei den Mönchen. In der Heraldik weist der Mönch im Wappen der Stadt auf den Stadtnamen hin. Er steht vor einem der Münchner Stadttore – ein Verweis auf die Befestigung der Stadt – und über ihm thront der Löwe, das Wappentier der Wittelsbacher. Im Vergleich dazu ist auf dem ältesten Wappen der Stadt¹⁷⁴ der Adler über dem Stadttor zu sehen; ein Verweis auf die damalige Herrschaft der Freisinger Bischöfe, die vor Otto von Wittelsbach in der Stadt regierten.¹⁷⁵

¹⁷² Gottes Plan und Menschen Hand – wie unsere Städte in die Welt kamen. 2004. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=-ZzEzhlGnwM> [02.02.2023].

¹⁷³ Freimut Scholz bezweifelt diesen Sachverhalt. Er stimmt jedoch zu, dass Münchens Stadtplan auf dem Papier entworfen wurde.

¹⁷⁴ Das Wappen ist auf der Ostseite des Alten Rathausturms zu sehen.

¹⁷⁵ Website des Hauses der Bayerischen Geschichte. URL: <https://www.hdbg.eu/gemeinden/index.php/detail?rschl=9162000> [27.02.2023].

Die Bezeichnung „forum apud munichen“ enthält neben dem Verweis auf die Mönche als erste Siedler auf dem Grund der heutigen Altstadt außerdem ein zweites bedeutungstragendes Wort für die frühe Besiedlung: Das lateinische *forum*, der Markt. Schon an dieser ersten Nennung lässt sich die Entwicklung der Stadt München aus einem Marktort heraus ablesen. Der Markt stellt daher den Ursprung der späteren Stadt dar; ohne diesen hätte sich die Siedlung nicht weiterentwickelt.

Märkte im Mittelalter

Im Gegensatz zu München, dessen Stadtgründung erst im 12. Jahrhundert erfolgte, liegt der Ursprung vieler deutschen Städte des Mittelalters in der römischen *civitas*, die im griechischen Sprachraum auch *polis* genannt wird und einen Stadt- oder Gemeindestaat bezeichnet. Die Hauptmerkmale dieser frühen Siedlungen sind ein befestigter, dicht bebauter Stadtkern, der sich je nach *polis* individuell unterschied, sowie ihre Selbstverwaltungsrechte. Aus einigen dieser römischen *civitates* entstanden im Frühmittelalter deutsche Städte wie Köln oder Trier. Mit der Ausbreitung des Christentums gewinnt die Kirche eine immer größer werdende Bedeutung in den Städten des Römischen Reiches und das Konzil von Serdica im Jahre 342 n.Chr. setzte die *civitas* mit Bischofsstädten gleich. Der Begriff der *civitas* wandelt sich im Übergang aus der römischen in die fränkische Zeit erst zum Begriff der „Burg“ – als Bezeichnung für einen Schutzraum –, später zum Begriff der „Stat“. In der frühen fränkischen Zeit kam es zu einer Abwanderung der römischen Eliten aus den Städten – bedingt vor allem durch die Erhöhung der Steuern – und die Bischöfe wurden die eigentlichen Herrscher ihrer Diözese. Finanziell wurde die Kirche vom fränkischen Adel unterstützt und mit Karl dem Großen erfolgte ein wirtschaftlicher Aufschwung im städtischen Raum. Folge dieses Aufschwungs war ein Gründungsboom neuer Städte. Hier wurden zuerst meist Kirchen mit Nebengebäuden zur Versorgung errichtet, die von Befestigungsanlagen umgeben waren. Außerhalb siedelten sich Kaufleute an, deren Siedlungen als „villa“ bezeichnet wurden. Teilweise wurden Handelsplätze [sogenannte „Emporien“] oder Burgen¹⁷⁶ zur Stadt erhoben oder wie oben erwähnt Städte neu gegründet – oft auf Wunsch von Fürsten oder Königen – die sich Steuer- und Zolleinnahmen erhofften, wie es bei Heinrich dem Löwen in München der Fall war. Ab dem 10. Jahrhundert verliehen Herrscher außerdem Marktrechte an die Städte. Diese Märkte trugen im großen Umfang zur

¹⁷⁶ Burg: aus dem lateinischen „burgus“, aus dem sich auch der Begriff des „Bürgers“ ableitet.

Entwicklung der mittelalterlichen Städte und zu einer Welle der Urbanisierung ab dem 12. Jahrhundert bei. Märkte wurden strategisch in verkehrsgünstigen Lagen errichtet und verfolgten meist das Ziel, auf den Warenverkehr Zölle erheben und durch den stattfindenden Warenumsatz die umliegende Bevölkerung versorgen zu können.¹⁷⁷

Der Markt zu München hatte seinen Ursprung im Freisinger Markt. Herzog Tassilo III. hatte den Freisinger Bischöfen und damit dem Kloster Schäftlarn bereits im 8. Jahrhundert nach Christus einige Bauerngüter in Freising geschenkt,¹⁷⁸ im Jahre 903 n.Chr. ging auch der karolingische Verwaltungshof an die Bischöfe, die dort einen Markt mit Münzstätte und Zollbrücke errichteten. Dies war möglich, da die Lage Föhrings direkt an der Salzhandelsstraße einen guten Haltepunkt für die sich auf der Reise von Reichenhall Richtung Augsburg befindenden Salzkaufleute bot. An der Zollbrücke in Föhring hatten die Kaufleute die Möglichkeit, unbeschadet mit ihren Waren die Isar zu überqueren.

2.2. „An Münchens Anfang steht die Isar“¹⁷⁹ – Die Bedeutung der Isar für den Markt

Der Fluss *Isarus*, dessen erste Erwähnung wir in den Freisinger Traditionsbüchern¹⁸⁰ finden, wurde nicht umsonst „die Reißende“ genannt. Vor allem in den Frühlingsmonaten, wenn die Gletscherschmelze frisches Tauwasser aus den Alpen trug, konnte sich der Fluss in einen reißenden Strom verwandeln, der alles sich ihm in den Weg Stellende verschlang. Eine Überquerung mit zum Beispiel dem Floß konnte daher in manchen Zeiten ein großes Risiko für Leib und Leben darstellen.

Ursprünglich handelte es sich bei der Isar um einen Wildfluss mit mehreren Seitenarmen, die durch Kiesbänke vom Hauptstrom getrennt wurden. Schon im 13. Jahrhundert findet man schriftliche Quellen in Form von Kammerrechnungen, die belegen, dass die Münchner Bürger:innen versuchten den Fluss zu bändigen und damit nutzbar zu machen, maßgeblich durch die Errichtung von Wehren oder Schutzwällen gegen Hochwasser. Trotz dieser Vorkehrungen trat die Isar regelmäßig über die Ufer und zerstörte neben den Brücken auch ganze Stadtviertel. Häufig betroffen waren zum Beispiel das Lehel und die Au. Vor allem für

¹⁷⁷ Vgl. Groten 2013. S. 49-54.

¹⁷⁸ Dies ist schriftlich festgehalten im Freisinger Traditionskodex vom 3. Juli 750 n.Chr.

¹⁷⁹ Freisleder, Franz: Reißende, reizende, reiche Isar. In: Onlineausgabe Süddeutsche Zeitung (SZ.de) vom 17. Mai 2010. URL: <https://www.sueddeutsche.de/muenchen/die-stadt-und-ihr-fluss-teil-2-reissende-reizende-reiche-isar-1.744794> [17.03.2020].

¹⁸⁰ Begriffsdefinition Traditionsbücher: Eintragungen über das Rechtsleben der Städte in Büchern, die in den meisten Fällen der Stadtschreiber verfasst. Vgl. Hartmann in: Beck / Henning 2012. S. 28.

den Mühlenbau konnten die kleineren Arme der Isar gut genutzt werden.¹⁸¹ Gleichzeitig musste der Fluss als Wasser- und damit Transportweg für Flößer freigehalten werden, da diese auch bei niedrigerem Wasserstand durch ihren geringen Tiefgang fahren konnten. Der Schiffsverkehr erstarb im 17. Jahrhundert durch weitere Flussverbauungen und so waren es letztendlich nur noch Flöße, die die Isar befahren konnten.

Christine Rädlinger beschreibt in ihrem Buch „Geschichte der Isar in München“ den genauen Weg, den die Waren auf dem Fluss nach München nahmen:

„Die Bedeutung des Floßhafens München sowohl für den Fernverkehr als auch für lokale Transporte aus dem Umland war groß. Wie schon erwähnt, nutzten Kaufleute die Isar ab Mittenwald für den Weitertransport ihrer Güter, der Zufluss Loisach konnte ab Garmisch mit Flößen befahren werden. Von München führte die Fahrt dann weiter über Landshut bis nach Plattling und zur Donau. Über die Donau gelangten Waren und Passagiere weiter bis nach Wien“.¹⁸²

Neben der Bedeutung als Handelsweg war das Flussbett der Isar wichtig für den Abbau von Kies und Sand. Dieser Abbau hatte zur Folge, dass der Flussverlauf sich oft veränderte. Im 17. Jahrhundert, nach einigen erfolglosen Versuchen der Anrainer:innen einerseits die Hochwasser, andererseits eine Wasserknappheit in den Stadtbächen zu vermeiden, wurde die Isar an der Stelle der heutigen Museumsinsel zweigeteilt, eine Direktionslinie geschaffen und damit ein neues, begradigtes Flussbett, das zu den Ufern hin genügend Abstand einhielt, um bei etwaigem Hochwasser ein Übertreten in nahe am Ufer gelegene Stadtviertel zu verhindern.

In der Münchner Stadtchronik findet sich ein Eintrag über das Hochwasser. Hierzu wurde am 21. Juni 1853 festgehalten:

„Schon am Tage nach der Ankunft in München begab sich König Max und Königin Marie in Begleitung des königlichen Staatsministers Grafen Reigersberg und des königlichen Polizeidirektors Düring nach den Isarufeln, um die durch das außerordentliche Hochwasser verursachten Beschädigungen in Augenschein zu nehmen. Die Isar, welche in Folge fast ununterbrochen anhaltender Regengüsse bedrohlich gestiegen, hatte, so weit das Auge reichte, ihre Ufer überschritten. Über Felder und Auen strömte verheerend ein reißender Strom, Stege, Brückengebälke usw. mit sich führend. Die Vorstadt

¹⁸¹ Für Mühlen im Stadtbereich - wie zum Beispiel die Pfistermühle am Ende der heutigen Sparkassenstraße - leitete man das Isarwasser in mit Holz befestigte Kanäle, die die Mühlräder antrieben. So entstanden die Münchner Stadtbäche.

¹⁸² Rädlinger 2012. S. 28.

Au wurde gänzlich unter Wasser gesetzt, durch die Straßen derselben strömte das Wasser über zwey Fuß hoch. Die sogenannte Entenbrücke, dann ein Theil der Praterbrücke wurden von den Fluthen weggerißen. Der Prater selbst, so wie die ganze Niederung unter demselben/Lehel standen gleichfalls unter Wasser. Selbst einige Plätze und Straßen der Stadt, z.B. der Viktualienmarkt, ein Theil des Thales waren überschwemmt“.¹⁸³

Mit Hilfe neuer Techniken – wie den Bau von Auffanggittern vor den Brücken, um Ansammlungen von Trifholz an den Brückenpfeilern zu verhindern, die 1813 zum Einsturz der Ludwigsbrücke mit mehreren Toten geführt hatten¹⁸⁴ – gelang es im 19. Jahrhundert, die von der Isar ausgehenden Gefahren zu bändigen, die zeitweise auch den Viktualienmarkt bedrohten.

Die Nutzung des Flusses als Handelsweg war durch herrschaftliche Rechte geregelt. In seinem Aufsatz „Die Isar in der Rechtsgeschichte – Anmerkungen zur Entwicklung des bayerischen Wasserrechts“¹⁸⁵ beschreibt Reinhard Heydenreuther das sogenannte „Stromregal“, das zu einem der kaiserlichen Vorrechte zählte. Erst seit dem 15. Jahrhundert unterstand dieses Regal auch den Landesherren. Eine Vereinheitlichung des Wasserrechts erfolgte im Jahr 1852 mit den Wassergesetzen, die den „Gemeinbrauch an öffentlichen Gewässern“¹⁸⁶ anerkannten. Zu den Vorrechten der Landesherren zählte der Fischfang und ebenfalls das Strandrecht, das besagte, dass Besitzverhältnisse bei gestrandetem Gut auf den Landesherren übergehen. Dieses Recht wurde häufig diskutiert, Barbarossa und seine Nachfolger auf dem Kaiserthron hatten es sogar abgeschafft, um die Kaufleute und ihre Waren zu schützen. Diese Abschaffung setzte sich jedoch nur langsam bei den Landesherren durch, die von Bergungen gestrandeter Ware profitierten. Noch in Quellen bis zur Mitte des 19. Jahrhunderts lässt sich diese Tatsache daran erkennen, dass Erlasse gefertigt wurden, die das Einbehalten von gestrandeten Gegenständen ausdrücklich als Diebstahl bezeichneten.

Das Recht auf Brückenbau lag bei den Landesherren. Im historischen Rückblick auf die Gründungsgeschichte Münchens lässt sich im Speziellen noch einmal festhalten, dass das Recht auf Seiten Heinrichs des Löwen stand, in München eine Brücke zu errichten. Denn durch das ihm von Seiten des Kaisers verliehene Straßen- und Flussregal handelte der Herzog

¹⁸³ Ebd., S. 27.

¹⁸⁴ Vgl. Hackelsberger 1981. S. 73.

¹⁸⁵ Heydenreuther in: Plessen 1985. S. 52-62.

¹⁸⁶ Ebd., S. 54.

ganz im Sinne seiner Regalienrechte, auf die unter dem Punkt „Regalien“ noch näher verwiesen wird.

Die Flößerei in München

Hinsichtlich der Flößerei findet sich im Stadtrecht Münchens die erste schriftlich festgehaltene Erwähnung von gesetzlichen Maßnahmen im 14. Jahrhundert. Michael Schattenhofer beschreibt in seinem Aufsatz „Aus der Geschichte der Isarflößerei“¹⁸⁷ die fast unzertrennliche Einheit, die Flößerei und Stadt München seit jeher bildeten. Schon in einer der ältesten Ansichten der Stadt, in der *Schedelschen Weltchronik* von 1493, findet sich ein Bild von auf der Isar schwimmenden Flößen. In einem im Jahr 1310 verfassten Ratsbuch der Stadt findet man bereits eine Flößerordnung, die zur Versorgung der Bevölkerung mit Holz, Kohle und anderen wichtigen auf den Flößen transportierten Waren beitrug. München war auf die Isarflößerei angewiesen, da die Stadt bis Mitte des 15. Jahrhunderts auch nach schweren Stadtbränden – der verheerendste wohl schon im Jahr 1327 – bis auf wenige Ausnahmen aus Holz gebaut war und die Nachfrage nach diesem Rohstoff beständig stieg. Auch die Zunft der Schächler hatte einen wachsenden Bedarf an Holz für ihre Fassmachereien. Das verwendete Holz stammte meist aus dem Isarwinkel. Auch Baustoffe wie der Nagelfluh aus Grünwald, eine spezielle Gesteinsart, wurden auf dem Wasserweg transportiert. Dieser Weg zu Wasser war für die Entwicklung der Stadt unentbehrlich, da München selbst über keine Handelsstraße über die Alpen verfügte. Erst Herzog Albrecht IV. baute die Route über den Kesselberg aus, die jedoch sehr beschwerlich war. Mittenwald bildete den Umschlagplatz für aus dem Süden stammende Güter, die hier auf Flöße verladen wurden, um dann weiter nach München transportiert zu werden. Zum Anlegen konnten Flößer die hölzernen Quaianlagen an der *Oberen Länd* und der *Unteren Länd* nutzen, letztere auf Höhe der heutigen Ludwigsbrücke.

Bis ins 16. Jahrhundert waren vor allem Weinfässer transportiert worden, dieser Trunk war zur damaligen Zeit noch vor dem Bier das Hauptgetränk der Bevölkerung:

„Ein Teil der Münchner Floßlände an der Isarbrücke war als Weinlände ausgesteckt. Sie mußte von Michaeli (29. September) bis Georgi (23. April) für die Weinflöße freigehalten werden. Streng verboten war das Versuchen der Weine und der Kauf von Wein an der Lände. Die Weine mußten auf

¹⁸⁷ Schattenhofer in: Plessen 1985. S. 64-78.

den Weinmarkt gebracht werden, der um 1530 am Montag auf dem heutigen Marienplatz stattfand“.¹⁸⁸

Da eine Vielzahl der Waren, die auf dem Münchner Markt angeboten wurden, nur auf dem Wasserweg befördert werden konnten, spielte die Flößerei für den Warenumsatz eine bedeutende Rolle. Dies lässt sich anhand vorliegender Zahlen verdeutlichen: Im Jahre 1668 verdiente die Stadt München durch Einnahmen der *Unteren Isarlände* mit 2.780 Flößen¹⁸⁹ 417 Gulden.¹⁹⁰ Im Jahr 1699 liefen 3.100 Flöße München an, die mit Wein, Mehl, Bier und Baumaterial beladen waren. Dies geht aus Veröffentlichungen eines Ratsmitglieds hervor.¹⁹¹ Durch ein stetiges Anwachsen der Stadt, und eine damit verbundene erhöhte Nachfrage an Gütern, erfährt die Flößerei bis Mitte des 19. Jahrhundert eine Blütezeit:

„Dort, wo heute das Deutsche Museum steht, muss es jahrhundertlang zugegangen sein wie heute am Autobahnende in Schwabing: Chaos, Stau und haltlose Flüche auf all die Deppen, die anderen Verkehrsteilnehmer [...]“.¹⁹²

Durch die Nutzung der Bahn und den Ausbau des Streckennetzes verlor die Flößerei zunehmend an Bedeutung. Ab diesem Zeitpunkt gehen die Zahlen stetig zurück. Laufen um das Jahr 1860 noch bis zu 8.000 Flöße die Länden an, sind es um das Jahr 1900 bereits nur noch 5.000 und in den 1930er Jahren 600 Flöße. Seit den 1960er Jahren gilt die Isar bei München nicht mehr als schiffbar. Die Flößerei hat sich nach Süden verlagert, mit Schwerpunkt in Wolfratshausen. Sie dient heute jedoch weniger dem Transport von Waren als vielmehr der Unterhaltung von Gästen und Tourist:innen mit bayerischer Blasmusik und Bier.

Das Gold des Mittelalters – Die Bedeutung des Salzes für den Markt in München

Ein wichtiges Gut, dessen Transport zu Wasser nur schwer durchgeführt werden konnte und das daher auf anderen Routen seinen Weg in die Stadt finden musste, war das Salz.

Regensburg hatte bereits unter den Römern große Bedeutung für den Salzhandel. Über die

¹⁸⁸ Ebd., S. 70.

¹⁸⁹ Vgl. ebd., S. 75.

¹⁹⁰ Dieser Wert entspricht im Jahr 2023 ungefähr 37.160 Euro. Quelle: Beim Geldwechsler. URL: <https://www.mittelalterrechner.de/Geld#result> [06.02.2023].

¹⁹¹ Vgl. Schattenhofer in: Plessen 1985. S. 71.

¹⁹² Kämpner, Joachim: Vom Leben und Sterben am Fluss. In: Bernstein / Görl / Wetzel 2016. S. 244-247. Hier: S. 246.

Stadt Passau wurde die Region Böhmen mit Salz versorgt, während in Föhring ebenfalls eine Salzniederlage bestand. Diese Standorte zählten zu den wichtigsten Salzmärkten Bayerns. Die Niederlage in Föhring hatte die Aufgabe, das wertvolle Gut weiter nach Schwaben zu transportieren, vorrangig in die Fuggerstadt Augsburg. Hierbei bildete Föhring den Brückenkopf für die Stadt Freising. Der erhobene Brückenzoll war für die Bischöfe von Freising eine lukrative Einnahmequelle.

Die enorme Bedeutung des Salzes und des Salzhandels im Mittelalter war dem Umstand geschuldet, dass in der Zeit vor der Erfindung der Kühlmaschine im Jahr 1873 durch Carl von Linde verderbliche Lebensmittel, die man haltbar zu machen gedachte, in Salz oder Salzlake eingelegt werden mussten. Für diese Art der Konservierung war das Salz unersetzlich und wurde daher als „Weißes Gold“ bezeichnet. Außerdem hatte es genau wie heute einen hohen Stellenwert als Speisegewürz.

Aufgrund der immensen Bedeutung dieses Handelsguts war ganz Deutschland von Salzstraßen durchzogen. Eine der wichtigsten Handelsrouten folgte dem Verlauf Reichenhall – München – Augsburg, wobei Wasserburg am Inn die größte Zollstation auf dem Weg nach München war. Salz wurde zu Beginn des Mittelalters noch auf Saumwegen, die von sogenannten Säumern mit ihren Lasttieren wie dem Esel begangen wurden, auf dem Landweg transportiert. Durch die begrenzte Belastbarkeit der Lasttiere konnten nur geringe Mengen der Ware transportiert werden.

In Bayern geschah der erste Salzfernhandel auf den Flüssen Salzach, Inn und Donau, die gut schiffbar waren. Hierzu wurden Flöße benutzt, da diese nur über geringen Tiefgang verfügten und somit auch auf flachen und schnellen Gewässern gut zu kontrollieren waren. Der Transport zu Wasser war jedoch meist beschwerlich, da die Flöße stromaufwärts mithilfe von Pferden bewegt werden mussten. Daher entschied der Großteil der Händlerschaft sich für den Transport über Land.

Da die Isar als unberechenbarer Wildfluss nur schwer schiffbar war, wurde München nicht auf dem Wasserweg mit Salz versorgt. Der Landweg, der die Versorgung der Stadt München mit dem Handelsgut sicherstellte, war eine der Salzhandelsstraßen, die von Münchens Stadtgründer Heinrich dem Löwen von der Brücke in Föhring weg, über den Ebersberger Forst, hin zu seiner neu erbauten Brücke in München geleitet wurde. So sicherte sich Heinrich die Abgaben, die die Kaufleute für Ihre Ware entrichten mussten. Die Herzöge und

jeweiligen Landesherren griffen gern in den Salzhandel ein, um von den Zolleinnahmen zu profitieren. Heinrich leitete hierfür den Warenstrom einfach über seinen Markt in München um.¹⁹³

Doch wie konnte sich München gegenüber der Salzniederlage in Föhring durchsetzen? Die Antwort auf diese Frage liegt vor allem im Zuzug der Siedler:innen nach München. Diese kamen zum größten Teil aus Heinrichs Besitzungen in Schwaben, die er durch die Gründung der Stadt Landsberg und dem Ausbau der Verbindungsstraße von Landsberg nach München noch näher an die Welfenstadt anknüpfte. Für den Salzhandel bis ins 14. Jahrhundert schreibt der ehemalige Direktor des Stadtarchivs in Stuttgart, Hermann Vietzen, folgendes:

„Der Transport geht auch nicht mehr direkt von der Produktionsstätte an den Verbrauchsort. Auf festbestimmten Straßen und in Etappen, veranlaßt durch das inzwischen ausgebildete Stapelrecht von Städten und Märkten, rückt das Salz innerhalb des Landes vor, einem immer größeren Personenkreis Arbeit und Nahrung verschaffend“.¹⁹⁴

Den Bürgern war es erlaubt, mit Salz zu handeln und damit an den Gewinnen teilzuhaben. In der Praxis jedoch war die Voraussetzung für den Einstieg in den Salzhandel ein bereits vorhandenes Vermögen, da neben der Ware selbst auch der Zoll und die Steuern zu entrichten waren.

Am heutigen Marienplatz, dem damaligen Marktplatz, wurde der Salzmarkt abgehalten. Dort allerdings durfte das Salz außerhalb der Marktzeiten nicht gelagert werden. Die Salzhändler mussten daher über eine sichere und geschützte Lagerstätte verfügen. Diese wurde von der Stadt in Form der Salzstadel errichtet. Diese sollten zuerst vor dem Isartor entstehen; ein Hochwasser setzte den Baumaßnahmen jedoch schnell ein Ende. In der Folge wurden vier große Salzstadel an der Kreuzgasse, dem späteren Paradeplatz und heutigen Promenadeplatz, gebaut. Mit dem Bau der Herzog-Max-Burg wurde diese Gegend jedoch eine beliebte Wohnstätte des Adels und seines Gefolges. Daher mussten der Salzmarkt und die Lagerstätten der Händler weichen und wurden auf den damaligen Richtplatz an der heutigen Arnulfstraße verlegt. Vier Salzmesser der Stadt wachten darüber, dass die Kundschaft von den Händlern gerecht behandelt wurde und die Qualität des Salzes sichergestellt war. Es gab ein Bußgeld für Verstöße der Kaufleute gegen

¹⁹³ Vgl. Stritzke 1958. S. 22-25.

¹⁹⁴ Vietzen 1936. S. 12.

Mengenfeststellungen, also den Fall, dass ein Händler mehr berechnete als die tatsächlich verkaufte Menge und somit die Kundschaft zu viel bezahlte.¹⁹⁵

Der Markt wurde von Gästen und Bürger:innen gleichermaßen versorgt. Als Gäste wurden nicht aus München stammende Kaufleute bezeichnet, es handelte sich in den meisten Fällen wohl um Wasserburger Salzsender.¹⁹⁶ Das Stapelrecht besagte, dass jeder Gast sein Salz drei Tage lang auf dem Markt anbieten musste, der Verkauf war jedoch nur an Bürger:innen und nicht an andere Gäste gestattet.¹⁹⁷ Die Gäste durften ihr Salz in den Stadeln der Münchner Salzhändlerschaft lagern.

Das in den Stadeln verwahrte Salz wurde unter anderem in Fässern gehandelt. Das im Fass gehandelte Salz konnte auch in anderen Formen zum Verkauf angeboten werden, wie zum Beispiel in Fudern. Bei dem Verkauf in Fudern wurde das Salz in Bottichen getrocknet und danach durch den Rauch eines offenen Feuers geschwärzt. Eine weitere Maßeinheit war die Scheibe, bei deren Herstellung man das Salz in kegelförmige Kufen goss, wobei eine Scheibe drei Fuder fasste. Wenn das Salz im Fass gehandelt wurde, so entsprach dieses wiederum ungefähr vier Scheiben. Oft füllten die Kaufleute das Salz in Säcke – auch das „gebrochene Salz“ genannt – die aus Textilien oder Papier bestanden. In manchen Fällen wurde das Salz auch offen auf die Fuhrwerke verladen. Die Bedeutung des Salzes für München war zu dieser Zeit bereits so hoch, dass schon im 14. Jahrhundert die Einnahmen aus dem Salzhandel die Hälfte der Einnahmen der Stadt ausmachten.¹⁹⁸

Im Laufe der Geschichte verliert die Stadt München zwar einige Male die Niederlegungs- und Stapelrechte, ist aber meist in der Lage, sie zurück zu erlangen. Jedoch war eine dieser kurzen Aufhebungen der Anlass, diese Rechte nun in der Goldenen Bulle von Kaiser Ludwig dem Bayern im Jahr 1332 für alle Zeiten schriftlich festzuhalten: Nur in München darf Salz die Isar überqueren. Der Handel durch Gäste in der Stadt ging in der Mitte des 14. Jahrhundert zurück, da die Münchnerinnen und Münchner ihre Rechte in diesem Dokument noch ausdehnen konnten, indem sie es auswärtigen Kaufleuten untersagten, ihr Salz in München zum Verkauf anzubieten. Das alleinige Verkaufsrecht war allerdings an die Bedingung, das Salz für den Münchner Markt nur aus Wasserburg zu beziehen, geknüpft. Die

¹⁹⁵ Vgl. ebd., S. 13-15.

¹⁹⁶ Salzsender ist ein anderes Wort für Salzhändler.

¹⁹⁷ Vgl. Vietzen 1936. S. 18.

¹⁹⁸ Vgl. ebd., S. 9-12.

Händler mussten entweder der festgelegte Route Wasserburg – München oder der Route München – Schwaben folgen, wenn sie das Salz aus Wasserburg nach Augsburg weiterverkaufen wollten.

Dieser Zusatz wurde allerdings am 3. Oktober 1336 aufgehoben und die Münchner:innen durften ihr Salz nun von allen Niederlegungen her in die Stadt einfahren. So war es ihnen möglich, die Fuhrwerke mit dem Salz durchgehend von Wasserburg über München nach Schwaben weiter zu führen, solange sie dem Streckenverlauf der Salzstraßen folgten. Dies war für die Händlerschaft von großer Bedeutung, da die Produktion des aus Reichenhall stammenden und in Wasserburg lagernden Salzes nicht stabil war und es zu Engpässen in der Salzherstellung kommen konnte. Diese Problematik wurde durch die Aufhebung der Regelung aus der Bulle erfolgreich umgangen.¹⁹⁹

Trotzdem blieben die Salzpreise instabil und waren starken Schwankungen ausgesetzt. Viele der Salzhändlerfamilien nahmen daher zusätzliche Waren wie zum Beispiel Getreide oder Wein mit in ihr Sortiment auf und konnten auf diese Weise ein großes Vermögen aufbauen. Da Salz vielfach in Fässern gehandelt wurde, konnte der Salzhandel mit dem Weinhandel verknüpft werden. Da für Salz und Wein oftmals dieselben Fässer genutzt wurden, konnten die Händler durch die Möglichkeit des Befahrens der Handelsrouten in beide Richtungen in vielen Fällen das Salz als Gegenfracht in leere Weinfässer füllen. Einige Münchner Familiennamen wie Ligsalz verweisen direkt auf das Tätigkeitsfeld der Familie als Salzsender. Weitere nennenswerte Namen für die durch den Salzhandel reich gewordenen Münchner Bürgersfamilien wären Püttrich und Tulbeck. Diese Familien konnten ihr Vermögen durch den Fernhandel ausbauen, wobei dem Salz eine tragende Rolle zukam.²⁰⁰

Im 14. Jahrhundert erfolgt die Bayerische Landesteilung durch die Söhne Ludwigs des Bayern. Sie teilten Niederbayern in Niederbayern-Straubing und Niederbayern-Landshut. Dies war für den Münchner Salzmarkt von Bedeutung, da Landshut ebenfalls ein Niederlagerecht zuteilwurde, wogegen die Stadt München sich streng verwehrt und auf die Goldenen Bulle verwies. Landshut konnte seine Ansprüche jedoch durchsetzen und so stand München ab dem 15. Jahrhundert in Konkurrenz mit dem dortigen Salzmarkt. Eine

¹⁹⁹ Weitere in der Urkunde festgeschriebene Punkte sind der Schutz der Münchner Kaufleute sowie die Strafe für nicht über den Münchner Markt geliefertes Salz, das bei Entdeckung dem Landesherrn und der Stadt zufällt.

²⁰⁰ Vgl. Stritzke 1958. S. 29-30.

Verschlechterung der Lage stellte auch das Inntaler Salz dar, das in Konkurrenz mit dem Reichenhaller Salz trat und in Bayern nicht verkauft werden durfte. Dieses Salz aus Tirol fand vor allem in der Schweiz reißenden Absatz, ein Markt, der in der Vergangenheit dem Reichenhaller Salz vorbehalten war. Noch dazu mussten die Salzkaufleute aus München immer wieder nach Reichenhall fahren, um die Qualität des Salzes zu prüfen und Klagen über ungenaue Maße abzuwehren. All diese Punkte trugen dazu bei, dass sich im Laufe des 16. Jahrhunderts erste Verfallserscheinungen im Salzhandel zu München zeigen.²⁰¹

Zusätzlich nahm der Landesherr im Laufe des darauffolgenden Jahrhunderts immer mehr Einfluss auf den Handel, was zu dem Ergebnis führte, dass sich Patrizierfamilien aus dem Salzhandel zurückzogen, um nach adeligem Vorbild hinaus aus den immer weiterwachsenden Städten auf das Land zu ziehen. Die Vorstellung einer „villa suburbana“, wie sie sich die Adeligen für die wärmeren Sommermonate bauen ließen, reizte eben auch die reichen Familien aus München. Der Wert von Salz sank, jedoch wuchs zunächst die Zunft der Salzsender an, da immer mehr kapitalschwache Bürger versuchten, die Lücken bei den Zunftmitgliedern, die die Patrizierfamilien mit ihrem Weggang rissen, zu schließen. Sie sind allerdings kaum in der Lage, die Umsätze weiterhin zu halten. Bedingt durch das Anwachsen der Zunft mit eher kapitalschwachen Mitgliedern musste die Zahl der Mitglieder erhöht werden, um den Umsatz weiterhin garantieren zu können. Gleichzeitig verlor die Zunft im Stadtre Regiment an Bedeutung, da der Wert der Ware weiter sank. Durch das Wachsen der Zunft machten sich die Münchner Salzkaufleute untereinander nun mehr Konkurrenz, was auch die Lagerplätze in den Stadeln betraf. Den Todesstoß versetzte dem bürgerlichen Salzhandel in München dann das Salzmonopol Wilhelms V., der am 1. Januar 1587 den Salzhandel zum Staatsmonopol erklärte und somit Handel und Herstellung von Salz verstaatlichte, um mit den Einnahmen seine Schulden abzubezahlen. Die Zunft der Salzsender wurde aufgelöst.²⁰²

Im weiteren Verlauf gab es seit dem Jahr 1868 wieder freien Salzhandel in Bayern, das Erzeugungsmonopol blieb jedoch bestehen und wurde in der Bayerischen Berg-, Hütten- und Salzwerke AG (kurz BHS) umgesetzt. Die BHS stellte vor allem Salze für die chemische Industrie sowie Siedesalz her.

²⁰¹ Vgl. Vietzen 1936. S. 27-37.

²⁰² Vgl. ebd., S. 109-127.

2.3. Der Augsburger Spruch: Eine Dokumentenanalyse

Nun war München, durch die Flößerei auf der Isar einerseits und die Lage an der Salzhandelsstraße aus Bad Reichenhall kommend andererseits, bereits in den ersten Jahrzehnten nach seiner Gründung immer weiter gewachsen. Die offizielle Gründung der Stadt legen Historiker:innen auf den 14. Juni 1158 fest. An diesem Datum wurde die Gründungsurkunde Münchens unterzeichnet, der Augsburger Spruch. Dieser Spruch stellt eine mittelalterliche Urkunde dar, die hier in deutscher Übersetzung interpretiert wird. Zur eindeutigen Erklärung des Begriffes der Urkunde definiert Josef Hartmann die Urkunde als eine schriftliche Dokumentierung von rechtlichen Tatsachen. Als Formmerkmale nennt er das Siegel, die Unterschrift und die Beglaubigung durch Zeugen.²⁰³

Der vorliegende Augsburger Spruch, wie auch das Urteil von Regensburg, fallen unter die Kategorie der *Herrscherurkunde*. Der Ursprung von Urkunden als schriftliches Festhalten von Rechten liegt auf deutschem Gebiet bei den fränkischen Königen. Bereits seit König Heinrich IV. sind Zeugen bei der Unterzeichnung anwesend. Vor allem die Verleihung von Rechten wie dem Markt- oder Zollrecht begünstigte die Entwicklung des Urkundewesens, da diese Privilegien von den Herrschern schriftlich fixiert und damit so gut wie unanfechtbar waren. Im 10. Jahrhundert setzten Bischöfe erstmals Siegel unter ihre Dokumente. Diese Praxis wird von den deutschen Herrschern übernommen und etabliert sich, da die römische Kurie ab dem 12. Jahrhundert nur noch Siegelurkunden anerkennt, um Fälschungen auszuschließen. Neben den bischöflichen Siegeln und den Herrschersiegeln entwickeln sich Stadtsiegel. Die Siegel dienen sowohl als Erkennungszeichen als auch Beglaubigungsmittel. Das Siegel des Kaisers findet sich auch unter der Urkunde aus Augsburg. Ein Jahrhundert später, in der Zeit des zunehmenden mittelalterlichen Städte-Booms, halten auch die Gemeinden ihre Stadtrechte in Form von Urkunden und Akten fest, meist werden sie in die Kategorie der *Ratsurkunde* eingeordnet.²⁰⁴

Die Anfänge der Urkundenkritik und damit der Diplomatik als Wissenschaft reichen in das 17. Jahrhundert zurück. Der Schwerpunkt der Forschung lag zu dieser Zeit auf dem Erkennen urkundlicher Fälschungen. Ab dem 19. Jahrhundert wurden Urkunden für die historische Wissenschaft interessant, da sie als verschriftlichte Zeitzeugen gesehen werden können und

²⁰³ Vgl. Hartmann in: Beck / Henning 1994. S. 21-22.

²⁰⁴ Ebd., S. 28.

eine kritische Auseinandersetzung ermöglichen sowie den Forschenden Aufschluss über historische Begebenheiten liefern.

2.3.1. Urkundenanalyse: Das hermeneutische Vorgehen

Bei den vorliegenden Dokumentenanalysen wird der hermeneutische Ansatz bei der Interpretation der Urkunden verwendet. Zum einen verschmelzen bei den vorliegenden Urkunden die Grenzen zwischen Überrest- und Traditionsquelle, da Urkunden in die Kategorie der Überrestquelle eingeordnet werden, deren historischer Sinn erst nachträglich gedeutet werden kann, da sie zum Zeitpunkt des Verfassens nur für das Festhalten der gegenwärtigen Situation geschrieben wurden, wo hingegen Traditionsquellen für die Nachwelt bestimmt sind. Bei den in dieser Arbeit analysierten Dokumenten jedoch werden Informationen an spätere Generationen weitergegeben. Im Augsburger Spruch erwähnt Barbarossa wortwörtlich die „*gegenwärtigen Geschlechter aber und die kommenden sollen den Wortlaut der Abmachung kennen*“, an dieser Stelle liegt somit eine Überrestquelle mit einem Traditionscharakter vor. Ähnliches findet sich bei der Marktfreiungsurkunde.

Handelt es sich, wie bei dem vorliegenden Dokument des Augsburger Spruchs, um eine Herrscherurkunde, so bedeutet dies, dass der Herrscher die Urkunde in einem in der Diplomatie als Kanzlei bezeichneten Kreis aus Notaren und Schreibern herstellen lässt, die teilweise den Titel *Kanzler* übernehmen. Einen Forschungsschwerpunkt in der Diplomatie stellt das Urkundenformular dar. Die Zusammensetzung der Urkunde erfolgt aus dem Eingangsprotokoll, dem Kontext beziehungsweise dem Text und dem Schlussprotokoll. Im Eingangsprotokoll kann eine *Invocatio* als „Anrufung des göttlichen Namens am Anfang der Urkunde“,²⁰⁵ eine *Intitulatio*, die Angabe des Verfassernamens, eine Devotionsformel, im deutschsprachigen Raum meist *von Gottes Gnaden*, eine *Salutatio*, die Grußformel und eine *Arenga*, die die Motivation des Urkundenverfassers beschreibt und als „ein Spiegel für Prinzipien, Zielstellung und Selbstverständnis der ausgeübten staatlichen Gewalt“²⁰⁶ dient, enthalten sein.

Die Augsburger Urkunde als Stadtgründungsurkunde Münchens muss im nächsten Schritt näher analysiert werden. Bereits im Jahr 1140 hatte der damalige König Konrad III. dem Bischof in Freising einen Jahrmarkt, das alleinige Münzrecht in seiner Stadt sowie die

²⁰⁵ Ebd., S. 42.

²⁰⁶ Ebd., S. 43.

Zollstation an der Föhringer Brücke gewährt. Kaiser Barbarossa ließ in der Augsburger Urkunde von 1158 den Markt in Föhring aufheben und billigte die Marktgründung in München. Dieser Sachverhalt ist im Augsburger Spruch schriftlich festgehalten:

„Im Namen der heiligen und unteilbaren Dreifaltigkeit. Friedrich, durch Gottes gütige Huld Kaiser der Römer und allzeit erhabener Herrscher, an seinen geliebten Onkel Otto, Bischof von Freising, und dessen durch kanonische Wahl zu bestellenden Nachfolger in Ewigkeit:

Da wir durch Gottes Güte das Steuer des Römischen Reiches in Händen haben, ist es angemessen, dass wir mit dessen Hilfe nach besten Kräften für die Ruhe der Zeiten und den Frieden der Kirchen vorausschauend Sorge tragen. So erhoffen wir den uns anvertrauten Erdkreis in der Gegenwart friedvoll zu regieren und in der Zukunft als Lohn ewige Vergeltung vom König der Könige geschenkt zu erhalten. Deshalb haben wir den Streit, der um den Markt bei Oberföhring (Feringa) und München (Munichen) zwischen Dir, teuerster Onkel, der gegenwärtig die Würde des Bischofs von Freising trägt, und unserem hochedlen Vetter Heinrich, Herzog von Bayern und Sachsen, bekanntlich ausgetragen wird, bei unserem Zusammensein mit den Fürsten auf solche Weise entscheiden lassen, dass künftig zu einer Spannung jeder Anlass beseitigt sein dürfte, der dieser Sache wegen zwischen Euch auftauchen könnte. Die gegenwärtigen Geschlechter aber und die kommenden sollen den Wortlaut der Abmachung kennen, die mit Eurer beider Zustimmung und Willen feierlich getroffen wurde: Der Markt, der bei Föhring abgehalten zu werden pflegte, die Zollbrücke und die Münzstätte werden dort künftig nicht mehr bestehen. Zum Ersatz dafür hat unser Vetter Herzog Heinrich der Kirche von Freising ein Drittel des Gesamteinkommens aus seinem Marktzoll zu München übertragen, sei es aus Abgaben für Salz, sei es für andere dort ein- oder ausgehende Groß- oder Kleinwaren. Einen eigenen Zöllner aber soll nach Gutdünken jeder von Euch haben oder, wenn das für gut erscheint, beide zusammen einen, der jedem von Euch verantwortlich sein soll.

Mit der Münzprägestätte soll es ähnlich gehalten werden, indem ein Drittel ihrer Einkünfte der Bischof erhält, zwei Drittel aber dem Herzog zufließen. Das aber wurde vom Herzog in Treue gelobt, dass ohne List und Niedertracht diese einzelnen Anteile der Kirche von Freising ewig geleistet werden sollen. Die Münzstätte jedoch soll nach Gutdünken des Herzogs errichtet werden können. Die Freisinger Münzstätte soll endlich auch der Bischof nach eigenem Belieben errichten können. Von ihren Einkünften soll der Herzog nur ein Drittel erhalten und er soll diesen Anteil, er sei groß oder klein, nach dem Wunsch des Bischofs als Lehen an jemand weitergeben, wie er es auch bereits getan hat.

Wir bestimmen also und bekräftigen mit dieser Urkunde, dass die Festlegung dieser gegenseitigen Übereinkunft für alle Zeit unerschütterlich Geltung haben soll und dass jeder von Euch, was er

erhalten hat, ungestört besitzen soll zu Eurer und Eurer Nachfolger ewigen Nutznießung. Damit weiter die Erinnerung an diese Abmachung nicht ausgelöscht werde, haben wir sie schriftlich niederlegen und mit dem Aufdruck unseres Siegels versehen lassen. Wir haben sie auch, wie unten zu ersehen ist, mit eigener Hand bekräftigt und die anwesenden Zeugen am Schluss aufzeichnen lassen. Ihre Namen sind: Arnold Erzbischof von Mainz, Friedrich Erzbischof von Köln, Konrad Bischof von Augsburg, Eberhard Bischof von Bamberg, Friedrich Herzog von Schwaben, Hermann Markgraf von Verona, Dietrich Markgraf von der Lausitz und sein Bruder Heinrich.

Zeichen des Herrn Friedrich, des unbesiegten Kaisers der Römer (Monogramm)

Ich Rainald, Kanzler, habe an Stelle des Herrn Erzbischofs von Mainz und Erzkanzlers nachgeprüft.

Gegeben zu Augsburg, am 14. Juni im 1158. Jahr nach Christi Geburt, in der 6. Indiktion, unter der Regierung Friedrichs, des erhabenen Kaisers der Römer, im 7. Jahr seiner Herrschaft als König, im 3. als Kaiser. Amen“.²⁰⁷

Im Eingang beginnt die Urkunde mit der *Invocatio*, der Anrufung „*der heiligen und unteilbaren Dreifaltigkeit*“. Darauf folgt die Verfasserangabe „*Friedrich, durch Gottes gütige Huld Kaiser der Römer und allzeit erhabener Herrscher*“ mit einer anschließenden Devotionsformel „*Da wir durch Gottes Güte das Steuer des Römischen Reiches in Händen haben*“ sowie der *Arenga*, die die Motivation des Kaiser beschreibt: „*So erhoffen wir den uns anvertrauten Erdkreis in der Gegenwart friedvoll zu regieren und in der Zukunft als Lohn ewige Vergeltung vom König der Könige geschenkt zu erhalten*“.

Der eigentliche Text enthält weiterführend die *Narratio*, die den Sachverhalt darlegt, auf den in der Inhaltsanalyse eingegangen wird, sowie die *Corroboratio*, die Benennung der Zeugen. Diese erfolgt im Augsburger Dokument in der Endpassage des Textes.

Des Weiteren kann die *Narratio* eine *Sanctio* beinhalten, die eine Strafandrohung erwähnt, wenn der dargestellte Sachverhalt und die damit verbundenen Regeln nicht eingehalten werden, was im vorliegenden Dokument nicht der Fall ist. Im Schlussprotokoll erfolgt dann die Unterschrift der Zeugen, des Schreibers *Rainald*, der sich in der Urkunde als Kanzler bezeichnet, das Monogramm des Herrschers mit Siegel und die Datierung auf den 14. Juni 1158. Verfasst sind die hier untersuchten Urkunden im Original in Mittellatein, das bis ins 13. Jahrhundert die Urkundensprache darstellte.

²⁰⁷ Zitiert nach: Bauer / Piper 2008. S. 37-39.

Auf zweiter Ebene muss neben den äußeren Merkmalen des Dokuments zudem eine Interpretation auf inhaltlicher Ebene erfolgen. Bei genauerer Betrachtung des Inhalts der Urkunde aus Augsburg kann zuerst festgehalten werden, was in dem Dokument schriftlich fixiert wurde. Folgende Punkte zählen dazu:

- Markt, Zollbrücke und Münzstätte werden in Föhring aufgehoben.
- Ersatzweise muss Heinrich der Löwe ein Drittel seiner Zolleinnahmen in München an den Bischof abführen.
- Entweder werden zwei Zöllner oder einer für beide Zollstationen eingesetzt.
- Sowohl der Freisinger Bischof als auch Heinrich dürfen eine eigene Münzstätte betreiben; der Bischof erhält aus Heinrichs Münzstätte ein Drittel der Einnahmen, zum Ausgleich erhält Heinrich der Löwe ein Drittel aus der bischöflichen Münzstätte.

Damit ist die Verteilung der Posten ausgewogen, Otto I. von Freising wird für seinen finanziellen Verlust durch die Auflösung der Marktstätte in Föhring entschädigt.

Die Ziele, die Kaiser Friedrich Barbarossa mit dieser Urkunde verfolgt, werden ebenfalls direkt formuliert: Der Friede soll bewahrt werden und somit der Streit – der im Dokument auch als solcher bezeichnet wird – zwischen dem Bischof und Heinrich, auch in Hinsicht auf zukünftige Entwicklungen, beigelegt werden. Der Kaiser tritt hier als Friedensstifter in Erscheinung, der sich für seine Tat *„als Lohn die ewige Vergeltung vom König der Könige“* erhofft.

An dieser Stelle kann auf eine kurze Bibelstelle im 1. Timotheusbrief verwiesen werden, die beschwörende Bitte an Timotheus:

„Du aber, Mann Gottes, fliehe das. Trachte vielmehr nach Gerechtigkeit, Frömmigkeit, Glauben, Liebe, Geduld, Sanftmut. Kämpfe den guten Kampf des Glaubens, ergreife das ewige Leben, zu dem du berufen wurdest und für das du das herrliche Bekenntnis vor vielen Zeugen abgelegt hast [...]. Bewahre den Auftrag makellos und untadelig bis zur Erscheinung unseres Herrn Jesus Christus, die zur rechten Zeit herbeiführen wird. Er, der selige und alleinige Herrscher, der König der Könige und Herr der Herren, der allein unsterblich ist, der in unzugänglichem Lichte wohnt, den kein Mensch gesehen hat noch zu sehen vermag“.²⁰⁸

²⁰⁸ Die Bibel 1979. 1Tim 6,11-16. S. 223.

Der von Barbarossa verwendete Ausdruck „König der Könige“ bezieht sich in seiner Urkunde auf Jesus Christus und damit verweisend auf Gott selbst, von dem sich der Kaiser nach seinem irdischen Tod für seine Taten Dank erhofft. Er beruft sich an dieser Stelle explizit auf einen Auftrag, der ihm von Gott erteilt wurde. Der Kaiser sah sich von Gott berufen und mit dessen Segen agierend.

2.3.2. Das mittelalterliche Kaisertum

Da zeitgeschichtliche Dokumente immer in Hinblick auf historische Begebenheiten und Vorstellungswelten als auch auf Lebensrealitäten der Akteur:innen in der jeweiligen Entstehungszeit interpretiert werden müssen, sehen wir hier deutlich die Vorstellung, die in der damaligen Gesellschaft über das Amt des Kaisers des Heiligen Römischen Reiches Deutscher Nation vorherrschte: Der Kaiser ist von Gott auserwählt und in sein Amt berufen durch Gottes Gnaden. Hierdurch ergibt sich ein Spannungsverhältnis zwischen dem Kaiser und dem Papst in Rom, der als Stellvertreter Gottes auf Erden zählt, das sich durch weite Teile der Geschichte zieht. Man denke allein an Heinrich den IV. und seinen Gang nach Canossa, um sich aus dem Kirchenbann zu lösen, nachdem er den damaligen Papst für abgesetzt erklärt hatte.

Im Mittelalter herrschte bis in das 11. Jahrhundert die Vorstellung einer engen Zusammengehörigkeit des weltlichen Kaisertums einerseits und des geistigen Papsttums andererseits. Sie sollten sich gegenseitig bedingen und eine Einheit mit dem gemeinsamen Ziel bilden, einen Gottesstaat zu errichten und zu sichern. Bereits um 950 n. Chr. gab es eine Disparität zwischen Kirche und Kaiser, da die weltlichen Herrscher oft nach ihrem Gutdünken Bischofswürden verliehen und oftmals in der Lage waren, ihre Favoriten auf den Stuhl Petri zu setzen. Im aus diesem Ungleichgewicht resultierenden Investiturstreit forderte der Klerus die Hegemonie des Papstes gegenüber dem Kaiser. Wie bereits erwähnt sah es vor allem Kaiser Friedrich der Rotbärtige als seine Aufgabe an, das Primat des Papstes zu lösen und den Einfluss des Kaisertums zu stärken. Hierfür versucht Barbarossa in großem Stil die Heiligkeit seines Reiches zu betonen. Der Historiker Werner Grebe schreibt: „Heilig war das Reich, heilig der Kaiser, seine Gesetze, Einrichtungen und Regalien. Das Imperium stand um

nichts bezüglich seiner religiösen Weihe und Gott gegebenen Hoheit dem Papsttum nach“.²⁰⁹

Vor allem in Oberitalien sah der Papst seinen Einfluss gefährdet. Hier versuchte der Kaiser in der Kriegsführung seine Vormachtstellung durchzusetzen und forderte Einflussnahme auf Wahlen sowie die freie Verfügung über Kirchengüter. Während Barbarossa auch hier den „Traditionsgedanken“ verfolgte, was bedeutete, dass der Herrscher von den Fürsten zum deutschen König gewählt wurde und damit automatisch Anrecht auf das Amt des Kaisers hatte – wie es später in der Goldenen Bulle von 1356 festgeschrieben wurde – berief sich die Kurie auf die „Translation“, die Macht des Papstes, den Kaiser zu berufen und zu krönen. Friedrich I. hatte bei seiner Krönung auf die Legitimation durch den Papst verzichtet und Rom lediglich über seinen Amtsantritt informiert. Am Ende musste Barbarossa zwar in manchen Punkten wie der Papstkrönung von Alexander III., der trotz einer staufischen Aufstellung eines Gegenpapstes den Stuhl Petri bestieg, nachgeben, jedoch „vermochte der staufische Kaiser Friedrich Barbarossa, trotz aller Rückschläge, dem Kaisertum wieder Ansehen und Geltung zu verschaffen. Er hat den `honor imperii`, die Ehre des Reiches wiederhergestellt und sich gegenüber dem gregorianischen Papsttum und den eigensüchtigen feudalen Untergewalten erfolgreich behauptet“.²¹⁰

Diese Einschätzung der Errungenschaften des Kaisers gegenüber Rom hilft, auch das Dokument aus Augsburg hinsichtlich der Persönlichkeit Barbarossas, seiner Ziele und Vorstellungen vollständiger interpretieren zu können. Erst durch das Verständnistagespolitischer Geschehnisse sowie vorherrschender Konflikte, Bündnisse und Allianzen ist eine umfassende Interpretation historischer Texte durchführbar.

Die im Timotheusbrief genannten Tugenden wie Frömmigkeit, Glaube, Geduld und Gerechtigkeit entsprechen ebenfalls den Vorstellungen von Eigenschaften eines Kaisers und verweisen gleichzeitig auch auf mittelalterliche Rittertugenden. Das Bibelzitat bildet außerdem einen weiteren, zwar zufällig gewählten, jedoch nicht weniger interessanten Anknüpfungspunkt: Das „Bekenntnis vor vielen Zeugen“. Im Augsburger Spruch werden insgesamt acht Zeugen genannt, wenn man den Kanzler Rainald von Dassel mit berücksichtigt. Die Zeugen selbst hatten mehrere Funktionen: Zum einen die Sachlage zu

²⁰⁹ Grebe 1974. S. 5.

²¹⁰ Ebd., S. 14.

bestätigen und mit ihrer Anwesenheit zu bezeugen und zum anderen die Einhaltung der im Dokument abgegebenen Erklärung zu bekräftigen. Seinen Urteilsspruch, der schriftlich in der Urkunde festgehalten wird, so dass auch nachfolgende Generationen an diese Abmachung erinnert werden, hat der Kaiser im Einklang mit den Vorstellungen seiner Zeugen gefällt, bei denen es sich um Vertreter des Adels und des Klerus handelt.²¹¹ Scholz meint hierzu: „Da der Kaiser kaum über zentrale Machtmittel verfügte, versicherte er sich in allen wichtigen Angelegenheiten der Unterstützung durch die Großen seines Reiches“.²¹²

Ebenfalls zu bedenken ist das verwandtschaftliche Verhältnis, in dem der Kaiser sowohl mit dem Bischof von Freising als auch mit Heinrich steht. In der Urkunde aus der Fuggerstadt wird der Bischof als „geliebter Onkel Otto“ und der Löwe als „hochedle[r] Vetter Heinrich“ bezeichnet. Dieses Urteil sichert damit nicht nur den Frieden zweier zerstrittener Parteien, sondern auch den familiären Frieden. Friedrich I. steht zugleich tief in der Schuld des Welfenherzogs, da dieser ihn auf seinen Feldzügen unterstützt hat und der Kaiser auf dessen Gefolgstreue angewiesen ist. Zusammenfassend sichert sich der Kaiser mit dieser Urkunde sein geistliches Seelenheil, die Unterstützung seiner weltlichen Verbündeten und den familiären Frieden. Er erfüllt seine Aufgabe als Friedensrichter und kann sich der Treue von Heinrich dem Löwen gewiss sein.

Ein weiterer interessanter Punkt, vor allem den Markt in München betreffend, ist die explizite Erwähnung des Salzes als Handelsware in der Urkunde. Hier wird noch einmal die Stellung des Salzes, wie sie im Kapitel über den Salzhandel beschrieben wurde, als wichtigstes Handelsgut deutlich.

Die weitere Entwicklung – Der Regensburger Spruch von 1180

Auf die Frage, warum Kaiser Friedrich im Dokument von 1158 den Markt bei Föhring auflöst, antwortet Michael Stephan in seiner Forschung der Staatlichen Archive Bayerns, der Markt in Föhring sei „durch Praxis und Gewohnheit zu einem Fernhandelsmarkt mit Befugnissen der Zollerhebung bei Nutzung der Isarbrücke und der Münzprägung gewachsen. Dies alles waren jedoch Regalien, finanziell einträgliche Hoheitsrechte des Königs, die sonst als Lehen weitergegeben wurden, für die Freising jedoch keine anfängliche oder nachträgliche

²¹¹ Unter anderem die Erzbischöfe von Köln und Mainz sowie die Bischöfe von Augsburg und Bamberg, ein Herzog und mehrere Markgrafen.

²¹² Scholz 2008. S. 53.

königliche Konzession nachweisen konnte [...]. Mit dem Regierungsantritt Friedrich Barbarossas endete aber die Toleranz gegenüber Verlusten von Regalien und Reichsgütern. Die Marktgründung Münchens und ihre Billigung durch den König stellten so eine Wiederherstellung verletzter Königsrechte dar“.²¹³

Jedoch wird im Jahre 1180 auf dem Hoftag in Regensburg das Augsburger Urteil nach Fürsprache des Nachfolgers von Otto I., Bischof Adalbert von Freising, revidiert. Auch das Verhältnis zwischen dem Kaiser und Heinrich hatte sich verschlechtert. Der Welfe war in Ungnade gefallen, da er Barbarossa seine Unterstützung und damit seine Gefolgschaft in den Feldzügen nach Italien verweigerte.

Wie im Punkt „Der Mythos der Stadtgründung Münchens“ bereits ausgeführt, widerruft die Urkunde aus Regensburg die Verlegung des Marktes nach München und spricht den Markt wieder dem Freisinger Bischof zu. Was weiter mit dem bereits vorhandenen Markt in München geschehen soll, lässt der Kaiser offen.

Der Bischof verzichtete nach Absetzung Heinrichs des Löwen als Herzog von Bayern auf eine Zerstörung des Marktes bei München und die Wiedererrichtung der Brücke bei Föhring, da sich der neue Markt in München gut bei den Kaufleuten etabliert hatte und die Einnahmen dadurch gesichert waren. Der Bischof musste sich sein Recht auf Zolleinnahmen aus München allerdings mit dem Stadtherrn Münchens, dem jeweiligen bayerischen Herzog, teilen. Die geteilte Zollherrschaft hatte das Bistum Freising noch bis zur Säkularisation im Jahre 1802 inne.²¹⁴

2.3.3. Die Regalien

Die bereits genannten Regalien, wie das Recht auf Zolleinnahmen, bezeichnen mittelalterliche Hoheitsrechte, die dem Herrscher zustehen. Der bereits zitierte bayerische Historiker und Jurist Reinhard Heydenreuther schreibt hierzu:

„Seine erste juristische Ausformung erfuhr der Begriff der Regalien im 12. Jahrhundert durch die staufischen Kaiser, die den Versuch unternahmen, alle vom Königtum herrührenden und diesem zustehenden Rechte juristisch durchsetzbar zu formulieren. Den Höhepunkt dieser Bemühungen

²¹³ Stephan / Generaldirektion der Staatlichen Archive Bayerns 2008. S. 6.

²¹⁴ Vgl. ebd., S. 16.

stellte der auf dem Reichstag in Roncaglia unter Friedrich Barbarossa aufgestellte Regalienkatalog dar“.²¹⁵

Im Jahr 1232 gingen durch den Erlass *Statutum in favore principum* des Kaisers Friedrich II. die ehemals königlichen Rechte auf die fürstlichen Landesherren über. Zu diesen Rechten gehörten neben dem Straßen-, Forst- oder Jagdrecht auch das Münz-, Zoll- und Marktrecht. Auf diese drei Rechte soll an dieser Stelle kurz näher eingegangen werden, da sie für den Markt in München die wohl größte Bedeutung haben.

Das Münzrecht

Die Münzrechte verliehen dem Herrscher das Recht, eigene Münzen zu prägen, auszugeben und damit das Geldwesen in seinem Herrschaftsbereich zu bestimmen. Dies wiederum erleichterte den Handel. München war ab 1506 die Hauptmünzstätte Bayerns. Das Münzrecht ging in den meisten Fällen Hand in Hand mit dem Marktrecht.

Das Marktrecht

Dieser Ausdruck bezeichnet das Recht, einen Markt abhalten zu dürfen. Der Platz, an dem der Markt stattfand, stand unter dem sogenannten Marktfrieden, der vom Marktherrn gewährleistet werden musste. Dieser umfasste die Sicherheit der Wege sowie die Freiheit des Handelsverkehrs ebenso wie eine allgemeine Rechtssicherheit: „Dieses [das Marktrecht] gewährte Vertragssicherheit, ermöglichte Reklamationen bei schlechter Ware und sah Strafen bei Betrug vor“.²¹⁶

Das Stapelrecht

Das sogenannte Stapelrecht besagte, dass die Waren der Kaufleute in München niedergelegt und zum Verkauf angeboten werden mussten, bevor sie weitertransportiert werden durften: „Den Münchner Flößern wurde das Transportmonopol durch Verleihung des Stapelrechts gesichert. Das nach München gebrachte Holz musste für drei Tage zum Verkauf angeboten werden, wobei Münchner Bürger ein Vorkaufsrecht besaßen“.²¹⁷

Neben dem im Zitat erwähnten Holz fielen fast alle Waren unter dieses Recht. Das Stapelrecht begünstigte somit die Entstehung des Marktes, da durchreisende Kaufleute

²¹⁵ Heydenreuther in: Plessen 1985. S. 52.

²¹⁶ Freitag in: Morscher / Scheutz / Schuster 2013. S. 49.

²¹⁷ Heydenreuther in: Plessen 1985. S. 56.

gezwungen waren, das mitgeführte Gut in München niederzulegen. Der Autor Martin Schäfer setzt in seinem Buch über den Viktualienmarkt dieses Recht mit einer „Lizenz zum Gelddrucken“²¹⁸ gleich, da es dem Stadtmagistrat durch erhobene Steuern auf die Ware sowie die Standgebühren viel Geld in die Kassen spülte.

Das Salzmonopol

Ein weiteres Recht, das für die Stadt München von Bedeutung war, ist das Salzmonopol: „Alles nach München kommende Salz mußte vor dem Weitertransport auf dem Markt dem Verkauf ausgesetzt werden. Noch wichtiger aber war sein weiterer Inhalt, daß die auf den Markt gelangende Salzmenge nur von Bürgern erstanden werden konnte“.²¹⁹

Wie bereits beschrieben, waren Kaufleute, die nicht aus München stammten, vom Salzankauf ausgenommen. Der wertvolle Salzhandel blieb daher fest in Münchner Hand, was ein florierendes Marktgeschehen sicherstellte.

3. Der Viktualienmarkt als Mikrokosmos: Eine Typisierung

Diese durch die Landesherrn verliehenen Rechte trugen zu einem stetigen Wachsen der Märkte bei. Aus dem ersten Münchner Straßenmarkt, der auf dem damaligen Haupt- oder Schranenplatz – dem heutigen Marienplatz – abgehalten wurde, entwickelte sich schnell ein wichtiger Versorgungsmarkt für München und das Umland, da die Marktabhaltung nicht nur die Stadt, sondern auch die ländliche Bevölkerung mit Waren versorgte. Fast zwei Drittel der Münchner Einwohner:innen konnten im Mittelalter vom Markt in München leben:

„Es profitieren die Händler, städtische Beamte, die als Marktinspektoren tätig waren, Zulieferer, Handwerker, die Fuhrwerke reparierten, Küfer, die Fässer bauten, und nicht zuletzt die Gastwirte, die rund um den Markt ihre Lokale betrieben. Heute nennt man so etwas Umwegrentabilität. Märkte und Messen schaffen das Geld heran, das Wohlstand in die Stadt bringt. So ist es bis zum heutigen Tag“.²²⁰

²¹⁸ Schäfer / Höhne / Gebhardt (2000) 2001. S. 11.

²¹⁹ Vietzen 1936. S. 18.

²²⁰ Schäfer / Höhne / Gebhardt (2000) 2001. S. 10.

3.1. Historische Topographie

Zuerst lässt sich allgemein festhalten, dass Märkte mit Lage an einer Handelsstraße, wie es auch in München der Fall war, vom Verkehr profitierten. Der Markt entstand an der Schnittstelle der zwei wichtigsten Handelsstraßen: Der aus dem Osten über die Isar kommenden Salzhandelsstraße und der aus Süden durch das Sendlinger Tor kommenden Weinstraße, auf der „Wein aus dem Veneto, der Lombardei und Tirol [...], exotische Gewürze und kunsthandwerkliche Produkte aus den Regionen südlich des Brenners“²²¹ transportiert wurden. Durch das Stapelrecht war der Aufenthalt der durchfahrenden Kaufleute, die auf diesen Straßen anreisten, gewährleistet und der Marktplatz glich an manchen Tagen eher einem Bahnhof, da er Umschlagplatz der Ware und Abstellplatz der Fuhrwerke zugleich war. In seiner Dissertation unterscheidet Roman Mauerer verschiedene Typen von Märkten, auf die kurz eingegangen werden soll, da sich diese Typisierung auch in der Münchner Marktgeschichte finden lässt.²²²

Zum einen fanden in München Jahrmärkte wie die *Jakobidult* statt, auf deren Beispiel später noch näher eingegangen werden soll. Dieser Markttypus hatte Vorteile sowohl für die Kundschaft als auch für die Marktleute. Die Kund:innen profitieren von einer größeren Auswahl, die auch nicht heimische Ware umfasst, die Kaufleute finden auf den Jahrmärkten und Dulten einen größeren Absatzmarkt, da das im Vergleich zum Wochenmarkt vielseitigere Angebot mehr Kundschaft anlockt und damit zu höheren Besucherzahlen führt. Der Einzugsbereich ist daher größer als bei Wochenmärkten, da Jahrmärkte meist über mehrere Tage und an Feiertagen stattfanden, um den Besuch auch für die arbeitende Bevölkerung zu ermöglichen. Der Stadt spülten die Jahrmärkte Geld in die Kasse, da die Verkäufer:innen Standgebühren zahlen mussten. Diese Art von Markt belebte daher die Wirtschaft deutlich. Am Ende des 19. Jahrhunderts verloren Jahrmärkte durch den verkehrstechnischen Ausbau an Bedeutung, da vor allem die Kundschaft in ländlicheren Gebieten besser Anbindungen an die Großstädte erhält und dort Einkäufe verrichten kann. In Zeiten der Industrialisierung konnten heimische Kaufleute sich oft nicht mehr gegen die Konkurrenz von außerhalb mit ihrer günstigeren Massenware durchsetzen. Allein die Gastwirt:innen profitierten noch von der Durchführung dieses Markttypus. Die Zahl der

²²¹ Ebd., S. 10.

²²² Vgl. Mauerer 1971.

kleineren Gemeinden, die Jahrmärkte abhalten, nimmt stetig ab. Nur in größeren Städten kann sich dieser Typus des Marktes halten. Jedoch haben Jahrmärkte und Dulten bis heute meist keinen größeren wirtschaftlichen Einfluss mehr. Das Münchner Oktoberfest zählt nicht zu den Dulten, sondern würde an dieser Stelle in eine eigene Kategorie gefasst werden müssen, da es sich hierbei um eine internationale Großveranstaltung mit Eventcharakter²²³ handelt, bei der zwar Händler:innen anzufinden sind, wo jedoch ein eigentliches Markttreiben nicht im Mittelpunkt steht. Dulten sind in München bis heute zu finden, die bekannteste unter ihnen ist die Auer Dult, die sich aus der historischen *Jakobidult* am heutigen St. Jakobsplatz entwickelte. Demnach grenzen Dulten sich von anderen Markttypen wie dem Viktualienmarkt deutlich ab.

3.1.1. Der Ursprung: Die *Jakobidult*

Das Wort Dult „bedeutete ursprünglich Kirchenfest, oft am Namenstag eines Heiligen, doch weil mit einem Kirchenfest meistens auch ein Markt verbunden war, ging der Name bald auf den Markt über, der dann wiederum die Bedeutung von Jahrmarkt annahm“.²²⁴

So bezieht sich das Stattfinden der *Jakobidult* auf den Namenstag des Heiligen Jakobus und hat räumlich betrachtet ihren Ursprung auf dem Anger vor der Jakobskirche, nach der sie benannt wurde. Nach zwei Umzügen zuerst auf den Promenadeplatz im Jahr 1801 und später auf den bereits außerhalb der geschliffenen Stadtmauer gelegenen Maximiliansplatz im Jahr 1822 fand die Dult seit den 1870er Jahren in Haidhausen statt. Zuerst wurde sie auf dem Johannisplatz abgehalten, bevor sie im Jahre 1905 auf ihren heutigen Standort, den Mariahilfplatz, verlegt wurde.²²⁵

Zeitlich gesehen liegt der Ursprung der Münchner Dult im 14. Jahrhundert: Nachdem der bayerische Herzog Stephan III. im Jahr 1390 das große Jubeljahr in Rom erlebt hatte, ließ er nach dessen Vorbild zwei Jahre später in München ein Gnadenjahr veranstalten. Dieses Gnadenjahr bedeutete, dass jede Person, die an einer Pilgerreise nach Rom verhindert war, sich nun in München alle Sünden vergeben lassen konnte, wenn sie die vier Münchner

²²³ Der Begriff Event wird hier nach Winfried Gebhardt verwendet als fest geplanter, einzigartiger, kurzzeitiger Ausstieg aus der Realität, der einerseits ein Verbundenheitsgefühl zwischen den Teilnehmern erzeugt, indem er sich interaktiv gestaltet und andererseits meist monothematischer Natur ist. Vgl. Gebhardt / Hitzler / Pfadenhauer 2000. S. 19-22.

²²⁴ Winterstein 2007. S. 32.

²²⁵ Vgl. Gattinger 2010. S. 55.

Kirchen – Spitalkirche, Pfarrkirche St. Peter, Marienkirche und St. Jakob am Anger – besuchte. Pilger:innen aus ganz Europa strömten in die Stadt, um einen Sündenerlass zu erwirken. Der Erfolg der Veranstaltung veranlasste den damaligen Papst Bonifaz IX. den „Portiunkula-Ablass“ an St. Jakob am Anger zu verleihen.²²⁶

Das wiederum bedeutete, dass ein vollkommener Sündenerlass „am 8. Tag nach dem Heiligenfest von St. Jakob“²²⁷ erstanden werden konnte, und zwar jedes Jahr aufs Neue. Im Jahr 1310 wird in einem der Ratsbücher der Stadt die Bestimmung schriftlich formuliert, dass keine Kaufleute von außerhalb Münchens Waren in der Stadt zum Verkauf anbieten dürfen, mit einer Ausnahme: an den drei Tagen um das Heiligenfest des St. Jakobs und zu dieser Zeit auch nur auf der Dult am Anger. Carolin Weichselgartner vermutet das Entstehen der *Jakobidult* zwischen 1257 und 1310, eine genaue Festsetzung des Entstehungsdatums ist aufgrund mangelnder Quellenangaben nicht möglich. Dieser Markt hatte für die Bevölkerung eine große Bedeutung, da Kaufleute aus der Ferne auch die dort produzierte oder erstandene Ware mitbrachten und so eine Versorgung mit Fernhandelsgütern sicherten. Zu dieser Veranstaltung wurde ein spezieller Marktfriede ausgerufen und den Kaufleuten sicheres Geleit durch den Landesherrn zugesichert. Die Prüfung der Qualität der Waren wurde durch eigens dafür eingestellte Prüfer der Stadt durchgeführt. Im 15. Jahrhundert hatte sich die Dult am Anger zu einer vierwöchigen Messe gewandelt und wurde in der ganzen Stadt abgehalten. Der Markt diente auch zur Unterhaltung, so wurde zum Beispiel ein Pferderennen veranstaltet. Außerdem besuchten auch Gaukler:innen und Schauspieler:innen die Stadt. Die Überreste dieser damaligen Dult findet man wie erwähnt auf der heutigen Auer Dult auf dem Mariahilfplatz.²²⁸ Das Hauptmerkmal einer Dult oder Messe war somit die Mischung aus lokalen wie auch fremden Kaufleuten, die oft lange Anreisen auf sich nahmen, sowie das daraus resultierende vielfältige Angebot an unterschiedlichsten Waren.

Neben den Jahrmärkten wurde auch für die Viehmärkte, wie im Falle Münchens für den Rinder- und Pferdemarkt, eine gute Verkehrsanbindung benötigt, um die Tiere transportieren zu können. Im Zuge eines Besuches des Viehmarktes tätigten viele Kund:innen gleichzeitig noch andere Einkäufe in der Stadt. Im 19. Jahrhundert nimmt der

²²⁶ Vgl. Weichselgartner (2001) 2004.

²²⁷ Ebd., S. 118.

²²⁸ Vgl. Bauer / Piper 2008. S. 49.

Direktverkauf der Tiere aus dem Stall größere Ausmaße an, was zu einem Aussterben vieler Viehmärkte führt. Auch der Rindermarkt in München sowie der Pferdemarkt am Oberanger werden eingestellt.

Mit den Schranken- oder Getreidemärkten verhielt es sich ähnlich; hier kauften zum größten Teil auswärtige Händler:innen ein. Ursprünglich wurde die Schranne auch mit dem aus dem Germanischen stammenden Begriff „Thing“ oder „Dingstätte“ bezeichnet. Dies meinte nichts anderes als einen „mit Schranken begrenzte[n] Raum“²²⁹ oder eine Bank, was Gerichtsbank ebenso wie Fleisch- oder Brotbank bedeuten konnte. Vorteil des Getreidemarktes war eine oft weite Anreise der Käuferschaft, die gezwungen waren, am jeweiligen Schrankenort zu übernachten und somit für das Gastgewerbe eine Einnahmequelle darstellten.

Die Grünen Märkte hingegen sind im Ursprung Wochenmärkte, die in Städten und größeren Gemeinden an bestimmten Tagen stattfanden. Da vor allem die Stadtbewohner:innen auf bäuerliche Produkte, die in der Stadt nicht angebaut werden konnten, angewiesen waren, machte hier die Durchführung eines regelmäßig stattfindenden Marktgeschehens Sinn.

3.1.2. Der Einzelhandel verdrängt die Märkte

Im ausgehenden 19. Jahrhundert werden die Märkte nun langsam verdrängt. Bereits vor dem Ersten Weltkrieg erfährt der Einzelhandel einen Bedeutungszuwachs durch die Produktion von Industriegütern, die einige Handwerkszweige dazu zwingt, sich dem Handelsgewerbe zuzuwenden. Steigende Lebensstandards fördern neben der Zunahme an Kramerläden und Kaufhäusern²³⁰ auch diese Entwicklung. In der Stadtchronik von München²³¹ findet sich zum Thema Warenhäuser und deren Konkurrenz folgender Eintrag vom 16. April 1903:

„In Sachen der neuen Münchener Waarenhausprojekte rief der Allgemeine Gewerbeverein München (...) eine öffentliche Versammlung ein. Der Besuch war ein außerordentlich zahlreicher (...).

Kommerzienrat Nagler eröffnete die Versammlung mit einer Ansprache, in der er darauf hinwies, daß der Allgemeine Gewerbeverein heute zum dritten Male gegen die Waarenhäuser Stellung nehme. Vor 13 Jahren sei dank dem Eingreifen Seiner Kgl. Hoheit des Prinz-Regenten das Inslebentreten des

²²⁹ Behringer 1987. S. 222.

²³⁰ Die erste Erwähnung eines Kaufhauses auf deutschem Boden findet sich in Köln um 1170 n. Chr., diese Hallen befanden sich meist in den Rathäusern der Städte und verfügten über ein Verkaufsmonopol der dort angebotenen Waren. Vgl. Hirschmann / Gall 2009. S. 42.

²³¹ Vgl. Huber 2004.

Bayerischen Waarenhauses für Offiziere und Beamte verhindert worden. Heute gelte es laut und feierlich zu bekunden, daß die Waarenhäuser der Ruin des gewerblichen und kaufmännischen Mittelstandes sind und daß es daher Pflicht der staatserschaltenden Gewalten wäre, der fortgesetzten Vermehrung dieser großkapitalistischen Unternehmungen ein Ziel zu setzen. Man verlange von den verbündeten Regierungen nur, daß sie gezielte Mittelstandspolitik treiben (...).²³²

Als Ergänzung wird die Stellungnahme gegen die Einführung der Warenhäuser aus dem Jahr 1903 beigelegt:

„Resolution betreffend die neuen Münchener Warenhausprojekte. Vorgelegt der öffentlichen Versammlung im ‚Kreuzbräu‘ am 16. April 1903.

Die heute im „Kreuzbräu“ tagende, äußerst stark beleuchtete Versammlung Münchener Gewerbe- und Handeltreibender bedauert die von der k. Staatsregierung in der Ministerialamtschließung vom 22. Dezember 1902 den Warenhäusern gegenüber eingenommene Haltung. In der Ueberzeugung, daß jede Vermehrung und Ausdehnung der Warenhäuser zur gänzlichen Vernichtung des gewerblichen und kaufmännischen Mittelstandes führt, erhofft die Versammlung von der Einsicht der k. Staatsregierung, daß die gegen diese Gemeinschädlinge endlich mit Handel und Gewerbe wirklich schützenden Maßnahmen vorgehe.“

In dieser Stellungnahme werden vier Forderungen des Münchner Gewerbevereins ausformuliert:

„Die Versammlung verlangt deshalb besonders im Interesse der persönlichen Sicherheit des Publikums und der Angestellten der Warenhäuser

1. Den Erlaß strengster bau- und feuerpolizeilichen Vorschriften für dieselben durch die zuständigen Behörden;
2. Den Erlaß einer Bestimmung, daß Warenhäuser nur mehr im Erdgeschoße und 1. Stock betrieben und in den höheren Stockwerken und Neben- sowie Rückgebäuden keinerlei Waren gelagert werden dürfen;
3. Periodische Vornahme strengster Revisionen der Aufbewahrung und Beschaffenheit der in den Warenhäusern verkäuflichen Nahrungs- und Genußmittel durch die Beamten der Nahrungsmittel-Polizei;
4. Die Anwendung des gesetzlich zulässigen Höchststeuersatzes auf die Warenhäuser seitens der Steueraussschüsse“.

²³² Textkürzung nach Huber 2004. S. 86.

Des Weiteren erfolgt ein Aufruf an die Münchner:innen, die Warenhäuser in ihrer Stadt nicht aufzusuchen. Frauen werden hierbei besonders hervorgehoben, da sie für die Vertreter des Münchner Gewerbevereins die Kerngruppe der Warenhausbesucher:innen darstellen:

„In Anwendung der Selbsthilfe fordert die Versammlung die ganze Einwohnerschaft Münchens, insbesondere aber die Frauen auf, die Warenhäuser zu meiden und ihre Bedürfnisse nur bei den Detailgeschäften zu decken. In diesem Sinne unablässig zu wirken, geben sich die Versammlungsteilnehmer ihr gegenseitiges Manneswort.

Schließlich beauftragt die Versammlung das Bureau, gegenwärtige Resolution der zuständigen Stelle zu unterbreiten, von welcher sie die Berücksichtigung vorstehender Verlangen bestimmtes erwartet. Die Unterzeichneten unterstützten namens ihrer Mitglieder vorstehende Resolution. München, im April 1903“.²³³

In diesem Zeitdokument wird die Angst des Münchner Gewerbevereins vor einer zu großen Konkurrenz durch Kaufhäuser überaus deutlich. Durch verschiedenste Forderungen versuchen die Vereinsmitglieder, den negativen Einfluss von Warenhäusern auf das Gewerbe so gering wie möglich zu halten und appellieren zusätzlich explizit an ihre Kundinnen, weiterhin den Einzelhandel in Detailgeschäften zu unterstützen. Während daher der Einzelhandel die Märkte ablöst, lösen die großen Warenhäuser nun den Einzelhandel ab. Während Einzelhändler:innen in kleinen Gemeinden nicht genügend Kundschaft und kein ausreichendes Einzugsgebiet finden, sind die Städte klar im Vorteil, da sie hochwertige Konsumgüter und eine größere Auswahl als auch genügend Warennachfrage für den Einzelhandel bieten. Die Kundschaft profitiert außerdem von einem zunehmend bezahlbarer werdenden Transportnetz, das Einkaufstrips in die umliegenden Großstädte ermöglicht.

In München sind es die Warenhäuser Hermann Tietz, seit 1933 kurz „Hertie“ genannt, am Bahnhofplatz, das Kaufhaus Oberpollinger in der Neuhauser Straße sowie das Kaufhaus Uhlfelder im Rosental, die Massenware relativ günstig zum Verkauf anbieten können. Die Warenhäuser „Hertie“ und Uhlfelder bestanden bis in das Jahr 1938:

„Weil beide Pioniere jüdischer Herkunft waren, wurden die Kaufhäuser in jenem Jahr geplündert, die Familien von den Nationalsozialisten aus dem Geschäft gedrängt. Die Tietz-Erben ließen sich später entschädigen; Max Uhlfelder führte Dutzende Prozesse, um sein Eigentum wenigstens zum Teil

²³³ Fotografie in ebd., S. 87.

zurückzuerhalten. Fast alle seiner Grundstücke im Rosental überließ er 1954 günstig dem Stadtmuseum [...]“.²³⁴

Nach dem Zweiten Weltkrieg bildet sich durch die Zuwanderung und das daraus resultierende Bevölkerungswachstum eine größere Kaufkraft. Zu Zeiten des „Wirtschaftswunders“ erfolgt eine Abwanderung der Kaufkraft in die Städte, unter anderem da sich die Lebens- und damit auch die Einkaufsgewohnheiten der Landbevölkerung zunehmend an das Konsumverhalten der in den Städten lebenden Konsument:innen anpassen. Auch der zu dieser Zeit langsam aufkommende Versandhandel erschwert das Geschäft der Einzelhändler:innen. Bis in die heutige Zeit finden sich an ehemaligen Marktplätzen meist noch Geschäfte und Einzelhandel, wie es auch am Marienplatz der Fall ist.

Zusammenfassend lässt sich daher festhalten, dass heutiges Marktgeschehen in den meisten Gemeinden nur noch einen Bruchteil der ehemals dort stattfindenden Märkte darstellt.²³⁵ Das ist auch für den Münchner Markt der Fall. Der Rinder-, Pferde-, Fisch-, Salz- und Schrankenmarkt finden nicht mehr statt, der Viktualienmarkt ist daher ein historisches Relikt und sozusagen „Überbleibsel“ im positiven Sinne aus der Zeit des ersten Marktgeschehens.

Dieser erste Markt auf dem damaligen Schrankenplatz fand seinen Beginn im Salzmarkt und entwickelt sich im Laufe der Zeit hin zu einem Bauern- und Wochenmarkt. Räumlich gesehen war der erste Marktfleck und damit der erste Ort in München, an dem ein Markt abgehalten wurde, der damalige Hauptplatz oder auch großer Stadtplatz im Graggenauer- beziehungsweise Angerviertel. Die Grenze zwischen den beiden historischen Vierteln verläuft direkt durch den Platz. Die sich auf der Südseite befindenden „Finsteren Bögen“ gehörten zum Angerviertel, die „Lichten Bögen“ auf der Nordseite zur Graggenau. Diese Bögen waren eng aneinandergebaute Häuserreihen, die den Platz einrahmten. An der Ostseite des Platzes befindet sich das Alte Rathaus, das Jörg von Halsbach, seit dem 18. Jahrhundert auch bekannt unter dem Namen Jörg Ganghofer, ab 1470 errichten ließ. Nach der fast vollständigen Zerstörung im Zweiten Weltkrieg wurde der Tanzsaalbau mit dem Turm, in dem sich heute das Spielzeugmuseum befindet, wieder aufgebaut.²³⁶

²³⁴ Wetzel, Jakob: Wunderbare Warenwelt? Den Siegeszug großer Kaufhäuser sahen Zeitgenossen kritisch. In: Bernstein / Görl / Wetzel 2016. S. 85.

²³⁵ Vgl. Mauerer 1971. S. 67.

²³⁶ Vgl. Zuber (1991) 2008. S. 13-18.

3.1.3. Der Marktplatz als Zentrum der Stadt

Zu Zeiten des ersten Mauerrings, als München im Kern nur aus der „Heinrichsstadt“ bestand, wurde das „Talburgtor“, das östliche Stadttor, in das Alte Rathaus miteinbezogen. Den Durchgang Richtung Tal und damit in Richtung der Isar kann man bis heute erkennen. Das wiederum hieß, dass Kaufleute, die München auf ihrer Reise durchquerten, als erstes den Hauptplatz der Stadt betraten, was die Bedeutung des Platzes aufzeigt. Am Grundriss der Heinrichsstadt, die sich zwischen Talburgtor und dem Kaufinger Tor – später „Schöner Turm“ genannt – erstreckt, lässt sich auch die Lage des Platzes zur Isar hin ablesen und damit die Bedeutung des Flusses für den Markt in München erkennen, da die meisten Kaufleute die Stadt aus Richtung der Isar kommend betraten. Der Historiker Werner Freitag schreibt, Märkte „boten die Chance der Warenpräsentation, also des In-Augenschein-Nehmens und der Kaufverhandlungen. Das heißt aber auch, das Arenal musste groß genug sein, um Handelsgüter auszustellen und zu bevorraten. Diese Plätze bedurften zudem des Zugangs, also der Straßen, Flüsse, Brücken“.²³⁷

Topographisch betrachtet, bot daher der heutige Marienplatz die perfekten Voraussetzungen für das Abhalten eines Marktes auf seiner Fläche. Der Platz entwickelte sich schnell vom Hauptplatz der Stadt zum Marktplatz. Die Gründungsstädte des 12. Jahrhunderts wiesen laut Freitag „von Anfang an einen zentralen Platz auf, der zwar wiederum auf Straßenkreuzungen zurückging, aber als Rechteck oder Quadrat seine Entstehung auf der grünen Wiese“ hatte.²³⁸

An der Stelle der heutigen Mariensäule, inmitten des Platzes, lag die herzogliche Münzschmiede, deren Standort nochmals deutlich den Zusammenhang zwischen Münz-, und Marktrecht erkennen lässt. Kurz vor der Freierung des Platzes durch Kaiser Ludwig den Bayern wurde die Schmiede abgebrochen und dort eine Kapelle errichtet, in der die Marktleute an der Messe teilnehmen konnten.²³⁹

Nach der Freierung des Marktplatzes, deren urkundliche Festschreibung noch näher betrachtet wird, konnte dieser durch seine große Fläche auch als Ort für Veranstaltungen wie Ritterturniere dienen. Als Beispiel kann hier die Hochzeit des bayerischen Herzogs Wilhelm

²³⁷ Freitag in: Morscher / Scheutz / Schuster 2013. S. 41.

²³⁸ Ebd., S. 43.

²³⁹ Vgl. Scholz 1992a. S. 14.

des Frommen mit Renata von Lothringen gesehen werden, die zu den größten Veranstaltungen des mittelalterlichen Münchens zählte und noch heute im Glockenspiel des Münchner Rathauses dargestellt wird.

Bereits im Mittelalter wurde der Marktplatz weiter ausgebaut, man müsste daher eigentlich nicht von einem Markt oder Marktplatz, sondern von Märkten und Marktplätzen sprechen. Durch eine zunehmende Diversifizierung der Märkte – wie in München des Fischmarktes, des Schranenmarktes oder des Viehmarktes – wurden neben dem eigentlichen Marktplatz weitere, kleinere Plätze als Marktplatz genutzt. Gut erkennen lässt sich diese räumliche Erweiterung heute am Rindermarkt oder Pferdemarkt am heutigen Oberanger. Freitag schreibt zur Ausdifferenzierung der Märkte: „Dabei waren funktionale Notwendigkeiten zu bedenken, so etwa die Hygiene, die sich sowohl baulich als auch in Normierungen niederschlug [...]. Der Rat teilte den Schlachtern bestimmte Plätze zu, damit die organischen Abfälle und Innereien ohne Störungen des Marktbetriebes entsorgt werden konnten“.²⁴⁰

In München zogen daher die Metzger und Schlachter hinter die Peterskirche an die heutige Metzgerzeile, an der zur damaligen Zeit noch ein Stadtbach, der Rossschwemmbach, vorbeifloss. In ihm konnten sämtliche Schlachtabfälle ohne großen Aufwand entsorgt werden.



241

²⁴⁰ Freitag in: Morscher / Scheutz / Schuster 2013. S. 47.

²⁴¹ Eigene Fotografie der Münchner Metzgerzeile.

Durch die produktdifferenzierte Ausweitung des Marktes entstehen so neue Handelsplätze. Auch der Viktualienmarkt hat dieser Entwicklung und dem damit einhergehenden Umzug sein heutiges Erscheinungsbild zu verdanken.²⁴²

Auf dem Marienplatz, also dem eigentlichen Marktplatz, fanden hingegen weiterhin Prozessionen oder Veranstaltungen statt. Sogar Hinrichtungen wurden dort durchgeführt: „Unter anderem wurde auf dem Marktplatz 1591 der „Goldmacher“ Marco Bragadino mit dem Schwert gerichtet: Bragadino, ein ehemaliger Kapuzinermönch aus Zypern, hatte gegenüber Herzog Wilhelm V. angegeben, aus Quecksilber Gold machen zu können“.²⁴³

Diese Behauptung sollte dem Alchemisten bald zum Verhängnis werden. Als er dem Herzog die gewünschten Ergebnisse nicht liefern konnte, wurde er vor einer großen Zuschauermenge mitten auf dem Marktplatz enthauptet. Neben seiner Funktion als Richtstätte – neben dem großen Richtplatz am Standort des heutigen Augustiner Biergartens an der Arnulfstraße – war der Markt- oder Schrankenplatz ebenfalls der Standort des Prangers, der direkt vor dem Alten Rathaus aufgestellt wurde. Schandstrafen hatten den Sinn, die Missetäter dem Spott der Leute auszusetzen, daher war der zentrale Marktplatz für diese Art der Bestrafung bestens geeignet: „Von den städtischen Obrigkeiten wurde ein enger Zusammenhang zwischen dem auf dem Markt begangenen Wirtschaftsdelikt und einer öffentlichen Bestrafung am Ort des Geschehens hergestellt“.²⁴⁴

Die letzte öffentliche Hinrichtung mit dem Schwert fand am 12. Mai 1854 am heutigen Marienplatz statt. Die Münchner Stadtchronik hält dazu in einem Eintrag fest:

„[Dort] wurde der 19jährige ledige Sattlergeselle Christian Hußendörfer [...] wegen [...] Mordes öffentlich hingerichtet. Es war diese Hinrichtung mit dem Schwert die letzte in München, da der Scharfrichter Schellerer erst mit dem siebenten Hiebe das Haupt des Delinquenten vom Rumpf trennen konnte. Die zahlreich das Schaffott umstehende Menge brach in ein vernehmliches Murren darüber aus. Der blutige Akt hatte mehrere Übelkeiten unter dem Civil wie unter dem Militär zur Folge. Die nächst vorkommende Hinrichtung sollte nun mittelst des Fallbeiles vorgenommen werden“.²⁴⁵

²⁴² Vgl. Winterstein 2017. S. 48.

²⁴³ Ebd., S. 26.

²⁴⁴ Freitag in: Morscher / Scheutz / Schuster 2013. S. 50.

²⁴⁵ Huber 2004. S. 31.

3.1.4. Die Marktfreiungsurkunde: Eine Dokumentenanalyse

Die oben beschriebenen Hinrichtungen ebenso wie Feierlichkeiten oder kirchliche Prozessionen konnten erst nach der Freieung des Marktplatzes durchgeführt werden, daher soll an dieser Stelle die Freieungsurkunde genauer betrachtet werden. Sie wird von Helmut Scholz in seiner Schrift des Museumspädagogischen Zentrums München zitiert:

„Wir Ludwig von Gottes Gnaden römischer König, zu allen Zeiten ein Mehrer des Reiches, veröffentlichen und thun kund allen denen, die diesen Brief ansehen oder lesen hören, daß wir nach unseren lieben und getreuen Bürger gemeinsamer Bitte zu München den Markt gefreiet haben, und ihn freien zu einem allgemeinen Markt und Platz, worauf man kaufen und verkaufen soll, worauf aber in Zukunft Niemand mehr bauen soll, weder mauern noch zimmern, kurz keinerlei Bau errichten, weder wir, unsere Erben, Nachfolger noch sonst Jemand, wodurch der Markt eingeengt oder gemindert werde.“

Aus diesem ersten Absatz des Dokumentes geht hervor, dass ein strenges Bauverbot für den Hauptplatz herrschte, um dem Markt genügend Platz zu bieten, sich zu entfalten. Des Weiteren sollte auch eine Umsiedlung der sich dort befindlichen Fleischbänke erfolgen:

„Deswegen sollen sie auch die Flaeschpenche (Fleischbänke) hinab verlegen und machen bei dem Thalburgthor (Rathhausthor) auf die Hofstatt, die weiland Heinrichs des Sanders gewesen ist, damit der Markt desto lustsamer und desto schöner und desto gemachsamer sei Herren, Bürgern, Gästen (Fremden) und allen Leuten, die darauf zu schaffen haben; und wir haben ihnen auch erlaubt und gefreiet den Theil der Stadt, wo die Brodbänke liegen und das Dinchhaus (Richterhaus), damit sie, wenn sie die Brodbänke und das Dinchhaus anders wohin verlegen wollen oder verlegen, dazu volle Gewalt haben, und daß dieselbe Stätte auch freier Markt sein soll, worauf man nimmermehr bauen darf, sondern der Platz soll frei sein, und ein Markt in allem und mit allem dem Recht, wie vorgeschrieben ist. Darüber zu einer Urkunde der Freieung geben wir ihnen diesen Brief, mit unserem königlichen Insiegel versiegelt und gevestigt. Der gegeben ist zu München, da man zählt von Christi Geburt 1315 Jahr, am ersten Sonntag nach unseres Herrn Auffahrtstag, im ersten Jahr unsers Reiches.“ (Zitiert nach J.H. Wolf, München, 1852, S. 297; Klammerzusätze von J.H. Wolf).²⁴⁶

²⁴⁶ Scholz 1992a. S. 15.

Das „Hinabverlegen“ der Fleischbänke bedeutete, dass diese sich von diesem Tage an am Fuße des Petersbergl befanden, auf dem bis heute die Peterskirche, der „Alte Peter“, steht. Damit befanden sie sich auch außerhalb der ersten Stadtmauer und waren der Vorläufer der heutigen Metzgerzeile. Im Erdgeschoss des Dinghauses, das am Eingang zur Weinstraße stand, waren die Brotbänke untergebracht, die später in das Alte Rathaus umzogen, da auch der Gerichtssaal im Rathaus selbst untergebracht wurde.

Die Freierung des Platzes bedeutete einen räumlichen Zuwachs für den Markt. Das Marktgeschehen setzte sich wie oben erwähnt aus verschiedene Marktteilen zusammen: Dem Eier- und Kräutlmarkt mit dem Bauernmarkt direkt vor dem *Onuphrius-Haus*, dem Schrankenmarkt, auf dem Getreide verkauft wurde und der ab 1853 in der von Karl Muffat errichteten Schrankenhalle stattfand, und dem Fischmarkt. Der Fischmarkt wurde am Fischbrunnen abgehalten, wo der frische Fisch im Wasser des Stadtbrunnens schwamm. Der Schrankenmarkt wurde bis ins 19. Jahrhundert und vor der Errichtung der Schrankenhalle direkt auf dem Platz gehalten, dem er im Laufe der Zeit seinen Namen gab: Schrankenplatz. Dort fuhren die Getreidehändler mit ihren großen Fuhrwerken vor, um die hellen Getreidesäcke abzuladen und zum Verkauf anzubieten. Der Eier- und Kräutlmarkt befand sich vor dem Alten Rathaus, wo heute noch das Mosaik des Heiligen Onuphrius – am heutigen Marienplatz Nr. 17 – an diesen Teil des Marktes erinnert.



²⁴⁷ Eigene Fotografie des Onuphrius-Hauses am Marienplatz.

Dort wurden vor allem Obst und Gemüse zum Verkauf angeboten, weshalb dieser Teil auch als Grüner Markt bezeichnet wurde. Fälschlicherweise nannten die Münchner:innen ihren ersten Stadtpatron Onuphrius auch „Stoffel am Eiermarkt“, da er häufig mit dem Heiligen Christophorus verwechselt wurde. Die vorliegende Arbeit wird sich im weiteren Verlauf mit diesem Teil, das heißt dem Grünen Markt, auseinandersetzen, der ab dem 19. Jahrhundert auch als „Viktualienmarkt“ bezeichnet wird. Allgemein lässt sich zur wirtschaftlichen Lage der Märkte in München sagen, dass eine ausgeprägte Regulierung von städtischer Seite bereits ab dem Mittelalter vorliegt:

„In seiner Wirtschaftsauffassung zeigt das mittelalterliche München starke planwirtschaftliche Züge. Es nimmt auf die einzelnen Gewerbe und Berufe durch Beaufsichtigung seitens städtischer Beamter größten Einfluß, es überwacht so Maß, Preis und Gewicht innerhalb des Burgfriedens, ja es monopolisiert in einigen Fällen sogar Unternehmen und führt sie dann in eigener Regie weiter“.²⁴⁸

Diese Regulierung wird seitens Beamter durchgesetzt, die vom Stadtrat eingestellt werden. Koller nennt einige Beispiele für die Positionen dieser eingesetzten Kontrolleure.

Im Salzstadel zum Beispiel führt der Büchsenmeister die Oberaufsicht, der die anfallenden Einnahmen in eine Büchse zu legen hat und dem die Salzlader unterstehen, die für das im Stadel eingelagerte Salz verantwortlich sind und wiederum die Salzmesser unterstützen, die die Gebühren genau berechnen.²⁴⁹ Am Weinmarkt kontrolliert der Visierer mit Hilfe seiner Weinkoster an oberster Stelle die Fässer auf verwässerte oder verpanschte Inhalte, während die Kellermeister den Wein für ihre Trinkstuben aufkaufen können.²⁵⁰ Eine große Anzahl Beamter wird für die Überwachung der Lebensmittel benötigt. Hierunter fallen der Fleischschauer, der die Metzger und Schlachthöfe überwacht, die Heringschauer, die für den Fischhandel - und damit natürlich auch für alle anderen Fischarten- zuständig sind, sowie die Brotschauer, die den Brotpreis prüfen und mit den Kornmessern zusammenarbeiten, deren Arbeitsschwerpunkt auf dem Getreidehandel liegt. Dem Maßmesser obliegt neben seiner Aufgabe als Nachtwache auf dem Markt auch die Marktaufsicht und die Prüfung auf Einhaltung der Lebensmittelmaße, die der Eichmeister festlegt. All die oben genannten Prüfstellen erfüllen die Aufgabe, die Qualität, die Maßeinheiten als auch die daraus resultierenden Preise festzulegen. Somit werden der Kundschaft bessere

²⁴⁸ Koller 1953. S. 71.

²⁴⁹ Vgl. ebd., S. 72.

²⁵⁰ Vgl. ebd., S. 73.

Vergleichsmöglichkeiten und eine gleichbleibende Qualität der Waren zugesichert. Das Organ der Marktaufsicht hat sich im Laufe der Jahrhunderte zwar gewandelt, ist jedoch bis heute auf dem Markt vertreten.

Anfang des 19. Jahrhunderts drohte dem Schrankenplatz und damit dem heutigen Marienplatz der Verkehrskollaps: Es gab durch die vielen Kaufleute mit ihren fahrenden Ständen weder für Fußgänger:innen noch Reitende, geschweige denn für Fuhrwerke, eine Überquerungsmöglichkeit der Marktfläche. Daher entschied der Stadtrat den Markt in seiner Ganzheit zu verlegen. Im Jahre 1801 wurde der Eier- und Kräutlmarkt bereits auf den aufgelassenen Friedhof von St. Peter verlegt. Doch da ein Kaffeehaus am Marienplatz / Ecke Burgstraße eröffnet werden sollte, musste der noch verbliebene Markt weichen. In einem Dekret des Königs Maximilian I. wurde das Heilig-Geist-Spital als geeignete Fläche festgesetzt:

„Wenn sich König Maximilian I. in die Entwicklung einmischte und am 10. März 1807 den heutigen Viktualienmarkt als Ausweichquartier anordnete, hatte das natürlich vor allem den Grund, dass er seiner Residenzstadt ein neues Gesicht geben wollte. Schließlich war München mit der Erhebung Bayerns zum Königreich eine ganz neue Funktion zugewachsen. Die Stadt war die Metropole einer wichtigen deutschen Territorialmacht geworden, mit einigem politischen Gewicht. Das zwang zur Repräsentation, zu mehr Ordnung, auch zu glanzvoller Stadtgestaltung. Da konnte man sich das tägliche Marktchaos auf dem Marienplatz nicht mehr leisten. Das wilde Durcheinander, mochte es auch noch so farbig und lustig sein, störte die monarchische Prachtentfaltung“.²⁵¹

Ein Umzug des Marktes schien daher geboten. In der spätmittelalterlichen Stadt gab es meist neben dem Markt, der Kirche und dem Rathaus auch ein Spital zu finden, wobei sich Letzteres meist außerhalb des Stadtkerns befand, eine Vielzahl von Aufgaben erfüllte und sich auf einer großen Fläche ausbreitete. So rückte auch das Münchner Heilig-Geist-Spital schnell in den Fokus des Königs und seines Beraters und Ministers Maximilian Graf von Montgelas. Der Grund und Boden des Heilig-Geist-Spitals bot daher ab 1807 dem Viktualienmarkt ein neues Zuhause.²⁵²

²⁵¹ Schäfer / Höhne / Gebhardt (2000) 2001. S. 14.

²⁵² Vgl. Richardi 1972. S. 36.

3.1.5. Der Markt zieht um – Das Heilig-Geist-Spital

Steigt man an der Haltestelle „Marienplatz“ aus der U- oder S-Bahn aus und wendet sich am Neuen Rathaus vorbei Richtung Viktualienmarkt, leuchtet einem schon von weitem ein Turm entgegen, noch bevor man einen Fuß auf das Marktgelände gesetzt hat: Der Kirchturm der Heilig-Geist-Kirche.



253

Wohl kein anderes Gebäude ist mit der Geschichte des Marktes so sehr verbunden wie diese Kirche, die direkt an den Viktualienmarkt anschließt und an deren Flanke entlang die Marktgrenze verläuft. Noch lange bevor der „Grüne Markt“ seinen heutigen Standort gefunden hatte war die Heilig-Geist-Kirche, damals noch außerhalb des ersten Mauerrings, ein Teil der Münchner Altstadt.

Um das Jahr 1208 gründet Herzog Ludwig der Kelheimer eine Unterkunft für Durchreisende, die ab dem 13. Jahrhundert auch Kranke aufnimmt und nach dem französischen „Orden des Heiligen Geistes“ benannt wird, dessen Brüder dort mit den Pflegebedürftigen arbeiten. Allgemein besteht die Hauptaufgabe der Spitäler zur damaligen Zeit darin, das Problem der Sozialversorgung zu lösen. Sie wurden daher von den Landesherren mit dem Gedanken gegründet, die Versorgung der armen und kranken Bürger:innen zu übernehmen.

Kurz nach seiner Errichtung befindet sich das Münchner Spital außerhalb der ersten Stadtmauer, da es zu Füßen des Petersbergl gelegen ist und die alte Stadtbefestigung direkt

²⁵³ Eigene Fotografie der Heilig-Geist-Kirche am Viktualienmarkt.

hinter der Pfarrei – ungefähr auf der Höhe der heutigen Metzgerzeile – verläuft. Erst nach der Erweiterung wird das Spital, das aufgrund großzügiger Spenden der Münchner Bürgerschaft auch Bürgerspital genannt wird, in die Fläche der Stadt miteinbezogen. Aufgebaut und strukturiert wie eine fast selbstständige Stadt im Miniaturformat umfasst das Spital eine Gebärd- und Findelstube, ein Altenheim – bezeichnet als Weiber- und Männerspital –, ein Waisenhaus mit dazugehöriger Schule und eine Krankenstation mit Rauchstube für ansteckende Krankheiten sowie eine Station für kognitiv beeinträchtigte Menschen, die als „Narrenkeuche“ bezeichnet wurde.²⁵⁴ Außerdem gehörte die dort noch heute anzufindende Heilig-Geist-Kirche mit einem Friedhof und dem Pfarrhaus zum Spital. Für die Versorgung der im Spital wohnenden Bevölkerung standen ein Metzger, ein Bäcker, eine Brauerei, Stallungen sowie auch eine Mühle und eine Schmiede zur Verfügung.²⁵⁵ Die Versorgung deckten außerdem auch einige landwirtschaftliche Besitztümer außerhalb Münchens ab.

In Zeiten der Säkularisation, in Bayern vor allem angetrieben durch den königlichen Berater und Minister Graf Montgelas, wurde das Kloster der Brüder des Heiligen Geistes nach und nach aufgelöst. Eine hohe Staatsverschuldung sowie die Ideen der französischen Aufklärung, die im Reichsdeputationshauptschluss von 1803 festgelegt wurden, führten zur Enteignung der Klöster in Bayern und damit zur Übernahme des kirchlichen Kapitals sowie der Gebäude. Die Nonnen und Mönche wurden in sogenannte „Absterbeklöster“ außerhalb der Stadt gebracht. Viele Kunstwerke aus den aufgelösten Klöstern konnten nur durch Spenden der Bürger:innen vor dem Verkauf oder der Zerstörung verschont bleiben.²⁵⁶ Die Bestände der aufgelösten bayerischen Klöster wurden in die Städte verlegt. So profitierte auch München von dem Erhalt von Kunstsammlungen und Bibliotheksbeständen, was die Stellung der Stadt als Wissenschaftsstandort im 19. Jahrhundert erst ermöglichte. Durch den finanziellen Profit der Säkularisation war es München, wie auch vielen anderen Städten in Bayern, möglich seine Verschuldung abzubauen.

Die Klostersäkularisation an sich stieß auf geringen Widerstand in der Bevölkerung und wurde mit Hinblick auf eine Bereicherung der Regierung durchgeführt. Diesem Vorgang fielen unter anderem auch Brauereien, Schulen oder Bibliotheken zum Opfer, die die Brüder

²⁵⁴ Vgl. Thummerer 1967.

²⁵⁵ Vgl. ebd., S. 155.

²⁵⁶ Vgl. Hartmann 2008. S. 129.

oder Schwestern betrieben. Ein Beispiel aus München bildet unter anderem das Franziskanerkloster am heutigen Max-Joseph-Platz, das dem Bau des Opernhauses weichen musste. Die Säkularisation trieb in München sonderbare Blüten: Sogar das Münchner Kindl, im Ursprung einer der Mönche vom Petersberg, wurde kurzzeitig aus dem Stadtwappen verbannt und erst wieder unter Ludwig I. in das Wappen aufgenommen.²⁵⁷

Das Heilig-Geist-Spital war Anfang des 19. Jahrhunderts vollständig aufgelöst und auf dem ehemaligen Spitalgelände war eine große Freifläche entstanden. Diese bot eine ideale Lage und Größe für den Münchner Markt. Somit begann man ab 1807 mit der Verlegung des Marktes hin zum Bürgerspital. Zum Zeitpunkt des Umzuges bestand der Markt jedoch immer noch nicht aus festen Verkaufsständen und Buden, sondern es handelte sich um fahrende Händler:innen, die dort ihre Zelte aufschlugen oder direkt aus dem Karren heraus die Ware zum Verkauf anboten.

Wie schon ausgeführt, erfolgte zu allererst die Verlegung der Fleischbänke weg von der bereits genannten „Dingstätte“ hin an den Rossschwemmbach, der dem Verlauf des heutigen Rosentals folgte und vorbei am heutigen *Kustermannhaus* und der Metzgerzeile unterhalb des Alten Peter bis hin zur Heilig-Geist-Kirche floss.



258

²⁵⁷ Vgl. Wetzel, Jakob: Wirtschaftsbetrieb Kloster: Selbst auswärtige Orden unterhielten Höfe in der Stadt. In: Bernstein / Görl / Wetzel 2016. S. 318.

²⁵⁸ Aquarell: Blick auf das Petersbergl vom Viktualienmarkt aus. Puschkin. Schenkung 1905.

Die heutige Metzgerzeile aus Backstein wurde im Jahre 1880 nach Plänen von Arnold von Zenetti errichtet und gehört verwaltungstechnisch zum Viktualienmarkt. Davor befanden sich die Metzgereien in einem ehemals zum Heilig-Geist-Spital gehörendem Bau. Mit der Eröffnung des neuen Vieh- und Schlachthofs in Sendling im Jahre 1878 zogen die Fleischer zuerst dorthin, bevor einige der Metzger in die neue Metzgerzeile am Markt zurückkehrten, um an einem zentraleren Verkaufspunkt zu sitzen.

Ein auf diese Münchner Metzger zurückgehender Brauch ist der sogenannte „Metzgersprung“, dessen erste schriftliche Überlieferung man in der Zeit des Kurfürsten Karl Theodor (1777-1799) um das Jahr 1800 findet, der seinen Ursprung aber bereits im 16. Jahrhundert haben könnte.

Der Autor Axel Winterstein schreibt dazu:

„1954 fand der Metzgersprung zum vorläufig letzten Mal statt. Anlass war die Einweihung des neuen Fischbrunnens. Erst 1995 wurde er, um im Bild zu bleiben, wieder aus der Taufe gehoben, abgehalten nun im Drei-Jahre-Rhythmus [...]. Die Jungmetzger erschienen wie auch schon anno 1840 in einem weißen Gewand mit Kälberschwänzen [...] gekleidet in den traditionellen roten „Jänkern“, Metzgerfeiertagstracht. An der Spitze des Umzugs vor der nassen Zeremonie schritt das Münchner Kindl, die Freisprechung führte ein Altgeselle durch und für den Oberbürgermeister zählte der Termin zum Pflichtprogramm. Wobei er auch ein paar Spritzer abbekam; denn die Prozedur ging schon immer mit viel Geplansche und Gespritze einher“.²⁵⁹

Die Metzgerlehrlinge veranstalten bis heute alle drei Jahre am Faschingsmontag einen Umzug zum Marienplatz, an dessen Ende sie in das Wasser des Fischbrunnens am Marienplatz springen. Der letzte Metzgersprung fand im Jahr 2022 statt.

Zeitlich gesehen, folgte den Metzgern der „Grüne Markt“, beziehungsweise der Eier- und Kräutlmarkt, der sich Ende des 18. Jahrhunderts aus Platzmangel bereits bis um den Alten Peter herum ausgebreitet hatte. Anfang des 19. Jahrhunderts wurde der Markt dann in Viktualienmarkt umbenannt:

„Die lateinische Bezeichnung für einen Lebensmittelmarkt hatte sich in München bereits 1802 durchgesetzt. Wer etwas auf sich hielt, gab sich gebildet und klassische Bildung war schick zu Beginn

²⁵⁹Winterstein 2017. S. 52-53.

des 19. Jahrhunderts. Deshalb bekam die Bildgalerie der Wittelsbacher auch den Namen Pinakothek und der Umschlagplatz für Gemüse, Fleisch und Eier eben den Titel Viktualienmarkt“.²⁶⁰

Ein weiterer Teil des Marktes, der Schrankenmarkt mit seinen großen Getreidesäcken, zog in die bereits erwähnte Schrankenhalle, die eigens zu diesem Zweck errichtet wurde:

„König Maximilian II. gab die Anregung zum Bau einer großen Markthalle. Seinem Wunsch entsprechend, wurde sie von dem städtischen Baurat Karl Muffat aus Gusseisen und Glas konstruiert. Sie wurde zum ersten Beispiel der Ingenieurbaukunst des 19. Jahrhunderts in München und bei ihrer Einweihung im Jahr 1853 als technische Sensation gefeiert. Die Maximiliangetreidehalle, wie das für damalige Begriffe revolutionäre Bauwerk offiziell genannt wurde, war geprägt von einer luftigen, leichten Architektur, die auch die gewaltigen Dimensionen optisch erträglich machte. Denn das Getreidesilo war ursprünglich immerhin 403 Meter lang und 24 Meter breit. In Form einer dreischiffigen Basilika konstruiert, bot die Halle den Händlern ein Dach über dem Kopf, war aber an den Seiten offen“.²⁶¹

Ab dem Jahr 1914 wurde die Halle stückweise abgetragen, da sie ihre ursprüngliche Funktion durch den Umzug des Schrankenmarktes hin zum ehemaligen Südbahnhof an der Großmarkthalle verloren hatte.

In den 1930er Jahren wurde die nun leerstehende Halle am Viktualienmarkt zum Parkhaus umfunktioniert, bis sie 1936 abbrannte. Ein noch heißer Motor eines dort geparkten Wagens hatte das auf dem Boden ausgestreute Stroh entzündet. Der Brand sprang bald auf die gesamte Halle über, die bis auf die Grundmauern niederbrannte und nicht mehr neu aufgebaut wurde. Stattdessen befand sich ein Reststück der Schrankenhalle in einem Lager der Münchner Stadtwerke an der Dachauer Straße in einem Dornröschenschlaf, aus dem es Ende der 1970er Jahren von dem Architekten Volker Hütsch erweckt wurde. Nach einem Gutachten der Technischen Universität München wurde der Wiederaufbau der Halle in den 1980er Jahren beschlossen und diese ab 2003 wieder aufgebaut.²⁶² Seit 2015 ist das italienische Feinkostgeschäft *Eataly* der Hauptmieter, während die Gaststätte „Der Pschorr“ am Kopfende der Halle sitzt.

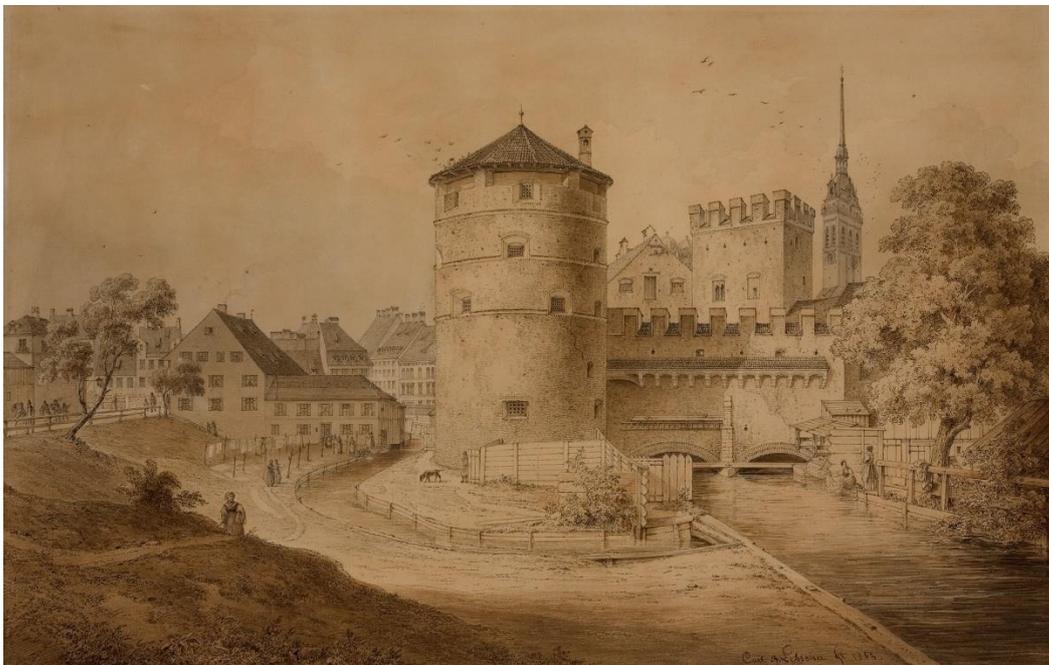
²⁶⁰ Schäfer / Höhne / Gebhardt 2001. S. 8.

²⁶¹ Ebd., S. 17.

²⁶² Vgl. Jäcklin-Volkert 2003. S. 97.

Nachdem der Markt auf das Gelände des Bürgerspitals umgezogen war²⁶³ und die Händler:innen, die ganz früh am Morgen auf den Markt kamen, die besten Standplätze abbekamen – frei nach dem Motto „Der frühe Vogel fängt den Wurm“ – entschloss sich die Stadt ab 1870 feste Buden zu bauen und diese an die Händler:innen zu verpachten. Somit sicherte sich die Rathauskasse feste Pachteinnahmen und die Kaufleute mussten nicht täglich den Standort wechseln oder sich um die besten Plätze streiten, was der Kundenbindung zu Gute kam.

Die neue Regelung war daher für beide Seiten, die Händlerschaft und die Stadt, von Vorteil. Mit dem Bau der festen Standl wuchs der Markt weiter, wobei Baudenkmäler wie der *Fischerturm* oder der *Scheibling*, alte Wehrtürme der zweiten Stadtmauer und deren Verstärkung, der Zwingermauer, der Expansion des Marktes zum Opfer fielen. Der *Fischerturm* stand circa 15 Meter südwestlich der heutigen Nordsee Fischhalle und diente als Gefängnis. Ihm vorgelagert war der *Scheibling*, ein Artillerieturm, der bis vor seinem Abriss 1870 als Kornmagazin genutzt worden war.²⁶⁴ Bereits im Jahre 1890 hatte der Viktualienmarkt dann seine heutige Größe erreicht.



265

²⁶³ Vgl. Dittmar / Kirner in: Zuber (1991) 2008. S. 63-91.

²⁶⁴ Ebd., S. 86-87.

²⁶⁵ Aquarell: Rundturm und Stadtmauer über dem Rossschwemmbach. Lebschée 1852.

Während der Markt den Ersten Weltkrieg sowie die darauffolgende Inflation relativ unbeschadet überstand, wurde er während der Bombenangriffe der Alliierten über München komplett zerstört:

„Seine dünnwandigen Stände und wackligen Buden fielen schon bei den ersten Angriffen wie Kartenhäuser in sich zusammen. Aus dem ehemaligen lebendigen Platz [...] war innerhalb einer halben Stunde ein hässlicher Schuttplatz geworden. Bei seinem Anblick glaubte wohl niemand, daß sich dieser Bereich als Markt jemals wieder erholen würde“.²⁶⁶

In Folge der Zerstörung des Marktgeländes setzte sich der Stadtrat mit mehreren Vorschlägen auseinander, um über die Zukunft des Viktualienmarktes nach dem Krieg entscheiden zu können:

„Es wurden Stimmen laut, den Viktualienmarkt mitsamt den ‚Petersbergl-Metzgern‘, den Blumenfrauen, den Geflügel- und Wildbrethändlern aufzugeben und auf diesem wertvollen Grund Hochhäuser zu errichten. Der Stadtrat folgte zum Glück dieser Anregung nicht und erweckte mit erheblichen Geldmitteln den Viktualienmarkt zu neuem Leben“.²⁶⁷

Doch diese Wiederinstandsetzungsmaßnahmen der Stadt und die damit einhergehende Wiederbelebung des Marktes wären in den 1960er Jahren beinahe aufgehoben worden, als der geplante Bau einer Stadtautobahn fast zur Auflösung des Marktes führte. Es wurden Pläne vorgestellt, den Altstadtring durch die Frauen- bzw. Blumenstraße oder die Rumfordstraße quer über den Markt zu leiten. Die Umsetzung des Vorhabens hätte einerseits zu einem Verlust an Marktgelände und zum Abriss von circa 70 Häusern geführt,²⁶⁸ andererseits wäre das Marktgeschehen durch den Verkehr nachhaltig gestört worden. Der damalige Oberbürgermeister Hans-Jochen Vogel hatte mit dieser Entscheidung schwer zu kämpfen, kam es doch vor allem auf Seiten der Standlbesitzer:innen und der Einwohnerschaft der Rumfordstraße zu erheblichen Protesten. Anwohner:innen sowie Marktleute gründeten die Gruppe „Gemeinschaft zur Erhaltung des Viktualienmarktes in seiner jetzigen Gestalt“ und forderten, die räumliche Geschlossenheit und Ganzheitlichkeit

²⁶⁶ Schweiggert 1987. S. 32.

²⁶⁷ Ebd., S. 25.

²⁶⁸ Insbesondere bei der Umleitung über die Blumenstraße wäre circa 1/3 der Marktfläche verloren gegangen.

des Marktgeländes zu bewahren. Daher sollte der Markt vom Verkehr gänzlich unberührt bleiben. Insgesamt 120 Mitglieder schlossen sich der Gemeinschaft an.²⁶⁹

Nach einer Diskussion mit allen Parteien im Münchner Stadtmuseum und dem Abwägen der Vor- und Nachteile der Ringstraße durch den Markt entschied sich der Stadtrat letztlich gegen den Bau. Eine Standlfräule brachte während der hitzigen Diskussion das wohl ausschlaggebendste Argument vor:

„Wenn ma amoi unser Existenz weglassn, so geht's doch vor allem um oans: das Herz Münchens taat zerrissn werd'n, und was das bedeut', wenn man ein Herz zerreißt, das weiß man ja.“²⁷⁰

So wurden die Pläne zum Bau der Stadtautobahn über den Markt verworfen und stattdessen eine Renovierung der Standl durchgeführt. Unter anderem bekamen die Stände neue Kupferdächer und wurden teilweise unterkellert. Außerdem wurde der Marktteil zwischen Frauenstraße und Westenriederstraße umgestaltet. Dort befindet sich heute unter anderem das Abfallhäuschen. Auch eine neue Beleuchtung in Form von Gaslaternen wurde umgesetzt.²⁷¹

Im Zuge der Vorbereitungen auf die Olympischen Spiele in München im Jahr 1972 sollte dann das komplette Marktgelände renoviert werden. Die Pläne sahen eine Ausweitung der Marktfläche in ihre heutige Form, einen Biergarten im Herzen des Marktes an der Fischhalle sowie eine Begrünung der Anlage vor. Außerdem sollte das gesamte Marktgelände als Fußgängerzone angelegt werden. Insgesamt stellte die Stadt München 6 Millionen Mark für den Umbau zur Verfügung.²⁷² Der Umbau sollte unter anderem durch Erhöhung der Standmieten finanziert werden. Besonders traf es hierbei die Metzgereien an der Metzgerzeile, die ebenfalls komplett saniert wurde. Hier wurden die Mieten teilweise von 8 DM pro Quadratmeter auf 27 DM pro Quadratmeter erhöht.²⁷³

²⁶⁹ Altstadtring Süd. In: Münchner Stadtanzeiger Nr. 10 vom 06. März 1964. S. 1. Presseamt Zeitungsausschnitte – Viktualienmarkt. Stadtarchiv München.

²⁷⁰ Schweiggert 1987. S. 36.

²⁷¹ Vgl. Wintz, Diether: Freimarkt wird umgestaltet. In: Münchner Merkur Nr. 108 vom 05. Mai 1968. Presseamt Zeitungsausschnitte – Viktualienmarkt. Stadtarchiv München.

²⁷² Vgl. Münchens gute „Bauernstube“ nimmt nun Gestalt an. In: Münchner Stadtanzeiger Nr. 36 vom 03. Mai 1974. Presseamt Zeitungsausschnitte – Viktualienmarkt. Stadtarchiv München.

²⁷³ Vgl. Ein harter Brocken für Marktmetzger. In: Süddeutsche Zeitung Nr. 36 vom 11. Februar 1969. Presseamt Zeitungsausschnitte – Viktualienmarkt. Stadtarchiv München.

Auch über diese ersten Renovierungspläne der Stadt München äußerten sich viele Betroffene auf dem Markt kritisch. Parallel zu den Kritikpunkten an den heutigen Sanierungsplänen war es auch damals die Befürchtung vieler, dass die besondere Atmosphäre auf dem Viktualienmarkt verloren gehen könnte. Doch die Sanierung erweist sich als Erfolg und auch der Biergarten wertet das Gelände durch gestiegene Besucherzahlen zusätzlich auf.

3.2. Heutige Topographie des Viktualienmarktes

Die immer wieder hitzigen und lebhaften Diskussionen um die Gestaltung und das Erscheinungsbild des Viktualienmarktes machen eines deutlich: Die Umbaupläne erhitzen die Gemüter. Auch bei den aktuellen Verhandlungen die Sanierung des Geländes betreffend, fanden Diskussionen statt und wurden Vorschläge eingebracht oder abgelehnt:

„Und damit formuliert sie [die Sprecherin der Marktleute Elke Fett] gleich einen Anspruch, der manchem im zuständigen Kommunalreferat der Stadt München sauer aufstößt: die Marktleute als eigenständige Macht, eine Stadt in der Stadt, selbstbewusst genug, um notfalls richtig Ärger zu machen, wenn ihnen jemand das Geschäft durchkreuzt. Zum Beispiel mit der Idee, Teile des Viktualienmarktes vorübergehend zu schließen und Stände ganz neu zu bauen. Das sei nun wirklich das Allerletzte gewesen. `Wenn das noch mal jemand ins Spiel bringt, dann machen wir hier Revolution´, droht Fett“.²⁷⁴

Der Bruch zwischen den Wünschen der Standlbesitzer:innen und den Vertreter:innen des Kommunalreferats sowie der Markthallen München wurde während der Diskussionen um die Sanierung des Geländes sehr deutlich. Man entschied sich daher für die Durchführung eines Bürgergutachtens. Dieses wurde von der Stadt in Auftrag gegeben, um die Vorstellungen der betroffenen Parteien zu hören, Vorschläge zu sammeln und eine für alle Seiten akzeptable Lösung zu finden. Dass das Gutachten dazu einen großen Beitrag geleistet hat wird im Kapitel über das Gutachten und die Sanierungspläne noch deutlich gemacht.

Erst einmal jedoch zum heutigen Bild des Marktes. Das jetzige Erscheinungsbild unterscheidet sich stark von seiner historischen Ansicht. Zum einen wurde die Ansicht durch das Verschwinden der Stadtbäche verändert. Die bereits erwähnten Bäche wie der

²⁷⁴ Krügel, Christian: Standhafte Standlbesitzer. In: Bernstein / Görl / Wetzel 2016. S. 153-155. Hier: S. 153.

Rossschwemmbach wurden durch den Bau der U-Bahnen verschüttet oder stillgelegt. Zugleich wandelte sich das Bild auch durch die Veränderungen der Gebäudestrukturen.

War der erste Markt im Ursprung noch ein Bauernmarkt ohne feste Buden, so dominieren heute die festen Stände das Marktbild. Bis gegen Ende des 19. Jahrhunderts fuhren die Bauern, wie bereits erläutert, zum Verkaufen der Ware mit den Fuhrwerken in aller Frühe auf den Markt, um sich die besten Plätze in der Nähe des Marienplatzes zu sichern. Dort konnten sie tagsüber ihre Waren feilhalten, bevor sie am späten Nachmittag einpacken und verladen mussten, um die Stadt wieder zu verlassen. Heute haben die Händler:innen die Möglichkeit, die Ware in festen Buden zu verkaufen, die teilweise auch unterkellert sind und somit Lagerräumlichkeiten für das Sortiment bieten. Diese festen Buden wurden ungefähr zwanzig Jahre nach dem Umzug vom Marienplatz auf das Gelände des Heilig-Geist-Spitals aufgebaut, Holzbuden gibt es daher seit den 1870er Jahren auf dem Markt. Jedoch gibt es bis auf den heutigen Tag Händler:innen ohne festes Standl, diese haben häufig Tische zum Ausklappen mit Schirmen als Überdachung. Es sind vor allem die Händler:innen mit saisonaler Ware auf dem Obst- und Gemüsefreimarkt im westlichen Teil des Marktes in Abteilung I sowie die Souvenir- und Schwammerlverkäufer:innen vor dem Biergarten.



275

²⁷⁵ Eigene Fotografie der Souvenirläden in Abteilung IV vor dem Biergarten.

3.2.1. Die Verwaltung und der Aufbau der Abteilungen

Räumlich gesehen, besitzt der Markt zum heutigen Stand eine Gesamtfläche von ungefähr 22.000 m², was einer Fläche von ca. viereinhalb Fußballfeldern entspricht. Um die 149 Händlerinnen und Händler sind auf dem Markt tätig. Die Einteilung des Marktgeländes erfolgt in 7 Abteilungen:

- Abteilung I mit dem Obstfreimarkt,
- Abteilung II an die Schrannehalle grenzend mit dem Karl-Valentin-Brunnen,
- Abteilung III mit dem Kartoffelmarkt,
- Abteilung IV im Herzen des Geländes mit der Nordsee Fischhalle, dem Maibaum und dem Biergarten,
- Abteilung V an der Heilig-Geist-Kirche,
- Abteilung VI am früheren *Ganserlmarkt* hin zur Westenriederstraße mit dem 2005 erbauten Müllhäuschen, das vorher neben dem Karl-Valentin-Brunnen angesiedelt war und durch den Umbau der Schrannehalle weichen musste
- Abteilung VII mit der Metzgerzeile.

Die Verwaltung des Viktualienmarktes obliegt den Markthallen München, die im Jahr 2007 durch den Zusammenschluss von Schlachthof und Großmarkthalle München gebildet wurden. Diese verwalten neben dem Viktualienmarkt auch die anderen großen Münchner Lebensmittelmärkte wie den Markt am Elisabethplatz, dem Markt am Wiener Platz und den Pasinger Viktualienmarkt. Auch kleine Wochenmärkte unterliegen der Beaufsichtigung durch die Markthallen München.

Die Ziele der Markthallen München, wie sie im Dokument des Kommunalreferats von 2012 festgehalten wurden, umfassen neben dem Versorgungs-, Dienstleistungs-, und wirtschaftspolitischen Auftrag auch einen kulturellen Auftrag. Während der Versorgungsauftrag und der wirtschaftspolitische Auftrag dazu dienen, der Bevölkerung stets Zugang zu einem „qualitativ hochwertige[n] Angebot an frischen Lebensmitteln“ von nicht nur großen Einzelhandelsketten sondern auch von Familien- und mittelständischen Betrieben zu bieten, erfüllen die Markthallen mit dem Dienstleistungsauftrag die Pflicht, ihren „Partner[n] die notwendigen räumlichen, technischen und organisatorischen Voraussetzungen zu schaffen und die Bausubstanz der zur Verfügung gestellten Räumlichkeiten zu verbessern und weiter zu entwickeln, um die Wettbewerbsfähigkeit der

ansässigen Lebensmittelunternehmen insgesamt zu verbessern und um den Standort zu sichern“.²⁷⁶

Der kulturelle Auftrag hingegen bedeutet, die Märkte in München als „ein Stück Stadtkultur“ zu sehen und sich dementsprechend für ihren Erhalt an sich und den Erhalt ihres traditionellen Erscheinungsbildes einzusetzen. Dieser Punkt spielt für Renovierungen und Umbauten auf den Marktgeländen eine gewichtige Rolle. An dieser Stelle wird ebenfalls auf den Markt als Kommunikationsraum verwiesen: „Auch die Münchner Wochenmärkte sind nicht nur Umschlagstellen, sondern Einrichtungen, die auch der Kommunikation dienen“.²⁷⁷

Neben dem kundenorientierten Handeln, der Einhaltung von Umweltvorschriften und der Transparenz des Managements als Handlungsziele für eine positive „Außenwirkung“ der Markthallen²⁷⁸ muss auch die Wirtschaftlichkeit der Einrichtung in den Fokus gerückt werden. Die Markthallen München sind verpflichtet, kostendeckend zu arbeiten. Finanziert wird dies durch „zu erhebende Entgelte und Gebühren“. Hierzu heißt es im Dokument:

„Das Geld, das uns zur Erfüllung unserer Aufgabe zur Verfügung steht, kommt nicht von irgendwoher. Unser Betrieb muss dieses Geld auf dem Markt selbst erwirtschaften. Maßstab des wirtschaftlichen Handelns muss für jede Mitarbeiterin und jeden Mitarbeiter sein, mit dem von unseren Kunden aufbrachten Geld mindestens so sparsam und wirtschaftlich umzugehen, als wäre es das eigene“.²⁷⁹

Die Markthallen sind ebenfalls für die Einhaltung der sogenannten Marktsatzung verantwortlich. Diese Satzung legt grundlegende Regelungen für das Marktgelände fest und stellt Bußgeldbescheide für Verstöße aus. In der Markthallen-Gebührensatzung sind die Gebührenpflichten der Händler:innen festgelegt. So sind neben den Kosten für das Betriebsgelände Großmarkthalle mit dem Schlachthofgelände auch die Benutzungsgebühren der Münchner Lebensmittelmärkte aufgeführt.

Die Miete für einen Stand auf dem Viktualienmarkt besteht aus einer festen Monatsgebühr, die je nach Abteilung und Größe des Standes variiert. Hier liegen die Monatsgebühren

²⁷⁶ Landeshauptstadt München – Kommunalreferat 2012. S. 1.

²⁷⁷ Ebd., S. 2.

²⁷⁸ Ebd., S. 3.

²⁷⁹ Ebd., S. 2.

zwischen circa 300 Euro bis 1.000 Euro.²⁸⁰ Ein Verkaufsplatz auf dem Obstfreimarkt kostet hingegen nur 230 Euro im Monat. Die höchsten Monatsgebühren zahlen die Fischhalle mit circa 4.700 Euro im Monat sowie der Biergarten mit circa 7.000 Euro im Monat.

Zusätzlich zu diesen Monatsgebühren wird prozentual eine Jahresgebühr für Verkaufseinrichtungen errechnet und als Umsatzgebühr auf den Preis aufgeschlagen. Die Errechnung der Prozentsätze richtet sich nach dem Sortiment der Händler:innen, eine reine Lebensmittelhändlerin zahlt im Schnitt zwischen 2 bis 3 Prozent Umsatzgebühr, eine Blumenhändlerin zwischen 4 bis 6 Prozent und eine Händlerin mit Stehausschank zwischen 7 bis 8 Prozent. Der größte Prozentsatz fällt für Geschenke- und Andenkenhändler:innen mit bis zu 12 Prozent an. Der genaue Prozentsatz ergibt sich aus der Kategorie des Standls. Handelt es sich also um ein Ladengeschäft, zahlen die Händler:innen einen größeren Prozentanteil als ein offener Verkaufsstand. Am wenigsten Umsatzgebühr zahlen Betreiber:innen offener Verkaufsplätze, die keinen festen Stand haben.

In einem kurzen Rechenbeispiel käme daher ein offener Verkaufsstand einer Gemüsehändlerin auf die Umsatzgebühr bezogen am günstigsten, während ein Ladengeschäft wie zum Beispiel das einer Souvenirhändlerin in der Metzgerzeile am teuersten wäre.

Zusätzlich zu diesen Gebühren fallen Kellergebühren von circa 5 Euro bis 10 Euro pro Quadratmeter an. Für Stände ohne Keller gibt es die Möglichkeit, eine Kühlmaschine in einen Sammelkeller zu stellen, was ungefähr 15 Euro kostet. Neben der monatlichen Gebühr, der Umsatzgebühr und der Kellermiete müssen Abfallbeseitigungsgebühren entrichtet werden. Diese Gebühren werden wiederum in drei Anfallsklassen unterteilt: regelmäßig geringe Abfallmenge (Butter-, Käse-, Eierhändler:innen), regelmäßig durchschnittliche Abfallmenge und häufig übermäßige Abfallmenge (Obst- und Gemüsehändler:innen). Hier schwanken die Gebühren zwischen 70 Euro und 160 Euro.

Im Vergleich sind die Gebühren für die Händler:innen in Schwabing und Haidhausen geringer; am Pasinger Viktualienmarkt fallen ähnlich hohe Kosten an wie auf dem Viktualienmarkt. Die Verkaufsmöglichkeiten auf den Wochenmärkten und damit außerhalb der zugewiesenen Verkaufsstände sind mit Tagesgebühren oder wahlweise

²⁸⁰ Im Vergleich liegt die Monatsgebühr am Markt am Wiener Platz zwischen circa 90 Euro bis 230 Euro, auf dem Pasinger Markt zwischen circa 200 Euro bis 1.250 Euro.

Monatspauschalen abzurechnen. Auch hier erfolgt die Berechnung pro Quadratmeter, eine Umsatzgebühr entfällt allerdings. An Werktagen ist die Gebühr generell günstiger als auf Märkten, die freitags oder samstags stattfinden.

Doch wie kann man als Interessent einen Arbeitsplatz auf dem Viktualienmarkt bekommen? Neben der Möglichkeit als Aushilfe oder Mitarbeiter:in an einem der bereits existierenden Stände zu arbeiten, kann ein eigener Marktstand eröffnet werden.

Wer Interesse an einem Stand am Viktualienmarkt bekundet, muss sich zunächst offiziell und schriftlich bei der Stadt München bewerben. Die Ausschreibungen der Stände sind unter anderem auf dem Stadtportal der Landeshauptstadt zu finden.

Diese prüft dann in Zusammenarbeit mit den Markthallen München die eingehenden Bewerbungen und reicht diese an ein Gremium aus Stadträten, Bezirksausschussmitgliedern und Marktleuten weiter, die die Vergabe bei erfolgreicher Bewerbung einleiten. Wichtig bei der Bewerbung um einen Stand auf dem Markt ist zum einen die Vorkenntnis und Erfahrung der Bewerberin oder des Bewerbers auf dem Gebiet der Gastronomie oder des Einzelhandels, zum anderen soll die Vielfalt der Buden auf dem Gelände erhalten werden und daher wird die Art des Sortiments der Bewerber:innen mit in die Vergabe einfließen. Gern gesehen sind bei den Markthallen München auch ganz neue Konzepte: So eröffnete im Frühjahr 2022 ein veganes Standl auf dem Markt. Auf der Website der Landeshauptstadt kann sich gezielt auf ein Objekt beworben werden, hierfür fordern die Markthallen München neben einem Lebenslauf und einem Businessplan eine SCHUFA-Selbstauskunft, ein Führungszeugnis, Nachweise in Form von „Referenzen und Belegen zur Befähigung für die Tätigkeit im relevanten Betriebsfeld, z.B. Umgang mit Lebensmitteln/betriebswirtschaftliche Kenntnisse“²⁸¹ sowie einen Gewerbezentralregisterauszug. Die Bewerbung muss in schriftlicher Form postalisch oder per E-Mail bei den Markthallen eingereicht werden. Gerne bevorzugt behandelt werden Bewerbungen mit regionalen Produkten:

²⁸¹ Muenchen.de: „Ausschreibung Geflügelstand“. URL: <https://stadt.muenchen.de/infos/gefluegelstandimausschreibeverfahren.html> [07.07.2022].

„Ökologie und Umweltschutz gewinnen zunehmend an Bedeutung. Ein nachgewiesener Beitrag zu Ökologie und Umweltschutz wird daher bei der Auswahl positiv bewertet. Zusatzpunkte erhalten ggf. auch zertifizierte Betriebe mit ökologischen Lebensmitteln bzw. regionaler Herkunft“.²⁸²

Nach der Sichtung der Unterlagen durch das Gremium erfolgt dann die Zuteilung des Standls an die jeweilige Bewerberin oder den jeweiligen Bewerber, der die Ausschreibung für sich entscheiden konnte. Die endgültige Entscheidung obliegt somit den Markthallen München.

Auf dem Viktualienmarkt sind die Markthallen München durch die Marktaufsicht vertreten, die als Kontrollorgan vor Ort dient. Die Mitarbeiter:innen der Markthallen beaufsichtigen auf ihren regelmäßigen Rundgängen über das Gelände die Einhaltung der Marktregeln, der sogenannten Lebensmittelmarktsatzung, auch Marktordnung genannt. Diese findet sich öffentlich zugänglich als Aushang im Schaukasten am Maibaum.

3.2.2. Die Versorgung des Marktes: Die Markthallen München

Der Hintergrund für die Errichtung der Großmarkthalle in München war das starke Bevölkerungswachstum des 19. Jahrhunderts. Wie in vielen deutschen Städten zogen Arbeitssuchende aus ländlichen Regionen in die wachsenden Industriestädte, um ihre Einkünfte und damit ihr Überleben zu sichern. Um die Versorgung dieser stetig wachsenden Masse an Menschen in München zu gewährleisten, wurde neben dem Schlacht- und Viehhof im Jahre 1878 auch die Großmarkthalle im Jahre 1912 eröffnet.²⁸³

In den Jahren zwischen 1870 und 1890 verdoppelte sich die Zahl der Bevölkerung Münchens auf 349.000. Im Jahr 1900 zählte die Stadt eine halbe Million Einwohner:innen, bevor nach einem Bevölkerungsrückgang im Zusammenhang mit dem Zweiten Weltkrieg am 17. Dezember 1957 die Millionenmarke überschritten wurde. Parallel zu diesem Bevölkerungswachstum wächst auch der Lebensmittelumschlag der Großmarkthalle ab 1912 an, wobei er während der Weltkriege starke Rückschläge zu verkraften hat, den größten in der Nachkriegszeit ab 1945: Hier reduziert sich der Umsatz von circa 516.000 Tonnen im Jahr 1941 auf circa 90.000 Tonnen im Jahr 1945. Während zu Zeiten des Wirtschaftswunders der 1960er Jahre die Umschläge ihren Höhepunkt erreichen und beispielsweise im Jahr 1965 fast

²⁸² Muenchen.de: „Ausschreibung Geflügelstand“. URL: <https://stadt.muenchen.de/infos/gefluegelstandimausschreibeverfahren.html> [07.07.2022].

²⁸³ Vgl. Eymold / Gugetzer / Koschnick / Schvarcz 2012. S. 20.

950.000 Tonnen umgesetzt werden, so zeigt sich ab den 1970er Jahren ein Abwärtstrend, der durch Reformen des Lebensmitteleinzelhandels begünstigt wird.²⁸⁴

In der Zeit vor der Gründung der Großmarkthalle waren die Münchnerinnen und Münchner bereits stark auf die Versorgung durch Märkte in der Stadt angewiesen:

„Bis um die Jahrhundertwende gab es ‚grüne Ware‘ kaum im Handel, wenn überhaupt kam sie aus dem eigenen Garten. Mit der Zunahme der Bevölkerung in München und einer erheblichen Verdichtung des Wohnraumes fielen die Flächen für die sogenannten Krautgärten, die bislang zu jedem städtischen Haushalt gehörten, weg. Hinzu kam, dass die Fabrikarbeit die Selbstversorgung wegen der Arbeitszeiten erschwerte. Die Folge aus diesen beiden Faktoren war, dass viele Lebensmittel auf den Märkten zugekauft werden mussten“.²⁸⁵

Die Hauptaufgabe der Großmarkthalle war daher die Sicherstellung der Versorgung der Stadtbewohner:innen vor allem mit Obst und Gemüse, den „grünen Waren“, die mit dem Ausbau des Schienennetzes gegen Ende des 19. Jahrhunderts aus größeren Entfernungen in die Stadt eingeführt werden konnten. Damit wurde gleichzeitig der Standort der Großmarkthalle in der Nähe eines Bahnhofs festlegt, von dem aus die Ware aus den Waggons heraus direkt verladen werden konnte. Im Falle der Münchner Großmarkthalle entschied sich die Stadtverwaltung, die Halle an den Südbahnhof anzuschließen. Der damalige Münchner Oberbürgermeister Wilhelm von Borscht eröffnete die Halle am 14. Februar 1912, die Bauleitung hatte der Architekt Richard Schachner übernommen. Für den Handel bot das Areal vier Hallen mit insgesamt 72 Verkaufsständen, einem Postamt und einer Gaststätte.²⁸⁶

Im Laufe der Jahre wurde das Gelände laufend erweitert, heute findet man dort neben der Gärtnerhalle, dem Fruchthof und dem Blumengroßmarkt auch sechs Verkaufs- und sieben Umschlaghallen sowie die Tiefkühlager und Kontorhäuser.

Während der Verkauf in der Großmarkthalle während des Ersten Weltkrieges und in den darauffolgenden Jahren extrem stagnierte, konnte ab Mitte der 1920er Jahre durch eine Belebung der Handelsbeziehungen mit dem Ausland eine Steigerung der Absätze erzielt werden. In den 1930er und 1940er Jahren stieg der Umsatz weiter, da sämtliche

²⁸⁴ Vgl. ebd., S. 22.

²⁸⁵ Ebd., S. 27.

²⁸⁶ Vgl. ebd., S. 43-44.

Warenströme über die Großmarkthalle München gelenkt wurden, die als eines der wichtigsten Versorgungszentren im Nationalsozialismus galt. Während der Kriegsjahre sank der Umsatz der Halle stetig, bis sie im Jahr 1943 fast vollständig bei Luftangriffen zerstört wurde.²⁸⁷

In den Nachkriegsjahren wurde die Großmarkthalle wieder errichtet und erlebte in den 1960er Jahren den Höhepunkt ihrer Umschlagaktivitäten. Nach der Ölkrise der 1970er Jahre sank der Umsatz durch die stetig wachsende Zahl an Supermarktketten, die ihre Ware direkt von den Großhändlern mit Lastkraftwägen in die Märkte geliefert bekamen. Das hatte zur Folge, dass auch im Areal der Großmarkthallen Umstrukturierungen durchgeführt wurden, um dem zunehmenden LKW-Verkehr gerecht zu werden. Mit dem Mauerfall stieg der Umschlag erneut an, da nun auch die neuen Bundesländer mit Waren aus der Großmarkthalle versorgt werden konnten. Im Jahr 2007 fusionierte die Großmarkthalle München mit dem Schlachthof München zu den heutigen Markthallen München. Drei Jahre später wurde vom Stadtrat eine Studie in Auftrag gegeben, die das Potenzial des Areals bewerten sollte. Man entschied sich daraufhin für einen Neubau der Großmarkthalle und die europaweite Ausschreibung. Die bisherige Investorengruppe Büschl beteiligte sich erneut an der Ausschreibung, auch die Stadtwerke München hatten Interesse an dem Projekt bekundet. Das Ziel der ersten Werksleiterin und CSU-Kommunalreferentin Kristina Frank war ein Neubau der Halle auf dem Stammgelände an der Schäftlarnstraße, während sich ihr Parteikollege, Wirtschaftsreferent Clemens Baumgärtner, für einen Standort am Stadtrand aussprach. Der Stadtrat möchte erst die Ausschreibungsergebnisse abwarten, bevor sich mit dem Thema erneut befasst werden soll.²⁸⁸

Der Alltag in der Großmarkthalle

Die Großmarkthalle München wird als kommunaler Betrieb geführt und hat Montag bis Freitag, von circa 04:00 Uhr bis 13:00 Uhr geöffnet, der Blumengroßmarkt auch an Samstagen. Auf das Gelände haben neben den Händler:innen nur ausgewählte Einkäufer:innen Zutritt; ab ungefähr 05:30 Uhr beginnt der Verkauf in der Halle. Neben den traditionellen „Sichtkäufen“, bei denen die Käufer:innen sich vor Ort über das Angebot

²⁸⁷ Vgl. ebd., S. 54.

²⁸⁸ Krass, Sebastian: Streit um neuen Standort. CSU lehnt Umzugspläne für die Großmarkthalle ab. In: Onlineausgabe Süddeutsche Zeitung (SZ.de) vom 21. Juli 2022. URL: <https://www.sueddeutsche.de/muenchen/muenchen-grossmarkthalle-umzug-csu-1.5625542> [06.02.2023].

informieren und dann persönlich nach der Besichtigung der Ware mit den Verkäufer:innen in Verhandlungsgespräche treten, setzte sich in den letzten Jahren vermehrt die Vorbestellung per Liste durch. Die Händler:innen haben feste Stammkundschaft, die die Bestelllisten vorab senden und die Ware nicht in der Halle begutachten. Die Preise der Produkte sind nicht ausgeschrieben, sondern werden nur auf Nachfrage kommuniziert. Übrig gebliebene Restware²⁸⁹, die nicht verkauft wurde, wird in der Kühlung gelagert oder am Ende des Verkaufstages – gegen Mittag – entsorgt.²⁹⁰

Die Großmarkthalle München zählt nach den Hallen in Paris und Barcelona zu den größten Umschlaghallen Europas, von der über 90 Länder ihre Ware beziehen. Die größten Importeure der Münchner Halle sind Italien, Spanien und Griechenland. Aber auch aus dem nichteuropäischen Ausland werden Erzeugnisse bezogen, vorwiegend exotisches Obst und Gemüse.²⁹¹

In der Gärtnerhalle hingegen finden sich hauptsächlich lokale Anbieter:innen aus München und der Umgebung. Die Großmarkthalle bietet daher eine Mischung aus einheimischen und ausländischen Handelsgütern. Mit dieser abwechslungsreichen Produktpalette werden auch die Münchner Märkte versorgt.

3.2.3. Weitere Märkte in München

„Der zur Präzision verpflichtete Stadtbeschreiber muss zunächst darauf hinweisen, dass ‚Viktualienmarkt‘ in München keine eindeutige Adresszuordnung möglich macht: In Pasing, einem westlichen Vorort, gibt es nämlich noch eine Freiverkaufsfläche gleichen Namens“.²⁹²

Neben der Großmarkthalle München sind die Markthallen München ebenfalls für die weiteren Münchner Lebensmittelmärkte zuständig. Hierzu zählen neben dem Viktualienmarkt, den wechselnden Wochenmärkten in der Stadt und den ambulanten Händler:innen, die an festgelegten Plätzen der Innenstadt nach dem Turnus des „Bayerischen Landesverbandes der Marktkaufleute und der Schausteller e.V.“ ihre Ware anbieten dürfen, auch der Markt am Elisabethplatz in Schwabing, der Markt am Wiener Platz

²⁸⁹ Auch die Münchner Tafel oder der Tierpark Hellabrunn in München sind dankbare Abnehmer der Restware. Vgl. Eymold / Gugetzer / Koschnick / Schvarcz 2012. S. 99.

²⁹⁰ Vgl. ebd., S. 77.

²⁹¹ Vgl. ebd., S. 111.

²⁹² Wigand (2009) 2022. S. 120.

in Haidhausen und der Pasinger Viktualienmarkt, zu sehen auf der Fotografie unten. Alle auf diesen Märkten niedergelassenen Verkäufer:innen zahlen ihre Gebühren an die Markthallen.



Wie auf allen Märkten deckt die Händlerschaft die durch die Markthallen München erhobenen Gebühren auch auf dem Viktualienmarkt durch den Jahresumsatz ab. Den Hauptjahresumsatz erwirtschaften die Händler:innen in der zweiten Hälfte des Jahres ab Juni. Während die erste Jahreshälfte mit Ausnahme der Faschingsfeierlichkeiten noch relativ ruhig ist und zur Kundschaft vor allem die Stammkund:innen zählen, nehmen in den Sommermonaten und zur Ferienzeit die Besucher:innen aus dem In- und Ausland zu. Auch das Oktoberfest im Herbst sorgt für einen nicht abreißen wollenden Touristenstrom, der bis zum Jahresende anhält. Denn auch in der Vorweihnachtszeit läuft das Geschäft auf dem Markt durch Städtereisende, aber auch die Vorbereitung der einheimischen Kundschaft auf das Weihnachtsfest. Teilweise bilden sich lange Schlangen vor den Ständen und Metzgereien, in denen die Kundschaft hoffnungsvoll auf genau die richtige Zutat, das qualitativ hochwertige Fleisch oder die passende Dekoration für das weihnachtliche Festessen wartet. Im Interview sieht auch die Marktsprecherin Elke Fett die erste Adventwoche als die umsatzstärkste Woche des Jahres.²⁹⁴

Unruhe entstand in den frühen 2000er Jahren mit der Ankündigung, die Schrammehalle am Viktualienmarkt wieder neu zu erbauen. Die Standlbetreiber:innen befürchteten zunächst einen zumindest teilweisen Umsatzrückgang. Diese Sorge wurde jedoch nach Fertigstellung

²⁹³ Eigene Fotografie des Pasinger Viktualienmarktes.

²⁹⁴ Menschen in München 2012. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=2gfv2DKpEoU> [03.02.2023].

der Halle nicht bestätigt. Der Bau und die Eröffnung der Schrankenhalle hatten laut Aussage von Elke Fett auf das Geschäft auf dem Viktualienmarkt keine Auswirkungen, die Halle kann daher nicht als Konkurrenz zu den Händler:innen auf dem Markt gesehen werden. Auch der Großteil der Marktleute empfand die Halle nicht als schädlich für das Geschäft: „Als der Käfer in der Schrankenhalle war, haben sich ja alle so aufgeregt. Wir haben die Konkurrenz von dort überhaupt nicht gespürt“.²⁹⁵

Durch die mittlerweile erfolgte Spezifizierung der Schrankenhalle auf italienische Feinkost durch das Geschäft *Eataly* ist der Konkurrenzdruck durch die Halle bis zum jetzigen Zeitpunkt auf dem Markt so gut wie nicht vorhanden. Die Halle an sich hat von ihren Anfängen als Getreidehalle bis zu ihrer heutigen Nutzung als italienischer Feinkostladen eine wechselvolle Geschichte hinter sich.

3.2.4. Die Schrankenhalle

Das Wort „Schranne“ ist in Bayern seit jeher gebräuchlich und bezeichnet das Getreide. Der Begriff gibt daher Aufschluss über die ursprüngliche Funktion der Schrankenhalle als Lagerstätte für den Münchner Getreidemarkt.

Dieser fand, wie im stadtgeschichtlichen Rückblick erwähnt, bis Ende des 19. Jahrhunderts auf dem ehemaligen Schrankenplatz, dem heutigen Marienplatz, statt:

„Lange hieß der Münchner Markt auf alten Stadtplänen nur *platz*, das mittelhochdeutsche *markt*, *market* bedeutet ursprünglich ‚Marktflecken‘, und das Prädikat ‚Markt‘ für eine Gemeinde ist in Bayern bis heute eine Hervorhebung. Später gab die Schranne der ganzen Örtlichkeit den Namen. Als Kornmarkt an der Westseite des Marktplatzes ist dieser Getreidemarkt erstmals 1296 erwähnt. Das althochdeutsche *scranna* stand zunächst für (Gerichts-) Schranke, das mittelhochdeutsche *Schranne* dann für ‚Stand‘ im Sinne von (Verkaufs-)Stand für Brot oder Fleisch. Später bürgerte sich Schranne für (Getreide-)Stand beziehungsweise Getreidemarkt ein. Das Wort ist nur in Süddeutschland gebräuchlich“.²⁹⁶

Die Stadt München verfügte bereits ab dem 12. Jahrhundert über ein Schrankenrecht und damit das Recht, in der Stadt einen Kornmarkt abzuhalten, auf dem ein Direktverkauf des

²⁹⁵ Klementz / Mader / Schmid 2018. S. 113.

²⁹⁶ Winterstein 2007. S. 17.

Getreides stattfand und der viele Gäste und damit potenzielle Kundschaft in die Stadt brachte.

Da es sich bei den wichtigsten Nahrungsmitteln der Münchner bis ins 19. Jahrhundert hinein um Bier und Brot handelte, hatte der Schrankenmarkt Bedeutung für die Versorgung der Bevölkerung mit diesen Grundnahrungsmitteln. Schon ab dem 13. Jahrhundert wurde die Abhaltung des Kornmarktes geregelt, der Samstag wurde zum Schrannentag. Die Öffnungszeiten und die Verwendung von bestimmten Kornmaßen wurden festgeschrieben. Im Jahr 1823 trat zusätzlich zu den bereits vorhandenen Regelungen eine Schrankenordnung in Kraft, die im Detail festlegte, welche Art von Kaufleuten zu welchen Zeitpunkten und unter welchen Voraussetzungen ihre Ware verkaufen durften und nach welchen Vorschriften der Verkaufsvorgang zu erfolgen hatte.²⁹⁷

Durch das zunehmende Bevölkerungswachstum in der Stadt wurde auch das Anwachsen des Schrankenmarktes begünstigt. Waren es Ende des 15. Jahrhunderts noch 13.500 Einwohner:innen in München, so stieg diese Zahl bis zum Jahre 1634 um 8.500 Einwohner:innen an.²⁹⁸

Einen Nachteil hatte diese räumliche Ausbreitung allerdings: Der Marktplatz wurde schon bald zu eng für die verschiedenen Teilmärkte, zu denen auch der Kornmarkt zählte. Und als Anfang des 18. Jahrhunderts die Anzahl der Städte, die über ein Schrankenrecht verfügten, zunahm, wurde auf dem Kornmarkt in München weniger Ware umgesetzt. Das übrig gebliebene Getreide wurde mitten auf dem Marktplatz eine Woche, also bis zum nächsten Schrannensamstag, gelagert und nur dürftig mit Holzplanken abgedeckt.²⁹⁹

Somit lagerten die Getreidesäcke ungeschützt vor Wind und Wetter mitten im Freien auf dem Platz. Doch nicht nur die auf dem Platz gelagerte Ware erschwerte die Fortbewegung auf dem Gelände. Auch die Anzahl an Menschen und Fuhrwerken trug zu dem Entschluss des Münchner Stadtrates bei, den Getreidemarkt zu verlegen. Es stellte sich nun die Frage nach einem passenden Standort. Es wurde daher entschieden, eine Lagerhalle zu erbauen, in der das Getreide im Trockenen und vor Mäusen und anderen Schädlingen geschützt, lagern

²⁹⁷ Vgl. Jäcklin-Volkert 2003. S. 28.

²⁹⁸ Vgl. ebd., S. 26.

²⁹⁹ Vgl. ebd., S. 33.

konnte. So konnte sichergestellt werden, dass der Markt in einer geeigneten Umgebung stattfand.

Die neue Schrankenhalle wurde zu einer Zeit errichtet, in der ein neues Zeitalter des Bauens anbrach: Durch die zunehmende Industrialisierung und die damit wachsenden Möglichkeiten in der Bauindustrie erfreuten sich Eisenkonstruktionen als innovativer Stil zunehmender Beliebtheit. Als Vorgängerbauten und Vorbilder für die Architektur der Schrankenhalle können neben dem eisernen Pavillon in Bad Kissingen, als erster bayerischer Bau aus Schmiedeeisen, und den Gewächshäusern im Schlosspark Nymphenburg³⁰⁰ auch der parallel zur Schrankenhalle gebaute Wintergarten der Residenz und der Münchner Glaspalast gelten.

Der Wintergarten in der Residenz wurde, wie die Getreidehalle, ebenfalls von König Maximilian II. in Auftrag gegeben, der sich sehr für die neuen baulichen Möglichkeiten der Verwendung von Eisen und Schmiedeeisen begeistern konnte. Die Glas-Eisen-Konstruktion des Wintergartens, der einen Durchgang von der Residenz in das Nationaltheater bot, wurde im Jahre 1921 abgetragen. Der Münchner Glaspalast, dessen Bau im Jahr der Fertigstellung des Wintergartens 1853 begann, wurde für eine Leistungsschau der deutschen Industrie im Jahr 1854 auf dem Gelände des heutigen Alten Botanischen Gartens in der Nähe des Karlsplatzes errichtet. Im Jahr 1931 brannte der Palast bis auf die Grundmauern nieder und wurde nicht mehr aufgebaut.³⁰¹ Ein großer Vorteil der Bauweise dieser Konstruktionen waren die vorgefertigten und standardisierten Bauteile, die ein schnelles Aufbauen und damit eine insgesamt kürzere Bauzeit zur Folge hatten.

Als Bauplatz für die Schrankenhalle wurde ein Areal außerhalb der ehemaligen Münchner Stadtmauer in der Nähe des Angertors gewählt. Der Vorteil dieses Standortes neben der fast 31.000 Quadratmeter großen Fläche war die erleichterte Anlieferung des Getreides durch die bereits angelegten Straßen sowie die direkte Verbindung zum Viktualienmarkt.³⁰² Am 9. Oktober 1851 erfolgte die Grundsteinlegung der Schrankenhalle, ursprünglich „Maximilians-Getreidehalle“ genannt:

„Dieser Tag bleibt in den Annalen der Stadt München ein gewiß denkwürdiger, denn an demselben wurde der Grundstein zu der neuen Schrankenhalle, einem Bau, wie es dieser Art in Deutschland

³⁰⁰ Diese galten als Vorläufer des Ingenieursbaus, dessen bekanntestes Werk zu dieser Zeit der Eiffelturm (1889) in Paris war.

³⁰¹ Vgl. Jäcklin-Volkert 2003. S. 14-17.

³⁰² Vgl. ebd., S. 36.

nicht wohl (viele) gibt, gelegt. König Max hatte ausgesprochen, daß Er, um der Münchner Bürgerschaft Seine Aufmerksamkeit zu bezeugen, mit Vergnügen die Feierlichkeit dieser Grundsteinlegung vornehmen wolle (...). Die ganze Umgebung des Festplatzes, so wie dieser selbst, bot in dem Augenblick, als der Beginn des Festes herannahte, einen überraschend schönen Anblick. Alle Häuser, große und kleine, waren ohne Ausnahme festlich geschmückt (...). Große Flaggen und Wimpel in den Nationalfarben begrenzten den Festplatz. An dem Punkte, der ungefähr die Mitte des Baues bezeichnete, war ein großes Zelt mit Bedachung, gleichfalls in Weiß und Blau errichtet (...). Hier war der Ort, an welchem die Grundsteinlegung vorgenommen wurde und es war daselbst für den König ein Thronsessel in Bereitschaft gestellt (...). Rückwärts von dem Königszelt war die alte Stadtmauer in eine hohe Estrade verwandelt worden, von welcher die Stadtfahne Münchens mit den gelb und schwarzen Rauten wehte.“

Weiter beschreibt der Stadtschreiber den Austausch zwischen dem ersten Bürgermeister der Stadt München und König Maximilian II.:

„Der erste Bürgermeister, Hr. Dr. Bauer, richtete hier folgende Worte: `Allerdurchlauchtigster Großmächtigster König! Allergnädigster König und Herr! Eure Majestät werden von den Repräsentanten der Stadtgemeinde im Gefühle des wärmsten Dankes an der Stelle allerehrfurchtsvollst empfangen, wo Eure Majestät einen Bau aufzuführen erlaubten, welcher den Getreide-Reichtum, den Segen des geliebten Vaterlandes aufnehmen und gleichsam repräsentieren soll. Eure Majestät fügten dieser Erlaubnis auch die Gnade hinzu, daß Allerhöchste zu diesem Bau den ersten Grundstein selbst legen werden, und, um das Maaß unserer Freude vollzumachen, geruhten Eure Majestät zu gestatten, daß der Bau ‚Maximilianshalle‘ genannt werden dürfe (...).´ König Max erwiderte hierauf mit einer tiefgreifenden Gemüthlichkeit und Wärme des Gefühls: ´Sie wissen, Herr Bürgermeister, welchen Werth ich auf die Förderung der Landwirthschaft und Industrie lege, dann wie sehr mir das Wohl meiner Haupt- und Residenzstadt am Herzen liegt. Lassen sie uns nicht vergessen, daß sie auch meine Geburtsstadt ist, daß ich stolz bin, ein Münchner zu seyn (...). Der Herr möge unser liebes München auch ferner unter seinen Schutz nehmen (...).´ Seine Majestät wurden nun nach dem Festplatz (...) geleitet und gab dann das Zeichen zum Beginn des feierlichen Aktes“.³⁰³

³⁰³ Textkürzung nach Huber 2004. S. 25-26.



Mit dem Bau der Schrannehalle wurde der Architekt und Städtebauer Franz Karl Muffat beauftragt, die nach seinem ursprünglichen Vorschlag mit Holz und Steinsäulen erbaut werden sollte. Die königliche Regierung jedoch hielt Eisen als Baumaterial aus Brandschutzgründen für geeigneter und der Entwurf des Architekten wurde dementsprechend angepasst: Die Halle bestand nun aus „fünf Teilen, die einen langgestreckten Baukörper bildeten: zwischen drei Steinbauten als Mittel- und Seitenpavillons lagen zwei gusseiserne Hallen“.³⁰⁵ Der nördliche Kopfbau der Halle ist bis heute erhalten, hier befindet sich das Restaurant „Der Pschorr“. Die sich zwischen den drei Steinbauten befindlichen offenen Hallen sollten genügend Licht und eine gute Belüftung gewährleisten, um das Getreide geschützt und gleichzeitig gut einsehbar lagern zu können. Die Hallen hatten eine Länge von je 164 Metern und eine Höhe von circa zwölf Metern.³⁰⁶ Der gesamte Bau wurde 1853 eingeweiht und bildete zur damaligen Zeit mit seinen eisernen Hallen ein außergewöhnliches Bauobjekt, das neben dem Schrankenmarkt, der dort weiterhin jeden Samstag abgehalten wurde, auch dem Hopfen- und Wollmarkt als Standort diente. Doch die Lage der neuen Schrannehalle hatte einen schwerwiegenden Nachteil: Die Entfernung zum Bahnhof und damit zu den Bahnwaggons, die sich schnell als eines der wichtigsten Transportmittel für Getreide etablierten. Mit dem Bau einer

³⁰⁴ Fotografie: Ausschnitt aus dem Panorama von München vom Petersturm aufgenommen. Schranne. Böttger 1858.

³⁰⁵ Jäcklin-Volkert 2003. S. 39.

³⁰⁶ Vgl. ebd., S. 49.

Pferdeschienenbahn sollte die Anbindung hergestellt werden. Das Projekt konnte nicht umgesetzt werden und so stiegen die Transportkosten für Getreide deutlich, da die am Bahnhof ankommenden Getreidesäcke erst auf Fuhrwerke verladen werden mussten, bevor sie ihr eigentliches Ziel in der Schrankenhalle erreichten. Da sich der Getreidehandel nun zunehmend auf die Bahnschienen verlagerte, verlor der Schrankenmarkt und damit auch die dazugehörige Halle ab dem Jahr 1870 an Bedeutung und die offenen Hallen wurden durch Holzwände verschlossen. Der Schrankenmarkt verkleinerte sich ständig und wurde bald nur noch für den privaten Bedarf abgehalten, bis er im Jahr 1914 ganz aufgehoben wurde, da der Bau der Großmarkthalle die Schrankenhalle überflüssig machte.

Während die Pavillons für Veranstaltungen genutzt werden konnten, wurde in den ehemaligen Hallen der Obst- und Gemüsemarkt abgehalten. Die restliche Halle wurde als Lagerhalle genutzt, bis der gesamte südliche Teil der Halle und das Mittelgebäude an die Gaswerke München verkauft und abgetragen wurden. Der abgebaute Teil der Halle wurde in den Kellern der Gaswerke an der Dachauer Straße gelagert. Der noch bestehende nördliche Teil der Halle wurde als Abstellplatz für Automobile genutzt, was einen zerstörerischen Großbrand im Jahre 1932 verursachte, bei dem das Benzin der Kraftfahrzeuge als Brandbeschleuniger fungierte. Mit dem Brand der Schranne wurde ihr Schicksal besiegelt und nur der nördliche Pavillon, der als Freibank diente, wurde erhalten.³⁰⁷

Nach der bereits beschriebenen Nutzung als Parkhaus und dem damit verbundenen Brand im Jahr 1932 wurde die Halle nach der Wiederentdeckung der eingelagerten Teilstücke in den 1970er Jahren ab 2003 wieder aufgebaut. Im Jahr 2005 wurde die Halle dann für die Öffentlichkeit zugänglich gemacht:

„Mit einem desaströsen Bewirtschaftungskonzept: Die Prosecco-Häppchen-Abfüllstationen sorgten verlässlich für eine allzeit verwaiste Halle. Deshalb wurde noch mal umgebaut (der notorische Großgastronom Käfer machte es aber kaum besser) und noch mal; jetzt ist eine Großfiliale des weltweit für propere Italianità sorgende Kette von Eataly eingezogen und kann tatsächlich den nach wie vor hinreißenden Raum endlich mit schlemmenden Massen füllen [...]“³⁰⁸

³⁰⁷ Vgl. ebd., S. 87.

³⁰⁸ Wigand (2009) 2022. S. 122.



Wie beschrieben ist seit 2015 das italienische Feinkostgeschäft *Eataly* der Hauptmieter, während ein Restaurant am Kopfende der Halle sitzt. Die Schrammehalle gehört verwaltungstechnisch nicht zum Viktualienmarkt, sie prägt jedoch das Bild der Westseite des Platzes mit der dazugehörigen Gaststätte „Der Pschorr“ und ist durch ihre historische Funktion als Markthalle des Getreidemarktes eng mit der Geschichte des Viktualienmarktes verknüpft, da beide Märkte sich im Ursprung aus dem ersten Münchner Markt am heutigen Marienplatz entwickelten.

Direkt vor der Gaststätte „Der Pschorr“ in der Schrammehalle befindet sich eine weitere Besonderheit des Münchner Viktualienmarktes. An dieser Stelle steht der Karl-Valentin-Brunnen, der zu den Volkssänger-Brunnen auf dem Markt gehört.

3.2.5. Die Marktbrunnen

„Weiß Ferdl, sollst hochleben! Auf ewig am Münchner Viktualienmarkt, wo du Kundschaft warst, net bloß zum Radikaufen, sondern auch zum Sammeln besonders schöner münchnerischer Sprüche“.³¹⁰

Denn eines hatten die Münchner Volkssängerinnen und Volkssänger, denen die Brunnen am Viktualienmarkt gewidmet wurden, gemeinsam: Das Sammeln und Rezitieren dieser schönen Aussprüche und *Gschichterl*, die bis heute überliefert werden. Neben dem Weiß Ferdl zieren noch fünf weitere Brunnenstatuen den Markt. Insgesamt sechs solcher Brunnen sind über das gesamte Marktgelände verteilt. Die Brunnen spielen eine wichtige Rolle im

³⁰⁹ Eigene Fotografie der Münchner Schrammehalle.

³¹⁰ Wanninger (1987) 1991. S. 54.

Erscheinungsbild des Viktualienmarktes, da sie nicht nur ihre Rolle als Wasserspender erfüllen, sondern gleichzeitig an die Bedeutung des Elements Wasser in der Marktgeschichte erinnern. Seit dem Mittelalter war München von über 50 Stadtbächen durchzogen, von denen die meisten spätestens mit dem Bau der U-Bahn in den 1960er Jahren trockengelegt wurden. Auch auf dem Gelände des Viktualienmarktes flossen Stadtbäche. Der bekannteste dieser Bäche war der bereits erwähnte Rossschwemmbach, der vom ehemaligen Roßmarkt am Sendlinger Tor kommend dem Verlauf entlang der heutigen Metzgerzeile folgte und damit direkt am Viktualienmarkt vorbeifloss.

Ein weiterer Bach auf dem Marktgelände war der Fischerbach. Ein ehemaliger Anwohner erinnert sich:

„1926/27 wurde der Platz zwischen unserem Haus und der Heiliggeistkirche geteert: Da konnte man herrlich <trallern> (Kreisel treiben) und Roller fahren. Der Fischerbach, der 1955 beim Neubau des Pfarrhauses der Heiliggeistkirche zugeschüttet wurde, war in meiner Kindheit ein zum Teil noch offener Bach, über den Ketten gespannt waren, damit man sich im Notfall daran festhalten konnte. Ich erinnere mich noch gut an die Bachauskehr im Herbst, da sind wir Buben mitgegangen und im Bachbett unter den Häusern durchgekrochen“.³¹¹

Heute erinnern nur noch die Brunnen am Viktualienmarkt an diese trockengelegten Stadtbäche. In den 1950er Jahren wurde entschieden, den Vorschlag des „Freundeskreises Münchner Volksänger und Volksschauspieler“ umzusetzen und diesen je einen Brunnen zu widmen. Die verewigten Volkssänger umfassen neben Karl Valentin und Liesl Karlstadt die „Ratschkathl“ Ida Schuhmacher, Elise Aulinger, den Weiß Ferdl und den Roider Jackl.

Die Münchner Volkssänger:innen

Zur „Volkssängerunterhaltung in der Stadt“ schreibt Andreas Koll im Sonderheft des Hauses der Bayerischen Geschichte:

„Die Volkssänger waren in München die Popstars von gestern, ihre Kunst entsprang, wie der Blues, der Reggae oder der Rap, den Slums der Vorstadt [...]. Ihr Reich waren die Vergnügungsstätten der einfachen Leute: Wirtshäuser, Vorstadttheater, Singspielhallen und Varietés. Selten hatten sie eine künstlerische Ausbildung. Sie waren kritisch, unverschämt, spitzfindig, brandaktuell und geniale Meister des dummen Schwanks. Ihre Fans waren die Massen, ihre Blütezeit die Jahre zwischen 1860

³¹¹ Zuber (1991) 2008. S. 180.

und 1920. Der Begriff ‚Volkssänger‘ ist irreführend. Natürlich haben sie auch gesungen, für das Volk und über das Volk, aber das war bei Weitem nicht alles. Neben dem Singen erzählten sie Witze und führten einfache Sketche oder kurze Theaterszenen auf. Die Volkssänger waren Meister der kleinen Posse genauso wie Spezialisten für rasante Blasmusik. Und so wurden sie zum Inbegriff altmünchenerischer Belustigung“.³¹²

Gesellschaftliche und soziale Themen standen meist im Mittelpunkt der Vorführungen der Münchner Volkssängerinnen und Volkssänger. Mit dem Bevölkerungswachstum des ausgehenden 19. Jahrhunderts sowie der zunehmenden Industrialisierung und der damit verbundenen Abgrenzung zwischen Freizeit und Arbeitszeit stieg auch die Nachfrage der vom Land in die Stadt ziehenden Massen nach Freizeitaktivitäten, die unterhaltend und nach einem anstrengenden Arbeitstag entspannend sein sollten. In den Vorstädten wie Haidhausen, Giesing oder der Münchner Au, aus denen ein Großteil der Volkssänger:innen stammte, gestaltete sich der Alltag schwierig und war von Armut und oft schlechten Lebensbedingungen geprägt. In diesen Vorstädten wohnten die Tagelöhner:innen, Lumpensammler:innen, Dienstbot:innen und ehemaligen Bäuerinnen und Bauern, die in der Stadt ihr Glück versuchen wollten. Ein großer Teil der Bevölkerung lebte in beengten Verhältnissen in Herbergshäusern.³¹³ Begünstigt durch die engen Wohnverhältnisse, die fehlende Abwasserentsorgung und die damit verbundene schlechte Wasserqualität der Münchner Stadtbäche konnten Seuchen wie Diphtherie oder die Cholera in regelmäßigen Abständen ausbrechen.³¹⁴ Unter anderem musste die „Große Deutsche Industrieausstellung“ im Jahre 1854 aufgrund eines großen Choleraausbruchs abgebrochen werden, nachdem auch Königin Therese, die Gemahlin von Ludwig I., der Seuche zum Opfer gefallen war. Insgesamt erlagen in diesem Jahr mehr als 3.000 Menschen der Krankheit.³¹⁵

Um den widrigen Umständen und dem trostlosen Alltag zu entfliehen, wurden die Gaststätten und Lokale die Zentren des gesellschaftlichen Lebens. Mit dem Bauboom um 1870 besserte sich die Lage der Vorstädte zumindest architektonisch gesehen allmählich. Durch die Bauspekulationen wurden jedoch viele Angestellte und Tagelöhner:innen arbeitslos, die Lebensmittelpreise stiegen rasant an – auch auf dem Viktualienmarkt. Die

³¹² Haus der Bayerischen Geschichte 2011. S. 4.

³¹³ Ein schön erhaltenes Beispiel für diese Herbergen ist der Kriechbaumhof in Haidhausen.

³¹⁴ Dies ändert sich erst um das Jahr 1874 mit dem Arzt Max von Pettenkofer, der ein modernes Kanalisationssystem mit frischem Wasser aus dem Mangfalltal für München erbaute.

³¹⁵ Vgl. Gebhardt (2009) 2016. S. 91.

Situation stabilisierte sich erst gegen Ende der 1870er Jahre wieder. Am 01. Februar 1879 schrieb der Münchner Stadtchronist:

„Auf dem Viktualienmarkte geht es gegenwärtig zwischen zu Ende gehender Wintersaison und beginnender Sommersaison ziemlich ruhig zu, die Zeit der besonderen Nachfrage an Geflügel und dergleichen und auch für Wildpret ist vorüber. An jungem Gemüse ist noch nichts vorhanden als die Salate, Brunnkreß- und auch schon Kopfsalat und zwar kostet diese Delikatesse per Kopf 30-60 Pfennig. Blumenkohl ist sehr viel da, die Rose von 20 bis 60 Pf. Die übrigen Gemüse haben die alten Preise, Endivien geht zu Ende. Von Obstgattungen werden jetzt Orangen zahlreicher geführt, ein hübsches Stück kostet 10 Pfennig. Bei den Wildprethändlern sieht man besonders viel Krametsvögel, per Stück 40-50 Pf. Und sonst, da die Schußzeit vorüber ist, – wenigstens in den öffentlichen Marktständen – nur die verschiedenen Entengattungen. Vom zahmen Geflügel kosten die Indiana 4 M 50 Pf bis 7 Mark, ein Kapaun 2 M 60 Pf bis 3 M 50 Pf (...). Die Spanferkel sind sehr zahlreich geführt, aber durchschnittlich um etwa 2 M. theurer geworden (...). Es wäre jetzt eigentlich auch die Jahreszeit, wo man einen billigen Lambraten sollte erhalten können; doch es zeigt sich durchgängig die eigenthümliche Erscheinung, daß alle die kleineren Fleischgattungen, welche mehr in den Bereich der feineren Speisen gehören, an dem niederen Stand der Preise nicht partizipieren. Lämmer kosten auf hiesigem Markt 4 bis 10 Mark (...). Die frischen Eier kommen jetzt auch in größerer Zahl und kosten 3 Stück 17 Pf. (...). Das Holz war den ganzen Winter durch billig und ist es noch, 1 Klafter Buchenholz kostet 30 bis 31 M 50 Pf. (...). Die Fleischpreise sind im Allgemeinen gleich geblieben“.³¹⁶

Nach dem Abflauen der Inflation und der Arbeitslosenschwemme gewannen auch die Freizeitvergnügungen wieder mehr an Einfluss. Singspielhallen und Varieté-Theater schossen auch in München aus dem Boden, die Bierpaläste und Amüsierbetriebe der Unterhaltungsbranche wurden für Artist:innen, Volkssänger:innen und Komödiant:innen zur neuen Arbeitsstätte. Ob im Theater, im Zirkus, im Panoptikum oder auf dem Jahrmarkt: Die Nachfrage der Massen an Unterhaltung und Belustigung riss nicht ab. Die Volkssängerunterhaltung, die sich im Ursprung aus den fahrenden Musikant:innen in den Wiener Wirtshäusern entwickelt hatte, schwappte nach München über und schon bald bildeten sich die ersten Volkssängergesellschaften. Komplette künstlerisch frei waren die Volkssänger:innen in ihrer Bühnenarbeit jedoch nicht, die Auftritte unterlagen strengen behördlichen Vorschriften. In der Konzession des Apollotheaters heißt es unter anderem:

³¹⁶ Textkürzung nach Huber 2004. S. 49-50.

„Den Vertretern der Polizeidirektion ist jederzeit ungehinderter Zutritt zu gewähren. Der Polizei bleibt die Befugnis vorbehalten, jederzeit die Aufführung einer Szene, die Rezitation eines Liedes, eines dramatischen oder pantomimischen Vortrags oder dergleichen aus Gründen der Sittlichkeit oder der öffentlichen Ruhe und Ordnung zu untersagen [...]. Die Aufführung von Dramen und Lustspielen, Possen, Opern und Operetten ist verboten. Sing und Liederspiele dürfen nicht mit mehr als 5 Personen besetzt sein. Bei den Produktionen muss sowohl im Inhalte der vorzutragenden Stücke als in der Art des Vortrages alles vermieden werden, was gegen die Religion, die Sittlichkeit, die staatlichen Einrichtungen, den öffentlichen Anstand und die öffentliche Ordnung verstößt. Alle Texte sind zuerst von dem Unternehmer vor der Produktion zu prüfen und dabei die erforderlichen Abstriche zu machen; alles Anstößige in Bezug auf Kleidung, Bewegung, Gesten, Mienen und auf jede sonstige Art des Vortrags und der Darstellung sind verboten“.³¹⁷

Die Programme der Künstler:innen unterlagen somit der Zensur und mussten vor jeder Aufführung geprüft und freigegeben werden. Das Programm wechselte circa alle zwei Wochen, die Gasthäuser hatten meist feste Ensembles, unter denen das Ensemble von *Papa Geis* aus der Gaststätte „Oberpollinger“ zu den bekanntesten zählte. *Papa Geis* gilt als erster Vertreter der Münchner Volkssänger und hielt unter anderem die Predigt zum ersten Salvatoranstich am Nockherberg. Ist *Papa Geis* heutzutage als Münchner Volkssänger eher in Vergessenheit geraten, so hat ein Vertreter der Zunft bis heute sogar ein eigenes „Musäum“ im Isartor. Sein Brunnen auf dem Viktualienmarkt ist der bekannteste und meistfotografierte der sechs Brunnen, der sich direkt vor dem Eingang zum „Pschorr“ in der Schrammehalle befindet und regelmäßig mit Blumen geschmückt ist. Er erinnert an den wohl größten Volksschauspieler seiner Zeit: Den gebürtig aus der Münchner Au stammenden Valentin Ludwig Fey, bekannt als Karl Valentin.

Karl Valentin

Der Karl-Valentin-Brunnen vor dem „Pschorr“ in der Schrammehalle wurde im Jahr 1953 eingeweiht, Valentins Bühnenpartnerin Liesl Karlstadt war persönlich bei der Einweihung anwesend. Valentin wurde im Jahr 1882 in eine Spediteursfamilie geboren, fühlte sich jedoch bereits in jungen Jahren an die Bühne berufen. Seinen späteren Künstlernamen setzte er aus seinem eigenen und dem Vornamen seines im Kindesalter an Diphtherie verstorbenen Bruders Karl zusammen.

³¹⁷ Haus der Bayerischen Geschichte 2011. S. 21.



318

Aus seiner verhassten Schulzeit blieben Karl Valentin nur der Musikunterricht und sein Zitherlehrer in guter Erinnerung, in späteren Jahren brachte Valentin sich über 15 Instrumente autodidaktisch bei. In einem alten Möbelwagen im Hinterhof führte er erste Theaterstücke für seine Mitschüler:innen auf. Im Alter von 14 Jahren, nach einem Besuch in der Münchner Singspielhalle *Collosseum*, wurde für Valentin der Beruf des Gesangshumoristen interessant und er brach seine Schreinerlehre ab, um Komiker zu werden. Nach einer kurzen Ausbildung an der Varietéschule in der Westermühlstraße und einigen privaten Auftritten, mit denen ein mittelloser Valentin um 1900 versuchte, sich über Wasser zu halten, bekam er seine erste Festanstellung in der Singspielgesellschaft des Frankfurter Hofes, wo er als Salonhumorist erste Erfolge feierte und im Jahre 1911 seine spätere Bühnenpartnerin Elisabeth Wellano / Liesl Karlstadt kennenlernte. Mit seinem Solo-Programm „Tingel-Tangel“ und seinen Auftritten an den Münchner Kammerspielen manifestierte sich Valentins Ruf als Bühnenautor und einer der größten Humoristen seiner Zeit.³¹⁹ International wurde er mit Buster Keaton oder Charlie Chaplin verglichen.³²⁰

Durch die Wirtschaftskrise der 1930er Jahre und den zunehmenden Einfluss der nationalsozialistischen Partei wurde die Arbeit während des Zweiten Weltkriegs für Valentin

³¹⁸ Eigene Fotografie des Karl-Valentin-Brunnen.

³¹⁹ Fette, Gunter: Die Kunst und das Leben, das Leben und die Kunst. In: Haus der Bayerischen Geschichte 2011. S. 47-127.

³²⁰ Vgl. ebd., S. 99.

stark erschwert. Auch nach Beendigung des Krieges konnte er nicht wieder an seine Erfolge aus der Vorkriegszeit anknüpfen und starb im Jahre 1948 verarmt in München.

Geblieden sind unter anderem die Autobiographie „Die Jugendstreiche des Knaben Karl“³²¹, seine Fotografiensammlung mit historischen Ansichten von München sowie seine Sammlung des Panoptikums, die heute im Karl-Valentin-Museum im Isartor bestaunt werden kann – und natürlich sein meist üppig geschmückter Volkssängerbrunnen am Viktualienmarkt.

Liesl Karlstadt

Schlendert man vom Karl-Valentin-Brunnen aus weiter Richtung Maibaum findet man direkt vor dem Biergarten den Brunnen seiner langjährigen Bühnenpartnerin Liesl Karlstadt.

Im Jahre 1892 als Elisabeth Wellano in Schwabing geboren, war Liesl Karlstadt schon in jungen Jahren am Viktualienmarkt unterwegs: Ihre Ausbildung als Textilverkäuferin absolvierte sie bei der Firma Eder direkt am Markt. Schon bald zog es sie auf die Bühne, wo sie im Frankfurter Hof Karl Valentin kennenlernte, der ihr eine Zusammenarbeit anbot. Aus der Verkäuferin Elisabeth Wellano wurde die Volkssängerin Liesl Karlstadt. Der Künstlernamen entstand in Anlehnung an Karl Valentins großes Idol, den Unterhaltungskünstler Karl Maxstadt.



³²²

³²¹ Vgl. Valentin 1976.

³²² Eigene Fotografie des Liesl-Karlstadt-Brunnens.

Als Valentins Bühnenpartnerin hatte Liesl Karlstadt auch dessen Launen, Phobien und exzentrisches Verhalten mitzutragen und durch seine wachsende Abhängigkeit von ihr sowohl privat als auch auf der Bühne konnte sie sich auch in späteren Jahren als Künstlerin nur schwer von Karl Valentin lösen. Nach einem Selbstmordversuch und mehreren Klinikaufenthalten in den 1930er Jahren wurde sie zur ersten deutschen „Militärdienstverweigerin“ der deutschen Wehrmacht in den Bayerischen Alpen. Dort fand sie die Ruhe und Abgeschiedenheit, die sie brauchte, um sich zu erholen und nach Valentis Tod 1948 eine Solokarriere zu starten. Neben Theater- und Filmauftritten wurde Liesl Karlstadt für ihre Auftritte im Bayerischen Rundfunk bekannt und war hierdurch eine der bekanntesten deutschen Künstlerinnen. Im Juli 1960 starb sie in Garmisch, ihr Brunnen plätschert bis heute auf dem Viktualienmarkt und erinnert so an eine herausragende Künstlerin ihrer Zeit.³²³

Ida Schumacher

Flaniert man vom Biergarten weg ein Stückchen weiter auf dem Marktgelände Richtung Reichenbachstraße, stößt man auf einen weiteren der Volkssängerbrunnen, der eine Dame mit strengem Haarknoten und Schürze darstellt, die einen Besen und einen Putzeimer in der Hand hält. Hier zu sehen ist die Volkssängerin Ida Schumacher bei einem Tratsch im Treppenhaus.



Die in Niederbayern geborene Volkssängerin kam bereits als Kleinkind nach München, wo ihr späterer Mann ein Volkssängerensemble gegründet hatte, in dem sie Mitglied wurde. In den

³²³ Vgl. Haus der Bayerischen Geschichte 2011. S. 129-137.

³²⁴ Eigene Fotografie des Ida-Schumacher-Brunnens.

Nachkriegsjahren verlor Ida Schuhmacher ihre Singstimme und trat von da an als „Ratschkathl“ auf, die besonders gern in die Rolle der Marktfrau schlüpfte. Bekannt wurde Schumacher durch ihre Darstellungen als Trambahnritzenreinigerin sowie für ihren Vortrag über die „Oartandlerin“, also Eierverkäuferin, vom Viktualienmarkt, in dem sie den für die Marktweiber als typisch angesehenen *Grant* wiedergibt:

„Ja heit is scho guat oganga, gäi. Am Viktualienmarkt war i, do wars scho zünfti. Ja, stelln S´Eahna vor, gäi, kumm i do vom Gmiasmarkt, und wia i do nübageh, dawei kommt mir eine Stimme entgegen ‚Gnädige Frau, geht vielleicht noch was ab?‘ – Sie, i werd Eahna wos song, mir is da Schnaufara ausganga. Sog i: ‚Stimmt des, Sie, das Ei 26 Pfennig? Ihr seids ja unter d´ Raubritter ganga! Vorige Woch hams 21 Pfenning kost.‘ Sogt die protzad Handlarin zu mir: ‚Des stimmt scho, brauchans Eahna nix deng. Und wenn S´´s nächstmoi net gescheit sehng, na nehman S´ ein Lorgnett mit. Es stimmt scho, und wenn S´ a bißl a Hirn hättn, na miaßtns wissen, daß bei dera Köitn d´ Henna net leng.‘ Sog i: ‚Ja freili, es habts aba raffinierte Henna beinand. Mit 21 Pfennig, do is ehana z´ koit, und mit 26, do leint eahna da Hintan wieda auf.‘ ‚Ja freili‘, hots gsogt, ‚na derfas Eahna schleicha, Sie Bixlmadam, sie windige, weil wegn dem einen Ei, wos Sie mir vielleicht obkaffa, do wird i aa net reicha.‘ ‚Wos‘, hob i gsagt, ‚ein Ei? – Gor koans!‘ Weil i möchte ja Oar und koane Schussa, und jetzt bleib i extra steh, weil i seng möchte, ob si net do oana findt, so a bläde Gans, die wo des Glump kafft“.³²⁵

Elise Aulinger

Gehen wir nun von der Heilig-Geist-Kirche aus Richtung Maibaum, treffen wir an der Hopffisterei auf eine weitere Dame und ihren Brunnen: Die Volkssängerin Elise Aulinger, ein gebürtiges Münchner Kindl, die ganz in der Nähe des Viktualienmarktes das Licht der Welt erblickte, erhielt ihr erstes Engagement 1902 am Münchner Volkstheater. Sie gilt bis heute als geistige Mutter der Figur der „Ratschkathl“, für die später vor allem Ida Schuhmacher bekannt wurde und war die „Rundfunkpionierin“ unter den Volkssängerinnen, die vor allem Stücke von Ludwig Thoma im Radio vortrug. Elise Aulinger ist mit einem weiteren Münchner Original verwandt – Sigi Sommer, alias *Blasius der Spaziergänger*, war ihr Neffe.³²⁶ Dargestellt ist Aulinger sitzend mit einem Buch in der Hand, als würde sie im nächsten Augenblick ein Thoma-Stück vortragen.

³²⁵ Schweiggert 1987. S. 116-118.

³²⁶ Vgl. ebd., S. 121.



Roider Jackl

Gegenüber der Gärtnerei „Samen Schmitz“ finden wir den Brunnen des Jakob Roider, ein niederbayerischer Förster, der als Roiderer Jackl vor allem durch seine Spottlieder Berühmtheit erlangte und beim Salvatoranstich am Nockherberg mitwirkte.

Neben seinem Brunnen auf dem Viktualienmarkt gibt es in Freising ein weiteres Brunnendenkmal für den Volkssänger mit einem seiner G´stanzl als Aufschrift: „Jetzt muaß i aufhöörn zum singa, sonst werd i no berühmt, und krieg aa so a Denkmal, wos Wassa rausrinnt“.³²⁸

Durch diese G´stanzl war der Roider Jackl in der Nachkriegszeit der Star der „Weiß-blauen Drehorgel“ des Bayerischen Rundfunks, einer Radiosendung, die alte Volkssenderprogramme zur besten Sendezeit ausstrahlte.³²⁹

³²⁷ Eigene Fotografie des Elise-Aulinger-Brunnens.

³²⁸ Schweiggert 1987. S. 121.

³²⁹ Vgl. Haus der Bayerischen Geschichte 2011. S. 44.



Sein Brunnen auf dem Viktualienmarkt wurde im September 1977 zusammen mit den Brunnen von Ida Schuhmacher und Elise Aulinger enthüllt. Dargestellt ist der Volksänger mit seiner „Klumpfe“ in der Hand, als Verweis auf seine Vorträge und Gstanzl.

Weiß Ferdl

Direkt auf dem Biergartengelände findet sich der letzte der Volksängerbrunnen, der an den Weiß Ferdl erinnert, einen Volksänger, der in einer sogenannten „Dachauer Bauernkapelle“³³¹ erste Bekanntheit erlangte und auch auf dem Brunnen in Dachauer Tracht dargestellt ist.

Während des Ersten Weltkrieges führte er ein Fronttheater und übernahm nach dem Krieg die Leitung der Volksbühne am Platzl. Das Thema seiner Auftritte war meist der immerwährender Konflikt zwischen Bayern und Preußen. Nach Ende des Zweiten Weltkrieges stand der Weiß Ferdl dann in München vor der Spruchkammer:

„Ferdinand Weisheitinger, der als `Weiß Ferdl` im Platzl bekannte Humorist, hat sich vor der Spruchkammer VI zu verantworten. Er wird in die Gruppe der `Mitläufer` eingereiht und hat einen Sühnenbetrag von RM 2.000 zu leisten. Weiß Ferdl war seit 1940 Parteigenosse. Zu seiner Entlastung

³³⁰ Eigene Fotografie des Roiderer-Jackl-Brunnens.

³³¹ Diese Kapellen wurden ab 1906 am Platzl gebucht, hatten jedoch nichts mit der Stadt Dachau zu tun. Die Künstler traten in Dachauer Tracht auf und wurden als „gscherte Dachauer“ bezeichnet, eine Bezeichnung, die der Münchner Volksänger Anderl Welsch populär gemacht hatte. „Dachauer Bauernkapellen“ gab es auch in Köln oder Berlin, eine Strophe des Auftrittslieds lautete: „*Mir san net vo Pasing, mia san et vo Loam, mir san vo dem lustigen Dachau dahoam. Ja mir san G’scherte, koane Geleerte, ja mir san g’schert, wia se dös g’hört*“. In: Haus der Bayerischen Geschichte 2011. S. 27.

konnte er nachweisen, dass er schon 1935 in Konflikt mit den Nazibehörden geraten und verwarnt worden war, dass ihn Goebbels persönlich aufforderte, seine `dummen Witze´ über die Partei zu unterlassen. Er habe nie mit `Heil Hitler´ begrüßt und dazu beigetragen, dass München schließlich als `Hauptstadt der Gegenbewegung´ galt“.³³²

Zu seiner Einstufung als „Mitläufer“ schreibt Wolfgang Görl von einem „wohlwollenden Befund. Dennoch darf man sagen: Er war kein in der Wolle gefärbter Nazi. Eher war er ein Reaktionär aus monarchistischem Geist, der sein satirisches Talent möglichst risikolos entfaltete, getreu seiner Devise: `I sag ned so oder so, damit ma hernach ned sogn kann, i hätt so oder so gsagt´“.³³³

Weiß Ferdl starb im Juni 1949 in München. Sein bekanntestes Lied bleibt wohl „Ein Wagen von der Linie 8“, das bis heute auch auf dem Markt seinen festen Platz hat und jedes Jahr beim Tanz der Marktfrauen auf der Bühne vorgetragen wird.



334

Die Volkssängerbrunnen sind mittlerweile vom Viktualienmarkt nicht mehr wegzudenken:

„Alle zusammen aber gründen mit ihrem Wesen und künstlerischem Schaffen in der Volksseele, aus der sie Zeit ihres Lebens ihre vielen Einfälle schöpften. Deshalb stehen sie auf einem Platz des Volkes, auf dem Viktualienmarkt, stellvertretend für die vielen anderen liebenswerten und kauzigen Originale [...]. Und noch eins: Wo sollten die Besucher ihr Obst waschen, ihre Hände reinigen, sich an

³³² Huber 2004. S. 142.

³³³ Görl, Wolfgang: Das unsterbliche Lied von der Linie 8. In: Bernstein / Görl 2013. S. 301-303. Hier: S. 303.

³³⁴ Eigene Fotografie des Weiß-Ferdl-Brunnens.

heißen Tagen Kühlung verschaffen, die Hunde und Vögel trinken, Lausbuben planschen und herumspritzen, und wo sollten Stadstreicher ein Fußbad nehmen, wenn nicht in dem erfrischenden Wasser der Viktualienmarktbrunnen? Es ist schön, dass es sie gibt“.³³⁵

Gespeist werden alle Brunnen auf dem Münchner Viktualienmarkt vom Münchner Leitungswasser aus dem Mangfalltal. Es handelt sich daher bei allem Brunnen auf dem Markt um Trinkwasserbrunnen, aus denen man ohne Bedenken Wasser abfüllen kann.

3.2.6. Die Feste auf dem Viktualienmarkt

Die Volksängerbrunnen auf dem Viktualienmarkt werden zu verschiedensten Festlichkeiten mit Blumen und Dekoration geschmückt, besonders zum Brunnenfest auf dem Viktualienmarkt. Die in dieser Arbeit verwendeten Fotografien der Brunnen wurden teilweise auf dem Brunnenfest im August 2022 aufgenommen. Bei dieser Veranstaltung, die einmal im Jahr stattfindet, werden alle Marktbrunnen von den Blumenhändler:innen geschmückt und es treten verschiedene Musikgruppen an drei der Brunnen auf.



Die Feste auf dem Viktualienmarkt gehen in vielen Fällen mit den Jahreszeiten einher und geben so dem Markt seinen ganz eigenen Kalender vor:

³³⁵ Schweiggert 1987. S. 121-122.

³³⁶ Eigene Fotografie vom geschmückten Elise-Aulinger-Brunnen am Brunnenfest 2022.

„Kein Mensch braucht einen Kalender, wenn er über den Viktualienmarkt läuft. Feiertag, Feste und natürlich auch die Erntezeiten diktieren das Erscheinungsbild. Es gibt die Gänse zur Kirchweih, die Weidenzweige zu Ostern, die Weihnachtswaren zum Advent, die Pilze, Äpfel, Radieserl oder den Spargel in der jeweiligen Saison. Dazu kommen noch die besonderen Jahreszeiten, die dem Markt auch ein anderes Publikum bescheren: Städtereisende im Hochsommer und Oktoberfestgäste danach. Im Januar und Februar machen viele Standlbesitzer ihren Jahresurlaub, weil bei Minus 15 Grad selbst die Stammkunden untreu werden, und ab Mitte Februar freuen sich alle wieder auf das wilde Faschingstreiben. Ob übervoll oder leergefegt, jede Zeit hat hier ihre ganz eigene Stimmung und man sollte sie alle einmal erlebt haben“.³³⁷

Besonders gut zu beobachten ist der Wechsel der Jahreszeiten an den saisonalen Ständen, an denen, wie im Zitat beschrieben, lokale und saisonale Ware wie Spargel, Erdbeeren oder Pfifferlinge angeboten werden. Und natürlich an den Feierlichkeiten auf dem Marktgelände, die den Rhythmus des Jahres vorgeben.

Im Frühjahr findet traditionell der Spargelanstich auf dem Viktualienmarkt statt, der die Spargelsaison offiziell eröffnet. Im Mai schließt sich auch der Brotmarkt an, an dem sich zwölf Münchner Bäckereien beteiligen, die ihre Ware präsentieren und neue Produkte vorstellen.

Darauf folgen im August das Brunnenfest und die Gärtnertage mit einem Festumzug der mit Gemüse beladenen Traktoren und Pferdegespanne durch die Innenstadt. Begleitet wird der Umzug von Musikkapellen und Tanzgruppen.

Von Juli bis August 2020 fand außerdem zum ersten Mal die „Artlokal Viktualienmarkt“ in der Abteilung VI statt. Hier konnten lokale Künstlerinnen und Künstler wie Bildhauer:innen und Maler:innen ihre Kunst präsentieren. Organisiert wurde die Open-Air-Ausstellung von Standlbesitzer Peter Guest, der als Maler an seinem Standl unter anderem auch selbstgemalte Ansichtskarten von München und dem Viktualienmarkt verkauft.

Im Herbst kann man die Münchner Hofkäsetage auf dem Markt besuchen. Hier gibt es neben dem Probieren verschiedensten Käsesorten auch die Möglichkeit, sich vor Ort selbst an der Käseherstellung zu versuchen.

³³⁷ Klementz / Mader / Schmid 2018. S. 202.

Ende Oktober 2019 fand außerdem das erste Kürbisfest auf dem Viktualienmarkt statt. Die Marktbrunnen wurden mit Kürbissen dekoriert, die schönsten Kürbisse erhielten eine Auszeichnung. Verschiedene Schnitztechniken für Kinder und Erwachsene wurden vor Ort demonstriert und man konnte den selbstgeschnitzten Kürbis stolz nach Hause tragen.

Im Winter dann werden die ersten Buden für den Christkindlmarkt in der Nähe der Schrammehalle aufgebaut und die Brunnen mit Tannenzweigen und weihnachtlicher Dekoration geschmückt. Bleibt es über den Jahreswechsel relativ ruhig auf dem Marktgelände, so ist es mit der Ruhe spätestens im Februar vorbei, wenn die „narrische Zeit“ in München Einzug hält.

Nach 3-jähriger Pandemiepause konnten die Festlichkeiten im Jahr 2023 zum ersten Mal wieder stattfinden. Der Fasching auf dem Viktualienmarkt startet traditionell am Dienstag um 11 Uhr mit dem Tanz der Marktweiber auf der Bühne vor dem Biergarten. Die Tradition des Tanzes der Marktweiber nahm im Jahr 1987 unter der Führung der Standlfrau Hilde Karnoll seinen Anfang, die zusammen mit einem Tanzlehrerpaar den ersten öffentlichen Auftritt der Marktfrauen organisierte. Inzwischen wurde der „Tanz der Marktfrauen e.V.“ gegründet, dessen Mitglieder in Zusammenarbeit mit dem Tanzlehrer Roland Lutenbacher die Choreografien für die Tänze wie Polka oder Landler einstudierten.³³⁸ Die ausgefallenen Kostüme der Händlerinnen entwirft zum großen Teil der in Wien lebende Modedesigner Amand Ricardo Castilla de Perez, der sich mit seinen Designs an den Produkten des Marktes orientiert.³³⁹

Das Programm startet mit der Begrüßung der Bürgermeisterin oder des Bürgermeisters sowie den zuständigen Kommunalreferent:innen und dem Auftritt des Prinzenpaares des Faschingsvereins „Narrhalla München e.V.“. Es folgt der Bühnenauftritt der Marktfrauen, bei dem Weiß Ferdls Lied „Ein Wagen von der Linie 8“ als fester Programmteil nicht fehlen darf. Das Lied beschreibt eine Fahrt mit der ehemals über den Viktualienmarkt verkehrenden Tramlinie 8. Im Anschluss an den Auftritt der Marktweiber darf zwischen den Buden auf dem Markt bis 19 Uhr weitergefeiert werden.

Der Großteil der Feierlichkeiten am Vormittag findet auf einer Bühne des Bayerischen Rundfunks statt und wird im Fernsehen live übertragen. Diese Bühne wird direkt vor dem

³³⁸ Vgl. Widmann 2012.

³³⁹ Vgl. ebd., S. 82.

Liesl-Karlstadt-Brunnen auf dem Gelände des Biergartens aufgebaut, der zu dieser Jahreszeit noch geschlossen ist.

3.2.7. Der Biergarten am Viktualienmarkt

Der mitten auf dem Marktgeländes des Viktualienmarktes gelegene Biergarten ist der zentralste Biergarten der Stadt. An diesen anschließend steht der Maibaum des Marktes, der neben seinen Darstellungen des Oktoberfestes, des Schäfflertanzes, einer Standlfrau und eines Tanzpaares mit Musikern auch auf die beiden Schutzheiligen der Brauer, St. Bonifaz und St. Florian, verweist. Am unteren Teil des Maibaums sind die Wappen der sechs großen Münchner Brauereien sowie das Reinheitsgebot aufgezeichnet, während die Spitze von einem Kranz und den Münchner Stadtfahnen geziert wird.



340

An diesem Standort hatte die Stadt München im Zuge der Vorbereitungen auf die Olympischen Spiele entschlossen, für die Besucher:innen aus aller Welt einen bayerischen Biergarten zu eröffnen. Heute ist der Biergarten durch die Familie Hochreiter gepachtet, die neben der „Haxnbraterei“ auf dem Oktoberfest auch die Gaststätte „Steirer am Markt“ betreiben.

³⁴⁰ Eigene Fotografie des Maibaums am Viktualienmarkt.

Ich sitze an einem sonnigen Apriltag im Biergarten, als der Kellner eine Gruppe junger Leute am Nebentisch mit einem bestimmten „Excuse me, Service only!“ anspricht. Er muss daraufhin der leicht verdutzten Gruppe erklären, dass in diesem Bereich des Biergartens das Essen nicht selbst mitgebracht werden darf. Dafür sei der nicht eingedeckte Bereich gedacht. Auch das Mitbringen von eigenen Getränken sei im Biergarten streng untersagt. Doch woher stammt diese – für Tourist:innen meist nicht sofort nachvollziehbare – Regelung die Biergärten betreffend?

Zurück geht die Tradition der Biergärten auf das traditionelle Brauen von untergärigem Bier, das für den Brauvorgang eine Maximaltemperatur von circa 9 Grad Celsius benötigt. Der Ausdruck „untergäriges Bier“ verweist auf die Zugabe von untergärriger Hefe während des Brauvorgangs, also des Hefestammes, der nach unten absinkt. Zu den untergärrigen Bieren gehören neben dem Pils und dem Lagerbier auch das Braunbier und das Helle, eine bayerische Abwandlung des ursprünglich aus Böhmen stammenden Pilsbieres. Im Gegensatz dazu sind die obergärrigen Biere, bei deren Brauvorgang die Hefe nach oben steigt, das Kölsch, das Stout oder das Weißbier. Da für die Herstellung von *Weißem Bier* viel Weizen verbraucht werden musste, wurde in Bayern mit nur einer Ausnahme untergärrig gebraut. Allein das Adelsgeschlecht der von Degenberg aus Schwarzach in Niederbayern bekam vom damaligen Herzog Wilhelm IV. von Bayern das sogenannte Weißbierregal verliehen und damit das Recht, obergärriges Weißbier zu brauen. Erst nach dem Aussterben des Geschlechtes im Mannesstamm zog Kurfürst Maximilian I. das Regal wieder an sich. Die Nachfrage nach obergärrig gebrautem Bier blieb vorerst jedoch gering. Erst im 19. Jahrhundert, angestoßen durch den Braumeister Georg Schneider, dessen Schneiderweiße bis heute im Stammhaus im Tal getrunken werden kann und dessen Brauerei in Kelheim sitzt, wurde das Weißbier in Bayern populär. Bis dahin jedoch wurde weiter vor allem untergärriges Bier konsumiert.³⁴¹

Durch die niedrigen Temperaturen der untergärrigen Brauart wurde Bier nur in den Wintermonaten zwischen Michaeli und Georgi, also dem 29. September und dem 23. April, gebraut.³⁴²

³⁴¹ Geschichte des Weissbieres. URL: <https://www.bayerisches-bier.de/bier-wissen/geschichte-des-weissbieres/> [08.02.2023].

³⁴² Vgl. Schweiggert 2011. S. 6.

Daher suchten die Braumeister nach einer Möglichkeit, ihr Bier auch in den warmen Sommermonaten kühl lagern zu können. Hier kam ihnen in München die Lage der Stadt an den Hochufern der Isar zu Gute: In das Isarhochufer wurden Bierkellerräume eingeschlagen, aus den zugefrorenen Stadtbächen und Eisweihern konnten im Winter Eisblöcke geschlagen werden, die das Bier in den Kellern den ganzen Sommer kühlten und vor dem Schalwerden schützten. Diese sogenannten „Märzenkeller“ wurden für die Münchnerinnen und Münchner bald ein beliebtes Ausflugsziel, konnten die Brauereien doch das frisch gezapfte, kühle Bier nun direkt aus dem Keller heraus ausschenken. Um die unterirdischen Lagerräume zusätzlich vor Sonneneinstrahlung zu schützen wurden Kastanienbäume gepflanzt, die durch ihre flachen Wurzeln die Gewölbe nicht beschädigten und gleichzeitig Schatten spendeten. So entstanden die ersten Stehausschänke des 19. Jahrhunderts, zu denen bald Bänke und Tische als Sitzgelegenheiten hinzukamen. Die Brauereien begannen, den Besucher:innen direkt vor Ort auch einfache Speisen zu kredenzen. Die Münchner Wirt:innen wehrten sich gegen diese Art des Ausschankes aus Angst, ihr Geschäft an die Märzenkeller zu verlieren.³⁴³ Mit der Biergartenverordnung des bayerischen Königs Maximilian I. aus dem Jahr 1812 wurde der Streitpunkt zwischen Wirt:innen und Brauereien beigelegt. In den Monaten Juni bis September durfte direkt an den Bierkellern ein Ausschank von Bier mit einer Zugabe von Brot stattfinden. Andere Speisen auszugeben war den Brauereien untersagt. So entstand eine Biergartentradition, die sich bis heute gehalten hat: Im Biergarten darf der Gast seine eigene Brotzeit mitbringen, aber keine Getränke. In den meisten Biergärten wird dies ebenso wie am Biergarten auf dem Viktualienmarkt gehandhabt – im nicht eingedeckten Bereich darf der Gast die Brotzeit mitbringen, im eingedeckten Bereich wird à la carte gegessen und die Wirtin oder der Wirt stellt die Speisen. Die Getränke müssen zwingend in der Wirtschaft gekauft und dürfen nicht mitgebracht werden. Am Markt in München achten – wie eingangs in der Feldforschungssituation beschrieben – die Kellner:innen auf die Umsetzung der Regelung. Biergartenbesucher:innen sind auf dem Viktualienmarkt zahlreich. Nach einigen Forschungsspaziergängen über den Markt finden sich bald einige bekannte Gesichter an den Biertischen. Denn auch Stammgäste besuchen den Biergarten am Markt. Den „Biergartler“ als fast schon eigene Spezies kommentiert Alfons Schweiggert in seinem Buch „Ganz Bayern

³⁴³ Vgl. ebd., S. 9.

ist ein großer Biergarten“³⁴⁴. Der Autor beschreibt den „Biergartler“ sozusagen in seinem ursprünglichen Habitat und mit Blick auf den Jahresverlauf: Was machen die Münchner Biergartler:innen im Sommer? „Ja was wohl! Er hockt an jedem warmen Sommertag allein oder mit Freunden in einem Biergarten.“ Und bei Regen? – „Wenn er ein echter Biergartler ist, dann lässt er sich von einem Sauwetter nicht von einem Biergartenbesuch abhalten. Was juckt es ihn denn schon, wenn es um ihn herum herunterpritschelt, was das Zeug hält. Während sich die Mienen der üblichen Biergartenbesucher misstrauisch immer mehr verfinstern, strahlt das Gesicht eines Biergarten-Hardliners Zuversicht und Entschlossenheit aus. Er weiß, auch das Bier ist nass, weshalb sollte er sich also von einem nassen Wetter abschrecken lassen?“³⁴⁵

Im Herbst dann, „wenn dann die letzten Blätter von den Bäumen fallen und das Wetter nasskalt und stürmisch wird, bereiten sich die Biergärten auf den Winterschlaf vor. Jetzt ist es auch für den Biergartler Zeit, daran zu denken, wie er diesen dunklen Abschnitt des Jahres einigermaßen erfreulich hinter sich bringen kann. Dabei verhält er sich ähnlich wie ein Eichkatzl – also ein Eichhörnchen –, das für den Winter Nahrungsvorräte anlegt. Auch der Biergartler saugt in den letzten Tagen alle Eindrücke, die sich in einem Biergarten bieten, in sich ein. Denn davon will er sich in der kalten Winterszeit geistig und seelisch ernähren. Echte Biergartler erkennt man deshalb in den letzten Sommertagen an ihrem wehmütigen Blick, den sie im Biergarten rastlos und unruhig herumschweifen lassen“³⁴⁶

Und ist der Winter doch die entbehrensreichste Phase für die Biergartler:innen, so nutzen sie die dunklen Wintertage zum Träumen: „Er hockt in der Wirtsstube mit umflortem Blick vor seinem Bierglas und ist nicht ansprechbar. Durch den Genuss mehrerer Maß Bier gelingt es ihm, sich in Trance zu versetzen und alle gesammelten Biergarteneindrücke lebendig werden zu lassen [...]. Er hört die Vögel zwitschern, sieht, wie in den Kastanienbäumen die Blätter zittern, riecht den Steckerlfisch und spürt, wie ihn ein leichter Windhauch umfächelt“³⁴⁷

Vielleicht träumt der Münchner Biergartler aus Schweiggerts Beispiel sich hierbei schon mitten hinein in das Marktgeschehen am Viktualienmarkt, sieht vor seinem geistigen Auge die Marktbesucher:innen vor den grünen Buden an sich vorbeiziehen, stellt sich in Gedanken bereits die Brotzeit vom Markt zusammen und beäugt in seiner Fantasie mit Kennerblick das Ausschankhäuschen am Biergarten.

³⁴⁴ Vgl. ebd. S. 9.

³⁴⁵ Ebd., S. 43.

³⁴⁶ Ebd., S. 45.

³⁴⁷ Ebd., S. 46.



348

Denn hat der Biergarten am Markt auch das ganze Jahr über geöffnet, so ist es doch die wärmere Frühlingssonne, die die Besucherzahlen rasant ansteigen lässt und das Ausschankhäuschen, das für die meisten Gäste von Interesse ist, beleuchtet. Denn hier findet sich eine Besonderheit des Biergartens am Viktualienmarkt, die in München einmalig ist: Die sechs großen Münchner Brauereien – Löwenbräu, Paulaner, Augustiner, Hacker-Pschorr, Hofbräu und Spatenbräu – teilen sich den Ausschank. Im Rhythmus von etwa sechs Wochen wird jeweils ein anderes Bier ausgeschenkt; die Information, welche Brauerei gerade ausschankt, findet sich an einer Holztafel am Ausschankhäuschen. Wenn also nun die Besucher:innen für eine der sich im Ausschank befindlichen Brauereien eher weniger übrig haben, so kann man sich nach fünf bis sechs Wochen am wechselnden Turnus erfreuen. Der Beliebtheit des Biergartens an sich tut der wechselnde Ausschank keinen Abbruch, denn „ob Bayer oder Preuße, Deutscher oder Japaner, Bauarbeiter oder Bankier – alle finden hier auf den 1.100 Sitzplätzen einen Ort, um sich zu erholen“.³⁴⁹

Der Biergarten am Viktualienmarkt ist de facto – rückbeziehend auf die raumtheoretischen Ansätze – ein gelebter Raum, der als „meeting-place“ nach Werner Freitag³⁵⁰ also einen kommunikativen Raum im kommunikativen Raum darstellt und sich dadurch ideal für die Feldforschung eignet. Neben mehreren teilnehmenden Beobachtungen auf dem Biergartengelände diente er ebenfalls als Ausgangspunkt für Wahrnehmungsspaziergänge,

³⁴⁸ Eigene Fotografie vom Biergarten am Viktualienmarkt.

³⁴⁹ Schweiggert 2011. S. 78.

³⁵⁰ Vgl. Freitag in: Morscher / Scheutz / Schuster 2013. S. 53-54.

die auf dem Ansatz des „multisensorischen Forschens“ beruhen. Das multisensorische Forschen wiederum kann als Hilfestellung dienen, den Markt als Sinnesraum zu begreifen.

4. Der Markt als Sinnesraum – Eindrücke und Wahrnehmungen

„Auf 130 Standln türmen sich barock anmutende Stillleben von Bio-Gemüse, exotischem Obst, Käse, Meeresfrüchten, Backwaren, Pralinen und Blumen“.³⁵¹

Ein vielgestaltiges Forschungsobjekt wie der Viktualienmarkt bedingt die Anwendung vielseitiger Forschungsmethodik, um eine Annäherung an das Feld zu erleichtern und es von allen Seiten beleuchten zu können. Um das Eintauchen in die Forschung zu ermöglichen, muss sich einer Vielfalt an *Handwerkszeug* bedient werden.

4.1. Multisensorisches Forschen

Auf der Internetseite „Tripadvisor“ beschreiben die User:innen den Viktualienmarkt als „schön fürs Auge“, perfekt um „durch die diversen Stände zu gehen. Riechen und Sehen“, sprechen von einer „einmaligen Atmosphäre“, wollen einfach „das bunte Treiben beobachten“ und „eine Kleinigkeit naschen“.³⁵² In diesen Bewertungen drückt sich der Markt schon deutlich als sinnlich erfassbarer Raum aus. Um diesen Raum ganzheitlich erfassen zu können bietet sich das „Multisensorische Forschen“ nach Rolf Lindner³⁵³ für eine Erforschung des Marktes als Sinnesraum an. Am Beispiel einer Tagesforschung³⁵⁴ auf dem Viktualienmarkt sollen die angewandten empirischen Methoden anschaulich dargestellt werden.

Beginnen wir daher unseren Tag von der U-Bahnstation Marienplatz kommend am Rande des Viktualienmarktes. Noch ist es ruhig in der Stadt, es ist sieben Uhr morgens und die ersten Berufspendler:innen sind – teilweise noch ganz verschlafen – auf dem Weg in die Altstadtbüros.

³⁵¹ Fazekas (2019) 2022. S. 29.

³⁵² Auszüge aus den Bewertungen Viktualienmarkt auf „Tripadvisor“. URL: https://www.tripadvisor.de/Attraction_Review-g187309-d191297-Reviews-or50-Viktualienmarkt-Munich_Upper_Bavaria_Bavaria.html [20.12.2022].

³⁵³ Vgl. Lindner (1990) 2007. S. 320-322.

³⁵⁴ Die hier geschilderte Tagesforschung wurde beispielhaft gewählt und fand in ihrer Gesamtheit über mehrere Tage im Juni 2021 verteilt statt.

Wir unterqueren den Bogen des Alten Rathauses mit dem Glockenspiel des Spielzeugmuseums und biegen nach rechts ab, die Heilig-Geist-Kirche zum Ziel. Nun befinden wir uns auf dem offiziellen Marktgelände und das Erste, was den Besucher:innen ins Auge sticht, sind die rot leuchtenden Backsteinfassaden der Metzgerzeile. Von hier aus startet für eine erste Orientierung im Feld die teilnehmende Beobachtung, um das Forschungsobjekt auch räumlich wahrzunehmen.

4.1.1. Die teilnehmende Beobachtung

Die teilnehmende Beobachtung gilt in der Stadtforschung als eine der wichtigsten Methoden, um dem Forschungsgegenstand und den Akteure:innen im Feld näher zu kommen und einen Eindruck über die im Feld vorherrschende Situation einzufangen. Diesen Ansatz finden wir bereits in der *Chicago School of Sociology* mit Vertretern wie Paul Cressey oder Norman S. Hayner. Diese Methode zählt bis heute zu den wichtigsten Grundlagen der anthropologischen Forschungsarbeit.³⁵⁵

Ruth Behar stellt in ihrem Aufsatz „My Mexican Friend Marta who lives across the Border from Me in Detroit“³⁵⁶ fest, dass es in der empirischen Forschung, und damit auch in der Stadtforschung, von größter Bedeutung ist, die Kulturwissenschaftler:innen mitten in das Geschehen, also direkt an die Quelle zu setzen, damit deren Arbeiten von ihr gespeist werden können. Aus der Ferne können wir einen Forschungsgegenstand zwar ebenfalls beschreiben, es würde sich aber – im Unterschied zu einer teilnehmenden Beobachtung – um eine reine Beobachtung handeln. Diese ist genauso wenig ausreichend wie eine Beschreibung ohne Analyse, um das Forschungsobjekt in seiner Gesamtheit mit möglichst vielen seiner Facetten zu begreifen. Diese Analyse bedarf einer gewissen Distanz zum Feld. Hierfür sollte der Forschende sich seiner emotionalen Bindung an den Forschungsgegenstand bewusst werden. Wichtig ist es zu reflektieren, inwieweit persönlichen Eindrücke – auch aus der Vergangenheit – die Arbeit in eine bestimmte Richtung lenken oder beeinflussen könnten. Diese Bindung an den Gegenstand der Forschung ist per se nichts Schlechtes, doch nur mit dem reflektierten Blick kann eine trotzdem objektive Schilderung erfolgen. Mit dem Bewusst-Werden der eigenen

³⁵⁵ Vgl. Schwanhäußer in: Schwanhäußer 2016. S. 10-16.

³⁵⁶ Vgl. Behar in: Schwanhäußer 2016. S. 76-84.

Empfindungen kann die Forscherin oder der Forscher im Nachgang aus dem Rahmen heraustreten und sozusagen wie von außen auf das Geschehen blicken.

Wichtig ist bei der Durchführung einer teilnehmenden Beobachtung daher das Gleichgewicht zwischen Nähe und Distanz, also dem Teilnehmen und dem Beobachten. Wenn die Forschenden sich ihrer Wirkung auf das Feld bewusst sind, müssen sie im Umkehrschluss auch die Wirkung des Feldes auf sich selbst bedenken.

Die teilnehmende Beobachtung auf dem Viktualienmarkt begann in der deskriptiven Phase mit mehreren kurzen Begehungen auf dem Gelände, um mir einen Überblick über die Örtlichkeiten zu verschaffen und mich schneller orientieren zu können. In der weiteren Phase der Forschung folgte die fokussierte Beobachtung, die mit Hilfe von Wahrnehmungsspaziergängen den Blick auf relevante Prozesse im Feld richten sollte, um diese zu analysieren.

4.1.2. Die Wahrnehmungsspaziergänge

Bevor jedoch Eindrücke aus dem Feld analysiert werden können, müssen sie erst einmal gesammelt werden. Eine Möglichkeit der teilnehmenden Beobachtung, die sich meines Erachtens für einen Sinnesraum wie den Markt besonders eignet, sind Wahrnehmungsspaziergänge. Diese bieten eine erste Chance, den Raum auf sich wirken und ihn dabei alle Sinne anzusprechen zu lassen:

„Da sind einmal die Augen, die auf ihre Kosten kommen [...]. Auch die Ohren kommen nicht zu kurz. Ihnen wird geboten: Die witzigen und schlagfertigen Bemerkungen der Marktfrauen, das Gemurmel und Lachen der Menschen, das Schlagen der Glocken [...]. An die Nase und an den Geruchssinn wenden sich der Duft von Kräutern, Blumen, Gemüse [...]. Die Bestätigung des Tastsinns sehen die Standfrauen zwar nicht ganz so gern, aber manche Köstlichkeiten sind eben zu verlockend [...]. Der Geschmackssinn kann schon ab 5 Uhr im Café Frischhut getestet werden [...]“.³⁵⁷

Das Auge als eines der Sinnesorgane, auf die sich die oder der Forschende wohl am meisten verlässt, macht den Anfang. Und hier hat der Viktualienmarkt schon einiges zu bieten: Sei es das frische Grün der Kräuter bei den Gemüsehändler:innen, das knallige Farbenspiel der Schnittblumen in Abteilung II an der Schrankenhalle oder das bunte Sortiment der Obsthändler:innen, das jeden Tag aufs Neue optisch ansprechend sortiert wird.

³⁵⁷ Schweiggert 1987. S. 86.



358

Um diese frühe Uhrzeit am Morgen hat der Markt seine ganze Pracht jedoch noch nicht entfaltet, noch bestimmen die gestreiften Planen und Markisen sowie weiße Lieferwägen das Bild. Man beobachtet das Abladen und erste Aufbauen der Lieferungen an den Ständen, die meist direkt aus der Großmarkthalle stammen:

„Wenn es dann vom Peters- und Heiliggeistturm fünf Uhr schlägt, beginnt auch der Viktualienmarkt zu erwachen [...]. Wagen werden ausgeladen, Kisten geöffnet, die Markisen an den festen Ständen ausgezogen, die Tische aufgestellt, die Schirme aufgebaut, aus den Standkellern die Waren heraufgeholt und die Nahrungsmittel möglichst ansprechend ausgelegt“.³⁵⁹

Daran hat sich auch in den letzten Jahrzehnten nicht viel geändert. Wenn Alfons Schweiggert schreibt „Präsentation ist alles“, so gilt dieses Motto auf dem Markt bis heute. Die frische Ware wird für das Auge ansprechend auf den Verkaufstischen bereit gelegt, um den Besucher:innen sofort aufzufallen: „Da gibt es Gebirge von Würsten, Pyramiden von Eiern, ganze Radscheiben von Käsen, Armeen von Rettichen, Wälle von Butter und ein Meer von Blumen“, beschreibt es Georg Lentz ganz treffend.³⁶⁰

Zu den ersten Einkäufer:innen, die auf dem Markt beobachtet werden können, zählen Großkunden, die die Produkte teilweise kistenweise in ihre Autos oder Lastenfahräder laden. Auch sogenannte Starköche wie Alfons Schuhbeck verirren sich manchmal persönlich auf den Viktualienmarkt, um die dortige Ware in Augenschein zu nehmen. Wer dieses Münchner „Star“-Aufgebot nicht mit eigenen Augen gesehen hat, kann sich das Ereignis

³⁵⁸ Eigene Fotografie der Auslage einer Obstbude am Markt.

³⁵⁹ Schweiggert 1987. S. 45.

³⁶⁰ Lentz in: Schweiggert 1987. S. 161.

meistens kurze Zeit später auf diversen Plattformen wie Instagram noch nachträglich vor Augen führen.³⁶¹ Vom Besuch der Fernsehköch:innen kann auch der ein oder andere Budenbesitzer noch schwärmen, wie bei einem der Wurststandl, an dem der britische TV-Koch Jamie Oliver eine Sendung gedreht hat und der auch von Eckart Witzigmann öfter besucht wurde.³⁶²

Doch von Starköch:innen allein kann man nicht leben, daher spielt vor allem die Stammkundschaft eine große Rolle für das Tagesgeschäft. Diese kommt meist am Vormittag zum Markt, um noch in Ruhe ihre Einkäufe erledigen zu können, bevor am Nachmittag ein hektischerer Tagesabschnitt mit Reisegruppen und Stadtbummler:innen anbricht.³⁶³ Wenn wir unseren Spaziergang vorbei an der Metzgerzeile Richtung Zentrum des Marktes fortsetzen, gelangen wir schnell in das Herz des Marktes: Den Biergarten am Viktualienmarkt. Unter den schattigen Kastanienbäumen sind die Biertische vormittags eher spärlich besetzt und füllen sich dann aber rasch zur Mittagszeit, wenn auch die umliegenden Büros ihre Pausenzeiten haben. Tragen einige der Gäste daher mittags noch Anzug und Krawatte, sind es am Nachmittag eher die Stadtbummler:innen mit ihren vollen Einkaufstüten, die die müden Füße bei einer kleinen Brotzeit und einem kühlen Getränk ausruhen möchten.

4.1.3. Topographie des Klanges

Hier am Biergarten kommt dann auch schon das nächste Sinnesorgan zum Einsatz: In den Sommermonaten kann man an keiner anderen Stelle des Marktes so viele verschiedene Fremdsprachen hören wie hier am Ausschankhäuschen. Englisch, Italienisch und Spanisch sind meist vorherrschend, aber auch Französisch und Niederländisch dürfen nicht fehlen. In den Zeiten vor der Corona-Pandemie hätte man an dieser Stelle auch die ein oder andere Sprache aus dem asiatischen Raum zu hören bekommen. Mittlerweile sind es aber eher Dialekte aus den verschiedensten Ecken Deutschlands und Österreichs, die man bei angestrengtem Lauschen vernimmt. Seit Sommer 2022 und damit den Lockerungen der

³⁶¹ Wie zuletzt im Sommer 2021 bei einem spontanen Pilzkauf von Alfons Schuhbeck, von dessen Besuch einige Bilder auf Kanälen von Privatpersonen, die zufällig vor Ort waren und die Begegnung mit dem Hashtag „Schuhbeck“ auf der Plattform Instagram hochluden, veröffentlicht wurden.

³⁶² Vgl. Klementz / Mader / Schmid 2018. S. 141.

³⁶³ Ein Großteil der Kundschaft, die sich als Stammkunden bezeichneten, bestätigte während der informellen Gespräche den Vormittag als ihre Haupteinkaufszeit.

Pandemiebeschränkungen zeichnet sich jedoch verstärkt die Rückkehr von außereuropäischen Sprachen ab.

Wenn man den Markt als Sinnesraum definiert, darf der Klang als Facette nicht außer Acht gelassen werden. Die Volkskundlerin Gudrun Schwibbe nennt in ihrer Habilitationsschrift „Wahrgenommen. Die sinnliche Erfahrung der Stadt“ die „akustischen Hinweisreize“³⁶⁴ als Hilfestellung zur Orientierung innerhalb des Forschungsfeldes. In ihrer Forschung über die Stadt als in verschiedenen Hinsichten sinnlich erfassbares Forschungsfeld beschreibt die Autorin am Beispiel der Universitätsstadt Göttingen unter anderem auch die Rufe von Händler:innen des 18. Jahrhunderts, die versuchen, ihre Ware anzupreisen.³⁶⁵

Eben jene „Kaufrufe“ werden auch in Peter Payers Arbeit näher untersucht. In Anlehnung an den Sinnesraum erforscht der österreichische Historiker in seinem Werk den „Hörraum“ am Beispiel Wiens. Es ist ein Versuch des Stadtforschers, den Lärm der Stadt hörbar und damit sinnlich erfahrbar zu machen. In einem Trend hin zur sinnlichen „Erlebnisgesellschaft“ sieht Payer eine zunehmende Beschäftigung mit dem Sinnlich-Erfahrbaren in der empirischen Forschung als notwendig an.

Wenn bei Schwibbe die Wahrnehmung als „komplexer Prozeß der aktiven Orientierung und der Auseinandersetzung mit der Lebenswirklichkeit“³⁶⁶ definiert wird, so muss diese auf alle Sinne ausgedehnt werden. Diesen ganzheitlichen Ansatz verfolgt auch Payer. Während sein Augenmerk sich in „Der Klang der Großstadt“ vor allem auf „vergangenes Hören“³⁶⁷ richtet, greift er gleichzeitig auch einen allgemein wichtigen Punkt in der Sinnes- oder Wahrnehmungsforschung auf, der unter anderem durch einen *acoustic turn* innerhalb der Wissenschaften ausgelöst wurde: Visuell erfasste Räume müssen der Vollständigkeit halber nicht nur optisch, sondern auch haptisch, geschmacklich und akustisch wahrgenommen werden, um ein ganzheitliches Bild des Raumes darstellen zu können. Da es sich beim Viktualienmarkt bereits um einen stark sinnlich aufgeladenen Raum handelt, wird dieser umfassende Ansatz auch in der vorliegenden Forschung angewandt.

³⁶⁴ Schwibbe 2002. S. 59.

³⁶⁵ Vgl. ebd., S. 126-127.

³⁶⁶ Vgl. ebd., S. 7.

³⁶⁷ Payer 2018. S. 23.

Eine Schwierigkeit in der Darstellung der akustischen Qualität von Räumen ist die Flüchtigkeit der Geräusche.³⁶⁸ Moderne Aufzeichnungsmethoden erleichtern zwar eine nachträglich noch stattfindende Interpretation, im Allgemeinen sind die Forschenden jedoch eher auf die Geräusche in der jeweiligen Forschungssituation, also dem Hier und Jetzt, angewiesen. Meiner Erfahrung nach kann ein Forschungstagebuch, das um die akustische Dimension erweitert wird, mehr zum „dichten Beschreiben“ einer Situation beitragen als rein technische Aufzeichnungen, bei denen die im Nachgang stattfindende Interpretation schwieriger durchzuführen ist. Die Notizen in einem Forschungstagebuch hingegen können die visuellen, die akustischen als auch haptischen oder olfaktorischen Eindrücke direkt zu einem ganzheitlichen Bild zusammensetzen.

Das Ohr als Sinnesorgan bildet das wohl am schwersten zu verschließende Organ – sogar mit Ohrstöpseln muss man die Musik schon sehr laut aufdrehen, um vom akustischen Geschehen in der Stadt, oder in diesem Fall auf dem Markt, nichts mehr mitzubekommen. Laut Georg Simmel ist es gleichfalls auch das egoistischste, das dem Gegenüber zwar keine Reaktion bieten kann, dafür jedoch gezwungen ist, jeden Eindruck wahrzunehmen, der ihm gerade unterkommt; daher eignet sich das Ohr als Sinnesorgan perfekt für die Feldforschung. Besonders unser Gefühl von Raum und von Bewegung innerhalb des Raumes wird grundlegend vom Gehör beeinflusst. Wenn man die Augen – und damit eines der verlässlichsten Sinnesorgane – schließt, wird man sich des umgebenden Raumes akustisch und dadurch vor allem ganzheitlicher bewusst, da das Ohr im Gegensatz zum Auge keinen bestimmten Punkt fixieren muss und auch bei Dunkelheit einwandfrei funktioniert.³⁶⁹ Ist das Auge im Betrachten eher distanziert, so lässt das Ohr uns unmittelbarer an unserer Umwelt teilhaben.

Und haben Menschen in der Großstadt meist gelernt, gewisse akustische Reize wie Baulärm oder Verkehrslärm so gut es geht auszublenden, so muss auch ich als Feldforscherin in meiner Rolle als Großstadtbewohnerin erst wieder lernen, mein Ohr zu schulen, um in all dem mich umgebenden Lärm der Stadt einzelne für den Markt typische Geräusche wahrnehmen zu können. Das fällt vor allem in den Randgebieten entlang der Marktgrenzen schwer, wo der Verkehrslärm gegenüber der Geräuschkulisse des Marktes bereits wieder die

³⁶⁸ Vgl. ebd., S. 26.

³⁶⁹ Vgl. ebd., S. 30.

Oberhand gewinnt. Eine akustisch auszumachende Schwelle wäre vor allem der Bereich an der Metzgerzeile. Hier überwiegt noch der Verkehrslärm mit Motorengeräuschen, Hupen und Fahrradgeklingel, während nach dem Überqueren der Straße hin zur Heilig-Geist-Kirche bereits die ersten Verkaufsgespräche zwischen Kundschaft und Markthändler:innen an das Ohr dringen. Gleiches gilt im Südosten des Geländes an der Westenriederstraße, wobei hier zusätzlich auch der Geruchssinn durch die Nähe der Fischbuden den Beginn des Marktgeländes anzeigt. Hier ist neben dem Seh- und Hörsinn daher auch die Nase ein zusätzlich aktives Sinnesorgan.

Der Markt ist als akustisches Forschungsfeld sehr gut geeignet, da Marktgeräusche eine besondere akustische Umgebung innerhalb der Großstadt darstellen. Zu der Geräuschkulisse der Märkte in der Vergangenheit am Beispiel des Wiener Naschmarkts schreibt Peter Payer:

„Auch auf den Märkten [...] wurden die Waren nicht minder lautstark angepriesen, wurde gefeilscht, gescherzt, geschrien und gestritten. Eine diesbezüglich legendäre Figur waren die sogenannten „Fratschlerinnen“, Marktweiber, die sich durch ihren schlagfertigen Witz und ihre schrankenlose Grobheit auszeichneten [...]“.³⁷⁰

In der Vergangenheit wurde die Geräuschkulisse eines Marktes überwiegend von den lautstarken Kaufrufen der Händler:innen bestimmt, in Wien wurden die „Les cris de Vienne“ der Wiener Straßenhändler:innen im Jahre 1775 von Johann Christian Brand sogar künstlerisch verewigt. Der Maler stellte in seiner Reihe „Zeichnungen nach dem Gemeinen Volke, besonders der Kaufruf in Wien – Etudes prises dans le bas peuple et principalement Les Cris de Vienne“ unterschiedlichste Händlertypen dar, die in den Werken anhand der von ihnen angebotenen Produkte beschrieben wurden.³⁷¹ Die Zeichnungen tragen teils den spezifischen Kaufruf im Titel, wie zum Beispiel das Werk „Welsche Würste kauft! / Salami italiani“, das einen Wurstverkäufer zeigt.

Denken wir zurück an den Markt als kommunikativen Raum, stehen die Marktfrauen auf dem Viktualienmarkt den Wiener „Fratschlerinnen“ in nichts nach:

„So, des macht dann zusammen 16 Mark 40. - Das ist jetzt dumm. Ich habe bloß einen Fünfhundertmarkschein dabei. Können Sie mir rausgeben? - O mei o mei, grad is mei Mo mitm

³⁷⁰ Ebd., S. 119.

³⁷¹ Vgl. ebd., S. 102.

Wechselgeld furtganga. Wissen S'wos, i pack Eahna des Ganze, wos grad kafft ham, noch amoi 29mal ein, und na gib i Eahna acht Mark raus, des geht grad no".³⁷²

Was die Kaufrufe betrifft, so trug das zunehmende Kaufhauswesen ab Ende des 19. Jahrhunderts zu deren langsamen Aussterben bei. Damit wurde es auf den Straßen jedoch nicht stiller, denn der Verkehrslärm der Straßenbahn, der Busse und Automobile verdrängte zügig andere Geräusche aus dem öffentlichen Raum. Bis heute erhalten geblieben sind auf dem Viktualienmarkt aber die Kundengespräche, auch wenn sie den Dialekt und den trockenen Humor der früheren Marktfrauen in den meisten Fällen missen lassen. Ab und zu scheint jedoch ein kleines Stück der früheren Sprechweise und des Humors in den Gesprächen durch. Da wird dann bis heute auf den „Saupreiß, den japanischen“ geschimpft und auf den Vorschlag, sich doch zur Ruhe zu setzen oder das Standl aufzugeben ein „Sans narrisch? Von irgendwos muaß ma ja leben“ entgegnet.

Historische Klänge

Auf dem Münchner Marienplatz zählten bis ins 19. Jahrhundert Kutschergeschrei, Hufgeklapper, Pferdebahnquietschen, Kaufrufe und Brunnengeplätscher zu den bestimmenden Klängen. Mit dem Umzug des Marktes im Jahre 1807 auf das Gelände des ehemaligen Heilig-Geist-Spitals erfolgte daher auch eine akustische Verlagerung innerhalb der Münchner Altstadt. In den Großstädten allgemein wandelte sich die Geräuschkulisse zur Zeit der Industrialisierung grundlegend; altbekannte Klänge wie das Rattern der Räder der Fuhrwerke wurden von technisch-modernen Geräuschen, wie dem Läuten der Straßenbahn, verdrängt.

Auf den Märkten vollzog sich durch das Wegfallen der Kaufrufe ebenfalls ein Wandel. Diese wurden aufgrund der nun festen Stellplätze der Händler:innen nicht mehr benötigt, da die Kundschaft bestimmte Stände gezielt ansteuern konnten und es keine fahrenden Händler:innen mehr gab, die auf das „Marketing“ durch Rufe angewiesen waren. Natürlich haben sich einzelne der Markthändler:innen ihren Ruf weiterhin erhalten, heute hört man Marktrufe auf dem Viktualienmarkt aber so gut wie nicht mehr. Die akustische Orientierung auf dem Marktgelände wurde also mit dem Bau fester Stände durch eine visuelle Orientierung ersetzt. Das Auge hat das Ohr als führendes Sinnesorgan sozusagen abgelöst:

³⁷² Schweiggert 1987. S. 73.

Mussten die Kund:innen früher anhand der Kaufrufe auf dem Markt den gewünschten Stand finden, so kann man heute einen Übersichtsplan zu Rate ziehen oder auf Schilder und Wegbeschreibungen achten. Die festen Stände bieten den Händler:innen die Möglichkeit, werbewirksam Beschilderungen und Logos an ihren Buden anzubringen oder Hinweisschilder aufzustellen, an denen sich die Kundschaft orientieren kann. Und tatsächlich wäre ein Sich-Zurechtfinden auf dem Markt heute mit geschlossenen Augen kaum mehr möglich. Niemand preist mehr lautstark seinen frischen Fisch oder sein exotisches Obst an; damit fallen akustische Marker fast ganzheitlich weg und es muss auf andere Sinne wie den Geruchssinn zurückgegriffen werden - was sich wie erwähnt zumindest im Falle der Fischbuden als durchaus verlässlich erweist.

4.1.4. Olfaktorische Eindrücke

In Michael Gerwiens Kriminalroman „Mord am Viktualienmarkt“ muss sich Ex-Kommissar Max Raintaler bei der Aufklärung eines Todesfalles mitten auf dem Marktgelände ganz auf seine kriminalistische Spürnase verlassen. Bereits im ersten Kapitel des Romans wird der Viktualienmarkt näher beschrieben:

„Max saß seit einer Stunde mit ihm an einem schattigen Tisch in einem gemütlichen kleinen Biergarten inmitten der Obst- und Gemüsestände. Es roch überall nach einer wilden Mischung aus Knoblauch, Kräutern, Blumen, Käse, Bier, Schweinsbraten, Sauerkraut und Schweinswürsteln“.³⁷³

Der Autor verlässt sich hierbei bei der Darstellung der Situation im Biergarten ausschließlich auf die Eindrücke des Geruchssinnes, die den Viktualienmarkt an dieser Stelle näher beschreiben sollen. Hier wird deutlich, dass dem Sinneseindruck des Riechens und der Vielfalt verschiedenster Gerüche große Bedeutung zugemessen werden muss.

Der französische Historiker Alain Corbin führt in seinem Werk „Pesthauch und Blütenduft“ eine historisch-kulturwissenschaftliche Analyse der Geschichte des Geruchssinnes durch. Für ihn setzten sich die Gelehrten seit der Französischen Revolution und der Zeit der Aufklärung mit dem Sensualismus, dem sinnlichen Erleben und Erfahren, auseinander, vernachlässigten jedoch gleichzeitig den Geruchssinn, da er „den Stempel der Animalität“³⁷⁴ trug und durch seine Flüchtigkeit und Vergänglichkeit nur schwer zu erfassen war. Auch der Historiker Karl

³⁷³ Gerwien 2021. S. 7.

³⁷⁴ Corbin 1988. S. 15.

Schlögel schreibt im Zusammenhang seiner Forderung nach einem „olfaktorischen Turn“ über die Verbannung des Geruchssinnes, da er „für das Nicht-Bewusste, Unbewusste, Nicht-Rationale, Irrationale, Unkontrollierbare, Archaische, Gefährliche“³⁷⁵ steht.

Im 18. und 19. Jahrhundert waren es vor allem die Angst vor tödlichen Krankheiten und das Streben nach reiner, sauberer Luft in den Städten, die den Geruchssinn durch neue medizinische Errungenschaften in den Fokus der wissenschaftlichen Forschungen, allen voran der Chemie, rückte.³⁷⁶ Begünstigt durch die Angst der Menschen vor üblen Ausdünstungen des Körpers, die im schlimmsten Falle eine große Infektionsgefahr anzeigten, begann in dieser Zeit auch das Parfüm als therapeutisches Mittel seinen Siegeszug in Europa.³⁷⁷ In der Auseinandersetzung mit Gerüchen oder – im Falle von Corbins Forschung – dem Gestank kann das Bild der Städte als auch der damaligen Lebenswelt der Akteur:innen um einen bis dato vernachlässigten Sinneseindruck ergänzt werden.

Für die moderne kulturwissenschaftliche Forschung sieht Schlögel ein großes Potenzial der olfaktorischen Eindrücke, deren Erforschung neue Zugänge zu Forschungsfeldern bieten kann. Da Düfte mit der Erinnerung des Menschen verknüpft sein können³⁷⁸ wäre der Ansatz der olfaktorischen Forschung unter anderem für die Erinnerungsforschung von Interesse. Für die historische Forschung ist das Erforschen von Gerüchen überwiegend an Gefäße gebunden, die den sich verflüchtigen Duft festzuhalten vermögen. Denn im Gegensatz zur Ton- oder Bildquelle ist ein Geruch als Quelle nur schwer einzufangen.³⁷⁹ Am Beispiel der Parfüms Chanel Nr. 5 sowie dem Duft „Rotes Moskau“ versucht Schlögel daher eine *scentscape* zu entwerfen, um die wechselvolle Geschichte des 20. Jahrhunderts anhand dieser duftenden Spur zu verfolgen, welche sich durch das Jahrhundert zieht.

Corbin hingegen schreitet in seinem historischen Rückblick durch die Städte des 18. und 19. Jahrhunderts, um dort Orte wie Kirchen, Spitale, Gefängnisse, Kloaken, Kasernen oder auch das Theater als Orte des Gestankes³⁸⁰ in den Forschungsfokus zu rücken. Auch die Märkte, die „ein regelrechtes Geruchsmosaik“³⁸¹ bilden, zählen zu diesen geruchsintensiven Orten:

³⁷⁵ Schlögel 2022. S. 35.

³⁷⁶ Vgl. Corbin 1988., S. 21-27.

³⁷⁷ Vgl. ebd., S. 87-95.

³⁷⁸ Vgl. Schlögel 2022. S. 39.

³⁷⁹ Vgl. ebd., S. 41-42.

³⁸⁰ Vgl. Corbin 1988. S. 70-80.

³⁸¹ Ebd., S. 79.

„Daß die Ladentische der Metzger und Fischhändler nachhaltig von den üblen Fleisch- und Fischgerüchen imprägniert bleiben, ist ein Gemeinplatz. Klagen darüber findet man in allen Beschreibungen von Verkaufshallen und Märkten“.³⁸²



Olfaktorische Eindrücke sind auf dem Marktgelände in besonderem Maße vorhanden und verstärken die sinnliche Erfahrbarkeit eines Marktbesuches. Durch strenge Hygienevorschriften und moderne Techniken wie Kühlmethoden ist das Marktgelände heute allerdings nicht mehr „mit üblen Gerüchen durchtränkt, daß es den phantasmatischen Wunsch nach Zerstörung unweigerlich belebt“³⁸⁴, sondern vielmehr mit angenehm empfundenen Gerüchen wie Blumenduft oder Essensgeruch. Wenn heute auf dem Markt unangenehme Gerüche wahrgenommen werden, sind diese meist mit der Müllentsorgung verbunden.³⁸⁵

Der Duft der Käsestände, der Fischbude oder der Blumenstände ist ein fester Bestandteil des Marktes. So wie auf der akustischen Ebene im Sinnesraum Veränderungen stattgefunden haben, verändern sich auch die Reize der olfaktorischen Ebene und bleiben doch weiterhin bedeutend für das sensorische Erfassen des Marktes. Der Geruch der Ware sowie auch das Riechen an der Ware sind weiterhin feste Bestandteile der Einkaufssituation und tragen zur

³⁸² Ebd., S. 40.

³⁸³ Fotografie: Karfreitag auf dem Münchner Viktualienmarkt – Ansturm auf die Stände der Fischverkäufer. Kester 1912.

³⁸⁴ Corbin 1988. S. 79.

³⁸⁵ Wie am Müllhäuschen in der Abteilung VI.

Kaufentscheidung bei.³⁸⁶ Spezifische Gerüche formen gleichzeitig die Atmosphäre des Marktes, die sie – wie die akustischen Merkmale – mitbestimmen.

Für die sensorische Wahrnehmung des Marktes als Forschungsfeld lässt sich festhalten: Auch wenn sich im Laufe der Zeit die akustischen Marker im Marktbereich verändert haben oder teilweise sogar verschwunden sind, ist die Geräuschkulisse des Viktualienmarktes durchaus einen „Blick“ wert. Denn nur durch eine ganzheitlich sinnliche Erfassung des Marktes lässt sich seine einzigartige Atmosphäre erleb- und beschreibbar machen. Hierzu zählt auch die Wahrnehmung von olfaktorischen Eindrücken auf dem Markt, sei es durch die Forschende selbst oder durch die Gesprächspartner:innen, deren Kaufentscheidungen durch Sinneswahrnehmungen beeinflusst werden.

Die Attraktivität des Marktes ergibt sich aus der Summe seiner sinnlich erfahrbaren Eindrücke. Aus ihnen bezieht er seine Anziehungskraft, daher nehmen sie in der Forschung einen zentralen Stellenwert ein. Wenn das Erleben des Marktes mit allen Sinnen ihn zu einer der beliebtesten Einkaufsdestinationen für Besucher:innen und lokaler Kundschaft zugleich macht, muss daher versucht werden, dieses Erlebnis zum Beispiel durch Wahrnehmungsspaziergänge auch empirisch festzuhalten und wiederzugeben.

Diese sinnliche Erfahrbarkeit ist es auch, die die Atmosphäre des Marktes bedingt. Während informeller Gespräche mit Marktbesucher:innen wurde ein Punkt zur Frage der Gründe für das Einkaufen auf dem Viktualienmarkt von vielen der Gesprächspartner:innen aufgegriffen: Die besondere Atmosphäre des Marktes macht das Einkaufen zu einem schönen Erlebnis.³⁸⁷ Bei einer Beschreibung dieser von ihnen meist als „besonders“ bezeichneten Atmosphäre wurde es dann für die Befragten schon schwieriger, diese genauer zu definieren.

³⁸⁶ Vgl. Gespräch K4.

³⁸⁷ Vgl. Gespräch K1; K3; K4.

4.2. Der Atmosphären-Begriff

„Dieser Markt bietet uns die sinnlichen Erlebnisse, um die uns die moderne Einkaufsroutine gebracht hat: Die Vielfalt der Düfte und Farben, das Vertraute und das Exotische in gewagtesten Mischungen, das Suchen und Finden mit allen Sinnen, das Auswählen, Vergleichen und Handeln [...]. Der archetypische Jäger und Sammler in uns muss das sein, der da beim Betreten des Marktgeländes plötzlich wieder erwacht, nachdem er in klimatisierten, keimfreien, beruhigend beschallten und sorgfältig geordneten Einkaufsstätten in jahrelanges, unendlich gelangweiltes Dösen versenkt wurde.“³⁸⁸

Das obige Zitat von Michael Lynn über die Märkte greift genau diesen Punkt der unterschiedlichen Atmosphären bei einem Marktbesuch im Vergleich zu einem Supermarktbesuch auf. Die „langweilige“ Atmosphäre des „Nicht-Ortes“ Supermarkt, einem Raum frei von jeglicher Identität³⁸⁹, auf den in den nächsten Kapiteln näher eingegangen werden soll, wird hier der lebendigen, sinnlichen Atmosphäre des Marktes gegenübergestellt.

Man sieht sich hier allerdings vor eine Schwierigkeit gestellt, wenn man in der empirischen Forschung mit dem Atmosphärenbegriff arbeiten will: Denn wie kann etwas nicht direkt Greifbares wie Atmosphäre empirisch erforscht werden?

Der deutsche Soziologe Niklas Luhmann beschreibt in seinem Aufsatz „Unsichtbarkeit des Raums als Medium“³⁹⁰ die „Ungreifbarkeit des Atmosphärischen“.³⁹¹ Von der Überlegung ausgehend, dass Objekte bestimmte Stellen im Raum besetzen, verschwindet für Luhmann die Atmosphäre in dem Moment, in dem die Objekte im Raum verschwinden und somit unbesetzte Stellen zurücklassen. Bei diesen Objekten handelt es sich um „soziale Objekte“, um „semantische Einheiten der Kommunikation“ in Anlehnung an Bourdieus „sozialen Raum“, in dem sich die Akteur:innen durch Ansammlung ihrer Kapitalsorten positionieren.³⁹²

Diese „sozialen Objekte“ sind es, die in einem von ihnen besetzten Raum Atmosphäre schaffen. Vergleichend zu dieser These steht der Atmosphärenbegriff bei Gernot Böhme ebenfalls für einen räumlichen Begriff. Der Philosoph sieht die Atmosphäre als

³⁸⁸ Lynn 1999. S. 42.

³⁸⁹ Vgl. Augé (1992) 2019. S. 83.

³⁹⁰ Luhmann (1995) in: Günzel 2013. S. 430-432.

³⁹¹ Ebd., S. 431.

³⁹² Vgl. Pott 2007. S. 34.

vorherrschende Stimmung innerhalb eines Raumes, die durch verschiedenste Faktoren beeinflusst werden kann. Böhme speist seine Überlegungen unter anderem aus medizinischen Ansätzen von Forschern wie Hubert Tellenbach, der in den 1960er Jahren seine Überlegungen zu olfaktorischer Wahrnehmung im Bereich der klinischen Psychiatrie aufstellte, wodurch er die Atmosphäre als sinnliches Phänomen fasste. Bei der späteren Beschäftigung mit dem Performanzbegriff wird rückbezüglich auf den Begriff der Atmosphäre eingegangen. Bezogen auf die Ausführungen über den Begriff der Atmosphäre bei Gernot Böhme können die Überlegungen des Philosophiegelehrten Christian Cay Lorenz Hirschfeld [1742-1792] über die „Theorie der Gartenkunst“ als wegweisend sowohl für die Begrifflichkeit Performativität als auch für die Überlegung des Atmosphärenbegriffs gesehen werden. Hirschfeld bezeichnet Gartenanlagen als „Bühne“, auf der Atmosphären geschaffen werden können. Einen ähnlichen Ansatz verfolgt die *Neue Phänomenologie* von Hermann Schmitz, für den Atmosphäre nicht einfach im Raum vorherrscht, sondern aktiv produziert werden kann. Für Schmitz spielen die Gefühle der Akteur:innen im Raum eine große Rolle bei der Herstellung von Atmosphäre.³⁹³

Diesen Ansatz greift auch der Stadtforscher Rainer Kazig, der als wissenschaftlicher Assistent am Geographischen Institut in Bonn arbeitete und am „Laboratoire Ambiances Architectures Urbanités [AAU]“ in Grenoble forscht, auf. Über die Theorie des Produzierens einer Atmosphäre und ihrer Verknüpfung zu den Emotionen der Individuen kann sich dem Begriff empirisch angenähert werden.³⁹⁴

Atmosphäre existiert nur im Hier und Jetzt. Sie dient laut Kazig als Medium, das ein Subjekt in seinem Empfinden mit seiner Umwelt verbindet. Um sich der Atmosphäre empirisch anzunähern braucht es daher eine beidseitige Annäherung, sowohl an das Empfinden des Subjekts als auch an seine direkte Umgebung. Diese beiden bedingen sich gegenseitig und nur durch eine Erforschung beider Pole kann Atmosphäre greifbar und beschreibbar gemacht werden. Wir fragen in der empirischen Forschung daher zum einen nach der atmosphärischen Qualität des Raumes und zugleich nach dem Grad der Beeinflussbarkeit des Subjekts durch eine im Raum vorherrschende Atmosphäre.

³⁹³ Vgl. Böhme, Gernot: Atmosphäre (sensu Gernot Böhme) in: Kirchhoff, Thomas (Hg.): Online Lexikon Naturphilosophie 2020. S. 1-2. URL: <https://journals.ub.uni-heidelberg.de/index.php/oepn/article/view/77506> [08.02.2023].

³⁹⁴ Vgl. Kazig in: Berndt / Pütz 2007. S. 167-188.

Die Umgebung des Subjektes und damit zugleich der Ort als auch die Situation, in der sich das Individuum befindet, schaffen Atmosphäre. Der Raum, in dem sich das Subjekt bewegt hat das Potenzial, eine bestimmte Atmosphäre zu schaffen. Diese wiederum beeinflussen die Empfindlichkeiten der Individuen, die den Raum nutzen.³⁹⁵ Bei der Beschreibung dieser Räume spricht Kazig von einer „hohen atmosphärischen Dichte“³⁹⁶, die das Subjekt in seinem Verhalten beeinflusst; diese Einflussnahme steht jedoch immer im Zusammenhang mit den Befindlichkeiten des Individuums sowie seiner Bereitschaft, sich auf die Atmosphäre einzulassen. Gleichzeitig löst Atmosphäre im Subjekt Emotionen aus und bestimmt somit seine Stimmung, die sich wiederum auf die Atmosphäre auswirkt.

Die Annäherung an das Subjekt in seinem momentanen Zustand kann zum einen über seine Emotionen erfolgen, das bedeutet Atmosphäre wird auf direktem Wege mit der Gefühlswelt des Individuums verbunden. Zum anderen ist das Einordnen des Aufmerksamkeitsmodus des Subjektes ein Mittel, die in der Situation vorherrschende Atmosphäre zu erkennen. Der Autor nennt hier das Beispiel des subjektiven Verhaltens auf einem belebten Platz, das so auch auf dem Viktualienmarkt stattfinden könnte, etwa an der Prälat-Zistl-Straße, die an der südlichen Marktgrenze entlang der Schrankenhalle verläuft und mit dem Rosental, im Gegensatz zur verkehrsberuhigten Marktzone, eine verkehrsreiche Kreuzung bildet.

Während auf dem Marktgelände das Fahrrad- und Autofahren verboten ist – außer zu festgelegten Zeiten für die Lieferant:innen – herrscht auf der Prälat-Zistl-Straße reger Verkehr. Schlendern die Marktbesucher:innen auf dem Gelände noch umher, ändert sich diese Gangart meist schlagartig im Straßenbereich. An dieser Stelle schrecken sogar die verträumtesten Fußgänger:innen auf, denn der lebhafteste Verkehr erfordert die nötige Vorsicht. Der Wechsel der Atmosphären ist in solchen Grenzbereichen besonders gut zu beobachten; die entspannte Marktatmosphäre schlägt in eine durch den plötzlichen Verkehr unfallträchtige Straßenatmosphäre um, die die Aufmerksamkeit des Subjekts erfordert, die sich im besten Falle auf die anderen Verkehrsteilnehmer:innen richten sollte. Der Wechsel in den Modi der Aufmerksamkeit vollzieht sich für das Auge der Forschenden wahrnehmbar, unter anderem auch durch die sich anpassende Gestik des Individuums: im schnelleren

³⁹⁵ Als Beispiel kann hier ein Kirchenraum dienen, der eine sofortige – das bedeutet zum Zeitpunkt des Eintritts in den Raum und damit zum Zeitpunkt der Schwellenüberschreitung - wahrnehmbare Atmosphäre schafft.

³⁹⁶ Kazig in: Berndt / Pütz 2007. S. 179.

Gang, der angespannten Haltung, dem – zumindest bei den Tourist:innen – oft verunsicherten Links-und-Rechts-Schauen und dem hektischen Überqueren der Straße.

Interessant den Markt betreffend ist auch folgende Aussage des Autors:

„Der Einfluss von Atmosphären auf die Handlungsfähigkeit von Personen kann sich aber auch darin ausdrücken, dass Personen Orte mit spezifischer Atmosphäre bewusst für bestimmte Handlungen aufsuchen bzw. meiden“.³⁹⁷

Anhand einer Studie zur Einkaufspraxis konnte Kazig diese These verfestigen. Bestimmte Einkaufsorte wurden von den Kund:innen „infolge ihrer atmosphärischen Qualität“³⁹⁸ entweder gemieden oder gezielt aufgesucht. Die Kunden suchten zum einen gezielt nach einem leichten Zugang zu den Waren – die direkte Berührung mit den Waren war oft ausschlaggebend für eine als positiv empfundene Einkaufsatmosphäre – zum anderen schätzten sie eine als „persönlich“ empfundene Umgebung.

Dieses Ergebnis deckt sich mit den oben erwähnten Aussagen, die während meiner informellen Gespräche mit Marktbesucher:innen beziehungsweise Kund:innen getroffen wurden und sich im Bürgergutachten bestätigt sehen werden: Der Markt als Einkaufsstätte wird gezielt aufgrund seiner atmosphärischen Dichte aufgesucht. Die Ware kann direkt eingesehen werden, wird ansehnlich präsentiert, ein kurzer Plausch mit den Verkäufer:innen kann die Transaktion begleiten. Die als große Pluspunkte verbuchten Besonderheiten des Marktes sind vor allem ein direkter Kontakt zu den Händler:innen – verglichen mit dem standardisierten und unpersönlichen Einkaufserlebnis im Nicht-Ort des Supermarktes, der über keine „Identität, Relation und Geschichte“³⁹⁹ verfügt – und der Besuch des Marktes als ein geselliges Outdoor-Erlebnis, das für viele Besucher:innen schon fast einen Eventcharakter und damit den Charakter einer freizeithlichen Unternehmung, bietet.⁴⁰⁰

Bei den Marktführungen wird die Funktion des Marktes als Erlebnisort in den Fokus gerückt, aber auch Einzelpersonen fühlen sich durch ein sinnlicheres Einkaufen in eine angenehmere Atmosphäre versetzt, wie sie ein Lebensmittelladen in vielen Fällen nicht bieten kann.

Während in den letzten Jahren zunehmend auch Supermärkte auf ein sinnliches

³⁹⁷ Ebd., S. 175.

³⁹⁸ Ebd., S. 176.

³⁹⁹ Augé (1992) 2019. S. 83.

⁴⁰⁰ Vgl. Gespräch K5.

Einkaufserlebnis setzen – die zunehmende musikalische Berieselung, eine optisch ansprechende Präsentation der Waren, in manchen Fällen sogar der Einsatz spezieller Düfte, die die Frische der Waren unterstreichen sollen – so ist dieses dem Markt schon immer gegeben.

Eine Schwierigkeit des empirischen Arbeitens mit dem Atmosphärenbegriff ist vor allem der abrupte Wechsel von Atmosphären. Auf dem Marktgelände als Forschungsraum wird das besonders am Morgen vor der Öffnung des Marktes und am Abend nach der Schließung der Buden deutlich. Dies ist nicht mehr die quirlige, gesellige Atmosphäre, die die Kundschaft tagsüber vorfindet. Wenn nach Ladenschluss Ruhe auf dem Markt einkehrt und man die Marktkaufleute beim Aufräumen und Zusammenpacken beobachten kann, so spürt man auch hier im Übergang zwischen Verkaufsschluss und dem Beginn der Freizeit einen deutlichen Wechsel hin zur Feierabendatmosphäre.

Zusammenfassend lässt sich daher festhalten, dass – wenn wir den Begriff der Atmosphäre als räumlichen, veränderlichen Begriff fassen – eine Auseinandersetzung mit der Begrifflichkeit und ein Beobachten derselben durchaus möglich ist. Die Atmosphäre auf dem Viktualienmarkt stellt einen großen Teil der Attraktivität des Marktes dar, gleichzeitig ist sie aber auch schwer zu erfassen. Dies gelingt am besten durch die Beobachtung eines Atmosphärenwechsels in den Übergangszonen des Marktgeländes oder den Übergangszeiten, aber auch der Gefühlswelt des Subjekts in einzelnen Gesprächen. Die Verweise auf ein persönlicheres Einkaufserlebnis, auf Betreuung und Beratung durch die Händler:innen, auf haptisches und sinnliches Erkunden der Ware lassen sich unter dem Begriff der Marktatmosphäre zusammenfassen. Zusammengesetzt aus diesen Eigenschaften wird die Atmosphäre als besonders empfunden, da sie sich in dieser Form nur an wenigen vergleichbaren Orten finden lässt. Sie bildet damit einen festen Bestandteil der Charaktereigenschaften des Marktes.

4.3. Das Flanieren

Kehren wir an dieser Stelle zum letzten Standort unserer Tagesforschung, dem Biergarten, zurück. Vom Biergarten wegführend, ziehen wir ein Stückchen weiter am Maibaum vorbei und kommen nun langsam in die Duft- und Souvenirecke gegenüber der Schrammehalle. In dieser Ecke sind auch einige der Gärtnereien und Blumenhändler:innen vertreten. Da wir langsam das Gewimmel des Biergartens hinter uns lassen, verfällt nun ein Großteil der

Besucher:innen ganz unbemerkt in eine andere Gangart: Man fängt an, über den Markt zu flanieren. Das Flanieren der Besucherin oder des Besuchers spielt auf dem Viktualienmarkt seit jeher eine zentrale Rolle.

Eine Gruppe, mit der sich unter anderem Payer in Wien in Anlehnung an eine Aussage Rolf Lindners aus „Walks on the Wild Side“⁴⁰¹ beschäftigt, sind die Journalist:innen, die Lindner als Protagonist:innen und gleichzeitig Reflektoren des Großstadtlebens bezeichnet. Auch in München war es unter anderem ein Journalist, der dem Viktualienmarkt ein Denkmal setzte: der „Spaziergänger“ oder auch Flaneur Sigi Sommer. Doch was versteht man unter einem Flaneur? Der deutsche Philosoph Walter Benjamin hat mit seinen autobiografischen Schriften in dem Sammelwerk „Berliner Kindheit um neunzehnhundert“ den Begriff des Flaneurs nachhaltig geprägt. Seine Texte bilden ein Panorama der Stadt Berlin um das Jahr 1900 ab und beschreiben bekannte Berliner Orte genauso wie alltägliche Situationen, die der Autor selbst erlebte. Matthias Zimmermann beschreibt in seinem Nachwort „Stadt des Flaneurs“ das Flanieren als „scheinbar teilnahmslose[r], weil zielfreie[r] Spaziergang ohne Hast“.⁴⁰²

Das Talent des Flaneurs besteht darin, „die *Geister* und *Bilder* – der Vergangenheit – der Stadt aufzuspüren“, in dem er „sein Auge für das Detail schärfen, mit *offenen* Sinnen für alle Eindrücke das scheinbar Abseitige entdecken“ und zugleich „das Flanieren, das ziellose Spaziergehen, geradezu kultivieren“⁴⁰³ muss. Das Flanieren ist daher fest mit dem Erinnern verbunden: Die Streifzüge durch die Straßen der Stadt rufen [Kindheits-] Erinnerungen wach, die der Flaneur mit der Stadt verbindet. So ist es ihm möglich, auf seinen Spaziergängen Bilder der Stadt zu zeichnen und dies im Nachgang schriftlich festzuhalten. Der Flaneur folgt keiner festgelegten Route, er lässt sich sozusagen durch die Stadt tragen und auch das Verirren ist keine ungewünschte Nebenerscheinung des Flanierens: „Sich in einer Stadt nicht zurechtzufinden heißt nicht viel. In einer Stadt sich aber zu verirren, wie man in einem Walde sich verirrt, braucht Schulung“.⁴⁰⁴

⁴⁰¹ Vgl. Lindner 2004.

⁴⁰² Benjamin (1950) 2018. S. 136.

⁴⁰³ Ebd., S. 137.

⁴⁰⁴ Ebd., S. 24.

Und der Flaneur Benjamin erfasst auf seinen Streifzügen auch die Besonderheit der Märkte in seiner Stadt, die Verhandlungen und Verkaufsgespräche:

„Kennt ihr das Märchen vom Goldenen Topf, erinnert ihr euch an das seltsame Äpfelweib, dem der Student Anselmus da am Anfang begegnet? Oder kennt ihr Hauffs Märchen ‚Zwerg Nase‘, das mit einem Markt beginnt, auf dem die Hexe mit spinnedürren Fingern die Ware betastet, um das Beste für sich nach Hause zu nehmen? Ist es euch nicht selbst schon, wenn ihr mit der Mutter den Markt betretet, spannend und festlich vorgekommen? Denn noch im einfachsten Wochenmarkt steckt etwas vom Zauber der orientalischen Märkte, der Bazare von Samarkand [...]. Eins aber geht in den Film nicht hinein, und auch Bücher handeln davon nur selten: Das Marktgespräch nämlich, das eigentliche Verhandeln und Handeln, all dies Hin und Her um Ware und Geld, das auf seine Weise ebenso saftvoll und üppig ist wie das Bild, das der Markt für die Augen bietet“.⁴⁰⁵

Auf seinen Streifzügen durch Berlin und damit dem Flanieren durch die Stadt schlägt es Benjamin öfter auf einen der Märkte. So hat er auch über die Marktweiber aus Berlin einiges zu berichten und hier ist es wohl der Berliner *Grant*, der die Marktfrauen auszeichnet, für die es keine größere Beleidigung als das Wort „Hökerin“ gegeben haben soll:

„Hörn Se mal, Sie olle Bulldogge, nu blaffen Se mal nen Ogenblick vor ne andre Tiere oder ick tret Ihnen uffn Fuß, det Se acht Tage lang winseln sollen [...]. Son dämlicher Lulatsch wie er is, dem kann man ja gar nich schimpfen, der is ja schon allens doppelt und dreifach jewesen, wat man Niederträchtjes von ihm sagen kann. Son Schatten von Mannsperson will Leute zum Besten haben. Er ausjehungerter Federfuchser, er will die Leute hier schikanieren? Die Leute will er hier schikanieren? Soll er sich doch lieber zusammenknautschen und zum Lumpenmann jehn und sich forn viertel Pfund Lumpen verkoofen. Nehm er sich doch Kiessand und scheuer sich reene, damit nuscht mehr von ihm übrig bleibt. Häng er sich an den Mond, damit die Lüderjahns⁴⁰⁶ früh zu Hause jehn“.⁴⁰⁷

So standen die Berliner Marktweiber den Verkäuferinnen in Wien oder in München mit ihrer Schlagfertigkeit in nichts nach und „es war ein richtiger Sport geworden, die Marktweiber zum Schimpfen zu reizen. Man sieht ja hier, daß es sich lohnte. Richtig von Herzen und mit Ausdauer schimpfen können, ist eben ein großes Talent. Das kann nicht jeder, der es gern möchte. Dazu gehört nicht nur viel Grobheit und eine gesunde Lunge, sondern ein großer Wortschatz und nicht zuletzt Geist“.⁴⁰⁸

⁴⁰⁵ Ebd., S. 78.

⁴⁰⁶ Zu hochdeutsch: Taugenichts

⁴⁰⁷ Benjamin (1950) 2018. S. 79-80.

⁴⁰⁸ Ebd., S. 80.

Der Flaneur beobachtete und zeichnete diese Begegnungen auf und setzte so unter anderem den Marktfrauen ein Denkmal. Als bekanntester Vertreter des Flaneurs in München gilt wohl Blasius der Spaziergänger. Unter diesem Namen veröffentlichte der Journalist Sigi Sommer in der Münchner Abendzeitung eine Kolumne mit Karikaturen des Zeichners Ernst Hürlimann. Im Jahr 1989 erschien die letzte Kolumne, einige Jahre später wurde sein Denkmal in der Rosenstraße enthüllt, das ihn als Spaziergänger und Flaneur in der Fußgängerzone zeigt.

Sigi Sommer drehte seine Runden auch auf dem Viktualienmarkt, dem er zusammen mit der Künstlerin Petra Moll 1987 sogar das Buch „Der Viktualienmarkt – Schlaraffenland im Herzen Münchens“ widmete. Zu Petra Molls Zeichnungen verfasste er hierzu die Texte über den Markt. In seinem Text „Blasius geht auf den grünen Markt“ unternimmt der Flaneur einen Osterspaziergang über den Viktualienmarkt. Hier werden in dem Spaziergänger die Kindheitserinnerungen wieder wach:

„Als Blasius diese langen schwarzen Stangen sieht, ist er im Nu wieder ein Gassenbub und >dätscht< dem Kolonialwarenhändler Isemann, der in der Sonne vor dem Südfrüchteladen seine Gichtbinkel aufwärmt, ein Manna-Stangerl [...]. In der Erinnerung an dieses fragt Blasius eine Standlinhaberin, die zwischen ihren Samensäcken verbarrikadiert ist wie ein vorgeschobener Beobachter, nach >Biebgockerlfedern für ein Indianerg´wand< - und siehe da, auch die gibt´s wieder und sogar jene kleinen steinharten Zwergerbsen, mit denen sie als Buben ihre Blasröhrln luden“.⁴⁰⁹

Auch für die teilnehmende Beobachtung und die Wahrnehmungsspaziergänge bietet das Flanieren eine gute Basis. Das Schlendern über das Gelände bietet die Möglichkeit, den Ansatz des multisensorischen Forschens besser zu verfolgen. Durch die gedrosselte Geschwindigkeit können mehrere Eindrücke gleichzeitig auf die Beobachter:innen wirken und da die teilnehmende Beobachtung – wie auch andere Forschungsmethoden – ihre Zeit erfordert, ist das Entschleunigen ein wichtiger Ansatz, um die Eindrücke verarbeiten zu können. Das geduldige Flanieren zahlt sich unter anderem durch aufgeschnappte Gesprächsfetzen oder ein sich besonders schön bietendes Bild aus. Flanieren bedeutet daher im Kern nichts anderes als sich die Zeit nehmen, äußere Impressionen auf sich wirken zu lassen und diese festzuhalten. Dieses Festhalten der Eindrücke kann auf verschiedenste Weise erfolgen. Der oder die Journalist:in führt wohl in vielen Fällen direkt Stift und Papier oder ein Aufzeichnungsgerät bei sich. Ich persönlich war während meiner

⁴⁰⁹ Moll / Sommer (1986) 1987. S. 43.

Wahrnehmungsspaziergänge oft mit dem Fotoapparat unterwegs, um optische Eindrücke direkt festhalten zu können. Das Flanieren bietet ebenfalls die Möglichkeit, mit Leuten vor Ort ins Gespräch zu kommen, sodass viele der stattgefundenen informellen Gespräche während dieser Spaziergänge und ihrer kurzen Pausen über den Markt entstanden.

4.4. Das *mental mapping*

Eine weitere Technik, die in vorliegender Arbeit angewendet wurde, um sich dem Forschungsfeld anzunähern, ist das *mental mapping*. Da es sich beim Viktualienmarkt um einen abgesteckten Bereich und daher einen begrenzten Raum handelt, bietet sich für die erste Orientierung auf dem Gelände auch ein reales, auf den Raum bezogenes *mapping* auf dem Papier an. Der erste Schritt hierbei war aufgrund meiner Vorkenntnis über das Gelände⁴¹⁰ eine erste Karte zu zeichnen, die dann im Laufe der Zeit ergänzt werden konnte. Das eigenständige Anfertigen einer Übersichtskarte hat den Vorteil, sich detaillierter mit dem Gelände vertraut zu machen und sich schneller einen eigenen Überblick zu verschaffen. Beim *mental mapping* wird auf das Erinnerungsvermögen und das subjektive Empfinden für einen Raum eingegangen und nicht auf bereits bestehendes Kartenmaterial zurückgegriffen. Eines der bekanntesten Beispiele des *mental mapping* stammt aus der Stadtforschung der Chicago School mit dem Werk „The Image of the City“ von Kevin Lynch, der in seiner Arbeit die Charakteristiken der Stadt anhand von mentalen Karten herausarbeitet und dabei der Frage nachgeht, wie sich die Orientierung in einer Stadt gestaltet und an welchen Markern und Punkten sie festgemacht wird.⁴¹¹

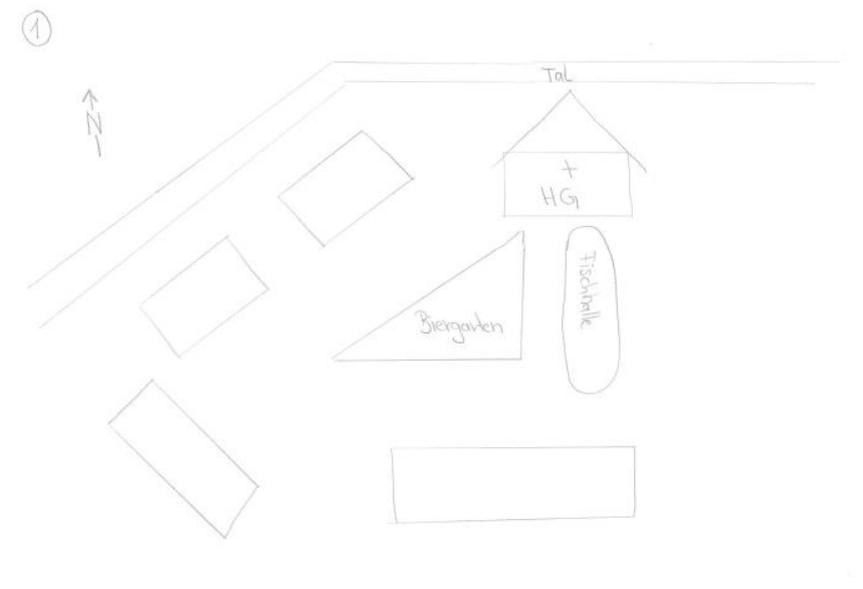
Anhand der Karten kann gleichzeitig festgehalten werden, wie sich der Blick des Forschenden auf den Forschungsgegenstand weiterentwickelt und wie das Feld nach und nach räumlich erschlossen wird. Waren die ersten von mir angefertigten Karten noch relativ einfach und nicht besonders aussagekräftig, so wurden die letzten Karten detaillierter, und sie konnten mit der Feldforschung verknüpft werden. Das *mental mapping* bietet hier die Möglichkeit, seine im Feld erfassten Eindrücke auf einer Karte festzuhalten. Gleichzeitig mit der Karte auf dem Papier erweitert sich die mentale Karte, die mit Gesprächen, Bildern, Emotionen und Sinneseindrücken ausgestaltet sein kann. Das *mental mapping* bietet außerdem den Vorteil, sich leichter an diese Wahrnehmungen (zurück-) erinnern zu können,

⁴¹⁰ Diese Vorkenntnis hatte ich aufgrund meiner Tätigkeit als Stadtführerin auf dem Marktgelände gewonnen.

⁴¹¹ Vgl. Lynch (1960) 2013.

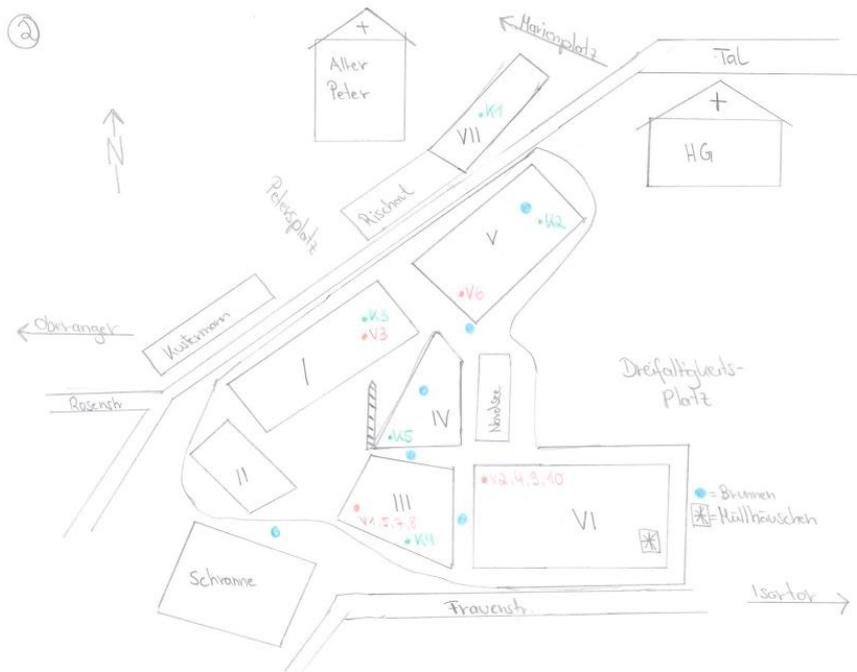
da sie im Geiste fest mit einem Punkt auf der Karte verbunden sind. Diese Methode kann auch in Papierform übernommen werden, indem man zum Beispiel seine Gesprächssituationen in die Karte einträgt, seine Karte mit Fotos überklebt oder sich anhand der Karte eine Route durch das Forschungsfeld zurechtlegt. Als Beispiel meiner äußeren Kartierung auf der nächsten Seite sieht man im Vergleich die erste und die letzte von mir gezeichnete Karte des Marktgeländes.

Handelte es sich bei der ersten Karte⁴¹² um eine rudimentär angefertigte erste räumliche Absteckung des Feldes meiner bisherigen Kenntnis entsprechend, so war die letzte Karte⁴¹³ bereits mit den Erfahrungen aus der Feldforschung angefertigt worden und daher detailreicher und übersichtlicher. Ich hatte zum Beispiel auf der letzten Karte mit roten und grünen Punkten die Standorte beziehungsweise Abteilungen meiner informellen Gespräche sowie die Marktbrunnen markiert.



⁴¹² Stand: Februar 2019.

⁴¹³ Stand: Dezember 2022.



Sehen wir auf der ersten Karte, die zu Beginn der Forschung gezeichnet wurde, als Orientierungspunkte nur den Biergarten und die Kirche eingetragen, so fehlt die Metzgerzeile gänzlich, und die Abteilungen sind noch nicht erfasst. Im Grundriss zeigt die Karte allerdings bereits die grobe Einteilung des Geländes. Die Details sind in der zweiten Karte deutlicher erkennbar. Als Marker wurden sowohl das *Kustermannhaus* und die Stadtpfarrkirche St. Peter als auch die Heilig-Geist-Kirche, die Schrannehalle und die Nordseefischhalle eingezeichnet, die Metzgerzeile wurde als siebte Abteilung ergänzt. Im Zentrum ist der Maibaum zu sehen, der direkt an den Biergarten angrenzt. Mit römischen Zahlen wurden die Abteilungen durchnummeriert. Die Karte wurde nicht maßstabsgetreu angefertigt, da sie nur der eigenen Orientierung im Feld dienen sollte.

Anhand des *mental mapping* fällt die Orientierung im Feld leichter. Gleichzeitig lassen sich auf einer mentalen Karte auch Eindrücke festhalten, die in der späteren Forschung eingearbeitet werden können. Anhand der Karten lassen sich außerdem der eigene Fortschritt und die damit verbundene fortschreitende Erfassung des Forschungsfeldes dokumentieren. Die Karten spiegeln den aktuellen Forschungsstand wider und können beliebig ergänzt werden. Wenn es sich daher bei Forschungsfeldern – wie im Falle des Marktes – um räumlich begrenzte Gebiete handelt, ist die Anfertigung von Karten, sowohl mental als auch auf dem Papier, eine geeignete Methode, sich das Feld zu erschließen.

Die räumliche Annäherung an das Forschungsfeld ist durch das Erstellen von *mental maps* und das Arbeiten mit Karten möglich. Andere Dimensionen des Marktes als Raum können allerdings nicht durch Kartierungen erfasst werden. Hier kann nur durch den Austausch mit den Akteur:innen ein Einblick gewonnen werden.

4.5. Das informelle Gespräch

Zum Ende der Tagesforschung hin lassen wir den Tag bei einer Brotzeit im Biergarten ausklingen. Während die ersten Buden langsam schließen, die Standlbesitzer:innen ihre Ware in die Kühlkeller räumen – oder im Falle der saisonalen Stände mit Transportern abholen lassen –, und die Markisen einfahren, wird es im Biergarten gegen Feierabend langsam voller. Der Biergarten als kommunikativer Raum bietet einen geeigneten Rahmen, um mit den Sitznachbar:innen ins Gespräch zu kommen.

Da die Durchführung von Interviews durch die Pandemie-Situation extrem erschwert wurde, ist das informelle Gespräch als Ausgleich in den Mittelpunkt der Forschung gerückt. Der Nachteil ist das Fehlen eines Leitfadens, da die Gespräche oft spontan aus der Situation heraus entstehen. Gleichzeitig ist eine Vor- oder Nachbereitung der Gespräche schwieriger, diese werden nicht aufgezeichnet und im Nachgang an das Gespräch schriftlich fixiert. Daher können nur einzelne, kurze Aussagen wortwörtlich aus dem Gedächtnis wiedergegeben werden, der Großteil des Gespräches wird nacherzählt und in eigene Worte gefasst.

Der Vorteil des informellen Gesprächs ist die Flexibilität der Durchführung sowie die Möglichkeit, mit mehreren Gesprächspartner:innen ganz spontan und in manchen Fällen auch gleichzeitig ins Gespräch zu kommen.⁴¹⁴ Diese Art der Befragung verlangt keine Vorbereitung, erfordert jedoch etwas Geduld, da das Gespräch nicht vorbereitet werden kann und daher in manchen Fällen gar nicht erst zustande kommt. Oft können jedoch spontan während der Unterhaltung Fragen gestellt werden, die erst im Verlauf des Gespräches aufkommen. Gleichzeitig ist der Druck einer Interviewsituation nicht gegeben, da es sich nur um eine kurze Unterhaltung mit dem Gegenüber handelt. Bereits vor Beginn meiner Forschungsarbeit wurden in regelmäßigen Abständen – meist wöchentlich – schon Gespräche mit den Händler:innen im Rahmen meiner Tätigkeit als Stadtführerin geführt.

⁴¹⁴ Vgl. Gespräch K5.

Beide Gesprächspartner, sowohl ich als Forschende als auch mein Gegenüber, waren daher mit der Gesprächssituation bereits vertraut.

Generell sind informelle Gespräche zeitlich betrachtet kürzer als Interviews, daher können in einem kleineren Zeitrahmen mehrere Gespräche stattfinden. So wurden mit einigen der Händler:innen mehrere kurze informelle Gespräche, über mehrere Monate verteilt, geführt. In der Auflistung im Anhang wurden Verkaufsgespräche mit dem Buchstaben „V“ und der Nummer des jeweiligen Gespräches gekennzeichnet. Gleichzeitig wurde die Abteilung des Verkaufsstandes der Gesprächspartnerin oder des Gesprächspartners sowie die ungefähre Dauer des Gespräches vermerkt. Dahinter folgt eine kurze Zusammenfassung des Gesprächsinhalts sowie ein wortwörtliches Zitat, falls erfolgt.

Zum Einstieg in die Unterhaltung mit den Händler:innen wurde von mir die Frage nach dem Befinden des jeweiligen Gesprächspartners sowie die Frage nach dem Verlauf der Woche gestellt.⁴¹⁵ Letztere Frage zielte auf die Einschätzung der Händler:innen bezüglich der Schwankungen der Umsatzzahlen im Verlauf der Pandemie ab. Die weiteren Fragen wurden vom Gesprächsverlauf beeinflusst und bildeten sich oft spontan währenddessen heraus.

Die informellen Gespräche mit Kund:innen auf dem Viktualienmarkt wurden mit dem Buchstaben „K“ und der jeweiligen Nummer des Gespräches versehen. Hier wurde die Abteilung bezeichnet, in der die Kundin oder der Kunde angetroffen wurde. Ebenso ist die ungefähre Rededauer erfasst, nicht einbezogen wurde die Tatsache, ob die Gesprächspartner:innen wirklich einen Kauf getätigt haben. Geschlecht und Alter der Befragten variierten, an dieser Stelle muss die Anmerkung erfolgen, dass die Geschlechtszuweisung nur von mir als Forschende, nicht durch die Individuen selbst, festgemacht wurde.⁴¹⁶ Einige der Gesprächspartner:innen wurden in Warteschlangen angetroffen, andere wiederum, wie oben genannt, im Biergarten oder an den Theken der Standl. Auch hier ergaben sich die Fragen aus dem natürlichen Verlauf der Unterhaltung.

Die Durchführung der informellen Gespräche spielte vor allem in Hinblick auf die Betrachtung des Viktualienmarktes als identitätsstiftenden Raum eine wichtige Rolle in der empirischen Forschung.

⁴¹⁵ Die Fragen waren zum Beispiel: „Wie geht es Dir/Euch? War viel los letzte Woche/ letztes Wochenende?“.

⁴¹⁶ Die Definitionen „weiblich“ oder „männlich“ erfolgten daher allein anhand der optischen Zuordnung durch die Forschende.

5. Der Markt als identitätsstiftender Raum

„Hier am Markt, das ist wie eine kleine Ortschaft (...). Wir können gut miteinander, wir verstehen uns.“⁴¹⁷

Der Viktualienmarkt ist neben seiner Funktion als Sinnesraum, Touristenattraktion und Verkaufsraum vor allem eines: Ein identitätsstiftender Raum. Auf die auf dem Instagram-Kanal des Viktualienmarktes gestellte Frage „Was ist der Viktualienmarkt für Dich?“ antworteten die User:innen unter anderem mit „Heimat“, „München“ oder „Regional, bayerisch [...] einfach einer der besten Marktplätze“.⁴¹⁸ Gleichzeitig ist eine wiederkehrende Aussage der Händler:innen die Definition des Marktes als mehr als nur ein bloßer Arbeitsplatz. In diesem Kapitel soll daher der Frage nach der Bedeutung des Marktes als „Identitätsraum“ nachgegangen werden. Mit Hilfe der Forschungsansätze der Akteur-Netzwerk-Theorie und der Frage nach der Unterscheidung zwischen einem Ort und einem „Nicht-Ort“ sowie der Darstellung der Charakteristika eines „Lieu de mémoire“ soll die Bedeutung als identitätsstiftender Raum herausgearbeitet werden.

Aufbauend auf die Definition des Marktes als „gelebter“ Raum beziehen sich die Forschungsansätze der Akteur-Netzwerk-Theorie auf den Raum als Netzwerk.

5.1. Die Akteur-Netzwerk-Theorie (ANT)

Die Akteur-Netzwerk-Theorie entwickelte sich ursprünglich aus dem Drang heraus, „die Beziehung zwischen Menschen und Technik mit neuen theoretischen Mitteln zu verstehen“.⁴¹⁹ In Zeiten der fortschreitenden Entwicklung humanoider Roboter, Cyborgs und Supercomputern verschmelzen die Grenzen zwischen Natur und Kultur, zwischen künstlicher Intelligenz und menschlichem Wissen, zwischen virtuellen und nicht-virtuellen Räumen und zwischen menschlichen und nicht-menschlichen Akteur:innen. Die Studien der Akteur-Netzwerk-Theorie haben „eine gegenseitige Konstruktion von Natur und Gesellschaft“⁴²⁰ aufgezeigt. Wenn von Luhmanns Ansatz der Gesellschaft der Kommunikationen ausgegangen wird, so wandeln sich empirische Forschungsfragen von Was-Fragen zu Wie-

⁴¹⁷ Klementz / Mader / Schmid 2018. S. 76.

⁴¹⁸ Umfrage des Kanals „viktualienmarkt_muenchen“, dem offiziellen Account des Viktualienmarktes auf der Plattform Instagram von Juni 2022.

⁴¹⁹ Belliger / Krieger 2006. S. 14.

⁴²⁰ Ebd., S. 16.

Fragen, und durch dieses „Wie“ werden Differenzierungen wie Natur / Kultur oder Mensch / Ding in Frage gestellt.

Die Akteur-Netzwerk-Theorie fasst die Wissenschaft als menschlich und damit in der Konsequenz als sozialen Normen unterliegend auf. Die „Entsozialisierung der Wissenschaft, die Entmystifizierung der Natur und die Subjektivierung der Gesellschaft“⁴²¹ bestimmen laut Bruno Latour die moderne (Geistes-) Wissenschaft. Im Gegensatz dazu distanziert sich die ANT von Poststrukturalismus, Diskurstheorien oder sozialdeterministischen Ansätzen und sieht die Gesellschaft als Netzwerke, in denen sich „Zeichen, Menschen, Institutionen, Normen, Theorien, Dinge und Artefakte“⁴²² organisieren. Realitäten können daher beschrieben werden, indem den Akteur:innen im Netzwerk gefolgt wird. Diese existieren nicht unabhängig, sondern stehen im ständigen Austausch und Einfluss anderer Akteur:innen im Netzwerk: „Wenn Akteure sich in Netzwerke einfügen, ergeben sich Relationen, Verbindungen und Beziehungen, die durch Prozesse verschiedener Art eingegangen, aufgelöst, transformiert und fixiert werden. Ein Akteur-Netzwerk hat demnach mindestens drei theoretische Ebenen, die zwecks Analyse als Akteurebene, Netzwerkebene und Prozessebene bezeichnet werden können“.⁴²³

Diese Ebenen spielen auch in der Raumforschung eine Rolle. Abweichend von der Vorstellung des absoluten – und damit geschlossenen – Raumes, die spätestens durch Albert Einsteins Relativitätstheorie widerlegt wurde, fasst das relationale Raumverständnis den Raum als Netzwerk auf, der durch die sich in ihm befindenden Akteur:innen stetig neu geschaffen wird. Der aus der Schweiz stammende Soziologe Lucius Burckhardt, der sich überwiegend mit Gestaltung und Städteplanung befasst, sieht sowohl soziale Akteur:innen, die gebaute Umwelt als auch materielle und immaterielle Artefakte als Bestandteile dieser Netzwerke.

Übertragen auf den Forschungsgegenstand Viktualienmarkt wäre das Marktgelände als die gebaute Umwelt, die Händler:innen, Käufer:innen, Besucher:innen und andere sich im Raum bewegende Individuen als soziale Akteur:innen und die Buden, die Ware, der Maibaum oder die Marktbrunnen als materielle Artefakte zu sehen, die miteinander im Austausch stehen.

⁴²¹ Vgl. ebd., S. 20.

⁴²² Vgl. ebd., S. 23.

⁴²³ Ebd., S. 24.

Materielles und Soziales kann nach Burckhardt nicht unabhängig voneinander betrachtet werden, sondern steht permanent in Wechselbeziehung zueinander. Diese Interaktionen zwischen den Akteur:innen und den Artefakten sind im räumlichen Kontext – in diesem Fall auf dem Marktgelände – verankert und zeigen das Immaterielle, wie die Raumpraxis, auf. Die räumliche Praxis nach Henri Lefèbvre meint die Struktur des sozialen Raumes, die – zunächst unsichtbar – durch die Interaktionen innerhalb des Raumes greifbar wird. Im Raum als Netzwerk müssen daher „das Soziale, das Materielle und das Räumliche“⁴²⁴ miteinander verknüpft werden, um ein umfassendes Bild des Netzwerkes und der in ihm stattfindenden Vorgänge zu erhalten.

5.2. Der Markt als öffentlicher Raum

„Das Bild einer Stadt besteht wesentlich aus ihren öffentlichen Räumen (...)“.⁴²⁵

Hierbei spielt auch die Definition des Viktualienmarktes als öffentlicher Raum eine Rolle. Der öffentliche Raum wird im Aufsatz „Wie findet Freiraum Stadt?“ von den Architekten Bernhard Heitele und Carl Zillich als „Aktionsraum“ gefasst, der zum einen in der Lage ist, die Akteur:innen untereinander zu vernetzen und wie bei Lefèbvre angesprochen, zur Gestaltung des sozialen Lebens beizutragen, zum anderen die städtische Identität mitbestimmt, indem seine „Gestaltung und Nutzbarkeit [...] entscheidend für Image und Aufenthaltsqualität“ sind.⁴²⁶

Der Stadtgeograph Martin Klamt definiert in seinem Aufsatz „Raum und Norm“⁴²⁷ den öffentlichen Raum anhand dreier Kriterien: Seiner Nutzbarkeit durch die ihn besuchenden Individuen, seinem Potenzial zur Interaktion sowie seiner Erfahrbarkeit von urbaner Heterogenität.⁴²⁸ In seiner Forschung legte Klamt den Schwerpunkt auf die Wahrnehmung des Forschungsraumes durch die Nutzer:innen; der Mensch rückte somit in den Mittelpunkt seines Forschungsinteresses. Das Wissen um die Perzeption der Nutzer:innen sieht er vor allem für die Stadtplanung als unabdingbar an, deren ausführende Organe dieses Wissen als Grundstein für städtebauliche und stadtgestalterische Überlegungen nutzen können. In der Auseinandersetzung mit den diesen öffentlichen Raum nutzenden Personengruppen kann

⁴²⁴ Kurath / Bürgin 2019. S. 13.

⁴²⁵ Klamt in: Wiegandt 2006. S. 44.

⁴²⁶ Heitele / Zillich in: Braum / Schröder 2010. S. 17.

⁴²⁷ Vgl. Klamt in: Wiegandt 2006. S. 29-45.

⁴²⁸ Vgl. ebd., S. 32-33.

der Städteplaner die Wechselwirkungen zwischen Menschen und Raum entdecken und den Raum an die Bedürfnisse der Nutzerinnen und Nutzer anpassen, was im Umkehrschluss die Lebensqualität der Stadtbewohner positiv beeinflusst.

Der öffentliche Raum ist somit von enormer städtebaulicher Bedeutung, da es der Stadt mit seiner Gestaltung möglich ist, ihr eigenes Image zu entwerfen und nach außen zu tragen. In ihm stoßen historisch gewachsene Räumlichkeit und zukunftsorientierte Baukultur aufeinander. Der Austausch der einzelnen Parteien ist für eine erfolgreiche Umsetzung der Bauplanungen unabdingbar. Öffentliche Räume müssen gestaltet und erhalten werden, um dadurch die Lebensqualität der Bewohner:innen zu sichern. Im Falle des Marktplatzes handelt es sich ebenfalls um einen Teil des öffentlichen Raumes und auch dieser dient somit einerseits für die Akteur:innen als Aktionsraum und andererseits für die Stadt als Imageträger. Die Nutzungsinteressen Einzelner müssen in einem identitätsstiftenden Raum in Einklang gebracht werden. Der Viktualienmarkt hat somit eine identitätsstiftende Rolle in doppelter Hinsicht: Zum einen für die in ihm agierenden Akteur:innen, zum anderen für seinen Standort, die Stadt München.

Bezogen auf seine Bedeutung für die Stadt München ist der Markt als repräsentativer Raum für die Außenwirkung der Stadt wichtig. Der Humangeograph Claus-Christian Wiegandt bezeichnet den öffentlichen Raum als „Bühne einer neuen Selbstdarstellung [...]“ der verschiedenen Akteursgruppen.⁴²⁹ Diese sich im öffentlichen Raum bietende Bühne kann daher auch von der Stadtverwaltung genutzt werden. Die bayerische Landeshauptstadt hat mit dem Viktualienmarkt ein historisches Marktgelände, dessen Ursprung am Marienplatz seit der Stadtgründung existiert, was in der touristischen Vermarktung gerne aufgegriffen wird. Zugleich kann sich die Stadt durch die geplante Modernisierung als Bauherr in Szene setzen, der historisch Gewachsenes und eine moderne Sanierung vereint und damit einen öffentlichen Raum schafft, der seine geschichtlichen Wurzeln mit neuen Bauelementen verbindet, ohne sein historisches Gesicht zu verlieren.

Die bereits im Kapitel der Stadtentwicklung angesprochenen Positionen der Renaissance und des Verfalls des öffentlichen Raumes werden am Beispiel von München im Aufsatz von Benjamin David näher untersucht.⁴³⁰ Unter anderem beschäftigt er sich mit den

⁴²⁹ Wiegandt in: Wiegandt 2006. S. 7.

⁴³⁰ Vgl. David in: Wiegandt 2006. S. 13-28.

Wochenmärkten in der Landeshauptstadt, die er neben anderen „organisierten Ereignissen im öffentlichen Raum“⁴³¹ wie Straßenfesten oder Demonstrationen untersucht. Um die Versorgung in den einzelnen Stadtvierteln zu verbessern, wurden auf Drängen der Münchner Bürgerinnen und Bürger gegen Ende der 1960er Jahre Wochenmärkte eingeführt, die zentral von der Großmarkthalle gesteuert werden. Die dort tätigen Marktleute haben seit den 1980er Jahren feste Arbeitsverträge.⁴³² Der Autor stellt sich gegen die Stimmen, die von einem Verfall des öffentlichen Raumes durch eine zunehmende (oft privatisierte) Eventisierung sprechen, und nimmt die „Rückeroberung“ des Raumes durch Stadtbewohner:innen als Beispiel für eine zunehmende Belebung des öffentlichen Raumes. Gleichzeitig sieht er – auch in Anlehnung an Sieverts Begriff der „Zwischenstadt“ und der damit verbundenen Fragmentierung der Städte – Öffentlichkeit als „punktuell Phänomen“, das nur noch durch einen entsprechenden Anlass – wie einem Fest oder einem Markt – entsteht.⁴³³

Eine Möglichkeit, diese Öffentlichkeit durch Veranstaltungen oder Ereignisse für die Besucher:innen zugänglich zu machen, ist das Konzept des Stadtmarketings, das nicht nur in strukturschwächeren Regionen genutzt wird, sondern auch in Großstädten wie München die Kommunalpolitik beeinflusst. Dieses Konzept, das seit den 1980er Jahren in den Kommunen an Bedeutung gewann, sieht die Stadt als Produkt, das der Kundschaft angepriesen werden soll, um somit zum Beispiel touristische Besucher:innen, aber auch Investor:innen oder neue Anwohner:innen anzuziehen.⁴³⁴

Hierbei kann die Stadtverwaltung durch die Gestaltung öffentlicher Räume aktives City-Marketing betreiben und Räume schaffen, die für eine bestimmte Nutzergruppe von Interesse sind. Im Falle des Viktualienmarktes stehen neben den Anwohner:innen vor allem die Gruppe der touristischen Besucher:innen im Vordergrund. Auf die zuletzt genannte Gruppe wird im späteren Verlauf der Arbeit in der Auseinandersetzung mit dem Begriff des Städtetourismus näher eingegangen.

Der öffentliche Raum als identitätsstiftender Raum wird somit von der Stadtverwaltung geschaffen und bestimmt im Umkehrschluss das Stadtbild und seine Außenwirkung in

⁴³¹ Ebd., S. 13.

⁴³² Vgl. ebd., S. 21.

⁴³³ Vgl. ebd., S. 24-26.

⁴³⁴ Vgl. Freyer in: Landgrebe / Schnell 2005. S. 29-49.

hohem Maße mit. So soll das Anlegen von Grünflächen und Parks sowie das Ausweisen verkehrsberuhigter Zonen die Lebensqualität der Stadtbewohnerinnen und Stadtbewohner steigern und gleichzeitig die Stadt selbst als klimafreundlich und umweltbewusst darstellen. Durch verstärktes Marketing gewinnen weiche Standortfaktoren (wie Erholung, Natur und Freizeit) an Bedeutung und werden in städtebauliche Planungsgedanken vermehrt miteinbezogen.⁴³⁵

Die Autorin Katja Beaujean sieht für eine Aufwertung öffentlicher Räume vor allem in Hinblick auf die verkehrstechnische Lage ein ganzheitliches Konzept als erstrebenswert an. Ein erfolgreiches Konzept macht sie an mehreren Punkten fest. Zum einen sollte sich ein städtischer Wandel weg von der autofreundlichen hin zu einer fußgänger- und radfahrerfreundlichen Stadt vollziehen. Zum anderen sollte eine monofunktionale Nutzung der Räume durch eine differenzierte und abwechslungsreichere Nutzung abgelöst werden und schlussendlich müssten die Nutzer:innen der Räume in die Veränderungen miteingebunden werden.⁴³⁶

Für das positive Image einer Stadt ist es daher wichtig, die Qualität der öffentlichen Räume zu sichern und diese den Anforderungen verschiedenster Akteurinnen und Akteure entsprechend zu gestalten. Dies kann nur durch einen transparenten Austausch und fortgesetzten Dialog der Parteien ermöglicht werden. Bei der Planung zur Neugestaltung des Marktgeländes wurde daher ebenfalls versucht, alle Betroffenen in Teilabschnitte der Planungsprozesse einzubinden, indem neben den Händlergesprächen auch ein Bürgergutachten erstellt wurde, das in dieser Arbeit noch genauer analysiert wird.

Nun zur identitätsstiftenden Funktion des öffentlichen Raumes für die in ihm agierenden Akteur:innen.⁴³⁷ Jens Dangschat sieht den städtischen öffentlichen Raum als „segmentierten Raum“, in dem „die raum-zeitlichen Überschneidungen von Ständen und Klassen durch Verhaltenscodes geregelt waren. Zudem war der öffentliche Raum von den Bewegungsmustern her nie ein Territorium, sondern immer schon ein Netzwerk“.⁴³⁸

⁴³⁵ Vgl. Heitele / Zillich in: Braum / Schröder 2010. S. 21.

⁴³⁶ Vgl. Beaujean in: Wiegandt 2006. S. 87-103.

⁴³⁷ Vgl. Dangschat in: Braum / Schröder 2010. S. 24-31.

⁴³⁸ Ebd., S. 25.

In diesem Netzwerk interagieren die Akteur:innen miteinander, in der Interaktion verfestigt sich die personale Identität.⁴³⁹ Jürgen Straub definiert in seinem Aufsatz die personale Identität in Anlehnung an die vom Psychoanalytiker Erik Eriksons festgesetzte Begriffsdefinition der Identität als „Einheit und Nämlichkeit einer Person [...], welche auf aktive, psychische Synthetisierungs- oder Integrationsleistungen zurückzuführen ist [...]“.⁴⁴⁰

Somit wird Identität als soziales Konstrukt gefasst, das dem Menschen nicht einfach eingeschrieben ist, sondern immer wieder aufs Neue gebildet und geformt wird. Diese Veränderungsprozesse werden unter dem Begriff der „Identitätsarbeit“ gefasst: Das Individuum schafft seine Identität im Austausch mit seiner Umwelt, demnach im Austausch mit dem sich im Netzwerk befindenden anderen Individuen.

Wenn der Viktualienmarkt als öffentlicher Raum daher ebenfalls als Netzwerk gefasst wird, so entwickeln sich die Teilidentitäten der in ihm agierenden Akteur:innen zum Beispiel als Händler:in, Kund:in, Flaneur:in oder touristischer Besucher:in. Diese Identitäten bilden sich aus der Motivation des jeweiligen Individuums und dem daraus resultierenden Verhalten beziehungsweise seinen dadurch entstehenden Raumnutzungsmustern heraus. Als Beispiel hat die Besucherin oder der Besucher des Geländes in ihrer / seiner Eigenschaft als Tourist:in in einem Reiseführer über den Viktualienmarkt als einem der größten Freiluftmärkte Europas gelesen und möchte diesen daher besichtigen. Sie oder er hat eventuell keine Kaufsabsicht, sondern will den Markt nur als Ort touristischer Bedeutung besuchen. Diese Bedeutung wiederum wurde dem Raum durch das Stadt- und Tourismusmarketing eingeschrieben. Marketingstrategien haben die Absicht, bestimmten Räumen und damit auch öffentlichen Räumen spezifische Eigenschaften zuzuschreiben, um so die Attraktivität eines Besuches dieser Räume zu fördern. Es wird daher explizit nach Funktionen und Eigenschaften dieser Räume gesucht, die sie von anderen abheben und somit das Interesse der Besucher:innen wecken. Im Falle des Viktualienmarktes wird zum Beispiel neben seiner Größe und seinem Warenangebot seine historische Bedeutung für die Stadt herausgestellt. Auch die bereits beschriebene Atmosphäre wird positiv hervorgehoben.

⁴³⁹ Vgl. Straub in: Assmann / Friese 1998. S. 73-104.

⁴⁴⁰ Ebd., S. 75.

5.3. Der Markt als Erinnerungsort

Die Markthändler:innen haben hingegen, den Raum betreffend, in ihren Teilidentitäten als Verkäufer:innen ganz andere Absichten und Motive. Sie nutzen ihn als Verkaufsraum und damit auch als Arbeitsplatz.

Beispielhaft für die identitätsstiftende Wirkung des Marktes können Standbesitzer:innen stehen, die ihre Verkaufsstände bereits seit Generationen auf dem Markt betreiben, daher „als echte Marktkinder“⁴⁴¹ aufwachsen und teilweise bereits früheste Erinnerungen mit dem Viktualienmarkt verbinden: „Als Kind habe ich die Abteilung VI geliebt: Es stand alles voller bunter Schirme, das sah so schön und fröhlich aus“.⁴⁴²

Hier wird der Viktualienmarkt daher gleichzeitig zum Erinnerungsort für die Akteur:innen:

„Ihre Großmutter hat auf dem Viktualienmarkt mit einem Geflügelstand begonnen, bereits als kleines Mädchen hat sie hier geholfen – oder auch einfach nur dagesessen und sich das bunte Markttreiben angeschaut“.⁴⁴³

Den Markt als Erinnerungsort beschreibt die Autorin Christiane Vidacovich mit ihrem Buch „Die Tanten vom Viktualienmarkt“⁴⁴⁴, indem sie ihre Kindheitserinnerungen über den Markt festhält. Hier wird gleichzeitig eine tiefe, dauerhafte Bindung zwischen dem Ort und der Person aufgezeigt, wenn die Autorin viele glückliche Stunden als Kind auf dem Marktgelände beschreibt und später als Erwachsene immer wieder dorthin zurückkehrt, um in diesen Erinnerungen zu schwelgen.

Auch Anna Elisabeth Kotter beschreibt in ihrem Aufsatz „Beehrns´ mich wieder“ des Geschichtswettbewerbes der Landeshauptstadt 1988 die Zeit vor dem Zweiten Weltkrieg, in der ihre Mutter einen Kramerladen in der Westenriederstraße betrieb. Nach dem Tod ihrer Mutter kehrt sie wieder in die ihr so vertraute Straße der Kindheit zurück, um festzustellen, dass sich vor allem aufgrund der Kriegsschäden zwar einiges verändert hat, manche Dinge jedoch immer beim Alten bleiben: „Die Marktfrauen sind eigentlich so, wie sie damals waren. Nur das, was sie verkaufen, ist viel teurer geworden“.⁴⁴⁵ An anderer Stelle heißt es:

⁴⁴¹ Klementz / Mader / Schmid 2018. S. 48.

⁴⁴² Ebd., S. 62.

⁴⁴³ Ebd., S. 42.

⁴⁴⁴ Vgl. Vidacovich 2016.

⁴⁴⁵ Kotter in: Landeshauptstadt München (1990) 1997. S. 12.

„Ich bleibe eine Zeitlang stehen und schaue auf die Uhr. Viel Zeit ist vergangen bei meinem Spaziergang durch mein Kinder- und Jugendviertel. Ich bin schon vorn am Isartorplatz und hab´ plötzlich Lust, ins Valentin-Museum zu gehen und ins Stüberl oben zum Hannes König. Ich setz´ mich hin und bekomme einen Kaffee in einem schönen alten Kaffeehaferl, wo „Zur ersten Heiligen Kommunion“ draufsteht. Eine Schmalznudel ess´ ich auch. Und dann träum´ ich noch ein bisschen und bin recht glücklich, daß ich eine so schöne Kindheit gehabt hab´ und so gute Erinnerungen. Daß man in München zu Haus´ sein darf und am Viktualienmarkt geboren ist, ich empfind´ es halt als ein besonderes Glück. Ich schau´ hinunter auf das geschäftige Treiben in der Stadt und genieße so richtig die Gemütlichkeit da oben“.⁴⁴⁶

Hier wird der Ort der Kindheit als ein Ort der Erinnerung beschrieben. Diese Erinnerungsorte haben für Aleida Assmann eine besondere Bedeutung, da sie „nicht nur [...] Erinnerungen festigen und beglaubigen, indem sie sie lokal im Boden verankern, sie verkörpern auch eine Kontinuität der Dauer, die die vergleichsweise kurzphasige Erinnerung von Individuen, Epochen und auch Kulturen, die in Artefakten konkretisiert ist, übersteigt“.⁴⁴⁷ Vor allem die Verbindung mit der Familiengeschichte, wie im Falle einiger Händler:innen beschrieben, schreibt den Orten eine starke Gedächtniskraft ein. Diese spezielle Art von Erinnerungsort bezeichnet Assmann als einen „Generationenort“. Hier bestärkt die Autorin gleichfalls die Abgrenzung zu Pierre Noras „lieu de mémoire“⁴⁴⁸, der für sie nur noch Spuren eines vergangenen Lebens enthält und daher als Gedächtnisort an etwas Gewesenes erinnern soll. So lassen sich auf dem Viktualienmarkt Gedächtnis- beziehungsweise Gedenkorte wie die Marktbrunnen finden. Wiederum kann der Markt für einige dort seit Jahrzehnten ansässigen Händlerfamilien als „Generationenort“ gelten, der die enge Verbindung zwischen Ort und Mensch beschreibt.

Das Verhältnis zwischen Erinnerung und Identität der Akteur:innen wird bei Assmann klar, wenn sie schreibt: „Wir definieren uns durch das, was wir gemeinsam erinnern [...]“.⁴⁴⁹ Die Identität der Individuen ist daher unweigerlich mit ihrem Gedächtnis verbunden. Neben der kollektiven Identität, die durch das gemeinsame Erinnern entsteht, ist es, die individuelle Teilidentität, die einerseits durch das Gedächtnis des Menschen entsteht und gefüttert wird, andererseits durch eben diese Tatsache beschränkt ist, da Erinnerungen manipuliert werden

⁴⁴⁶ Ebd., S. 13-14.

⁴⁴⁷ Assmann (1999) 2018. S. 299.

⁴⁴⁸ Vgl. Nora (1984) 1998.

⁴⁴⁹ Ebd., S. 62.

können und einem Menschen nie all seine Erinnerungen gleichzeitig zur Verfügung stehen. Die Akteur:innen können selbst entscheiden, welche Erinnerungen sie behalten beziehungsweise verdrängen möchten, und können so ihr Gedächtnis – zumindest bis zu einem gewissen Grad – beeinflussen. Daher ist das Gedächtnis an sich nicht immer verlässlich und somit auch die Erinnerung beeinflussbar. Gleichzeitig schreiben sich bestimmte Erfahrungen tiefer in das Gedächtnis ein als andere. Dadurch bilden sich bei einzelnen Individuen ganz spezielle, einzigartige Identitäten heraus, die sich nur in bestimmten Teilen mit den Identitäten ihrer Mitmenschen überschneiden. Der verbindende Faktor auf dem Markt in München ist die (Teil-)Identität der Akteur:innen als Marktverkäufer:innen.

5.4. Der Markt als Gegensatz zum Nicht-Ort

Um den Markt als Ort zu charakterisieren, ist es allerdings nicht ausreichend, ihn als reinen Erinnerungsort zu definieren. Dadurch, dass die auf dem Markt tätigen Standbetreiber:innen dem Markt als Ort überwiegend positive Eigenschaften zuordnen, steht der Viktualienmarkt als (Arbeits-)Ort im starken Gegensatz zu einem „Nicht-Ort“, wie ihn der französische Anthropologe Marc Augé definiert: Er vergleicht den Raum beziehungsweise den anthropologischen Ort mit dem Ausdruck des „Nicht-Ortes“, also einem Raum, der Anonymität und Ähnlichkeit schafft. Diese Anonymität entsteht, indem die „Benutzer des Ortes“, wie sie Augé bezeichnet, mit dem Raum in Verbindung treten, der seinerseits wiederum für ganz bestimmte Zwecke konzipiert wurde. Der Austausch mit dem Raum erfolgt dabei über Texte, deren „Urheber ausschließlich `juristische Personen´ oder Institutionen sind [...]“.⁴⁵⁰ Als Beispiele der Nicht-Orte wählt Augé Autobahnen und andere Transportwege, einen Wartesaal oder auch Supermärkte, die durch ihre rein auf Text und Bild basierende Kommunikation mit der Raumnutzerin oder dem Raumnutzer und ihrer hohen Fluktuation an Benutzer:innen den „Durchschnittsmenschen“ erzeugen, der in einer breiten anonymisierten Masse mit anderen Nutzer:innen nur einer unter vielen ist. Diese Anonymität der Nicht-Orte kann auf die Einzelne oder den Einzelnen zwar befreiend wirken, hat aber auch das Gefühl der Einsamkeit zur Folge.⁴⁵¹ Im Gegensatz dazu „ist im Begriff des anthropologischen Ortes die Möglichkeit der Wege, die dort hindurchführen, der Diskurse,

⁴⁵⁰ Augé (1992) 2019. S. 98.

⁴⁵¹ Vgl. ebd., S. 104.

die dort stattfinden, und der Sprache, die ihn kennzeichnet, enthalten“.⁴⁵² Die Begriffe Ort und Nicht-Ort sind ein zusammenhängendes Wortpaar und bilden den „Maßstab für den sozialen oder symbolischen Charakter eines Raumes“.⁴⁵³ Die beiden Begrifflichkeiten bilden sich verstärkt durch die Auseinandersetzung mit dem jeweils anderen. Und durch die fortschreitende Globalisierung sieht Augé einen Zuwachs an Nicht-Orten, die durch ihre vermehrte Nutzung jedoch gleichzeitig die von ihnen ausgelösten Empfindungen bei ihren Benutzer:innen ändern; der Autor nennt als Beispiel die Freude, die man empfinden kann, wenn man in einem ausländischen Supermarkt vertraute Produkte entdeckt. Wichtig an dieser Stelle ist anzumerken, dass Augé in seinem aktuellen Nachwort zur Neuauflage seines im Jahre 1992 erschienenen Werkes einen Übergang eines Nicht-Ortes zu einem Ort nicht ausschließt. Dieser Punkt wird zwar nur kurz erwähnt, ist meines Erachtens aber durchaus von Bedeutung, vor allem, um einen Kritikpunkt an seiner Definition der Nicht-Orte auszuschalten: Denn können sich in einer globalisierten Welt nicht auch Nicht-Orte zu Orten wandeln, die in der Benutzerin oder in dem Benutzer ein Gefühl des „Sich-zu-Hause-Fühlens“ auslösen können? Ich denke an dieser Stelle an folgende Situation, die ich selbst häufiger erlebe: Das Gefühl der Sicherheit, das Vielreisende an einem Flughafen empfinden, da sie mit den geltenden Regelungen und Abläufen – wie dem Einchecken oder der Gepäckaufgabe – bereits bestens bekannt sind. Es ist eine mittlerweile vertraute Umgebung, die sie mit Vorfreude auf die bevorstehende Reise erfüllen kann. Dies zeichnet sich durch eine routinierte Raumnutzung aus. Sieht Marc Augé ganz futuristisch gedacht den irdischen Raum erst beim Kontakt mit anderen Planeten zusammenwachsen, so schafft ein Teil der Nicht-Orte meiner Meinung nach bereits jetzt durch die Tatsache, dass sie sich weltweit ähneln, bei ihren Nutzerinnen und Nutzern eine neue Teilidentität als „Weltbürger:in“.

In Hinsicht auf den Viktualienmarkt gibt es wohl kaum einen Ort, der weniger „Nicht-Ort“ ist als der Markt. Karl Wanninger schreibt hierzu:

„Zum Lob des Marktes nur ein Vergleich: Gehen Sie doch einmal in den Supermarkt zum Einkaufen, vorbei an stummen Regalen und aufregenden Computerkassen, und versorgen Sie sich dann am Münchner Viktualienmarkt. Das ist ein Unterschied wie zwischen einem U-Bahn-Schacht und einer Rokokokapelle“.⁴⁵⁴

⁴⁵² Ebd., S. 86.

⁴⁵³ Ebd., S. 124.

⁴⁵⁴ Wanninger in: Schweiggert 1987. S. 161.

Steht hier für Wanninger der Supermarkt sozusagen als Vertreter eines typischen Nicht-Ortes nach Augé, so ist der Viktualienmarkt das Gegenteil davon. Den Markt an sich sieht der Ethnologe als einen geometrischen Raum, der „Bahnen, Achsen oder Wege[n]“⁴⁵⁵ beinhaltet, auf denen sich die Menschen bewegen. Der Raum ist damit gleichzeitig auch dynamischer Raum, der stetigen Veränderungen dieser Wege unterliegt. An manchen Orten kreuzen sich diese Bahnen, auf denen Individuen aufeinandertreffen, wie es auf den Marktplätzen der Fall ist, die der Autor als Plätze beschreibt, „an denen die Menschen einander begegnen und sich versammeln und denen sie zuweilen beträchtliche Ausmaße verliehen haben, damit sie, vor allem die Marktplätze, den Anforderungen des ökonomischen Austausches genügen [...]“. Weiter führt er aus:

„[M]anche Märkte bilden Fixpunkte auf einem Weg und markieren ihn; mag der Markt an sich schon ein Anziehungszentrum sein, der Platz, an dem er sich befindet, kann ein Monument beherbergen (den Altar eines Gottes, den Palast eines Herrschers), das seinerseits das Zentrum eines anderen sozialen Raumes bildet“.⁴⁵⁶

Wenn wir uns den historischen Münchner Markt auf dem Marienplatz ins Gedächtnis rufen, so sind es erstens die Nähe zum Alten Rathaus als Sitz der städtischen Obrigkeit und zweitens die von Kurfürst Maximilian I. gestiftete Mariensäule, die im Zentrum der Stadt wiederum den Mittelpunkt des Marienplatzes als sozialen Raum bildet. Letztere wurde im Jahre 1638 als Dank für die Verschonung Münchens und Landshuts vor den plündernden schwedischen Truppen des Dreißigjährigen Krieges errichtet. Somit beherbergt der Marienplatz, wie im Zitat von Augé beschrieben, einen Altar, da die Säule durch die in der Marienstatue bewahrte Reliquie des Heiligen Benno⁴⁵⁷ ein geweihtes Monument ist. Sie bildet dadurch einen kirchlichen Raum im öffentlichen Raum; es werden dort an hohen Feiertagen heilige Messen abgehalten.

Am Standort des heutigen Viktualienmarktes ist die Nähe zur Heilig-Geist-Kirche auffallend, an deren Westseite der Markt direkt an den kirchlichen Raum grenzt. Die Entstehung einer Verbindung dieser beiden Räume kann man gut beobachten, wenn die Marktbesucher:innen einen kurzen Blick in das – meist offen stehende – Portal der Kirche

⁴⁵⁵ Augé (1992) 2019. S. 63.

⁴⁵⁶ Ebd., S. 63.

⁴⁵⁷ Die Fingerknochen des Heiligen Benno, des ersten Stadtpatrons von München, sind in einer silbernen Kapsel in der Krone der Statue aufbewahrt.

werfen, in der regelmäßig wechselnde Kunstausstellungen organisiert werden. Auch Stadtführer:Innen begleiten ihre Gruppen während einer Führung über den Markt gerne in das Kirchenschiff, um sie dort auf eine kuriose Besonderheit in luftiger Höhe aufmerksam zu machen, den *Münchner Brezenreiter*.

Dies ist die einzige Darstellung einer Breze an einem sakralen Ort, die man hier im Deckenfresko mitsamt Schimmel und Reiter betrachten kann. Diese Verknüpfung der Kirche mit dem Markt trägt auch das direkt nebenan gelegene Café „Brezenreiter“ in seinem Namen. Wenn man an dieser Stelle den Begriff der „Bahnen“ oder Wege der Individuen von Augé wieder aufgreift, so wechseln die Marktbesucher:innen auf ihren Bahnen zwischen den Räumen, das heißt dem Raum des Marktes und dem kirchlichen Raum.



458

In dieser Situation, also dem Wechsel von einem Raum in den anderen, werden Grenzen überschritten – mit dem Verlassen des von der Stadtverwaltung festgelegten Marktbereichs findet sich das Individuum außerhalb der Marktgrenze wieder und überschreitet sogleich bewusst die Schwelle in den Kirchenraum. Da die Marktgrenzen im öffentlichen Raum nicht explizit gekennzeichnet sind – die wenigen Schilder, die auf die im Marktbereich geltende Marktsatzung aufmerksam machen, werden im Schilderwald der Altstadt oft nicht wahrgenommen – geschieht ein Betreten oder Verlassen des Marktraumes meist unbewusst. Die Marktbuden als Kennzeichnung für die Marktgrenzen anzusehen ist nicht richtig, da die offiziellen Grenzen nicht direkt entlang der Buden verlaufen. Nicht erkennbar

⁴⁵⁸ Eigene Fotografie des *Brezenreiters* in der Heilig-Geist-Kirche.

für die Marktbesucher:innen schließt die Marktgrenze zum Beispiel die Metzgerzeile mit ein, obwohl diese durch den Straßenverlauf optisch abgetrennt ist.

In Zeiten der Corona-Pandemie und der damit einhergehenden Maskenpflicht im gesamten Bereich des Viktualienmarktes mussten die Besucher:innen oft feststellen, dass diese unsichtbaren Grenzen existieren, die ohne den Übersichtsplan der Markthallen München jedoch nicht erkennbar sind und dass in den Augen der aufmerksamen Marktaufsicht oder des Ordnungsamts manchmal nur wenige Meter zwischen Maskenpflicht oder deren Aufhebung entscheiden können.

Die These, dass der Marktraum kein „Nicht-Ort“, sondern das genaue Gegenteil davon ist, bedingt die Frage, wie sich dieser Gegensatz gestaltet und welches Antonym sich dafür verwenden lassen würde. Ein Begriff, der sich in diesem Zusammenhang für eine Gegenüberstellung mit dem Konzept des „Nicht-Ortes“ nach Augé eignet, ist der bereits erwähnte „Generationenort“ im Sinne eines Erinnerungsortes von Assmann, aber auch der von Pierre Nora geprägte Begriff des „Lieu de mémoire“. Diesen von Frances A. Yates entliehenen Begriff des „Gedächtnisortes“, der dem Werk „The Art of Memory“⁴⁵⁹ aus dem Jahr 1966 entnommen wurde, beschreibt der französische Historiker und Herausgeber des Sammelwerkes „Les lieux de mémoire“, Pierre Nora, mit einer Vielzahl an Charakteristika.

Einige der Charakteristiken des „Gedächtnisortes“ treffen auf den Markt als Forschungsfeld zu. So kann der Viktualienmarkt durch den Erhalt seiner historisch gewachsenen Form und seinem seit den 1850er Jahren gleichbleibenden Standort durchaus als Zeitzeuge und „Überrest“ gesehen werden.⁴⁶⁰ Einen Gedächtnisort nach Nora zeichnet aus, dass er immer auch einen nostalgischen Aspekt in sich trägt, der auf ein vergangenes Zeitalter verweist. Was den Markt in München jedoch von einem typischen „Lieu de mémoire“ unterscheidet ist seine Lebendigkeit, die durch seine bis in die Gegenwart andauernde Nutzung als Raum besteht. Gedächtnisorte sind in der Interpretation Noras erstarrte Orte, in denen Erinnerungen eingeschlossen sind, da sie nicht mehr aktiv genutzt werden und in ihnen nur noch „symbolisches Leben“⁴⁶¹ pocht. Der Viktualienmarkt hingegen ist nicht in der Zeit erstarrt, sondern hat sich mit ihr weiterentwickelt. Steht daher der Gedächtnisort im Strudel

⁴⁵⁹ Vgl. Yates 1966.

⁴⁶⁰ Vgl. Nora (1984) 1998. S. 19.

⁴⁶¹ Ebd., S. 21.

der Zeit oft unbewegt und trägt nur noch eine Erinnerung an Vergangenes in sich, so birgt der Markt als „belebter Raum“ zwar einerseits ebenfalls die Erinnerungen in sich, schafft jedoch durch seine gegenwärtige räumliche Nutzung gleichzeitig auch immer neue Erinnerungen, da sich in ihm Menschen aktiv bewegen und ihn somit mit Leben füllen.

Kann der Markt daher in seiner Ganzheit nicht als reiner Gedächtnisort gefasst werden, der nur für den Erhalt von Erinnerung und somit gegen das Vergessen steht, so finden sich auf seinem Gelände jedoch eindeutige Gedächtnisorte wie die Marktbrunnen, die an verstorbene Volksänger:innen erinnern und somit nach Nora „eine Materialisierung des Gedächtnisses“ bilden, um die Erinnerung an bestimmte Personen oder Ereignisse wach zu halten.⁴⁶² Genauso wie der Maibaum auf dem Gelände, dessen Aufstellen als Tradition ebenso zu den Praktiken der Rituale zählt, die für Nora einen Gedächtnisort auszeichnen, dessen Existenzgrundlage es ist, dem „Vergessen(s) Einhalt zu gebieten“.⁴⁶³

Führt man den Gedanken des Marktes als „Ort“ im Vergleich zum „Nicht-Ort“ weiter, so wird im Gespräch mit den Händler:innen als auch mit den Kund:innen, die gezielt auf dem Viktualienmarkt einkaufen gehen, das dort stattfindende Einkaufserlebnis explizit als Grund für den Einkauf auf dem Markt genannt. Hier können die Konsument:innen daher bewusst den Vorgaben eines Nicht-Ortes, wie denen des Supermarktes, ausweichen, da in vielen Fällen eine persönliche Ansprache in Form eines Kundengesprächs der Anonymität des Supermarkteinkaufes vorgezogen wird. Dies ist auch ein Punkt, der von den Marktkaufleuten positiv aufgegriffen wird: Die Möglichkeit zum kommunikativen Austausch mit der Kundschaft, das „Sich-Zeit-Nehmen“ für diese Gespräche, das einen wichtigen Teil der Verkaufsstrategie der Händler:innen darstellt. Hier können wir wieder auf den Begriff der Atmosphäre zurückkommen, denn hier liegt der große Unterschied zwischen einem Ort und einem Nicht-Ort: Nur Individuen können die Atmosphäre eines Ortes kollektiv konstituieren. Gleichzeitig kann ein Ort den an ihm interagierenden Individuen eine Atmosphäre bieten, die als angenehm wahrgenommen wird. Und diese wiederum lockt zum einen die Kundschaft an – gut erkennbar an der Tatsache, dass es sich laut Aussage der Händler:innen meist um

⁴⁶² Vgl. ebd., S. 23.

⁴⁶³ Ebd., S. 33.

Stammkundschaft handelt, die regelmäßig einkauft⁴⁶⁴ – und sorgt zum anderen bei den Händler:innen für eine Arbeitsumgebung, die als positiv wahrgenommen wird.

Im Interview beschreibt eine Marktfrau die Voraussetzungen für die Arbeit auf dem Markt:

„Wenn die Leute freundlich sind, macht man das gerne. Aber wenn nicht, dann fällt mir schon was ein! Den Job hier, den kann nicht jeder machen, das muss einem schon ein bisschen gegeben sein. Man muss mit Menschen umgehen können: Wir sind hier die Seelsorger, Psychologen, wir ersetzen auch manchmal den Ehemann oder die Ehefrau“.⁴⁶⁵

Und als Antwort auf die Frage, wie man als Standbetreiber:innen bei all dem Trubel und den zahlreichen touristischen Gästen noch die gute Laune behalten kann, antwortet ein Kartoffelhändler:

„Wenn ich das nicht abkönnte, hätte ich den falschen Job! [...] Ich arbeite auf einem der berühmtesten Märkte der Welt. Solange die nicht in die Körbe greifen oder hinter der Theke die Waage anfassen, gebe ich denen sogar die Pfanne in die Hand und stelle mich mit aufs Foto. Sonst müsste ich mich in ein langweiliges Büro setzen, da habe ich meine Ruhe vor den Touristen“.⁴⁶⁶

Und trotz der oft harten Arbeit an den Ständen ist die Arbeit als Händler:in auf dem Viktualienmarkt für den Großteil der Interviewten etwas ganz Besonderes:

„Ich kann gar nicht erklären warum ich das hier mache [12- bis 14-Stunden-Tage]. Den Job macht man aus Überzeugung und Leidenschaft“.⁴⁶⁷

Im Online-Artikel „Wieviel verdient ein Standbetreiber am Viktualienmarkt?“⁴⁶⁸ sprechen sich die befragten Kartoffelhändler ebenfalls für den Markt als idealen Arbeitsplatz aus:

„Für uns ist das der schönste Job der Welt! Draußen, mitten in der Stadt, an so einem historischen Ort zu arbeiten – das ist super“.⁴⁶⁹

⁴⁶⁴ Vgl. Gespräch V1; V2.

⁴⁶⁵ Klementz / Mader / Schmid 2018. S. 67.

⁴⁶⁶ Ebd., S. 161.

⁴⁶⁷ Ebd., S. 192.

⁴⁶⁸ Holderried, Tami: Wie viel verdient ein Standbetreiber auf dem Viktualienmarkt? In: SZ-Online Magazin „Jetzt“ vom 20. November 2017. URL: <https://www.jetzt.de/wie-viel-verdient/wie-viel-verdient-ein-standbetreiber-auf-dem-viktualienmarkt> [10.02.2023].

⁴⁶⁹ Um die im Artikel gestellte Frage zu beantworten: Sie kommen auf ungefähr 1.800 Euro netto im Monat. Die genauen Verdienste der Händler:innen lassen sich nur schwer abschätzen, da sie von verschiedensten Faktoren abhängig sind. Der Betrag wurde als grober Durchschnitt berechnet.

Der Viktualienmarkt als Ort ist auch Arbeitsplatz und durchaus stark positiv wahrgenommen; als negativ empfunden werden größtenteils die Arbeitszeiten und spezifische Problemfelder auf dem Markt wie der teilweise dort stattfindende Vandalismus.

5.5. Problemfelder und Konflikte auf dem Markt

Ein Ärgernis auf dem Marktgelände ist für die Händler:innen der Umgang mit Vandalismus. Vor allem kurz nach der Eröffnung der Schrammehalle, die damals noch als Veranstaltungszentrum genutzt wurde, kam es regelmäßig zu Vorfällen. Hierzu zählten Sachbeschädigungen, Verunreinigungen und Lärmbelästigung auf dem Markt und an den Ständen, meist durch alkoholisierte Besucher:innen.⁴⁷⁰ Auch der Liesl-Karlstadt-Brunnen direkt vor dem Biergarten führt durch seine Funktion als beliebter Treffpunkt regelmäßig zu Konflikten mit den umliegenden Buden. In den heißen Sommermonaten werden im kühlen Wasser des Brunnens die Bierflaschen kaltgestellt und direkt vor Ort konsumiert. Der Brunnen wurde meist durch dieselbe Gruppe besucht, deren harter Kern sogar an kalten Wintertagen den Brunnen als Treffpunkt nutzte. Mit steigendem Alkoholkonsum stieg auch der Lärmpegel und wurde so zu einem Problem für die Verkäufer:innen: „Kunden würden belästigt, es seien auch schon Stände beschädigt worden, einer der Trinker sei einmal in den Schwammerlstand gefallen“.⁴⁷¹

Die Gruppe der Beschuldigten wehrte sich vehement gegen die Vorwürfe.⁴⁷² Sie kämen regelmäßig für ein Feierabendbier an den Brunnen, würden jedoch in keinsten Weise den Marktbetrieb stören und hätten mit den meisten Händler:innen ein gutes Verhältnis. Der Sprecher der Gruppe sagte im Interview, dass sie Betrunkene gezielt abweisen würden und es daher keine Probleme gäbe.

Einige der Händler:innen mit Ständen direkt in der Nachbarschaft zum Brunnen fühlten sich jedoch von der Gruppe bedroht. Daher ließen die Markthallen München einen privaten Sicherheitsdienst patrouillieren. Auch die Polizei München verstärkte vorübergehend ihre

⁴⁷⁰ Menschen in München 2012. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=2gfv2DKpEoU> [03.02.2023].

⁴⁷¹ Winkler-Schlang, Renate: „Das ist Belagerung“. Marktkaufleute fordern Handhabe gegen die Trinker vom Liesl-Karlstadt-Brunnen. In: Onlineausgabe Süddeutsche Zeitung (SZ.de) vom 15. November 2018. URL: <https://www.sueddeutsche.de/muenchen/viktualienmarkt-das-ist-belagerung-1.4212899> [10.02.2023].

⁴⁷² Schall, Annika: Brunnen-Zoff am Viktualienmarkt: Jetzt wehren sich die Biertrinker. In: Onlineausgabe tz (tz.de) vom 02. April 2017. URL: <https://www.tz.de/muenchen/stadt/brunnen-zoff-am-viktualienmarkt-jetzt-wehren-sich-biertrinker-zr-8065035.html> [19.02.2023].

Präsenz auf dem Markt.⁴⁷³ Dieses Problem hatte sich so mit Hilfe der Markthallen München sowie des Bezirksausschusses Altstadt-Lehel lösen lassen. Die Gruppe ist momentan nur noch selten am Brunnen vertreten. Grund dafür könnten die Kontaktbeschränkungen während der zurückliegenden Pandemie gewesen sein.

Bereits in der Vergangenheit war der Liesl-Karlstadt-Brunnen einer der größten Konfliktherde auf dem Markt. In einem Artikel des Münchner Merkur wurde der Zustand des Brunnens vor der offiziellen Eröffnung des Biergartens beschrieben. Auf dem noch freien Platz in der Mitte des Marktgeländes hatte die Stadt eine Bestuhlung aufstellen lassen, um Besucher:innen zum Verweilen einzuladen: „Am Liesl-Karlstadt-Brunnen hält ein junger Mann, der gerade seinen Rausch ausgeschlafen hat, seine Morgentoilette. Bier gibt’s gleich um die Ecke [...]. Der ideale Platz für Gammler und Penner“.⁴⁷⁴ Die Marktleute hatten die Befürchtung, dass sich für den neuen Biergarten kein Pächter finden lassen und der Platz somit für „Gammler“ erhalten bleiben würde. Von zunehmender Lärmbelästigung und Vandalismus war die Rede.

Über ähnliche Kritik der Marktkaufleute und Anwohner:innen wegen nächtlicher Ruhestörung wurde bereits in den 1960er Jahren berichtet. Anwohner:innen rund um den Viktualienmarkt beschwerten sich über nächtliche Versammlungen junger Männer an den „öffentlichen Bedürfnisanstalten“ am Viktualienmarkt, die als „beliebte[r] Treffpunkt der Homosexuellen“ bezeichnet wurden. Auch „Dirnen“ seien des nachts nahe dem Marktgelände unterwegs und würden die Nachtruhe stören. Der Reporter verwies auf die Pläne der Stadt München, im Zuge der Olympischen Spiele 1972 diesem Treiben Einhalt zu gebieten, um ausländische Besucher:innen nicht abzuschrecken.⁴⁷⁵ Mit dem Erlass der Sperrbezirksverordnung im Jahr 1972 wurden entgeltliche sexuelle Dienstleistungen an die Stadtränder und ausgewiesenen Zonen verbannt. Doch damit war den Beschwerden über

⁴⁷³ Weise, Ramona: Streit um Viktualienmarkt: Stadt ergreift erste Maßnahmen. In: Onlineausgabe tz (tz.de) vom 29. März 2017. URL: <https://www.tz.de/muenchen/stadt/streit-um-viktualienmarkt-stadt-ergreift-erste-massnahmen-zr-8048492.html> [19.02.2023].

⁴⁷⁴ Scharnitzky, Ralf: Das neue Gesicht der „Bauernstube“. In: Münchner Merkur Nr. 177 vom 04. August 1974. Presseamt Zeitungsausschnitte – Viktualienmarkt. Stadtarchiv München.

⁴⁷⁵ Vgl. Höhne, Claus: „Ausgangssperre“ am Viktualienmarkt. Nächtliches Treiben belästigt die Anwohner – Schwerpunktstreifen hatten bisher wenig Erfolg. In: Münchner Merkur Nr. 168 vom 17. Juli 1966. Presseamt Zeitungsausschnitte – Viktualienmarkt. Stadtarchiv München.

Ruhestörung auf dem Viktualienmarkt noch kein Ende gesetzt.⁴⁷⁶ Die Situation verbesserte sich erst mit dem Abschluss der ersten Renovierungsarbeiten und der Eröffnung des Biergartens ab dem Jahr 1975.

Noch immer gilt der Liesl-Karlstadt-Brunnen als eines der Problemfelder auf dem Markt, da durch seine Nutzung als „Versammlungsort“ auch ganz praktische Probleme auftreten: So verstopft der Klebstoff der Bierflaschen-Etiketten regelmäßig den Brunnen, der dann gereinigt werden muss.

Das Problem der Sachbeschädigung und des Vandalismus tritt auch häufiger während der Faschingszeit auf. Bei meinem Besuch der letzten Faschingsfeierlichkeiten vor der Pandemie im Februar 2019 häuften sich in den Ecken und zwischen den Ständen kleine Müllberge aus leeren Flaschen, kaputten Gläsern, Konfetti und Essensresten. Einige Stände schließen daher während der Faschingszeit. Es gab mit Bier eingesudelte Markisen oder zerrissene Planen zu sehen. Grobe Sachbeschädigungen stellen jedoch eine Ausnahme dar, und die Situation hat sich laut Aussage eines Händlers ebenfalls in den letzten Jahren verbessert.⁴⁷⁷ Für die Faschingssaison 2023 allerdings hat die Gewerkschaft ver.di einen Streik der Münchner Straßenreinigung angekündigt. In diesem Jahr nehmen die Marktleute die Reinigung des Marktgeländes daher selbst in die Hand und kehren am Morgen des Aschermittwochs zwischen den Buden zusammen.

Einen weiteren Konflikt der letzten Jahre schuf die Vergabe der leerstehenden Marktbuden. In einem Interview kritisierte die Marktsprecherin Elke Fett die fehlende Nachbesetzung der leerstehenden Buden. Dadurch würde der Markt langsam verkommen und veröden. Kristina Frank, die Chefin der Markthallen München, widersprach diesen Vorwürfen und versicherte eine zügige Ausschreibung aller vakanten Buden. Elke Fett zweifelte weiterhin an einer ordnungsgemäßen Ausschreibung der Buden und bezeichnete das Ausschreibungsverfahren als „Geheimniskrämerei“.⁴⁷⁸

⁴⁷⁶ Vgl. Tagsüber ein schönes gemütliches Platzerl...aber nachts ist der Viktualienmarkt Treffpunkt von Dirnen und Zuhältern. In: Tageszeitung (tz) Nr. 199 vom 30. August 1974. Presseamt Zeitungsausschnitte – Viktualienmarkt. Stadtarchiv München.

⁴⁷⁷ Vgl. Gespräch V5.

⁴⁷⁸ Engels, Emily: „Geheimniskrämerei“. Unruhe wegen neuer Standl am Viktualienmarkt. In: Onlineausgabe der AZ (abenzzeitung-muenchen.de) vom 31. August 2020. ULR: <https://www.abendzeitung-muenchen.de/muenchen/geheimniskraemerei-unruhe-wegen-neuer-standl-am-viktualienmarkt-art-665698> [19.02.2023].

Einer der Gründe für den von Elke Fett beschriebenen vermehrten Leerstand könnte allerdings die befristete Vergabe mancher Buden aufgrund der Sanierungspläne sein. Weil sich diese Planungen pandemiebedingt um mehrere Jahre verschoben haben, wurden Buden befristet vergeben, da der genaue Termin des Umzugs auf den Interimsmarkt bis heute nicht feststeht. Es wird sich voraussichtlich erst in den kommenden Monaten des Frühjahrs 2023 klären, welcher Zeitpunkt für die Eröffnung des Interimsmarktes geplant ist. Dieser aus einzelnen Holzmodulen bestehende Markt soll den Händler:Innen vorübergehend zur Verfügung stehen. Es bleibt weiterhin abzuwarten, wie sich die Vermietung der leerstehenden Stände nach dem Rückzug auf das sanierte Marktgelände gestalten wird.

Trotz dieser Problemfelder im Marktalltag wird der Markt als sicheres und vor allem angenehmes Arbeitsumfeld wahrgenommen, in dem die Händler:innen aufeinander achten und sich gegenseitig unterstützen. Auch die Tätigkeit an sich wird positiv bewertet; dies bewirkt eine starke Identifikation der Verkäufer:innen, die sich explizit als Markthändler:innen auf dem Viktualienmarkt wahrnehmen. Bevor auf diesen Sachverhalt näher eingegangen wird, kann zusammenfassend festgehalten werden, dass der Viktualienmarkt als Ort – im Gegensatz zur Definition des „Nicht-Ortes“ nach Augé – ein dynamischer Raum ist, in dem sich Menschen begegnen und austauschen. Die sich im Raum bewegend Individuen werden von diesem geprägt und vice versa. Der Markt kann zugleich auch als Netzwerk betrachtet werden, in dem die Akteur:innen in ständigem Austausch untereinander und mit dem Netzwerk als solchem stehen.

Gleichzeitig deckt sich der Markt in einigen seiner Typisierungen mit dem „Lieu de mémoire“ nach Nora, indem er als „Gedächtnisort“ durch seine historisch gewachsene Form Erinnerungen aus vergangenen Jahrhunderten in sich trägt und wiederum Orte auf seinem Gelände einzelner Persönlichkeiten gedenken oder Traditionen aufrechterhalten. Als Erinnerungsort nach Assmann ist er ebenfalls ein „Generationenort“, an dem die Familiengeschichten der Akteur:innen eng mit dem Markt als Raum verbunden sind.

Und der Markt weist noch eine weitere Eigenschaft auf, die ihn von einem Nicht-Ort oder einem reinen Gedächtnisort unterscheidet. Der Viktualienmarkt wird von den Akteur:innen auch als Bühne genutzt, auf der sich neben den besonderen Anlässen und Festlichkeiten auch die alltäglichen (Arbeits-)Abläufe abspielen.

5.6. Der Viktualienmarkt als Bühne

Nach dem Siedlungssoziologen Jens Dangschat werden „im öffentlichen Raum mit Mitteln des Städtebaus und der Architektur zurzeit viele `Bühnen der Selbstdarstellung´ geschaffen, die von den Menschen als `Rollenspieler´ genutzt werden“.⁴⁷⁹

Auch der Humangeograph Nigel Thrift verbindet in seinen Überlegungen zum *spatial turn* den Performanzbegriff mit raumtheoretischen Konzepten. Die Performanz als Fähigkeit des Individuums, „in eine Situation hinein, so wie sie sich darbietet, überzeugend zu agieren, indem man sich jegliche ihrer dynamischen Neigungen zu Nutze macht“⁴⁸⁰, kann Raum und damit auch eine Bühne herstellen. Für ihn können „räumliche Handlungen“ auf ganz verschiedene Art und Weise durchgeführt werden: „körperliche Bewegung wie beispielsweise Gesten, unterschiedliche Konstellationen von Klängen, Berührungen, optische Eindrücke und Gerüche, die eine Situation versinnbildlichen [...]“⁴⁸¹, dies alles bestimmt sozusagen den „Aufbau“ des Bühnenbildes mit. Räumliche Handlungen sind daher gleichzeitig performativ. Die Akteur:innen, die diese Handlungen ausführen, können sich im Raum – beziehungsweise auf ihrer Bühne – entfalten.

Der öffentliche Raum als Bühne, der zur Selbstdarstellung der Akteur:innen genutzt wird und zugleich einen kommunikativen Raum in Form eines Netzwerkes darstellt, lässt sich durch die Ansätze der Performativitätstheorie nach Goffman anschaulich erklären. Wenn daher in diesem Kapitel die Händlerschaft als Akteur:innen im Feld in den Fokus rücken, lassen sich die Begrifflichkeiten der „Performanz“ oder der „Performativität“ gut auf die im Feld beobachteten Interaktionen übertragen.

⁴⁷⁹ Dangschat in: Braum / Schröder 2010. S. 29.

⁴⁸⁰ Thrift in: Döring / Thielmann 2008. S. 393-407. Hier: S. 404.

⁴⁸¹ Ebd., S. 405.

Das Verkaufsgespräch

„Zu diesem optischen Animieren des Käufers gesellt sich das verbale Umschmeicheln der Kunden [...]; unterschiedslos werden ihnen die unvergleichlichen Vorzüge der Viktualien und ihr günstiger Preis in einer Mischung von gestelztem Bühnendeutsch und Vorstadtdialekt angepriesen, unterstützt durch eine beinahe komplicenhafte [sic] Mimik und durch eine südländische, expressive Gestik“.⁴⁸²

Wenn wir nun vom Viktualienmarkt als Arbeitsplatz der Händlerschaft sprechen und die Händler:innen als Akteur:innen in ihrem Handlungsfeld näher betrachten, so bildet das Verkaufsgespräch einen wichtigen Teil des Arbeitsalltags. Um diese besondere Art der Interaktion näher zu beleuchten, soll an dieser Stelle mit dem Begriff der Performativität gearbeitet werden. Die Händlerin oder der Händler stellt hierbei das performativ agierende Subjekt, seine Interaktion mit den Kund:innen den performativen Sprechakt nach John L. Austin dar.

Nach Austins zweiter Vorlesung der Theorie der Sprechakte sind performative Äußerungen und Handlungen so beschaffen, dass sie zum einen wörtlich getroffen, beziehungsweise in Worte gefasst und laut ausgesprochen werden müssen; zum anderen nicht nur besprochen, sondern auch durchgeführt werden müssen.⁴⁸³ Der Sprechakt an sich hat daher für den Philosophen zwei Seiten: Die des (gesprochenen) Wortes und die der Tat.

Der amerikanische Sprachphilosoph Jon R. Searle geht hierbei ein Stück weiter und sieht den Sprechakt an sich als einen wichtigen Untersuchungsgegenstand an.⁴⁸⁴ Durch die Beschäftigung mit Sprechakten kann es den Forschenden gelingen, sich dem Forschungsobjekt anzunähern. Dies trifft in hohem Maße auf Gespräche und Interviews zu, in denen die Forschenden selbst als Sprachakteur:innen an der Interaktion teilnehmen, ist jedoch ebenfalls relevant bei Sprechakten, bei denen die Forschenden die passive Rolle der Mithörenden einnehmen.

Vom sprachphilosophischen Standpunkt aus betrachtet, steckt hinter einem Sprechakt die Absicht, anderen etwas mitzuteilen. Searle sieht diese Akte daher als regelgeleitet.⁴⁸⁵

⁴⁸² Moll / Sommer (1986) 1987. S. 7.

⁴⁸³ Vgl. Austin in: Wirth 2002. S. 63-71.

⁴⁸⁴ Vgl. Searle in: Wirth 2022. S. 83-103.

⁴⁸⁵ Vgl. ebd., S. 86.

Aussagen in Sprechakten bilden somit die Basis des Performanzbegriffes. Nach Victor Turner ist der Begriff folgendermaßen zu definieren:

„*Performance* stammt, wie bereits erwähnt, vom mittellenglischen *parfournen*, später *parfourmen*, das auf das altfranzösische *parfoureri-par* („gründlich) plus *fournier* („ausstatten“) zurückgeht-, deshalb hat Performance nicht unbedingt die strukturalistische Implikation der *Formgebung*, sondern eher den prozessualen Sinn von ‚zur Vollendung bringen‘ oder ‚aufführen‘. *Aufführen* (perform) heißt daher nicht so sehr eine einzelne Tat oder Handlung ausführen als vielmehr einen in Gang befindlichen Prozess vollenden“.⁴⁸⁶

Eckhard Schumacher schreibt über die Unterscheidung der zwei Modelle, für die Performativität stehen kann⁴⁸⁷: Während sie auf der einen Seite auf dem performativen Akt im Theater oder der Aufführung an sich fußt, so steht sie bei Butler und Searle für sprechakttheoretische Überlegungen.⁴⁸⁸

Bezogen auf die von mir auf dem Viktualienmarkt beobachteten Situationen ist auch Peggy Phelans Ansatz der Flüchtigkeit des performativen Aktes von Bedeutung.⁴⁸⁹ Während die Handlung bei einer Aufführung zum Beispiel im Theater während einer Textprobe wiederholbar ist, so ist sie in der Interaktionssituation einmalig im Moment und auch nur in diesem zu beobachten.

Auch der Soziologe und Anthropologe Erving Goffman greift in seinem Werk „*The presentation of Self in Everyday Life*“⁴⁹⁰ den Ansatz der Performativitätstheorie auf und überträgt ihn auf seine Beobachtungen des sozialen Lebens:

„Taking communication both in its narrow and broad sense, one finds that when the individual is in the immediate presence of others, his activity will have a promissory character [...]. Regardless of the particular objective which the individual has in mind and of his motive for having this objective, it will be in his interest to control the conduct of the others, especially their responsive treatment of him. This control is achieved largely by influencing the definition of the situation which the others come to formulate, and he can influence this definition by expressing himself in such a way as to give them the kind of impression that will lead them to act voluntarily in accordance with his own plan“.⁴⁹¹

⁴⁸⁶ Turner in: Wirth 2002. S. 193-209. Hier: S. 195.

⁴⁸⁷ Vgl. Schumacher in: Wirth 2002. S.383-402.

⁴⁸⁸ Vgl. ebd., S. 384.

⁴⁸⁹ Vgl. ebd., S. 393.

⁴⁹⁰ Vgl. Goffman (1959) 1990.

⁴⁹¹ Ebd., S. 14-15.

Im Falle der Marktkaufleute soll das gewünschte Endziel und somit laut Goffman der „Plan“, den das kommunizierende Subjekt und damit der „Sender“ verfolgt, die mit den Kund:innen entstehende Kaufhandlung darstellen. Diese bildet daher das Motiv und den damit grundlegenden Wunsch, den das Individuum mit dem Sprechakt verfolgt. Der Sprechakt wiederum soll seinerseits zur Wunscherfüllung beitragen.

Bei der Durchführung der Interaktion und damit des Sprechaktes unterscheidet Goffman zwischen dem kalkulierten Akt des Sprechens, also einer vom Individuum geplanten und im besten Falle zielführenden Interaktion, sowie dem unbedachten Sprechen. Für die Händler-Käufer-Interaktion ist erstere Art der Kommunikation von Bedeutung, da die Händlerin oder der Händler ein positives Bild ihrer / seiner selbst und der Ware vermitteln will, um die Kundschaft zum Kauf zu bewegen. Nach Goffman kann die Händlerin oder der Händler den Ausgang der Verkaufssituation nur zu einem gewissen Teil beeinflussen, nämlich durch „the expression that he gives“, im Gegensatz zu der „expression that he gives off“.⁴⁹²

Erstere ist vom Individuum selbst beeinflussbar, letzteres kann nur der Gegenüber wahrnehmen und bewerten:

„Knowing that the individual is likely to present himself in a light that is favourable to him, the others may divide what they witness into two parts: a part that is relatively easy for the individual to manipulate at will, being chiefly his verbal assertions, and a part in regard to which he seems to have little concern or control, being chiefly derived from the expressions he gives off. The others may then use what are considered to be the ungovernable aspects of his expressive behaviour as a check upon the validity of what is conveyed by the governable aspects. In this a fundamental asymmetry is demonstrated in the communication process, the individual presumably being aware of only one stream of his communication, the witnesses of this stream and one other“.⁴⁹³

Diese zweite Ebene der Kommunikation, die von der Zuhörerseite aus wahrgenommen wird, kann auch eine nonverbale sein, wozu unter anderem die Gestik und Mimik des Individuums zählen, die von der Sprecherin oder dem Sprecher oft schwerer zu kontrollieren sind als eine getroffene Aussage. Die Kundin oder der Kunde lässt in der Verkaufssituation daher nicht nur die von Händler:innen getroffenen Aussagen auf sich wirken, sondern vergleicht intuitiv die Aussage mit der Realität – sieht die Ware wirklich so frisch aus, wie man sie mir anpreist?

⁴⁹² Ebd., S. 14.

⁴⁹³ Ebd., S. 18.

– und lässt außerdem die nonverbalen Signale der Interaktion auf sich wirken – habe ich das Gefühl, die Händlerin oder der Händler selbst ist auch positiv von der Ware überzeugt, die angepriesen wird?

In der Verkaufssituation darf ein weiterer Aspekt nicht außer Acht gelassen werden, nämlich die Relevanz des ersten Eindrucks. Die Interaktion der Händler:innen mit einer Stammkundschaft wird sich daher in ihrem Kern von einem Gespräch mit einem Erst- oder Einmalkunden unterscheiden. Sowohl die Stammkund:innen als auch die Händler:innen haben in ihrem Verkaufsgespräch den Vorteil der Vorkenntnis. In diesem Fall kann man auf einen Aspekt der Performativität zu sprechen kommen, der vor allem in der Theaterwissenschaft von Bedeutung ist: Die Repetition und damit das Wiederholen von Sprechakten.

Da die Händlerin oder der Händler mit der Stammkundschaft den Sprechakt, also in diesem Fall das Verkaufsgespräch, schon mehrmals durchgeführt hat, sind beide Seiten bereits auf den Verlauf und meist auf den Ausgang des Gesprächs vorbereitet. Durch das mehrmalige Wiederholen des Vorgangs wird der Vorgang gleichzeitig von beiden Seiten immer wieder bestätigt – das heißt, je öfter die Kundschaft bereits gekauft hat, desto sicherer fühlen sich beide Seiten in der Interaktion. Die Sicherheit in der Interaktion führt dazu, dass das sich präsentierende Subjekt im Vergleich zu einem ersten Verkaufsgespräch die Kommunikation mit dem Gegenüber nicht mehr so bewusst kontrollieren muss, da auch nicht mehr so viel Überzeugungsarbeit geleistet werden muss. Die Käuferseite hat den Vorteil des Gefühls, sich in den vorhergegangenen Interaktionen bereits über die Absicht der Händlerin oder des Händlers, die Qualität der Ware und so weiter ausreichend informiert zu haben und muss daher ihrerseits den Sprechakt nicht mehr auf den Prüfstand stellen.

Anders das Gespräch bei einer Erstkundin oder einem Erstkunden – hier sind die Voraussetzungen für ein gegenseitiges Vertrauen noch nicht geschaffen und müssen daher im Gespräch manifestiert werden. Um dieses Vertrauen aufzubauen, kommt der erste Eindruck ins Spiel, der in dieser Situation besonders wichtig scheint, sollte sich die Situation doch im Idealfall in der Zukunft wiederholen, was bedeutet, die Kundin oder der Kunde sollte nicht nur einen einmaligen Kauf tätigen, sondern auch künftig als Kundschaft erhalten bleiben. Das heißt somit „the interaction that is initiated by ‘first impressions’ is itself merely

the initial interaction in an extended series of interactions involving the same participants, we speak of 'getting off on the right foot' and feel that it is crucial that we do so".⁴⁹⁴

Zu einem Verkaufsgespräch, und damit im Sinne von Goffman zu einer erfolgreichen *performance*, gehört jedoch mehr als der bloße Sprechakt der Individuen. Erving Goffman bezeichnet diese weitere Voraussetzung als *front*. Hierzu gehören neben „furniture, décor, physical layout, and other background items which supply the scenery and stage props for the spate of human action played out before, within, or upon it“⁴⁹⁵, auch das geographische *setting*. Dieses ist meist unveränderbar und bestimmt die Performanz des Individuums. Erst wenn das Subjekt sozusagen am Spielort, auf seiner persönlichen Bühne, angekommen ist, kann der *performative act* stattfinden. Im Falle der Händlersituation müssen daher die Händler:innen ihre Bühne, ihren Stand auf dem Markt, einnehmen, umgeben von der zu verkaufenden Ware, um in ihre Rollen als Verkäufer:innen schlüpfen und das Verkaufsgespräch durchführen zu können. Auch die Gestik und Mimik des Subjekts zählt nach Goffman zu den Charakteristiken des *settings*. Im Vergleich zu den in den meisten Fällen unveränderbaren Inhalten der ersten Kategorie des *settings* wie dem Verkaufsstand oder der Ware, können sich die Inhalte der zweiten Kategorie von Interaktion zu Interaktion verändern. Diese zweite Kategorie, in die auch *appearance* und *manner* fallen, fasst der Autor als sogenannte *social front* zusammen, die sich je nach Situation und tagesformabhängig verändert und als Charakteristik des Subjekts nicht festgelegt werden kann. Sind daher Teile des *settings* unveränderbar – die Kundschaft wird den Gemüsestand auch am nächsten Tag an der gleichen Stelle vorfinden –, so ist die *social front* von Situation zu Situation verschieden – die Kundin oder der Kunde kann die Verkäuferin oder den Verkäufer bei jedem Besuch in einer anderen Stimmung vorfinden und somit kann sich die Interaktion von vorhergegangenen unterscheiden. Erschwerend kommt für beide Seiten hinzu, dass nach einer bereits stattgefundenen Interaktion die Erwartungshaltung beider Parteien an die Interaktion meist bereits gegeben ist. Goffman vergleicht diese Situation mit denjenigen von Schauspieler:innen, die eine bekannte Rolle annehmen, an die bereits Erwartungshaltungen geknüpft sind, da diese Rolle – wenn auch eventuell von jemand anderem – bereits gespielt wurde. Übertragen auf das Verkaufsgespräch können die Erwartungen an das Gespräch auf Seiten der Verkäufer:innen auf der Kaufhandlung liegen –

⁴⁹⁴ Ebd., S. 23.

⁴⁹⁵ Ebd., S. 32-33.

die in der Vergangenheit bereits (mehrmals) stattgefunden hat – auf Seiten der Kundschaft zum Beispiel auf einer zufriedenstellenden Beratung oder der guten Qualität der Ware, die bei den letzten Einkäufen als positiv befunden wurde. Das Gespräch birgt daher auch bei einer wiederholten *performance* das Risiko einer Enttäuschung und damit eines negativen Ausgangs der Gesprächssituation.

Goffman spricht an dieser Stelle auch von einer „Unterbrechung“ des performativen Aktes, wenn die Zuschauer:innen feststellen, dass der Akt und die Realität nicht übereinstimmen oder sie zumindest das Gefühl haben, eine Diskrepanz zwischen der realen Situation und der vom Sprecher geschilderten Situation festzustellen. Diese gefühlte Diskrepanz kann von äußeren Faktoren abhängig gemacht werden – die Ware sieht nicht mehr frisch oder ansprechend aus –, aber auch vom *performer* selbst abhängig sein. Bei letzterem Grund sieht Goffman die Hauptursachen in drei Fehlern, die das Subjekt, in unserem Fall die Händlerin oder der Händler, während des Sprechaktes begehen kann:

„First, a performer may accidentally convey incapacity, impropriety, or disrespect by momentarily losing muscular control of himself [...]. [H]e may belch, yawn, make a slip of tongue [...]. Secondly, the performer may act in such a way as to give the impression that he is too much or too little concerned with the interaction [...]. Thirdly, the performer may allow his presentation to suffer from inadequate dramaturgical direction. The setting may not have been put in order, or may have become readied for the wrong performance, or may become deranged during the performance“.⁴⁹⁶

Werden die geschilderten Sachverhalte nun auf die Situation des Verkaufsgesprächs auf dem Markt übertragen, so sind diese auf die Interaktion zwischen Käufer:in und Händler:in anwendbar. Der Erfolg oder Misserfolg der Interaktion hängt von den oben genannten Faktoren ab – die Händler:innen dürfen nicht desinteressiert an dem Gespräch wirken, sollten gleichzeitig jedoch nicht zu überschwänglich die Ware anpreisen. Ein Gähnen während des Verkaufsgesprächs wird aller Wahrscheinlichkeit nach vom Gegenüber als fehlendes Interesse am Geschehen gedeutet, ebenso ist eine ansprechende Präsentation der Ware für den Verkaufserfolg von größter Bedeutung. Wird die Ware zum Beispiel nicht appetitlich und frisch präsentiert, ist somit das *setting* nicht entsprechend gesetzt, so ist die Erfolgsaussicht eher gering. Das bedeutet daher, dass das agierende Subjekt eine Leistung innerhalb seiner *performance* erbringen muss, um diese zum gewünschten Abschluss zu

⁴⁹⁶ Ebd., S. 60-61.

bringen. Wie daher die Schauspieler:innen ihren Text nicht vergessen und ihr Bühnenbild nicht zerstören dürfen, so muss die Händlerin oder der Händler als *performer* funktionieren und dem vorgegebenen Ablauf folgen, um wortwörtlich nicht aus der Rolle zu fallen.

Aber auch das Subjekt auf der anderen Seite des Verkaufstischs, die Kundin oder der Kunde, muss seinen Teil zu einer im besten Falle gelungenen und damit für beide Seiten zufriedenstellenden Interaktion beitragen. Eine der Hauptaufgaben der Käufer:innen steht im Hinterfragen der Handlungslegitimation des Gegenübers: „Sometimes when we ask whether a fostered impression is true or false we really mean to ask whether or not the performer is authorized to give the performance in question“ und sind deshalb „not primarily concerned with the actual performance itself“. ⁴⁹⁷

Das Prüfen der Legitimation des *performers* kann daher mehr im Fokus des Kundenverhaltens stehen als der eigentliche Sprechakt. Die zentrale Frage ist daher ob das Gegenüber legitimiert ist, eine fachkundige Aussage über den Gesprächsgegenstand zu treffen – ist die Verkäuferin oder der Verkäufer in ihrem / seinem Fachgebiet wissend genug, um eine Aussage über die von ihm verkaufte Ware zum Beispiel in Form einer Empfehlung oder einer Zubereitungsmöglichkeit zu treffen? Dies bildet meiner Ansicht nach den Vorteil der Händler:innen auf dem Viktualienmarkt: Durch den guten Ruf des Marktes an sich und damit den Ruf seiner Warenqualität wird die Kompetenz der Händler:innen wohl weniger hinterfragt als anderswo. Dies unterstützen Aussagen wie „Wenn man etwas Besonderes oder Spezielles möchte, geht man auf den Viktualienmarkt“ ⁴⁹⁸, die Tatsache, dass einige der Händler:innen beim Kauf gleich einen Rezeptvorschlag oder eine Zubereitung empfehlen oder die hohe Zahl an Stammkund:innen. Durch ein meist breitgefächertes Fachwissen – man nehme die Verkäufer:innen auf dem Kartoffelmarkt als Beispiel – fühlen sich die Käufer:innen besser beraten, da sie am Standl einen direkten Ansprechpartner für die Ware finden, was im Supermarkt nur selten der Fall ist, wobei hier eine Fachexpertise, zum Beispiel was die verschiedenen Kartoffelarten betrifft, auch von den Angestellten nicht gefordert werden kann. Bei den Standlbesitzer:innen und den Angestellten auf dem Markt hingegen ist die Erwartungshaltung der Kundschaft bereits eine andere, das Hinterfragen der Fachkompetenz stellt nicht immer einen festen Bestandteil des Verkaufsgesprächs dar, da

⁴⁹⁷ Ebd., S. 66.

⁴⁹⁸ Gespräch K1.

das Subjekt mit der Erwartung ins Feld und damit auf den Markt geht, im Gegenüber einen *Experten* zu finden, der über eine gewisse Fachexpertise seine speziellen Waren betreffend verfügt. Goffmans These, dass daher statt dem eigentlichen Sprechakt das Prüfen der Legitimation des Sprechenden in den Vordergrund rückt, ist in der Marktsituation nicht vollkommen zuzustimmen. Die vorherrschende Erwartungshaltung macht ein Überprüfen dieser eher überflüssig, erst wenn sich im *setting* – sowohl im räumlichen als auch im sozialen – Diskrepanzen für die Kundin oder den Kunden zeigen, kann die Expertise des Gegenübers angezweifelt oder in Frage gestellt werden. So konnte ich während den teilnehmenden Beobachtungen auch bei Kund:innen auf dem Markt dieses Phänomen beobachten. Meist wurde das Empfinden einer Diskrepanz zwischen Realität und *performance* von der Kundin oder dem Kunden durch eine Nachfrage ausgedrückt wie „Sind sie sicher, dass die Erdbeeren aus Deutschland sind?“ oder „Ist der Kopfsalat frisch geerntet?“. Bei letzterer Frage wurde der von der Händlerin „aufgeführte“ Sprechakt („Wollen Sie noch einen frischen Salat mitnehmen?“) von der Kundin bei näherer Betrachtung der Ware – der grüne Salat lag schon etwas mitgenommen in der Mittagssonne – durch eine gezielte Erkundigung hinterfragt. Damit wird die Händlerin zum einen in ihrer Fachkompetenz begrenzt – kann sie die Aussage treffen, wann ein Salat frisch ist und wie ein frischer Salat auszusehen hat? – und zum anderen wird ihr eventuell eine negativ ausgelegte Verkaufsabsicht unterstellt – sie will den nicht mehr ganz frischen Salat heute noch verkaufen.

Das Empfinden der Diskrepanz zwischen Realität und *performance* wird daher in den meisten Fällen zu einem für den *performer* nicht zufriedenstellenden Ergebnis der Interaktion führen. Dieser ist daher darauf bedacht, dass das von ihm gewählte *setting* und seine *performance* im Einklang miteinander stehen und ein schlüssiges Gesamtbild und damit guten Eindruck beim Gegenüber hinterlassen. Nur in diesem Fall kann der Abschluss der Interaktion von Erfolg für beide Parteien gekrönt sein.

Neben dem Verkaufsgespräch gehören zum Arbeitsalltag einer Standbesitzerin oder eines Standbesitzers viele weitere Tätigkeiten, die oft im Verborgenen bleiben. Hierzu zählen unter anderem die Beschaffung der Ware, das Entgegennehmen der Lieferungen, das eigene Anliefern, das Auf- und Abbauen der Standl und damit die Präsentation der Ware, aber auch die Buchhaltung und das Führen des Unternehmens. Mit diesem vielfältigen

Aufgabenbereich in ihrer alltäglichen Arbeit trugen die Verkäufer:innen auf dem Markt zu einer Verkaufs- und Markttradition bei, die bis heute besteht. In einer Ausgabe des „Sonntagsblatt“ beschreibt die Verfasserin diese Tradition als Grundstein für die Verleihung der Bezeichnung „Immaterielles Kulturerbe“ der UNESCO:

„Die Markttradition des Münchner Viktualienmarkts als Handelsbrauch gehört seit 2017 zum immateriellen Kulturerbe in Bayern. Das Bayerische Staatsministerium für Wissenschaft und Kunst begründete seine Entscheidung damit, dass der Münchner Viktualienmarkt für viele Münchner nahezu "selbstverständlich zum Alltag gehört und sich als identitätsstiftend erweist." Seit Generationen würden es die Händler verstehen, geschickt auf ihre Kundschaft einzugehen und ihre Waren zu verhandeln“.⁴⁹⁹

In diesem Zitat wird damit gleichfalls auf die identitätsstiftende Funktion des Marktes verwiesen, die in dieser Arbeit aufgegriffen wurde und zu der die Händler:innen einen deutlichen Beitrag leisten.

Doch der Viktualienmarkt in München ist nicht die einzige Bühne, auf der Marktleute ihre Ware zum Verkauf anbieten, dadurch eine einzigartige Atmosphäre schaffen und gleichzeitig eine einmalige Markttradition mitgestalten können. Vor allem in der Gegenüberstellung mit einem weiteren Markt, der als „riesengroße Bühne“⁵⁰⁰ bezeichnet wird, treten die Besonderheiten des Viktualienmarktes und seiner Akteur:innen deutlich hervor.

5.7. Gegenüberstellung: Der Naschmarkt in Wien

„Einen Vergleich mit dem Wiener Naschmarkt braucht der Viktualienmarkt nicht zu scheuen“.⁵⁰¹

Bei der Analyse der Bewertungen über den Viktualienmarkt auf verschiedenen Onlineportalen sowie gleichzeitig auch im Gespräch mit den touristischen Besucher:innen auf dem Markt im Rahmen meiner Tätigkeit als Stadtführerin fällt auf, dass der Viktualienmarkt in München häufig mit dem Wiener Naschmarkt verglichen wird. Warum

⁴⁹⁹ Dimmerling, Rahel: Viktualienmarkt München zählt zum „immateriellen Kulturerbe“ in Bayern. In: Onlineausgabe Sonntagsblatt vom 19. September 2018. URL: <https://www.sonntagsblatt.de/artikel/kultur/viktualienmarkt-muenchen-zaehlt-zum-immateriellen-kulturerbe-bayern> [10.02.2023].

⁵⁰⁰ Lynn 1999. S. 7.

⁵⁰¹ Bewertung auf der Online Plattform „Tripadvisor“ von Januar 2011. URL: https://www.tripadvisor.de/Attraction_Review-g187309-d191297-Reviews-Viktualienmarkt-Munich_Upper_Bavaria_Bavaria.html [25.12.2022].

war nun ausgerechnet der Naschmarkt in Wien mit dem Viktualienmarkt sozusagen in Konkurrenz getreten?

Aus historischer Perspektive gibt es bereits einige Parallelen zwischen den zwei Märkten. Wie in München sorgte ein stetiges Bevölkerungswachstum in Wien seit dem 13. Jahrhundert zu einer steigenden Nachfrage nach Lebensmitteln. Um die Versorgung der Bürger:innen zu gewährleisten, wurden erste Märkte in Wien abgehalten, noch bevor Wien zur Stadt erhoben wurde.⁵⁰² Die erste schriftliche Erwähnung des heutigen Naschmarktes findet sich in einem Dokument aus dem Jahr 1791: „In der Wiener Marktordnung wird erstmals ein Markt *ausser dem Kärntnerthor vor dem fürstlichen Starhembergischen Freyhaus* erwähnt. Erlaubt war der Verkauf von *Mehl, Taubenfutter und alls [sic] Gattungen Hülsenfrüchte*“.⁵⁰³

Bereits ein Jahr später wird in der Marktordnung auch Gemüse und Obst erwähnt. Der Markt am Kärntnertor ist daher in seinem Ursprung als „Grüner Markt“ dem Viktualienmarkt nicht unähnlich. Dieser Markt wird umgangssprachlich von den Wiener:innen als „Aschenmarkt“ bezeichnet. Dieser Ausdruck bezog sich auf die Eimer, die aus Eschenholz gefertigt waren und in denen allerlei – vor allem Milch – transportiert werden konnte. Aus der Esche wurde die Asche, aus dem Aschmarkt im Laufe der Zeit der Naschmarkt.

Eine weitere Parallele mit dem Münchner Markt ergibt sich aus der Lage des Naschmarktes. Eine ausführliche Übersicht der historischen Wurzeln des Marktes ist in Michael Lynns Werk „Der Wiener Naschmarkt – Die Anatomie des Genießens“ aus dem Jahr 1999 zu finden.⁵⁰⁴ Hier wird beschrieben, dass sich der erste Markt auf einer Freifläche befand, die an das im Jahre 1529 ausgebrannte Heiligen-Geist-Spital am Fluss Wien grenzte. Nach der Belagerung durch die türkischen Truppen wurde auf dieser Fläche der erste Markt vor dem Kärntnertor eingerichtet. Dieser befand sich daher, wie der Viktualienmarkt, auf dem ehemaligen Gelände eines Heilig-Geist-Spitals.⁵⁰⁵

Im Kern handelte es sich bei beiden Märkten um einen Bauernmarkt mit unbefestigten Ständen, an denen die bereits erwähnten „Fratschlerinnen“ ihre Ware feilboten. Eine

⁵⁰² Im Jahre 1192 verlieh Herzog Leopold V. ein Handelsprivileg für die Wiener Märkte, erst sechs Jahre später wurde Wien zur Stadt erhoben. Vgl. Lynn 1999. S. 48.

⁵⁰³ Beyerl 2009. S. 15.

⁵⁰⁴ Vgl. Lynn 1999.

⁵⁰⁵ Ebd., S. 51-52.

interessante Erklärung, warum die weiblichen Verkäuferinnen alsbald das Marktgeschehen dominierten, findet sich in einem Zitat des Zeitchronisten Wilhelm Kisch aus dem Jahr 1910:

„In früheren Zeiten und eigentlich noch bis in die Märztag gab es bei den Verkaufsständen mehr Männer als Weiber, es waren die Sauerkräutler, Höckler (Obstler), und Grünzeugleut, die man mit dem allgemeinen Namen ‚Fratschler‘ zu bezeichnen pflegte, und später verdrängten die Weiber das stärkere Geschlecht und beherrschten mit souveräner Machtfülle den ganzen Platz. Sie hatten meist originelle Spitznamen z.B. ‚Maschansker-Kadl‘, ‚Krawall-Minerl‘, ‚Wäscher-Tonerl‘, ‚Fischkopf-Reserl‘ etc. Einige derselben leben noch heute im Munde des Volkes fort und noch heute erzählt man sich von den drei berühmten Familien: die Wäscherleut, die Stallterleut und Haverschesserleut. Aber überall diese ragte hoch empor die ‚Haverschesser Maridl‘, sie war die lauteste von allen, ein Ausbund der Verwegenheit, ein Prototyp des weiblichen Raufbolds vom Grunde, nicht 10 Männer konnten sie bändigen und keine Patrouille vermochte sie zu arretieren“.⁵⁰⁶

Der Verfasser gibt zwar keinen Hinweis auf das Zeitfenster, in dem sich dieser Wandel vollzog, es bleibt jedoch festzuhalten, dass die Marktweiber auch auf dem Naschmarkt ein strenges Regiment führten.⁵⁰⁷ Und eine mögliche Erklärung für die zunehmende Zahl an Verkäuferinnen auf dem Bauernmarkt ist die Tatsache, dass vor allem die Männer mit der schweren Feldarbeit betraut waren und daher den Frauen mehr Zeit zur Verfügung stand, in die Städte zu fahren und die Ware zum Verkauf anzubieten.

Wie auch der ursprüngliche „Grüne Markt“ in München begann der Naschmarkt schnell anzuwachsen. Durch die Zuschüttung des Mühlbaches Mitte des 19. Jahrhunderts wurde die Marktfläche deutlich erweitert. Während die Debatte um den Abriss des Viktualienmarktes und den Bau einer Markthalle an seiner Stelle in München erst vor wenigen Jahren stattfand, wurde in Wien bereits Mitte des 19. Jahrhunderts die Entstehung einer solchen Halle diskutiert. Die Einwohner:innen Wiens sprachen sich allerdings gegen das Bauvorhaben aus, daher wurde der Naschmarkt nach den Plänen des Städteplaners Otto Wagner auf den eingewölbten Wienfluss verlegt. Nach dem Ersten Weltkrieg konnten dann auf dem heutigen Standort an der Kettenbrückengasse die ersten festen Buden bezogen werden; die Standlösung anstelle einer Halle wurde damit umgesetzt. Direkt neben dem Gelände wurde die Wiener Großmarkthalle errichtet. Doch auch dieser fehlte – wie der Schrannehalle in München – die Eisenbahnanbindung und sie wurde deshalb nach Inzersdorf umgesiedelt.

⁵⁰⁶ Beyerl 2009. S. 17.

⁵⁰⁷ Vgl. Lynn 1999. S. 61.

Diese Umsiedlung fand allerdings erst im Jahre 1977 statt, was der Autor Beppo Beyerl mit der Aussage „[I]n Wien braucht’s von der Erkenntnis eines Nachteils bis zu seinem Verschwinden mitunter Jahrzehnte“⁵⁰⁸ kommentiert.

Nach dem Zweiten Weltkrieg befand sich der Naschmarkt dann in einer ähnlichen Situation wie sein Münchner Vetter: In Wien wurde der Bau einer Schnellstraße verkündet, die zur Auflösung des Marktgeländes geführt hätte, das nach dem Krieg aus eilig zusammengestellten und wiederaufgebauten Buden bestand. In den 1970er Jahren wurde ein Teil des Geländes als Parkplatz ausgewiesen, dem Bau der Schnellstraße schien nun endgültig nichts mehr im Weg zu stehen. Die Rettung hatte der Naschmarkt einer Eigeninitiative der Anwohner:innen zu verdanken, die sich gegen die Baupläne aussprachen sowie einer parallel dazu erschienenen Studie, die an der Machbarkeit der Pläne zweifelte. So blieb der Naschmarkt letzten Endes erhalten und wurde in den 1990er Jahren komplett instand gesetzt. Ab 2010 wurde die Sanierung des Kanalnetzes und der Abfallwirtschaft durchgeführt.⁵⁰⁹

Der heutige Markt

In der Dokumentation „Im Bauch von Wien – der Naschmarkt“ aus dem Jahr 2012 unter der Regie von Michael Seeber und Stefano Tealdi wirft das Filmteam neben den Märkten in Lyon, Turin, Budapest und Barcelona auch einen Blick auf den Naschmarkt in der österreichischen Hauptstadt.

Der heutige Naschmarkt wird als „eine sinnliche Ansammlung höchst appetitlicher Lebensmittel“ bezeichnet, sozusagen „eine kleine Stadt des Essens“ inmitten der Wiener Altstadt.⁵¹⁰ Dieser Markt unterscheidet sich vom Münchner Viktualienmarkt, räumlich betrachtet, vor allem durch die Anordnung der Buden. Sind diese auf dem Viktualienmarkt in einzelnen Abteilungen angeordnet und auf einer nicht einheitlich gegliederten Fläche verteilt, so ist die Anordnung auf dem Naschmarkt parallel an zwei Hauptstraßenzügen erfolgt. So entsteht eine nördliche und eine südliche Geh-Zeile.

⁵⁰⁸ Beyerl 2009. S. 21.

⁵⁰⁹ Vgl. Dimitz 2015. S. 15.

⁵¹⁰ Im Bauch von Wien – der Naschmarkt. 2012. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=V53tOTNNjes> [02.02.2023].



511

An der nördlichen Geh-Zeile finden sich vor allem gastronomische Betriebe:

„Um den Marktcharakter zu erhalten, wurde die Vergabe von Gastronomie-Bewilligungen auf die nördliche Geh-Zeile eingeschränkt, was jedoch dazu führte, dass auch bestehende Marktstände dort in die Gastronomie wechselten. So entwickelte sich nach und nach eine Gastronomie-Zeile neben einer Marktzeile, administrativ nur schwierig zu trennen, da die Stände häufig unter demselben Besitzer firmierten. Zugleich veränderte sich auch das Angebot auf dem Markt: Hochpreisige Produkte, die weniger Kühl- und Stauraum benötigen (Wein, Käse, Schokolade, ...) nahmen zu Ungunsten von lager- und stauraumintensiven billiger preisigen Angeboten überhand (Gemüse, Obst, Frischfleisch). Der ständige Platzmangel führte zu [...] einer zusätzlichen Verringerung der Angebotsvielfalt [...]. Der Markt entwickelte sich also langsam zu einer höher gepreisten ‚Ess-Zeile‘, welche jeden Tourismusprospekt ziert“.⁵¹²

Der vom Direktor des Mariahilfer Bezirksmuseums Erich Dimitz angesprochene Kritikpunkt des Wegfalls der Angebotsvielfalt ist mir persönlich bei einem Besuch des Naschmarktes im Rahmen eines Forschungsaufenthaltes in Wien im Oktober 2022 ebenfalls ins Auge gefallen. Mein erster Eindruck des Naschmarktes war der einer gastronomisierten Freifläche, auf der sich Lokal an Lokal reiht. Da zuerst die nördliche Geh-Zeile absritten wurde, stellte sich nach einigen hundert Metern eine erste Enttäuschung ein, hatte ich doch einen Freiluftmarkt erwartet und stieß nun auf eine reine Restaurant-Zeile. In der später erfolgten

⁵¹¹ Eigene Fotografie der Südlichen Geh-Zeile auf dem Naschmarkt.

⁵¹² Dimitz 2015. S. 29.

Reflexion dieses Besuches wurde mir diese falsche Erwartungshaltung bewusster, die im Rückblick auch das Urteil über den Rest (und damit die südliche Geh-Zeile) des Marktes etwas trübte, hatte ich doch auch hier den Eindruck einer eher einseitigen Besetzung der Stände, die vor allem aus orientalischen Trockenfrüchten und Antipasti bestand. Nur auf kürzeren Teilabschnitten findet man – wie ursprünglich erwartet – traditionelle Stände wie Metzgereien, Blumengeschäfte oder Obstbuden. Mein Eindruck hinsichtlich der Angebotsvielfalt wurde allerdings – wenn auch nur zufällig – durch Besucher im Vorbeigehen bestätigt, die sich mit einem „Aber der Viktualienmarkt in München ist schon interessanter, da gibt es mehr Auswahl“ in der engen Geh-Zeile an mir vorbeischieben. Der Vergleich zwischen dem Naschmarkt in Wien und dem Münchner Viktualienmarkt scheint daher auf beiden Seite stattzufinden.

Ein Blick auf die auf dem Markt als Aushang verfügbare Übersicht der einzelnen Stände des Naschmarktes bestätigt den Eindruck des etwas homogenisierten Angebots ebenfalls: Dort finden sich hauptsächlich mediterran klingende Standnamen. Lynn schreibt hierzu: „Das anstrengende Leben als Marktstandler haben viele eingesessenen Wiener kampflos den ‚Zug´rasten‘ überlassen“.⁵¹³

Einheimische Ware findet man vor allem jeden Samstag auf dem zusätzlich stattfindenden Bauernmarkt auf dem sogenannten Landparteienplatz in der Nähe des Flohmarktes, auf dem lokale Produkte von den Höfen aus der Region verkauft werden. Direkt daran anschließend befindet sich eine Parkfläche, auf der ebenfalls samstags ein Flohmarkt abgehalten wird.

Eine weitere Parallele zum Viktualienmarkt ist das Kontrollorgan des Naschmarktes. So wie in München die Marktaufsicht auf den Märkten kontrolliert, so hat auch in Wien das Marktamt die Verantwortung über die Einhaltung der Marktsatzung und des Regelwerkes. Das Amtsgebäude befindet sich direkt auf dem Gelände des Marktes, von dem aus Kontrollen der ansässigen Gewerbe durchgeführt werden. Wie in München wurde der Aufgabenbereich des Marktamtes und damit der Marktaufsicht stetig erweitert: Gab es bis ins 18. Jahrhundert noch die Unterteilung der Berufsgruppen in zum Beispiel „Brotbeschauer“ oder „Weinverkoster“, so wurden diese Tätigkeiten bald unter dem Begriff „Vereinigte Marktpolizei-Aufsichtsanstalt“ zusammengefasst und umgestaltet. Die Aufgabe

⁵¹³ Lynn 1999. S. 26.

der Marktaufsicht war es nun, vor allem die Einhaltung der Marktsatzung zu gewährleisten und die gleichzeitig steigenden Standards in der Lebensmittelhygiene durchzusetzen.⁵¹⁴

Die Dienststelle des heutigen Marktamtes auf dem Naschmarkt befindet sich am Ende des Marktgeländes, in dem die zentrale Marktamtsdirektion untergebracht wurde:

„Die ‚Marktkommissäre‘ sind ständig auf der Jagd nach Verstößen gegen eine Flut von Vorschriften, die von der Preisauszeichnung bis zum Krümmungsradius der Salatgurke theoretisch das gesamte Leben von Institutionen wie dem Naschmarkt regeln, in der Praxis aber... – nun ja: Niemand lässt sich gern bei einer Verwaltungsübertretung oder Schlimmerem erwischen und der Sinn mancher Vorschrift liegt im gnädigen legistischen Halbdunkel. Entsprechend kurzweilig gestaltet sich so mancher Ausflug des Beamten in die tägliche Realität“.⁵¹⁵

Gleichzeitig wird in Lynns Text eine gute Zusammenarbeit zwischen den Standler:innen und den Behörden erwähnt, welche sich im alltäglichen Ablauf auf dem Markt durch einen reibungslosen Ablauf des Marktgeschehens zeigt. Auch wurden Veränderungsvorschläge der Standbesitzer:innen in der Vergangenheit oft von der Marktaufsicht aufgegriffen oder unterstützt, so dass sich neue Konzepte umsetzen ließen.

Eine weitere Ähnlichkeit zeigt sich in der bereits erwähnten Sanierung des Marktes, welche in den Jahren 2010 – 2015 geschah. Diese Oberflächensanierung änderte jedoch das Gesicht des Marktes nicht, sondern war vor allem auf Barrierefreiheit und die Erneuerung der sanitären Anlagen ausgerichtet. Daher kann man auch in diesem Fall von einer sanften Sanierung sprechen, wie sie auf dem Viktualienmarkt geplant ist.

Es gibt also einige Gemeinsamkeiten zwischen dem Viktualienmarkt in München und dem Naschmarkt in Wien, die eine Gegenüberstellung rechtfertigen. Der Vergleich mit einem anderen Markt ermöglicht es somit, die Besonderheiten des Viktualienmarktes für die Forschung noch einmal klarer herausarbeiten zu können. Gibt es einige Eigenschaften, die Märkten an sich eingeschrieben sind, beziehungsweise sich an jedem beliebigen Markt finden lassen, wie die Nutzung eines Marktgeländes nicht nur als Verkaufsort, sondern gleichzeitig als Treffpunkt und kommunikativem Ort, so hebt der Viktualienmarkt in München sich in der Gegenüberstellung mit anderen Märkten deutlich ab.

⁵¹⁴ Vgl. ebd., S. 211-213.

⁵¹⁵ Ebd., S. 216.

Seine interessante historische Entwicklung, seine enge Verwobenheit mit der Stadt München und ihrer Gründungsgeschichte, sein Status als einer der größten Freiluftmärkte Europas und immaterielles UNESCO-Kulturerbe, seine Angebotsvielfalt mit traditionellen als auch modernen Buden, seine Vielzahl an Standbesitzer:innen und Verkäufer:innen, die teilweise erst seit einigen Monaten, teilweise seit Generationen auf dem Markt arbeiten, seine Mischung aus einheimischen und touristischen Besucher:innen – all diese Aspekte lassen den Viktualienmarkt herausstechen und machen ihn zu einem Forschungsobjekt von Belang.

Die zuletzt genannte Gruppe der touristischen Besucher:innen ist es auch, die deutlich einen weiteren Überschneidungspunkt der beiden Märkte aufzeigt. Die Funktionen des Naschmarktes als auch des Viktualienmarktes als Orte des Tourismus sind unumstritten.

Abweichend von der Gruppe der Händler:innen und dem Markt als identitätsstiftendem Raum, der sich in dauernder Wechselwirkung mit den in ihm agierenden Subjekten befindet, leistet die Gruppe der touristischen Besucher:innen lediglich temporäre „Identitätsarbeit“ im Raum. Der Sozialgeograph Andreas Pott sieht in der Praxis des Reisens eine Möglichkeit für das Individuum, in eine neue Rolle zu schlüpfen und somit ein „identity-switching“ zu betreiben.⁵¹⁶

Er sieht den Tourismus als identitätsstiftende Praxis, „sind doch Identitätssuche und Identitätsbestätigungen bestimmende Motive für die Urlaubsreise [...]. Identitätsstiftend [...] fungiert sowohl die touristische Praxis der Camping-Touristen, die ihre ‚eigene Welt‘ (einschließlich Tageszeitung und Fernsehprogramm) vor der Kontrastfolie des Urlaubsortes (er-) leben, als auch diejenige der klassischen Städtetouristen, die auf ihr Bildungsbedürfnis mit Kulturbesichtigung und -aneignung reagieren und sich auf diese Weise persönlich (weiter-) bilden“.⁵¹⁷

Da touristische Reisende als Akteur:innen auch auf dem Viktualienmarkt in München in großer Zahl vertreten sind, soll im nächsten Kapitel sowohl auf die Frage nach der Definition des Tourismus als auch auf seine geschichtliche Entwicklung sowie seine Bedeutung für den Markt in München eingegangen werden.

⁵¹⁶ Vgl. Pott 2007. S. 71.

⁵¹⁷ Ebd., S. 72.

6. Der Viktualienmarkt als touristischer Raum

„Der Viktualienmarkt gehört sicher zu den schönsten [...] Märkten in Deutschland“.⁵¹⁸

Diese Aussage aus einem München-Reiseführer spricht dem Viktualienmarkt bereits eine besondere Rolle unter den Münchner Sehenswürdigkeiten zu. Diese bestätigt sich auch in den hohen Besucherzahlen auf dem Markt. Immerhin bilden die Tourist:innen aus aller Welt – vor allem in den Sommermonaten – eine der größten Gruppen an Besucher:innen auf dem Gelände. In jedem mir bekannten einschlägigen Reiseführer wird der Viktualienmarkt als ein „Must-See“ der Stadt aufgeführt. Auch auf Online-Portalen wie der Seite „Tripadvisor“ werden Münchner Sehenswürdigkeiten bewertet und weiterempfohlen. Hier wird der Markt von den User:innen des Portals als „ein Markt der besonderen Klasse“, mit einer Eignung zur „Entdeckungsreise“ beschrieben, der „ein paar richtige Originale“ aufweist und daher einen Besuch wert zu sein scheint.⁵¹⁹

Auch im Werk „Glücksorte in München“ darf der Viktualienmarkt nicht fehlen: „Seit mehr als 200 Jahren ist der Viktualienmarkt Aushängeschild für München wie das Bier für die Wiesn oder die Lederhosen für Bayern [...]. Nicht zuletzt das macht ihn zum Anziehungspunkt für die Massen und zum Touristen-Hotspot Nummer 1“.⁵²⁰ Und in der Reihe der Marco Polo-Reiseführer ist zu lesen: „Münchens größter und ältester Lebensmittelmarkt hat sich noch was von der viel beschworenen Gemütlichkeit und Atmosphäre bewahrt. Er steht für hohe Qualität und ebensolche Preise“.⁵²¹

Die Autorin des Dumont-Reiseführers sieht die performative Seite des Marktes zwar durchaus kritisch, schreibt jedoch:

„Vom rustikalen Charme der Prinzregentenzeit ist heute wenig geblieben, und selbst die derben Sprüche der Marktleute klingen eher nach Volkstheater. Trotzdem ist der Viktualienmarkt ein einzigartiges Fleckchen, an dem die Sinne zelebriert werden, als ob es kein Morgen gäbe. Und selbst

⁵¹⁸ Wigand (2009) 2022. S. 120.

⁵¹⁹ Website „Tripadvisor“. URL: https://www.tripadvisor.de/Attraction_Review-g187309-d191297-Reviews-Viktualienmarkt-Munich_Upper_Bavaria_Bavaria.html [26.08.2022]

⁵²⁰ Beer / Gentner 2019. S. 22.

⁵²¹ Danesitz / Forster / Wulkow 2020. S. 90.

wer hier nichts kauft, gewinnt doch einen tiefen Einblick in die Vielfalt der Stadt, ob das nun ihre Menschen oder ihre Kartoffelsorten angeht“.⁵²²



Im Baedeker Reiseführer, einem der ältesten Reiseführerreihen und einem direkten Nachfahren der Apodemiken des 18. Jahrhunderts⁵²⁴, wird den Leser:innen folgender Hinweis erteilt: „Der Bauch der Stadt ist der Markt zwischen der Heilig-Geist-Kirche und der Frauenstraße ganz sicher, vielleicht aber auch das Herz... weshalb die UNESCO ihm den Rang eines ‚immateriellen Kulturerbes‘ verliehen hat. Ein Bummel über den Viktualienmarkt gehört zum München-Erlebnis einfach dazu“.⁵²⁵

Der Markt als eines der touristischen Kernstücke der Münchner Altstadt war während der Pandemie zwar ebenfalls vom Wegfall der touristischen Besucher:innen betroffen, konnte jedoch dafür einen Zuwachs an einheimischen Kund:innen verzeichnen. „Jetzt ist es ein Markt für die Münchner“ titelte die Süddeutsche Zeitung im November 2020.⁵²⁶ Neben dem Kochen als neu gefundenem Hobby konnte ich beobachten, dass Münchner:innen durch den Ausfall touristischer Reisen auch auf den Markt kommen, um die eigene Stadt wieder neu zu entdecken. Durch die fehlenden Touristenströme, die vor allem in den Sommermonaten die Fortbewegung auf dem Marktgelände erschweren, gestaltete sich ein kurzer Marktbummel

⁵²² Fazekas (2019) 2022. S. 29.

⁵²³ Eigene Fotografie der Abteilung IV mit blühenden Kastanien im Hintergrund.

⁵²⁴ Vgl. Kutter in: Bausinger / Beyrer / Korff 1991. S. 38-47.

⁵²⁵ Abend 2018. S. 252.

⁵²⁶ Anlauf, Thomas: Jetzt ist es ein Markt für die Münchner. In: Onlineausgabe Süddeutsche Zeitung (SZ.de) vom 28. November 2020. URL: <https://www.sueddeutsche.de/muenchen/muenchen-viktualienmarkt-kunden-1.5129806?print=true> [19.02.2021].

nun um einiges angenehmer. Die ausbleibenden Tourist:innen brachten allerdings einige Marktleute auch in Bedrängnis, vor allem die Souvenirstände, wogegen Lebensmittel- und Blumenstände schon immer auf einheimische Kundschaft gesetzt haben.

So beschreibt Marktfrau Elke Fett ihren Stand mit den selbstgemachten Duftschmankerln als „Touristenfalle“⁵²⁷ und bezieht sich mit dieser Aussage auf die Vorteile der nicht-verderblichen Waren gegenüber den frischen Lebensmitteln: Die touristischen Besucher:innen auf dem Markt können frische Lebensmittel direkt verzehren, als Souvenir oder Mitbringsel für die Daheimgebliebenen wird sich jedoch eher für eine länger haltbare und leicht zu transportierende Alternative entschieden.

Durch die Beschaffenheit ihres Sortiments sind die Andenkenläden und die Buden in der „Duftgasse“ im Gegensatz zu anderen Ständen nicht in zu großem Maße von der einheimischen Stammkundschaft abhängig. Die Ausrichtung auf die Tourist:innen als Käufergruppe birgt allerdings die Gefahr eines fast kompletten Geschäftsverlustes, wenn dieser Kundenstamm wegfällt, wie es beispielsweise während der Pandemie der Fall war. Daher war trotz des Zuwachses an lokalen Kunden in der Tageszeitung vielfach von einer „bedrückenden Corona-Stimmung“ auf dem Markt die Rede.⁵²⁸

Im Sommer 2022 verbesserte sich die Lage auf dem Markt, die Zahl der Besucher:innen insgesamt stieg an und unter ihnen sind nun auch wieder vermehrt touristische Gäste vertreten. Um die Entwicklung des modernen Tourismus und die damit verbundene wissenschaftliche Auseinandersetzung mit dieser Thematik besser verstehen zu können, müssen die Wurzeln des touristischen Reisens und seine Anfänge in München dargelegt werden.

6.1. Ein kurzer Blick: Die historische Entwicklung des Tourismus

Im Jahr 1769 stand ein astronomisches Großereignis an, der sogenannte Venus-Durchgang, mit dessen Hilfe die Astronomen den genauen Abstand der Erde zur Sonne vermessen wollten. Von Europa aus wurden mehrere Expeditionen in die ganze Welt gesandt, um

⁵²⁷ Vgl. Menschen in München 2012. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=2gfv2DKpEoU> [03.02.2023].

⁵²⁸ Meyer, Christina / Karowski, Sascha: „Es ist ganz traurig“: Bedrückende Corona-Stimmung auf dem Viktualienmarkt – dann brennt es auch noch. In: Onlineausgabe tz (tz.de) vom 13. April 2020. URL: <https://www.tz.de/muenchen/stadt/altstadt-lehel-ort43327/muenchen-viktualienmarkt-brand-sanierung-coronavirus-eindrucke-staende-paechter-covid-19-bayern-zr-13612936.html> [01.02.2023].

dieses Ereignis von den verschiedensten Blickwinkeln aus vermessen zu können. Auch in der Großstadt London bereitet sich ein Team von Wissenschaftlern auf ihre große Reise vor:

„Die Royal Society scheute weder Kosten noch Mühen und entsandte den bekannten Astronomen Charles Green nach Tahiti. Es wäre jedoch Geldverschwendung gewesen, eine wissenschaftliche Expedition in eine derart weit entfernte und unbekante Gegend zu schicken, um eine einzige astronomische Beobachtung zu machen. Also wurde Green von acht weiteren Wissenschaftlern aus verschiedenen Disziplinen begleitet, allen voran die Botaniker Joseph Banks und Daniel Solander. Mit von der Partie waren außerdem einige Maler, die Inseln, Pflanzen, Tiere und Menschen zeichnen sollten, denen sie auf ihrer Reise begegneten. Die Expedition wurde mit neuesten wissenschaftlichen Geräten ausgestattet, die Banks und die Royal Society angeschafft hatten. Das Kommando führte Kapitän James Cook, ein erfahrener Seemann, Geograph und Ethnograph. Die Expedition stach 1768 von England aus in See, beobachtete wie geplant 1769 den Venusdurchgang auf Tahiti, erkundete verschiedene Pazifikinseln, besuchte Australien und Neuseeland und kehrte 1771 beladen mit Bergen von astronomischen, geographischen, botanischen, zoologischen und anthropologischen Daten aus dem Pazifik, Australien und Neuseeland wieder nach Hause zurück. Die Bedeutung der Cook-Expedition lässt sich gar nicht hoch genug einschätzen. Mit ihren Funden brachte sie zahlreiche Disziplinen voran, und mit ihren wundersamen Geschichten aus dem Südpazifik beflügelte sie die Fantasie der Europäer und inspirierte Generationen von künftigen Wissenschaftlern [...]. Cooks Expedition hatte jedoch auch eine dunkle Seite. Cook war nicht nur ein erfahrener Seemann und Geograph, er war auch ein Offizier der Marine. Diese gab ihm 85 gut bewaffnete Matrosen und Soldaten mit und rüstete sein Schiff mit Kanonen, Musketen, Schießpulver und anderen Waffen aus [...]. Cook beanspruchte viele der von ihm ‚entdeckten‘ Inseln für die britische Krone, allen voran Australien. Seine Expedition legte den Grundstein für die britische Besetzung des Südwestpazifiks, die Eroberung Australiens, Tasmaniens und Neuseelands, die Besiedlung der neuen Kolonien durch Millionen von Europäern und die Auslöschung der einheimischen Kulturen und der meisten Ureinwohner“.⁵²⁹

Diese erste Expedition unter Leitung von Captain James Cook ist ein Paradebeispiel für den Ursprung des Reisens. Lagen die Reiseziele des Mittelalters noch in meist näherer Umgebung und wurden in vielen Fällen in Form einer Pilgerreise angestrebt, so setzen mit dem Aufstieg Europas zur Großmacht die ersten Fernreisen ein. Die Wurzeln dessen, was wir heute als

⁵²⁹ Harari (2011) 2019. S. 337-339.

Tourismus bezeichnen, gehen daher aus einer westlichen, europäischen Sichtweise auf das Reisen als eine Form des „Entdeckens“ zurück.

„Travel in the form of exploration“⁵³⁰ war für den Kulturgeographen Mike Crang der Ursprung des Reisens.⁵³¹ Es war ein Reisen in unbekannte Gebiete, in ferne Länder, in noch unangetastetes Terrain, das es zu erforschen und zu kartographieren galt. Vor allem aus europäischer Sicht war das Reisen zum einen schon immer Mittel zum Zweck, dessen Ziel die Besiedelung neuer Landstriche darstellte, und zum anderen eine Sehnsucht nach Abenteuern in unbekanntem Gelände. Vor allem letzteres traf auf die Teilnehmer dieser ersten Fernreisen zu und war in den meisten Fällen mit dem Streben nach Wissen verbunden. Im Wettstreit der Kolonialmächte wurden Reisen unternommen, um neue Gebiete für Krone oder Vaterland zu entdecken und diese zu besiedeln, bevor die Konkurrenz dort Einzug halten konnte. Ganze Flotten wurden in der Hoffnung entsandt – man denke an die spanische Krone und die von ihr finanzierten Expeditionen wie die Reise von Christoph Kolumbus – irgendwo in der Ferne große Reichtümer entdecken zu können. Aus geschichtlicher Perspektive sind die Anfänge des Reisens von besonderer Bedeutung, denn wenn die europäischen Herrscher kein Interesse an der Eroberung neuer Gebiete und damit an neuen Einnahmequellen gehabt hätten und europäische Wissenschaftler ihr Wissen nicht hätten ausbauen wollen, sondern weiterhin auf die Erkenntnisse der Bibel vertraut hätten, wäre der moderne Tourismus in seiner heutigen Form wohl nie entstanden oder würde sich heute ganz anders gestalten.

An dieser Stelle muss sich ebenfalls die Frage nach der Unterscheidung zwischen „Reisen“ und „Tourismus“ gestellt werden. Laut Andreas Pott liegt dieser Unterschied hauptsächlich in der Motivation der Reisenden:

„Die erwartete Gefühlsbildung war oft nur vage vermittelt; man meinte zu reisen um des Reisens willen. Dies hervorzuheben ist wichtig, denn auch ältere Reiseformen wie die Pilger-, die Bäder- oder die Bildungsreise enthielten bereits Elemente (z.B. Alltagsdistanz, Vergnügen, hoher Organisationsgrad), die touristisch genannt werden könnten. Sie dienten jedoch im Vergleich zu der sich aus der bürgerlichen Bildungsreise entwickelnden romantischen Reise dem klar umrissenen Erwerb von (immateriellen) Gütern (Seligkeit, Gesundheit, Wissen). In diesem Erwerbszweck waren

⁵³⁰ Vgl. Crang in: Atkinson / Sibley / Jackson / Washbourne (2005) 2007. S. 34-40. Hier: S. 34.

⁵³¹ Vgl. ebd., S. 34-40.

sie mittelalterlichen Reiseformen wie der Wanderschaft junger Handwerksgesellen, der Handels- oder der Entdeckungsreise vergleichbar [...]. Der Zweck der [...] bürgerlichen Bildungsreise [...] war noch ‚Humanität‘ im Dienste des Fortschritts, im Dienste der ‚Perfektibilität‘ des Menschen, gewesen. Von diesem humanistischen Bildungszweck war die romantische Reise entlastet [...].⁵³²

Aus der romantischen Reise entwickelte sich ab Mitte des 18. Jahrhunderts der moderne Tourismus, der im Unterschied zu früheren Formen des Reisens nicht mehr primär „auf Erwerb (von Gesundheit, Wissen, Seelenheil) gerichtet“⁵³³ war. Zudem wird der moderne Tourismus zunehmend organisiert, sei es durch Transportunternehmen, Reiseveranstalter oder auch Herausgeber von Reiseführern. Zugleich geben diese organisatorischen Strukturen räumliche Differenzierungen vor, indem sie Reisegebiete abgrenzen und auszeichnen. Sie legen fest, welche Destinationen als erstrebenswerte Reiseziele bestimmt werden, was vor Ort im Speziellen als sehenswert für die Gäste erachtet wird und welche touristische Zielgruppe sie zum Beispiel durch Werbekampagnen ansprechen möchten.

Somit wird der moderne Tourismus zu einem strukturierten, organisierten Ortswechsel, der die Dimension des Raumes durch die „räumliche Mobilität und Destinationsproduktion“⁵³⁴ und somit auch den Wunsch nach (räumlicher) Distanzierung vom Alltagsgeschehen abdeckt.

Andreas Pott stellt in seinem Buch „Orte des Tourismus“ ergänzend die Fragen nach gesellschaftlichen Veränderungen, die das Wachstum des modernen Tourismus begünstigten. Hier sieht der Autor die Erklärung des Tourismus als reine Erholungsreise von der fordistischen, sinnentleerten Arbeit zwar als unzureichend, da auch nicht-arbeitende Gruppen wie Rentner:innen oder Schüler:innen verreisen möchten und es sich zugleich, historisch gesehen, bei den ersten Touristen nicht um Arbeiter, sondern um adelige junge Männer handelte. Zugleich stellt er jedoch heraus, dass die durch die Industrialisierung geschaffenen Arbeitsbedingungen wie die Lohnauszahlung und die festen Arbeitszeiten – die die Abgrenzung zwischen Arbeitszeit und Freizeit bewirkten – der breiten Masse, also auch dem Mittelstand und nach dem Ersten Weltkrieg den Arbeiter:innen, die Möglichkeit gab, am Tourismus teilzuhaben.⁵³⁵

⁵³² Pott 2007. S. 56-59.

⁵³³ Ebd., S. 73.

⁵³⁴ Ebd., S. 78.

⁵³⁵ Vgl. ebd., S. 61.

Das Reisen in Deutschland

Die historischen Wurzeln des Reisens in Deutschland und damit auch des sich später herausbildenden Tourismus liegen bereits im Mittelalter. Die mittelalterlichen Reisenden machten sich im Gegensatz zu modernen Tourist:innen allerdings nicht auf der Suche nach einem Freizeitvergnügen auf den Weg; der Auslöser ihrer Reiseaktivität lag meist in Ereignissen wie einer Hungersnot oder eines Krieges. Auch die „Walz“⁵³⁶ stellte besonders für junge Männer einen Grund für das Umherreisen dar. Diese Form der handwerklichen Mobilität bildete für Gesellen, aber auch Handwerksmeister, oft die einzige Möglichkeit, die Heimat für längere Zeit zu verlassen. Seit dem 14. Jahrhundert ist die Gesellenmigration in schriftlichen Überlieferungen dokumentiert. Hierbei ist interessant, dass „in den deutschen Territorien [...] offensichtlich weniger bestimmte Routen als Kommunikationsräume eine Rolle“⁵³⁷ spielten.

Für bestimmte Berufsgruppen waren daher bestimmte Ortschaften oder Städte von Bedeutung, in denen eine Spezialisierung auf ein bestimmtes Handwerk erfolgt war – man denke an dieser Stelle an Patrick Süßkinds „Parfüm“⁵³⁸, in dem der Protagonist nach Grasse gesandt wird, um dort die Kenntnisse seines Handwerks als Parfümeur zu vertiefen oder an Johann Wolfgang von Goethes „Wilhelm Meisters Lehrjahre“⁵³⁹, in dem der junge Wilhelm Meister von seinem Vater auf Reisen geschickt wird, um den Beruf des Handelskaufmannes zu erlernen.

Neben der Walz zählen Pilgerfahrten zu den Ursprüngen des Reisens und sind bis heute noch erhalten – das Erwandern des Jakobsweges nach Santiago de Compostela hat in den letzten Jahren einen regelrechten Boom erfahren.

Laut Mike Crang finden sich aber auch abseits der noch bekannten und bereisten Pilgerwege Hinweise, dass die Wurzeln des Reisens im Pilgern liegen, sieht er doch unter anderem die Reisen der Nordeuropäer als „Sonnenanbeter“ in den warmen Süden als andere, modernere Form des „Pilgerns“ an.⁵⁴⁰

⁵³⁶ Vgl. Elkar in: Bausinger / Beyrer / Korff 1991. S. 57-61.

⁵³⁷ Ebd., S. 60.

⁵³⁸ Vgl. Süßkind 1985.

⁵³⁹ Vgl. Goethe (1795) 2009.

⁵⁴⁰ Vgl. Crang in: Atkinson / Sibley / Jackson / Washbourne (2005) 2007. S. 37.

Von der Pilgerreise zur Sommerfrische

„More importantly, both pilgrims and tourists travel in search of an authenticity that eludes them in their real lives. This authenticity might only be a vision, a feeling, a fleeting moment, but it recenters the traveler, who returns with a new perspective on the world. In the end, travel is not only about getting away, it is also about coming home“.⁵⁴¹

Die Pilger:innen reisten meist in Gruppen zu wichtigen Pilgerstätten, die entweder ein Wunder bieten konnten oder mit einer / einem Heiligen in Verbindung standen. Das Pilgern war im Mittelalter so weit verbreitet, dass die Pilgerthematik auch in der zeitgenössischen Literatur aufgegriffen wurde, unter anderem in „The Canterbury Tales“⁵⁴² von Chaucer oder bei Dante Alighieri.⁵⁴³ Bedeutung hatten die Pilgerfahrten des Mittelalters einerseits durch das Ablasswesen erhalten, das die Vergebung der Sünden und Seelenheil versprach, andererseits durch die Kraft der Reliquien, die Wunder wirkten und die Pilger:innen von Krankheiten heilen sollten. Befanden sich im Hochmittelalter die bekanntesten Pilgerstätten in Spanien, Italien und dem Heiligen Land, hier vor allem Jerusalem, so veränderte sich durch die Verwüstungen des Dreißigjährigen Krieges und die Reformationsbewegung die Pilgerlandschaft, und man konzentrierte sich zunehmend auf Pilgerstätten in der unmittelbaren Umgebung.⁵⁴⁴

Durch die Pilgerfahrten entstand auch ein Bedarf an literarischen Werken: Bereits im 15. Jahrhundert gab es erste schriftliche Aufzeichnungen der beliebtesten Pilgerrouten nach Rom, und es entstanden die ersten Pilgerführer, die den Lesenden die genauen Routen vorzeichneten und ihnen gleichzeitig nützliche Tipps für den Aufenthalt in der Stadt mit auf den Weg gaben. Gleichzeitig entstand in Konsequenz aus den Pilgerfahrten die Errichtung von Pilgerherbergen und damit den ersten Einrichtungen, die ganz auf die Versorgung von Reisenden spezialisiert waren.⁵⁴⁵

Das endgültige Ende dieser spätmittelalterlichen Pilgerfahrt legt Klaus Herbers mit der Französischen Revolution fest:

⁵⁴¹ Rosenbaum 2016. S. 243.

⁵⁴² Vgl. Chaucer (1478) 2005.

⁵⁴³ Vgl. Alighieri (1472) 2016.

⁵⁴⁴ Vgl. Herbers in: Bausinger / Beyrer / Korff 1991. S. 23-31.

⁵⁴⁵ Vgl. ebd., S. 28.

„Die Revolutions- und Koalitionskriege erschwerten Pilgerreisen, ja machten sie zu fast gefährlichen Unternehmungen. Auch nach 1815 setzte kein neuer Aufschwung ein, denn die notwendige Infrastruktur war zerstört. Die Bruderschaften, Klöster, Herbergen und Hospize existierten größtenteils nicht mehr, so dass Pilgerfahrten zu fernen Zielen höchstens noch für Individualisten möglich waren, die auch über die notwendigen Geldmittel verfügten“.⁵⁴⁶

Hinzu kam, dass die Kirche mittlerweile die Wallfahrt als Pilgerreise dem individuellen Pilgern einzelner Personen vorzog, da diese von der Kirche selbst organisiert werden konnte und in regelmäßigen Abständen durchgeführt wurde, wodurch die Zahl der Gnadenstätten und der Wallfahrtsorte stieg und der Ablasshandel erblühte.⁵⁴⁷ Diese Form der Bußprozessionen wurde nach der Französischen Revolution als „*arlequinades sacerdotales et ressemblances fanatique* (als von Priestern veranstaltete Narrenzüge und Ansammlung fanatischen Volkes)“⁵⁴⁸ gesehen und verlor in Zeiten der Säkularisation durch Verbote und die Auflösung der Infrastruktur ihre Bedeutung. Erst im 19. Jahrhundert erfuhren Wallfahrten wieder einen Aufschwung, der durch neue Transportmittel wie Eisenbahn oder Dampfschiff möglich wurde.

Wie bereits dargelegt begann mit den Pilgerreisen die erste Phase der Kommerzialisierung des Reisens: Entlang der Pilgerrouen wurden Unterkünfte errichtet, an den jeweiligen Pilgerstätten Reiseandenken und erste Souvenirs verkauft. Das wirtschaftliche Potenzial der Reisen wurde bereits im Mittelalter so weit wie möglich ausgeschöpft. Die Pilgerreise hatte daher einige Charaktermerkmale mit der modernen touristischen Reise gemein. Statt des Pilgerführers gibt es heutzutage Reiseführer, die Pilgerherberge wurde durch das Hotel ersetzt und aus den Pilgerandenken wie den Jakobsmuscheln wurden die modernen Souvenirs.

Als weitere Form des „proto-tourism“⁵⁴⁹ sieht der amerikanische Historiker Adam T. Rosenbaum die Heilquellen- und Bäderreisen, die sich in manchen Fällen mit der Praxis der Pilgerreise überschneiden, da Heilquellen oft in der Nähe von Klöstern oder anderen religiösen Zentren zu finden waren.

⁵⁴⁶ Ebd., S. 30.

⁵⁴⁷ Vgl. Plötz in: Bausinger / Beyrer / Korff 1991. S.31-38.

⁵⁴⁸ Ebd., S. 38.

⁵⁴⁹ Rosenbaum 2016. S. 20-21.

Christina Florack-Kröll beschreibt in ihrem Aufsatz „Heilsam Wasser, Erd´ und Luft“⁵⁵⁰ die Wurzeln der Bäderreisen in den heißen Quellen der Antike. Durch die Möglichkeit der Untersuchung der chemischen Inhaltsstoffe der Quellen im ausgehenden 18. Jahrhundert erfuhren die Badereisen einen Aufschwung. Neue medizinische Erkenntnisse und Studien erklärten den Zusammenhang zwischen Bade- und Trinkkuren und dem gesundheitlichen Wohlbefinden. Orte wie Bath in England, Karlsbad im damaligen Böhmen oder Wiesbaden in Hessen wurden zu bekannten Kurorten, in denen die Gäste im Thermalwasser baden, Heilwasser trinken und Spaziergänge durch die speziell für diese Art des Tourismus angelegten Grünanlagen unternehmen konnten. Da die Badegäste viel Geld in die Kassen der Ortsansässigen spülten, waren Badereisen für die Landesherrn auch ein wirtschaftlicher Faktor, da sich vor allem begüterte Schichten diese Art des Reisens leisten konnten.

Die ersten öffentlichen Badehäuser in Deutschland wurden bereits im 13. Jahrhundert eröffnet, die Idee hierfür hatte man von den Römern übernommen. In München befand sich eines dieser Badehäuser am heutigen Jakobsplatz, ganz in der Nähe des Viktualienmarktes, im sogenannten *ORAG-Haus*. Bis heute findet sich auf der Hausfassade ein Hinweis auf das damalige Badhaus. Große öffentliche Badeanstalten wie das Müller´sche Volksbad wurden dagegen erst im 19. Jahrhundert für die Stadtbevölkerung eröffnet. Die Motivation für den Bau solcher Waschanstalten waren die schlechten hygienischen Zustände in den Großstädten. Somit fällt der Bau dieser Anlagen nicht rein zufällig in die Zeit medizinischer Entdeckungen wie Pettenkofers Entdeckung der Choleraherde in Haidhausen in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts.

Zusätzlich kann als weiterer Prototyp des Reisens die „Grand Tour“ gesehen werden. Seit dem 17. Jahrhundert wurde diese Reisepraxis vor allem von jungen europäischen Männern aus wohlhabenden Familien betrieben, die sich auf einer Weltreise, eben einer „Großen Tour“, die Hörner abstoßen sollten. Diese Bildungsreisen der europäischen Eliten und jungen Adligen führten in die damaligen Bildungszentren Europas: Paris, Rom, Florenz, Venedig, Wien aber auch in wirtschaftliche Zentren wie London.⁵⁵¹

„If modern leisure travel promises escape from everyday life, then the Grand Tour was designed to prepare the young European nobleman for the ‘complicated situations and rituals’ of daily life at

⁵⁵⁰ Vgl. Florack-Kröll in: Bausinger / Beyrer / Korff 1991. S. 202-206.

⁵⁵¹ Vgl. Pott 2007. S. 17.

court. It was a rehearsal, not a respite. Still, it was an important precursor to nineteenth-century tourism in that it popularized the idea of travel as a vehicle of edification, and an activity that confirmed class identity“.⁵⁵²

Die Wurzeln der Art des Reisens, die wir heute als Tourismus bezeichnen, finden sich gegen Ende des 18. Jahrhunderts in der Zeit der Romantik: Reisen war nicht nur mehr der Elite vorbehalten und erfolgte nicht mehr ausschließlich zu Bildungszwecken oder aus religiöser Motivation heraus. Ersterer Sachverhalt ergab sich vor allem aus dem wirtschaftlichen Aufschwung Europas Anfang des 19. Jahrhunderts. Gegen Ende dieses Jahrhunderts war die Touristin oder der Tourist schon zu einem gewohnten Anblick auf dem Kontinent geworden und stammte überwiegend aus dem Bürgertum. Zur Zeit der Industrialisierung nutzten die Menschen das Reisen als eine Möglichkeit zum Ausbruch aus der trüben Alltagswelt der Großstadt. Die Entwicklung hin zu einem modernen Tourismus wurde von weiteren Entwicklungen vorangetrieben: „Three developments in particular created the modern tourism industry: the expansion of the railway, the creation of the package tour, and the invention of the tourist guide book“.⁵⁵³

Die erste Zugstrecke in Deutschland wurde im Jahr 1835 zwischen Nürnberg und Fürth in Betrieb genommen. Dies war der Anstoß für den Siegeszug des Schienenverkehrs: Strecken, für die man mit der Postkutsche tagelange gebraucht hätte, konnten nun in wenigen Stunden zurückgelegt werden. In England organisierte Thomas Cook als erster Reiseveranstalter sogenannte „Leisure Trips“ an die See und zählt damit zu den Vorreitern der Pauschalreise. Gleichzeitig wurde durch Cook der Radius des touristischen Reisens erweitert, nachdem er ab den 1870er Jahren auch außereuropäische Ziele in sein Programm aufnahm. Karl Baedeker aus Koblenz schuf die ersten deutschsprachigen Reiseführer in Anlehnung an die „red books“ von John Murray.⁵⁵⁴

In der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts wurde die *Sommerfrische* ein weiterer wichtiger Punkt in der Entwicklung hin zum modernen Tourismus. Diese Urlaubsfahrt ins Grüne während der Sommermonate war für die ganze Familie gedacht und trug dazu bei, die Idee des familiären Jahresurlaubs im Bürgertum zu verbreiten. Die Destinationen waren meist kleine Dörfer und Siedlungen auf dem Land, die einen Rückzugsort vom städtischen

⁵⁵² Rosenbaum 2016. S. 23-24.

⁵⁵³ Ebd., S. 25.

⁵⁵⁴ Vgl. ebd., S. 26-27.

Arbeitsalltag für die Reisenden bildeten und Erholung in der Natur versprachen. In diesen zeitlichen Rahmen fällt daher auch die Entdeckung der Alpen und des Alpenvorlandes als lohnendes Reisegebiet. Die Romantisierung der Bergwelt zu dieser Zeit trug ebenfalls erheblich zu diesem Trend bei. Die Wandlung des Reisens hin zum Massentourismus während der Zeit der Weimarer Republik, an der dank verbesserter Arbeitsbedingungen und einer stabileren Lage auf dem Finanzmarkt auch das Proletariat teilhaben konnte, setzte sich nach der Herrschaft der Nationalsozialisten mit ihrem „Kraft durch Freude“-Reiseprogramm und dem Zweiten Weltkrieg fort.⁵⁵⁵ Eine zunehmende Automobilisierung, bessere Verkehrsanbindung durch Bus und Bahn, das Entstehen von Pensionen und Hotels und die Gründung von touristischen Vereinen und ein damit einhergehendes Marketing für touristische Standorte waren Faktoren für das stetige Wachsen der Branche. Deutsche Städte und Regionen erkannten das ökonomische Potenzial des Verreisens. Die Stadt München „reached a similiar conclusion, insisting that tourism-generated revenue could benefit local communities by funding the construction of new buildings, the improvement of schools, and the maintenance of `hygienic and social facilities´, thereby contributing to the `education and health´ of the local community“.⁵⁵⁶

6.2. Der Städtetourismus

Nach der Deutschen Reichsgründung von 1871 wurde München als „Isar-Athen“ ein beliebtes Reiseziel für Künstler:innen und Kunstschaffende. Aufgrund seines Rufes als Künstlerstadt zog es daher viele Reisende in die Stadt, die sich neben den Galerien und Museen auch an dem Münchner Bier erfreuten.⁵⁵⁷ Nach einem Rückgang der Besucherzahlen während der Weltwirtschaftskrise und den revolutionären Unruhen der Bayerischen Räterepublik nach dem Ersten Weltkrieg wurde München unter den Nationalsozialisten als „Die Hauptstadt der Bewegung“ und damit als Geburtsstadt des Nationalsozialismus beworben. In der Nachkriegszeit, der Zeit des Wiederaufbaus und der damit einhergehenden Knappheit an Unterkünften lag der Tourismus in der Stadt erst einmal danieder. Dies änderte sich mit dem Wirtschaftswunder der 1950er Jahre. Bayern ist in dieser Zeit die Region mit den meisten Übernachtungen in Deutschland.⁵⁵⁸

⁵⁵⁵ Ebd., S. 44-52.

⁵⁵⁶ Ebd., S. 44.

⁵⁵⁷ Vgl. ebd., S. 187, 190.

⁵⁵⁸ Vgl. ebd., S. 234.

Hermann Bausinger bezeichnet die *Grenzenlosigkeit* als Haupteigenschaft des modernen Tourismus. Räumliche Grenzen werden überwunden, auch zeitliche Grenzen stellen durch schnellere Transportmittel und -wege ein immer kleiner werdendes Hindernis dar. „Soziale Markierungen“ und kulturelle Grenzen verwischen, ehemals exklusive Reiseziele werden dem Pauschaltouristen zugänglich gemacht und kulturelles Erleben wird spezifisch für den Gast dargeboten.⁵⁵⁹

Der Übergang des Reisens hin zu diesem modernen, grenzenlosen Tourismus stellt wieder die Frage in den Raum: Wie unterscheidet sich das Reisen vom Tourismus? Hierzu schreibt Crang:

„In popular, and many academic, accounts travel is seen as a superior process when contrasted with tourism. Travel is seen as an attempt to engage with the unknown and the different, to expose oneself to other ways of life and cultures, while tourism tends to be defined in terms of visiting places that are made familiar and similar to the place from whence you come [...]. We have then a hierarchy of explorer (charting the unknown), the traveller (encountering difference) and the tourist (following the well-worn trail and reproducing the familiar)“.⁵⁶⁰

Diese Unterscheidungen sind in der Realität schwer zu treffen, da in der modernen Tourismusindustrie die einzelnen Positionen verschmolzen werden. Neben einem romantischen Blick auf das Reiseziel suchen die meisten Tourist:innen mittlerweile nach einem direkten Zugang zum Lokalen. Schlagwörter wie „individuell“, „authentisch“ oder „unberührt“ finden sich daher in vielen Reiseführern wieder. Die Touristin oder der Tourist soll gleichzeitig auch zum „explorer“ werden, sich nicht nur berieseln lassen von neuen Eindrücken, sondern aktiv eintauchen in eine ihr oder ihm – am besten völlig unbekannte – Welt, die es zu entdecken gilt. Der Fotoapparat soll zur Seite gelegt werden, um einen „authentischen“, unverstellten Blick auf das Geschehen und eine vollständige und ungestörte Teilnahme am einheimischen Leben zu ermöglichen – und um sich unter den Ortsansässigen nicht als Tourist:in zu outen. Denn: „Tourism is a quest for the authentic – the `real` thing“.⁵⁶¹

⁵⁵⁹ Vgl. Bausinger in: Bausinger / Beyrer / Korff 1991. S. 343-353.

⁵⁶⁰ Crang in: Atkinson / Sibley / Jackson / Washbourne (2005) 2007. S. 35.

⁵⁶¹ Ebd., S. 36.

So kann sich in der Tourismusforschung auch der performative Ansatz von Luhmann oder Goffman finden, der die touristischen Akteur:innen als „Schauspieler:innen“ auf ihrer Bühne sieht:

„The authentic is judged in contrast to artificial displays – such as genuine local artefacts rather than souvenirs especially produced for tourists or festivals for local people rather than performances staged for tourists. Drawing on the work of the sociologist Erving Goffman, we can separate staged activities in a ‘front area’ – that is, performances set up to manage appearances and expectations of the viewer – from ‘back areas’, where people are ‘off duty’ and act as their genuine selves. It is the latter that the questing traveller seeks [...]. As we have seen with ‘new’ destinations, these back areas too can quickly become commercialised and managed till we have what we might label with the oxymoron ‘staged authenticity’, where people perform their ‘normal lives’. The very presence of visitors destroys the sense of unmediated authenticity“.⁵⁶²

Die Gefahr in der Suche nach dem „authentischen“ Alltag der Einwohner:innen liegt daher im teilweise *performten* Alltag der Subjekte, die alltägliche Situationen für die Besucher:innen zu aufführen scheinen. Diese Gefahr ist meiner Meinung nach bei einem Besuch des Viktualienmarktes nicht gegeben. Wenn Reisende daher nach dem authentischen, dem „wirklichen“ Alltag der Einheimischen suchen, bietet der Münchner Viktualienmarkt eine gute Möglichkeit, einen noch wenig vom Tourismus beeinflussten Mikrokosmos zu entdecken. Diese Aussage widerspricht auf den ersten Blick natürlich gänzlich der Tatsache, dass der Markt seit Anbeginn des modernen touristischen Reisens in München zu den Besucher-Highlights der Münchner Altstadt zählt. Vom Tourismus weitgehend unbeeinflusst oder zumindest nur geringfügig beeinflusst meint an dieser Stelle jedoch nicht eine geringe Zahl an Besucher:innen oder ein mangelndes Interesse am Besuch des Marktes seitens der Tourist:innen, sondern eine Authentizität abseits der Touristenströme, die sich der Markt all die Jahre über bewahren konnte. Dies beweist vor allem die Tatsache, dass sich in Zeiten der Corona-Pandemie, und damit des Wegfalls der Touristenströme, das Bild des Marktes und der Alltag auf dem Markt kaum verändert haben. Während der Pandemie war der Viktualienmarkt erstmals seit dem Jahr 2016 wieder komplett belegt. Das wiederum bedeutet, dass auch während der Pandemie frisch gebackene Marktleute einen Neuanfang auf dem Markt wagten, obwohl der genaue Zeitpunkt der Rückkehr der touristischen Besucher:innen nach München noch nicht

⁵⁶² Ebd., S. 36-37.

abzusehen war. So erfüllt der Viktualienmarkt an dieser Stelle eine Doppelfunktion: Er ist zum einen ein beliebter Touristenmagnet, zum anderen weiterhin ein Lebensmittelmarkt für die Versorgung der Münchnerinnen und Münchner, der sich über all die Jahrzehnte eben nicht zu einer reinen Souvenirladenstraße entwickelt hat.

Durch die Lage des Marktes im Herzen der bayerischen Landeshauptstadt ist eine bestimmte Form des Tourismus, nämlich der Städtetourismus, besonders zu beachten. Diesen sieht Andreas Pott als eine Teilform des modernen Tourismus.⁵⁶³

Laut Pott ist die Geschichte des Städtetourismus gleichzeitig die Geschichte des Tourismus an sich. Von Beginn an waren die Großstädte eines der wichtigsten Reiseziele des Tourismus.⁵⁶⁴ Zum Wachstum des Städtetourismus hat seit dem 20. Jahrhundert vor allem die Zunahme von Kurzurlaube, die Zunahme von Konsum- beziehungsweise Shopping-Reisen sowie der Eventtourismus und ein wachsendes Interesse an den vielfältigen kulturellen Angeboten der Städte beigetragen.⁵⁶⁵ Aus raumtheoretischer Perspektive betrachtet, sieht auch Pott den Raum als Ort der Kommunikation. Er fasst den Tourismus – und damit auch den Städtetourismus – daher als „soziale Strukturbildung“⁵⁶⁶ und interpretiert ihn somit hinsichtlich der „Verbindung aus dem Besuch bzw. der Bereisung einer Stadt und der Herstellung von Alltagsdistanz durch Lockerung oder Variation alltäglicher Inklusionsstrukturen [...]“.⁵⁶⁷

Der Städtetourismus zeichnet sich durch das Interesse an Kulturerlebnissen aus.⁵⁶⁸ Die Verbindung zwischen dem Städtetourismus und dem Kulturtourismus ist daher eng. Kulturtourismus ist allerdings mit „geistig-seelischer Arbeit“⁵⁶⁹ verbunden, was zumindest dem Zweck der Erholung durch das Reisen widersprechen würde. Burkhart Lauterbach stellt daher die Frage, ob der Städtetourismus überhaupt als Urlaub zählen kann.⁵⁷⁰ Mit Pott kann dieser Widerspruch jedoch aufgehoben werden: Eine Städtereise mag für den Reisenden wohl keine wirkliche physische Erholung darstellen, da sie ganz im Gegenteil meist mit einer zusätzlichen physischen Belastung in Form der Fortbewegung verbunden ist, die das

⁵⁶³ Vgl. Pott 2007. S. 14.

⁵⁶⁴ Vgl. ebd., S. 17-19.

⁵⁶⁵ Vgl. ebd., S. 23.

⁵⁶⁶ Ebd., S. 57.

⁵⁶⁷ Ebd., S. 105.

⁵⁶⁸ Vgl. Lauterbach (2013) 2015. S. 119.

⁵⁶⁹ Ebd., S. 123.

⁵⁷⁰ Vgl. ebd., S. 123-124.

alltägliche Bewegungspensum der meisten Touristen weit überschreitet. Diese Art des Reisens bietet jedoch eine psychische Erholung in Form einer „Erholung der Sinne durch Anregung“⁵⁷¹:

„Erholsam ist die städtetouristische Entdeckung, Besichtigung oder Teilnahme am Fremden und Anderen natürlich ebenfalls, wenn sie als persönliche Bildung oder gar als Persönlichkeitsbildung empfunden wird [...]. So wie die Heterogenität der Stadt der psychischen Ermüdung oder Sättigung, die der Arbeitsalltag oft verursacht, entgegenwirken kann, kann z.B. die beliebte städtetouristische Beschäftigung mit Kunst oder Geschichte geistig-ästhetische Anregung und intellektuelles Training darstellen“.⁵⁷²

Somit bietet auch die Städtereise als Form des Reisens dem Touristen die Möglichkeit zur Rekreation. Ein herausstellendes Merkmal des Städtetourismus ist das Angebot des urbanen Erlebens.⁵⁷³ Der Trubel des öffentlichen Lebens in der Stadt wird als erlebenswert dargestellt, das Eintauchen in das Getümmel der Plätze als Möglichkeit, am „einheimischen“ Alltag teilzuhaben.

Der Städtetourismus als *spatial practice*

Andreas Pott schreibt ebenfalls über den engen Zusammenhang zwischen der Raum- und der Tourismusforschung.⁵⁷⁴ Er sieht neben der zunehmenden Beschäftigung mit der Thematik des Raumes in der Forschung – unter anderem begünstigt durch den *spatial turn* – ebenfalls ein – wenn auch nur langsam wachsendes – Interesse an der Tourismusforschung.

Eine Methode, um einen bestimmten Ort für Touristen interessanter oder besuchenswerter zu gestalten, ist, was Mike Crang in Anlehnung an Dean MacCannell⁵⁷⁵ als die „sacralisation“⁵⁷⁶ eines Ortes bezeichnet: Der Ort wird zum Beispiel zum UNESCO-Kulturerbe erhoben, um ihn noch einzigartiger zu machen und ihn damit noch mehr von anderen, alltäglichen Orten zu unterscheiden. Am Beispiel des Viktualienmarktes lässt sich dieses Vorgehen gut festmachen: Der Markt wurde im Jahr 2017 zum immateriellen UNESCO-Kulturerbe erklärt. Ein alltäglicher Lebensmittelmarkt wurde damit in den Ritterstand

⁵⁷¹ Pott 2007. S. 147.

⁵⁷² Ebd., S. 149-150.

⁵⁷³ Vgl. ebd., S. 123.

⁵⁷⁴ Vgl. ebd., S. 9-15.

⁵⁷⁵ Vgl. MacCannell 1976.

⁵⁷⁶ Vgl. Crang in: Atkinson / Sibley / Jackson / Washbourne (2005) 2007. S. 37-39.

erhoben, nach Crang sakralisiert, zu einem besonderen Ort unter all den anderen touristischen Orten auserwählt. Gerade auch die Popularität eines Ortes kann ihn aus touristischer Sicht zu einem „sakralen“ Ort machen, indem sich die Tourist:innen fast schon gezwungen sehen, ihm einen Besuch abzustatten, wenn sie sich nach ihrer Rückkehr nicht als desinteressierte Massentourist:innen oder gar als „Kulturbanaus:innen“ bezeichnet hören wollen. Interessanterweise können daher auch Orte des Massentourismus gleichzeitig „sakrale“ Orte sein. Im Falle des Marktes wird dieser in jedem München-Reiseführer als ein „To-Do“ aufgeführt. Er zählt daher zu einem der meist besuchten Plätze der Altstadt und doch ist er gleichzeitig ein als „authentisch“, als „typisch münchenerisch“, angesehener Ort, der voller Lokalkolorit eine fast schon ur-bayerische „Gemütlichkeit“ auszustrahlen scheint. Der Journalist Herbert Schneider schreibt in einem Zeitungsartikel:

„Durch die Straße der Blumen wenn man kommt, hat man den münchenerischsten Anblick, der sich denken lässt: die grünen Schwammerlhauben der Marktstände und darüber die schlanken Zeigefinger der Frauentürme, von Sankt Peter, Rathaus und Heilig-Geist-Kirche“.⁵⁷⁷

Eben jene Darstellungen des Ortes in den Medien spielen hierbei eine nicht zu unterschätzende Rolle. Sowie Reiseführer einerseits Orte als sehenswert herausheben und in der Lage sind, diese als eine Attraktion zu vermarkten, so unterstreichen Medien wie Film und Fernsehen oder auch die Darstellung in der Literatur den „guten Ruf“, den ein touristischer Ort genießt und seine positiven Eigenschaften, die von Zuschauer:innen oder Leser:innen wahrgenommen werden sollen. Ein Beispiel für den Viktualienmarkt bildet hier die Fernsehserie „München 7“, die teilweise auf dem Markt gedreht wurde und nach der ich in meiner Eigenschaft als Gästeführerin oft gefragt werde. Auch bei der Analyse der Social-Media-Kanäle des Marktes fällt auf, dass hier aktiv für den Markt und die auf ihm stattfindenden Veranstaltungen wie Spargelanstich, Gärtnertag oder Brotmarkt geworben wird. Durch regelmäßige Beiträge auf sozialen Plattformen in Form von Fotografien des Marktgeländes und der Stände wird auch touristischen Besucher:innen die Attraktivität sowie das „typisch Münchenerische“ des Marktes vermittelt. Auch die literarische Bearbeitung des Themas trägt zum Bekanntheitsgrad des Marktes bei. In Kriminalromanen wie dem Fall „Lana Beck und die tote Marktfrau“ von Talia Moritz oder „Mord am Viktualienmarkt“ von Michael Gerwien stolpern die Ermittler:innen auf dem Marktgelände

⁵⁷⁷ Schneider, Herbert: Viktualienmarkt. In: Münchner Merkur Nr. 14 vom 16. September 1963. Presseamt Zeitungsausschnitte – Viktualienmarkt. Stadtarchiv München.

zwar über Berge von Leichen, das tut jedoch der Beliebtheit des Marktes als Handlungsort keinen Abbruch.⁵⁷⁸ In der fiktiven Literatur wird ebenfalls die Stellung des Viktualienmarktes als authentischer Ort betont, der sich seine unverfälschte Atmosphäre bis heute erhalten habe. Am Beispiel des „Tanzes der Marktweiber“ schreibt Moritz unter anderem:

„Ich hatte schon befürchtet, dass der Fasching auf dem Viktualienmarkt über kurz oder lang ähnlich gehyped würde wie das Oktoberfest, aber noch geht es“.⁵⁷⁹

Wenn die Besucherin oder der Besucher daher aktiv nach dem Alltäglichen, dem „Lokalen“, dem „Authentischen“ sucht, eignet sich ein Ort wie ein Markt in besonderer Weise für ein – wenn auch nur kurzzeitiges – Eintauchen in diese Lebens- und Alltagswelt.

Den Tourismus als *spatial practice* zeichnet laut Crang genau dieser Punkt aus: Die Touristin oder der Tourist strebt nach dem Erwerb von kulturellem Kapital⁵⁸⁰, unter anderem durch den Besuch touristisch-sakraler Orte, um dort in die Alltagswelt der „locals“ einzutauchen. In Bezug auf den Erwerb von kulturellem Kapital gestaltet sich laut Crang auch die Unterscheidung des akademischen Reisens – zum Beispiel in Form einer Feldforschung – und des Tourismus zunehmend als schwierig, da der moderne Tourismus immer mehr Überschneidungspunkte mit der akademischen Feldforschung bietet.⁵⁸¹ Tourist:in und Feldforscher:in suchen teilweise dasselbe und bedienen sich oft ähnlicher Methoden – das Kartenlesen ist nicht nur den Tourist:innen mit schlechtem Orientierungssinn vorbehalten. Auch diesen Punkt konnte ich während meiner Forschung nicht ganz von der Hand weisen: Inwiefern unterscheidet sich mein – im wahrsten Sinne des Wortes – forschender Blick auf den Markt eigentlich von dem eines „einfachen“ Besuchers? Und hilft einer Feldforschenden, noch ganz am Anfang ihrer Arbeit stehend, nicht genau dieser Blick eines [noch] Unbeteiligten, um einen ersten Eindruck des Forschungsfeldes zu gewinnen und zu lernen, das Feld einzuschätzen?

Durch die voranschreitende Forschung und damit intensivere Beschäftigung mit dem Feld ist der Blick der Forschenden wohl etwas detailorientierter. Durch eine, auch zeitlich gesehen, intensive Auseinandersetzung mit dem Forschungsgegenstand ist es daher möglich, den

⁵⁷⁸ Vgl. Moritz 2019; Gerwien 2021.

⁵⁷⁹ Moritz 2019. S. 8.

⁵⁸⁰ Nach Pierre Bourdieu ist kulturelles Kapital die Bildung sowie das Handlungswissen, über das eine Person verfügt. URL: <https://www.uni-potsdam.de/de/kultursemiotik/das-zentrum/gesagt-gezeigt/audios/kulturelles-kapital> [01.05.2024].

⁵⁸¹ Vgl. Crang in: Atkinson / Sibley / Jackson / Washbourne (2005) 2007. S. 39.

ersten, noch nicht beeinflussten Blick des Besuchers nach und nach durch den informierten und kritischen Blick der Forschenden zu ersetzen. Dieser zweite Blick auf die Situation stellt meiner Meinung nach eine Erweiterung des ersteren dar und kann auch nur schwer ohne diese erste Phase der „Feldbesehung“ erreicht werden. Hierbei hilfreich war im Falle der vorliegenden Forschung meine Tätigkeit als Gästeführerin auf dem Viktualienmarkt.

6.3. Als Gästeführerin auf dem Markt

Am Beispiel einer fiktiven Stadtrundfahrt mit Liesl Karlstadt und Karl Valentin betrachtet Burkhart Lauterbach die „strukturelle[n] Ebene“⁵⁸² der Fremdenführungen, die neben vielen anderen Tätigkeiten touristische Erlebnisse konstruieren kann.⁵⁸³ Wenn daher die Stadtführung das touristische Erlebnis konstruiert, so sind die Konstrukteur:innen dieses Erlebnisses die Gästeführer:innen, die versuchen, ihren Gästen ein Bild der Stadt zu vermitteln.

Der Beruf der Gästeführerin oder des Gästeführers spielt somit in der Kulturvermittlung und damit auch im städtischen Tourismus eine besondere Rolle. Bestimmte touristische Zuschreibungen an ein Feld und damit eine Destination bilden bei den Akteur:innen eine gewisse Erwartungshaltung heraus. Diese Erwartungen an die Stadt als touristische Destination, die unter anderem auch mit der Erwartung an kulturelles Erleben und Kulturvermittlung verbunden ist, versuchen die Gästeführer:innen oder Tourist Guides als Akteur:innen im Feld zu übermitteln.

Der aus dem Ruhrgebiet stammende Gästeführer Michael Weier schreibt in seinem Beitrag „Innovative Stadtführungen“⁵⁸⁴ über den Wandel der Dienstleistung „Stadtführung“ in den letzten Jahrzehnten. Führungen definiert er als „Spurenlesen innerhalb der Stadt“⁵⁸⁵, das in den 1980er Jahren einem zunehmenden Strukturwandel unterlag: Es sollte nicht bloß auf die Herrschaftsgeschichte der jeweiligen Stadt eingegangen, sondern ein pädagogischer Auftrag erfüllt werden. Die Arbeit sollte nur von ausgebildeten Gästeführer:innen ausgeführt werden und im Idealfall sowohl dem Guide als auch dem Gast Freude bereiten.

⁵⁸² Lauterbach 2015 (2013). S. 130.

⁵⁸³ Vgl. ebd., S. 133.

⁵⁸⁴ Vgl. Weier in: Landgrebe / Schnell 2005. S. 241-252.

⁵⁸⁵ Ebd., S. 241.

Die Zeit der eintönig abgelesenen Monologe über die Herrschaft der Wittelsbacher, vorgetragen von einem gelangweilten Mathematikstudenten, sollte daher in der Vergangenheit liegen. Wobei uns der Blick auf den Marienplatz in München mit den zahlreichen kostenlosen Tourenanbietern – meist Freiberufler:innen, die auf Trinkgeld angewiesen sind und oft über keine Stadtführerausbildung verfügen – in vielen Fällen bestätigt, dass dieses Ziel zwar stetig näher rückt, jedoch noch nicht ganz umgesetzt werden konnte.

Trotzdem kann die bei Lauterbach beschriebene Kritik von Gisela Kyrieleis⁵⁸⁶, die in der Fremdenführung das Augenmerk vor allem auf die Extreme, die Rekordleistungen und idealisierten Bilder gelegt sieht, nicht verallgemeinert werden. Diese Art der Vermittlung macht nur einen Teil einer (hochwertigen) Stadtführung aus, deren Ziel es unter anderem auch sein sollte, den Besucher:innen alltägliche Abläufe und Strukturen an ganz alltäglichen Orten näher zu bringen. Bei einer Führung über den Viktualienmarkt lassen sich beide Vermittlungsansätze gut vereinen: Der Guide kann bei den allgemeinen Informationen über den Markt seine Stellung als einen der größten Lebensmittelmärkte Europas und UNESCO-Kulturerbe erwähnen und damit gleich zu Beginn mit einigen Superlativen auftrumpfen. Gleichzeitig kann im weiteren Verlauf der Tour über den Alltag der Standbesitzer:innen erzählt werden. Im Gespräch zwischen der Gruppe und einer Händlerin gewinnt der Gast einen Einblick in den Arbeitsalltag auf dem Markt, wenn sie von ihren Fahrten frühmorgens zum Einkaufen in die Großmarkthalle berichtet. Wenn der Obsthändler von seinem Umsatzeinsturz während der Pandemie durch die stark erhöhten Zölle auf Flugwaren erzählt und den Gästen ein Lieblingsrezept für einen erfrischenden Sommercocktail verrät, den er selbst gerne abends daheim auf dem Balkon schlürft, so erfährt der Gast an dieser Stelle zwar keine rekordverdächtigen Fakten, gewinnt jedoch einen kleinen Einblick in die Lebenswelt der Akteur:innen auf dem Markt.

Generell werden Stadtführungen nach dem Kundennutzenmodell durchgeführt, der Gast soll von der Führung profitieren, sowohl was seinen Wissenstand als auch den Unterhaltungsfaktor betrifft. Die Tour wird nach vier Kriterien beurteilt: Die ersten zwei Kriterien beziehen sich auf seine Erwartungen an die Führung: Zum einen erwartet die Kundschaft die Kernleistung, also einen Spaziergang durch die Stadt. Zum anderen erwartet

⁵⁸⁶ Vgl. Lauterbach (2013) 2015. S. 130-132.

sie spezielle, auf die Stadt bezogene Informationen, die auch die weitere Freizeitgestaltung betreffen. Hierzu zählen zum Beispiel Aussagen über empfehlenswerte Museen oder Restaurants. Die letzten zwei Punkte beziehen sich auf wünschenswerte Zusatzleistungen. Hierzu zählt einerseits die Anpassung der Tour an Kundenwünsche, wenn zum Beispiel kurzfristig die Route geändert wird. Andererseits auch die unerwarteten Momente, wenn der Guide einen kurzen Abstecher in ein Gebäude außerhalb der eigentlichen Route einplant oder eine Kostprobe anbietet. Weier teilt der innovativen Stadtführung daher die Punkte „Grundnutzen, Erwartetes, Erwünschtes und Unerwartetes“ zu.⁵⁸⁷ Wenn all diese Punkte erfüllt werden ist die Wahrscheinlichkeit groß, dass auch ein reiseerfahrener Gast mit der Führung zufrieden sein wird.

Ein weiterer wichtiger Punkt bei der Durchführung einer Tour ist das Infotainment, eine Mischung aus Information und Entertainment. Dies bedeutet für die Stadtführer:innen, dass grundlegende Informationen zu den einzelnen Stationen auf der Tour genannt werden müssen wie im Falle der Viktualienmarkt-Tour die Spitalsgeschichte am Standort Heilig-Geist-Kirche. Gleichzeitig soll die Information auf unterhaltsame Art und Weise wiedergegeben werden, damit der Gast sich gut unterhalten fühlt. Weiters ist das Ziel der Tour, dem Gast eine Orientierung in der Stadt zu ermöglichen, damit er diese später auf eigene Faust erkunden kann.

Die Aufgabe des Tour Guide ist es außerdem, den Besucher:innen ein ganzheitliches Bild der Stadt zu vermitteln. Das bedeutet nicht, dass eine kritische Auseinandersetzung mit den besuchten Standorten oder der Stadtgeschichte nicht stattfinden sollte. Denn wie Weier schreibt: „Der kritische und aufgeklärte Gast wird jede Form der Manipulation und Schönfärberei erkennen“.⁵⁸⁸ Allerdings steigert ein positiv vermitteltes Stadtbild die Chance auf weitere Besuche des Gastes und auf eine Weiterempfehlung durch den Gast. Die Stadtführung ist daher auch eng mit der Imagebildung der Städte verknüpft, da sie diese indirekt bewirbt.

Der Anspruch an die Stadtführungen und damit an die Veranstalter ist es daher, das vorhandene Programm stetig auszubauen und zu erneuern. Diese Erneuerung kann nach Weier in thematische, didaktische und technische Neuerungen unterteilt werden.

⁵⁸⁷ Weier in: Landgrebe / Schnell 2005. S. 243.

⁵⁸⁸ Ebd., S. 244.

Thematische Neuerungen bedeuten meist nichts anderes als die Ausarbeitung einer neuen Tour mit neuem Inhalt. Als Beispiel können Führungen an besonderen Orten – wie beispielsweise in den Münchner U-Bahnschächten – oder mit besonderen Aktivitäten – wie Kriminalrallyes – genannt werden. Gleichzeitig kann die neue Tour eine bestimmte Fachrichtung ansprechen, wie im Falle einer Architekturführung. Sie kann – wie bei der Nachtwächtertour – auch an eine bestimmte Uhrzeit gebunden sein oder sich an eine spezielle Gruppe richten, wie es eine Tour über starke Frauen in der Stadtgeschichte tut.⁵⁸⁹

Didaktische Neuerungen hingegen beziehen sich meist auf die sinnliche Erfahrung einer Tour. Hier zählen, wie im Falle der Viktualienmarkt-Führung, die kulinarischen Stadtführungen zu den Vorreitern des sinnlichen Erfahrens während der Tour. Gleichzeitig werden Führungen auch an bestimmte Zielgruppen angepasst wie bei Führungen für Schulklassen. Auch Kostumführungen oder Touren mit zusätzlich zum Tour Guide auftretenden Akteur:innen – zum Beispiel Touren mit Schauspiel – werden zunehmend angeboten.

Technische Neuerungen können beispielsweise mit Hilfe von GPS-Technik oder dem Einsatz der 3D-Technik bei virtuellen Führungen umgesetzt werden. Hierzu zählen aber auch Touren mit Verkehrsmitteln wie die Münchner Tram-Tour. In Zeiten der Corona-Pandemie sind einige Anbieter auch auf Webtouren ausgewichen, bei denen die Zuschauer:innen zuhause über den Computer an einer mit Webcams aufgezeichneten Tour teilnehmen konnten. Einen Ersatz für eine im realen Raum stattfindende Tour, die alle Sinne des Gastes einbezieht, kann diese Alternative jedoch nicht bieten.

Für die Stadtführung als „ritualisierte Aufarbeitung und Darbietung von Objekten für ein touristisches Publikum“⁵⁹⁰ lässt sich zusammenfassend festhalten, dass der Tourist Guide als Akteur:in im Feld vor mehreren Herausforderungen gleichzeitig steht. Die zu vermittelnde Information muss korrekt und damit verifiziert und geprüft sein, um auch eventuelle Detailfragen des Gastes beantworten zu können. Zugleich muss die Information lebendig vorgetragen werden. Das vermittelte Bild der Stadt soll positiv und zugleich nicht schönmalerisch dargeboten werden. Der Rundgang soll wichtige Stationen auf der Route abdecken und den Kund:innen eine leichtere Orientierung in der Stadt ermöglichen. Die

⁵⁸⁹ Vgl. ebd., S. 246-252.

⁵⁹⁰ Lauterbach (2013) 2015. S. 132.

getätigten Aussagen müssen auf dem neusten Stand sein und daher in regelmäßigen Abständen angepasst werden. Ein gewisser Grad an Empathiefähigkeit kann ebenfalls bei einem ausgebildeten Guide vorausgesetzt werden. Das Eingehen auf die Wünsche der Gruppe ist ein wichtiger Pfeiler einer gelungenen Führung und sorgt dafür, dass der Gast sich in der Gruppe gut aufgehoben und wohl fühlt. Dieses Wohlbefinden des Gastes wiederum kann im günstigsten Fall zu einem erneuten Besuch oder einer Gästempfehlung führen. Der Guide muss daher über einen hohen Grad an Einfühlungsvermögen, einen aktuellen Wissenstand, Detailwissen über seine Stadt, gutes Orientierungsvermögen und Organisationstalent sowie didaktische Kompetenz, eine klare Aussprache und im besten Falle über Freude an der Wissensvermittlung verfügen. Dies alles trägt zum Gelingen einer interessanten und für den Gast als lebendig empfundenen Führung bei. Wenn zusätzlich das Repertoire regelmäßig überarbeitet und ausgebaut wird, können sowohl Stammgäste als auch Erstkund:innen von der Vielfalt der angebotenen Führungen profitieren.

Die Feldforschenden als Gästeführer:innen oder die Gästeführer:innen als Feldforschende?

Während der Durchführung der Forschung musste mit verschiedenen Problematiken im Feld umgegangen werden. Unter anderem wirkte sich durch den Forschungszeitraum während der Covid-19-Pandemie ein Teil der Pandemiebeschränkungen auch auf die Forschung aus. Während der Lockdowns waren die Münchner Märkte für Besucher:innen geschlossen und konnten so nicht untersucht werden. Auch nach Lockerung der Beschränkungen gestaltete sich die Durchführung der Interviews als schwierig. Dies hing auch mit dem oft hektischen Arbeitsrhythmus der Gesprächspartner:innen zusammen, die meist für längere Zeitabschnitte nicht zur Verfügung standen. Drei bereits zugesagte Leitfadeninterviews wurden kurzfristig – unter anderem aufgrund von Erkrankung – abgesagt. Als geeignete Alternative erwiesen sich die geführten informellen Gespräche, die aufgrund ihrer kurzen Dauer auch während des Arbeitens durchgeführt werden konnten. Im Gegensatz dazu wäre dies bei den Leitfadeninterviews nicht der Fall gewesen, diese hätten außerhalb der Arbeitszeiten der Händler:innen stattgefunden. Meinen Gesprächspartner:innen kam daher die Durchführung kurzer, informeller Gespräche entgegen. Ein weiterer Vorteil war außerdem, die Befragten bei der alltäglichen Arbeit beobachten zu können und so die Befragung mit einer teilnehmenden Beobachtung verknüpfen zu können.

Gleichzeitig trug auch die Arbeit als Gästeführerin auf dem Viktualienmarkt in großem Umfang zum Entstehen dieser Arbeit bei. Nach einer Ausbildung zum Tourist Guide konnte ich unter anderem sogenannte Probiertouren auf dem Markt im Auftrag eines Tourismusveranstalters durchführen. Die Touren führten die Gäste direkt auf den Markt und das angrenzende Gelände und sollten sowohl einen historischen als auch aktuellen Blick auf den Münchner Viktualienmarkt ermöglichen. Neben dem Probieren von Lebensmitteln an ausgesuchten Ständen, die mit dem Veranstalter zusammenarbeiteten, stand das Eintauchen in die Welt des Viktualienmarktes im Mittelpunkt der Führung. Da dieses Ziel sich mit den Zielen der vorliegenden Arbeit überschneidet, gereichte es mir zum Vorteil, beides zu verbinden und die Führungen als Teil meines Forschungsvorhabens zu betrachten. Die Touren konnten gut in die Feldforschung integriert werden und boten detaillierte Einblicke in den Alltag auf dem Markt. Gleichzeitig konnten die Touren auch als Wahrnehmungsspaziergänge genutzt werden, bei denen meine Eindrücke festgehalten werden konnten.

Neben den beschriebenen Vorteilen der Verbindung von Arbeit und Forschung kristallisieren sich im Laufe der Forschung auch Problemfelder heraus, die an dieser Stelle reflektiert werden sollen und müssen. Diese beschreibt Sabine Sünwoldt in ihrem Beitrag „Stadtrundfahrt – Die Vermittlung des Bildes einer Stadt als touristisches Erlebnisangebot“⁵⁹¹ bereits in ihrem Titel: Die Gästeführerin oder der Gästeführer hat als Guide einen Arbeitsauftrag zu erfüllen und damit eine Verpflichtung gegenüber einem Veranstalter. Der Feldforschende ist sich selbst, seiner Arbeit und wissenschaftsethischen Standards verpflichtet, in der Regel aber keinem Arbeitgeber, der für seine Forschung finanziell aufkommt.⁵⁹²

Im Falle meiner Forschungsarbeit muss hier zwischen meinem Auftrag als Forscherin und meinen Verpflichtungen als Gästeführerin unterschieden werden. Auch meine Aufgabe als City Guide wird in Sünwoldts Aufsatzüberschrift schon sehr treffend beschrieben: Die Gästeführerin oder der Gästeführer als Wissensvermittler:in mit seinem Zielpublikum, also den Gästen. Das Wort Publikum kann an dieser Stelle gezielt gewählt werden, um die Verbindung mit Erving Goffmans Theorie der Selbstinszenierung zu verdeutlichen. Nach

⁵⁹¹ Vgl. Sünwoldt in: Kramer / Lutz 1992. S. 71-80.

⁵⁹² Was jedoch nicht in allen Fällen auszuschließen ist, wenn die Arbeit zum Beispiel im Auftrag eines Unternehmens durchgeführt wird.

Goffmans Aussage – „Wir alle spielen Theater“ – muss der Forschende sich der eigenen Rolle bewusst werden. Diese kann beim Zusammenspiel von Führung und Forschung in schneller Abfolge wechseln. Natürlich dürfen Gästeführer:innen über die gesamte Dauer der Führung – im Fall der Viktualienmarkt-Führung circa zwei Stunden – im wahrsten Sinne des Wortes nicht aus der Rolle fallen. Zugleich können sie, während sie die eine Rolle übernehmen, parallel in die zweite, in die des Forschenden, schlüpfen. Das passiert, wenn zum Beispiel an einer Verköstigungsstation und damit an einem der Stände auf dem Markt ein Gespräch mitangehört wird, das für die Beantwortung einer Forschungsfrage von Interesse sein kann.

Bei dieser Art des Rollenwechsels spielt die Arbeitserfahrung eine wichtige Rolle. Je mehr Arbeitserfahrung angesammelt werden konnte, das heißt je mehr Touren der Guide bereits durchgeführt hat, desto einfacher fällt es, die Konzentration gleichzeitig auf die Tour und andere Sinneseindrücke zu lenken. War man anfangs noch verunsichert, nervös und beim Erzählen in höchstem Maße konzentriert, so kommt es durch den wachsenden Erfahrungsschatz zu einem stetigen Abnehmen des „Lampenfiebers“ und damit einhergehend zu einer zunehmenden Sicherheit im Vortrag und im Umgang mit der Gruppe. Somit fällt es leichter, die Konzentration auch während der Tour auf anderes zu lenken, wie es in meinem Fall in der Verbindung von Führen und Forschen passierte. Trotzdem birgt dieser schnelle Rollenwechsel die Gefahr, nicht mehr rechtzeitig in die eigentliche Rolle zurückzufinden. Wenn daher der ein oder andere ungeplante Zwischenstopp mit der Gruppe erfolgte, weil ich in meiner Rolle als Feldforscherin in meiner „mental map“ dem eigentlichen Tourenverlauf schon einen Schritt voraus war, so musste kurzzeitig improvisiert werden. In solch einem Fall kommt dem Forschenden dann aber eine Eigenschaft der Stadtführungen zu Gute, die die Improvisation erleichtert: Eine Stadtführung kann manipuliert werden.

Wahrnehmungsbeeinflussung durch den Guide

Wenn Michael Weier auf die mögliche „Manipulation“ durch die Gästeführer:innen hinweist, so geht er auf einen wichtigen Punkt ein: Während einer Führung wird dem Gast vorgegeben, was er in den nächsten Stunden erlebt, seine Blicke werden daher gezielt gelenkt. Es findet sozusagen ein „Sehen auf Kommando“ statt. Die Gästeführer:innen können bestimmen, was die Gäste zu sehen bekommen und was nicht, im besonderen Maße, wenn die Route nicht vorgegeben, sondern frei wählbar ist. Ich erinnere mich gut an

die Aussage meiner Ausbilderin: „Die Gäste sind die Löwen, ihr seid die Dompteure.“ Der Guide bestimmt, wie die Gruppe sich bewegt und was sie sieht. Damit beeinflusst er, wie die Gruppe einzelne Sehenswürdigkeiten wahrnimmt. Als Gästeführerin stehen mir an verschiedenen Standorten mit der Gruppe verschiedene Informationen und auch Anekdoten zur Auswahl, die ich erzählen kann. Meine Auswahl beeinflusst damit die Sicht der Gäste auf das Gezeigte. Wähle ich am Viktualienmarkt den Karl-Valentin-Brunnen als Standort? Erzähle ich dort von seiner Bedeutung als Volkssänger und seinem tragischen Tod durch eine sich im Theater eingefangene Lungenentzündung? Oder entscheide ich mich dafür, seine Sammlung im Panoptikum zu erwähnen, wie den Nagel in der Wand, an den Valentin seinen Beruf gehängt hatte oder die Vorzüge eines „Winterzahnstochers“ zu erklären? Zudem könnte ich die Gäste darüber informieren, dass der Eintritt ins „Musäum“ frei ist, wenn man als 99-Jähriger in Begleitung seiner beiden Eltern erscheint. An diesem Beispiel wird schnell deutlich, wie der Guide zum einen die Stimmung in der Gruppe, zum anderen deren Wahrnehmung eines bestimmten Ortes beeinflussen kann. Sehen wir die Statue von Karl Valentin als Erinnerung an einen tragisch gestorbenen und am Ende verarmten Volkssänger oder als Denkmal an ein humorvolles Münchner Urgestein mit einem ausgeprägten komödiantischen Gespür?

Für die Tourist:innen hat auch die Kulinarik einen hohen Stellenwert. Einheimische Speisen bieten einen Einblick in die kulturellen Besonderheiten der Region. Gleichzeitig stellt das gesellige Essen auf dem Markt auch einen Gemeinschaftsfaktor dar. Das kann besonders gut bei der Führung als auch im Biergarten beobachtet werden. Die meisten der Gäste planen einen Besuch des Biergartens auf dem Markt, oft auch im Anschluss an eine Tour. Märkte eignen sich in dieser Weise besonders für eine kulturelle Annäherung über die Nahrungsaufnahme. Das Essen erleichtert der Besucherin / dem Besucher das bereits bei Crang erwähnte Eintauchen in die Lebenswelt des Viktualienmarktes.

Zusammenfassend lassen sich für den Markt als Ort des Tourismus daher folgende Punkte festhalten: Historisch gesehen, finden sich die Wurzeln dessen, was wir heute als „Tourismus“ bezeichnen, in der Epoche der Romantik. Von den mittelalterlichen Pilgerreisen und der Walz, den Entdeckungsreisen in die „Neue Welt“ über die späteren Bildungsreisen bis hin zu den Erholungsreisen als „Fahrt ins Grüne“ entwickelte sich der Tourismus in Europa stetig weiter und nahm nach und nach seine heutige Form an. Den modernen

Tourismus als *spatial practice* begreifend, ist der Tourismus gleichzeitig eine Form der Raumaneignung, indem die Subjekte versuchen, sich kulturelles Kapital anzueignen.

Wenn wir weiterhin davon ausgehen, dass Sehenswürdigkeiten „gemacht“ werden, wie es Burkhardt Lauterbach in seinem Aufsatz „Thesen zur kulturwissenschaftlichen Reiseführer-Forschung“⁵⁹³ beschreibt, müssen wir uns die Frage stellen, wie und warum der Viktualienmarkt zu einer der Hauptsehenswürdigkeiten der Stadt „gemacht“ worden ist.

Generell kommt Märkten eine Bedeutung auch für Besucher:innen von außerhalb zu. Es liegt sozusagen im Wesen eines Marktes, neben Einheimischen in den meisten Fällen auch Marktbesucher:innen von Außerhalb oder von anderen Orten zu locken, vor allem wenn der Markt - wie im Falle Münchens - einen guten Standort bietet und eine bestimmte Größe schon kurz nach seiner Gründung erreicht hat. Da diese Standortfaktoren eine Voraussetzung für Marktgründungen darstellen, ist die Bedeutung für Besucher:innen ein verbindendes Element der Märkte im Allgemeinen.

Schon seit seiner Gründung auf dem Marienplatz zählten Nicht-Münchner:innen zu den Gästen auf dem Münchner Markt. Der Markt hatte damit über die Grenzen der Stadt hinaus bereits einen gewissen Bekanntheitsgrad erreicht, eine ideale Voraussetzung, auf der in späteren Jahrhunderten aufgebaut werden konnte.

Hier hat bereits ein Erschaffen von unten stattgefunden, die Gäste selbst machen den Markt zu einer Attraktion, indem sie eine Anreise auf sich nehmen, um ihn zu besuchen.

Gleichzeitig wird der Markt sozusagen von oben herab zur Attraktion erklärt, indem er unter anderem zum immateriellen Kulturerbe ernannt und von der Stadt München gezielt als Reiseziel beworben wird. Dieses „City-Marketing“ fördert den Städtetourismus und legt die zu besuchenden Hauptattraktionen einer Stadt fest.

Auch auf mich als Viktualienmarkt-Guide hat der Markt eine identitätsstiftende Wirkung. In meiner Teilidentität als „Marktguide“ nehme ich den Markt auf verschiedenen Ebenen wahr: Als Arbeitsplatz, als mir vertrauten Ort, als Einkaufsmöglichkeit oder als touristischen Raum für meine Gäste; in meiner Identität als Forschende sehe ich in ihn vor allem das Forschungsfeld.

⁵⁹³Vgl. Lauterbach in: Kramer / Lutz 1992. S. 55-69.

So hat der Markt neben seiner Funktion als touristischer Raum eben genau jene identitätsstiftende Wirkung für die sich auf ihm und in ihm befindlichen Akteur:innen. Gleichzeitig stellt er in seiner heutigen Topographie weiterhin einen Sinnesraum dar, der sich über Jahrhunderte hinweg entwickelte. In dieser Entwicklung steht nun in den kommenden Jahren ein weiterer Schritt an, der durch eine Komplettsanierung des heutigen Marktgeländes vorgenommen und wegweisend für die zukünftige Entwicklung des Viktualienmarktes in München werden soll.

7. Der Markt wandelt sein Gesicht

„Wenn das hier eines Tages zur schicken Markthalle wird, dann bin ich weg“.⁵⁹⁴

Dieses Zitat eines Händlers vom Viktualienmarkt verdeutlicht die spontanen Reaktionen der Standbesitzer:innen auf die ersten Umbau- und Sanierungspläne der Stadtverwaltung für das Marktgelände. Die Stadt München spielte in der Anfangsphase der Planung – wie schon zu Beginn der letzten Sanierung in den 1970er Jahren – mit verschiedenen Ideen, den Münchner Viktualienmarkt zu neuem Glanz zu verhelfen. Eine dieser Vorstellungen, die auf regen Widerstand sowohl bei der Händlerschaft als auch bei den Münchner Bürger:innen stieß, war die Umgestaltung des Marktplatzes zu einer großen überdachten Markthalle nach Vorbild der heutigen Schrammehalle.

Anstoß zu den Überlegungen bot eine Begehung des Marktgeländes durch den TÜV Süd, der im Jahre 2011 verschiedenste Mängel in der Bausubstanz festgestellt hatte. In Zusammenarbeit mit Vertreter:innen der Stadt München und der Markthallen München wurde daher mehrere Jahre lang das Vorgehen der Umgestaltung des Marktes diskutiert.

Letztendlich erfolgte eine Einigung auf eine *sanfte Renovierung* des Viktualienmarktes. Dies bedeutet zum einen den Erhalt der bisherigen Stände und, damit verbunden, den Schutz der einzigartigen Marktatmosphäre als einer der größten Open-Air-Märkte Europas und immaterielles UNESCO-Kulturerbe. Zum anderen sollte der Markt an die neuesten hygienischen Standards angepasst und baulich erneuert werden.

⁵⁹⁴ Klementz / Mader / Schmid 2018. S. 16.



Die Sanierungsmaßnahmen an den einzelnen Ständen sollen von möglichst kurzer Dauer sein. Deshalb wurde der Info-Stand gegenüber des Liesl-Karlstadt-Brunnens, der damals nicht von Gewerbetreibenden besetzt war, als erste Bude saniert, um aus den Erfahrungen dieser Renovierung Rückschlüsse ziehen und die weiteren Maßnahmen festlegen zu können. Den Anfang der eigentlichen Renovierungsarbeiten bildeten dann die Keller und Lagerräume in der Metzgerzeile.

7.1. Das Bürgergutachten

In einem von der Stadt München in Auftrag gegebenen Bürgergutachten aus dem Jahr 2017 sollten die Münchner Bürger:innen in die Entscheidung um die Sanierung des Viktualienmarktes mit einbezogen werden.⁵⁹⁶ Das Leitmotto „Behutsam. Sanft. Liebevoll.“⁵⁹⁷ gab bereits die Marschrichtung der Stadt in Bezug auf die Renovierung des Marktes vor: Der Viktualienmarkt sollte als Kleinod der Altstadt in seiner jetzigen Form erhalten bleiben und vor allem sollte seine charakteristische Struktur mit einzelnen Marktständen – im Gegensatz zu einer großen, überdachten Markthalle wie sie zum Beispiel in Großstädten wie Madrid, Budapest oder Bordeaux zu finden ist – der Sanierung nicht zum Opfer fallen. Dies sollte durch das von der Stadt erarbeitete Motto sichergestellt werden und gleichzeitig den Markthändler:innen, die sich zum größten Teil gegen eine komplette Umgestaltung der Fläche ausgesprochen hatten, die Sorge um einen Umbau des Marktes nehmen, der ihn in seiner historisch gewachsenen Gestalt gänzlich verändert hätte.

⁵⁹⁵ Eigene Fotografie der Abteilung V.

⁵⁹⁶ Vgl. Sturm / Schwalm / Trütken 2017.

⁵⁹⁷ Vgl. ebd., S. 15.

Neben den Behörden und den Münchner Bürger:innen waren unterschiedlichste Berufsgruppen wie Architekt:innen, Historiker:innen, Brandschutzprüfer:innen und Gebäudgutachter:innen – um nur einige zu nennen – an der Entstehung des Gutachtens beteiligt. Vorab erfolgte eine Befragung der Händlerschaft, um eine vollständige Bestandsaufnahme zu gewährleisten. Neben den Fachgutachten war diese Befragung die Grundlage der Dokumente und Statistiken, die den beteiligten Bürger:innen in einem späteren Schritt vorgelegt werden konnten.⁵⁹⁸

Das Bürgerbeteiligungsverfahren setzte sich aus sechs zentralen Punkten zusammen: Erstens aus einer zufälligen Auswahl von Münchner Bürger:innen durch eine von einem Computer getroffene Auswahl aus dem Einwohnermelderegister. Hierdurch sollte Chancengleichheit für alle Einwohner:innen geschaffen werden. Die ausgewählten Personen arbeiteten in sogenannten „Planungszellen“ mit einer jeweiligen Gruppenstärke von 25 Personen zusammen. Diese Gruppen beschäftigten sich teilweise mit ähnlichen oder sogar gleichen Themen, um einer Verzerrung der Ergebnisse entgegenzuwirken.⁵⁹⁹

Zweitens sollten die Erkenntnisse und Vorgaben der jeweiligen Fachbereiche in Vorträgen der Referent:innen direkt an die Bürger:innen weitergegeben werden, um allen Beteiligten die Möglichkeit zu geben, sich intensiv über alle Teilbereiche der Thematik zu informieren. Hierfür wurde als zeitlicher Rahmen ein Zeitraum von mehreren Tagen angesetzt. Im Falle des Gutachtens über den Markt hatten die Teilnehmer:innen vier Tage Zeit, sich zu informieren und zu diskutieren.

Der vierte Punkt betraf die Festlegung der neutralen Moderation als Begleitung der Arbeitsgruppen über die gesamte Dauer der Gutachtenerstellung. Dies sollte den Austausch zwischen den Bürger:innen ermöglichen und die noch offenen Fragen klären. Im Fall der Viktualienmarktstudie wurde die Moderation der „gfb - Gesellschaft für Bürgergutachten“ anvertraut.

Zusätzlich zu den Großgruppen der Planungszellen wurden kleinere Diskussionsrunden mit je fünf Beteiligten durchgeführt. Die Zusammensetzung dieser Gruppen wurde in regelmäßigen Abständen gewechselt. Im Gegensatz zu einer Meinungsabfrage war hier das Ziel, einen

⁵⁹⁸ Vgl. ebd., S. 16.

⁵⁹⁹ Vgl. ebd., S. 17.

Austausch von Gedanken unter den Bürger:innen zu erleichtern und es somit zu ermöglichen, sich über die verschiedenen Einstellungen und Meinungen zu den einzelnen Themen intensiver austauschen zu können.

Die Ergebnisse dieser Diskussionen wurden durch die einzelnen Gruppen vorgetragen und verschiedene Lösungsansätze erarbeitet. Diese wurden am Ende als veröffentlichtes Bürgergutachten allen Interessierten zur Verfügung gestellt.

In Vorbereitung auf das Gutachten wurde, wie bereits beschrieben, direkt auf dem Marktgelände, gegenüber des Liesl-Karlstadt-Brunnens am Biergarten, ein von der Stadt betriebener Informationsstand eröffnet, in dem seit 2021 nun die Marktaufsicht sitzt. An dieser Anlaufstelle konnten sich die Bürger:innen bereits vorab über die Pläne für die Umgestaltung des Marktes informieren. Meine Ortsbegehungen im Winter 2019/2020 konnten kein allzu großes Interesse der Marktbesucher:innen am Infostand feststellen.⁶⁰⁰

Allerdings könnte sich dies kurz nach Eröffnung des Stands im Jahr 2017 anders verhalten haben. Neben der Errichtung des Infostandes fanden monatlich Stammtische für Pächter:innen und Händler:innen des Marktes statt, um den Austausch mit dieser Personengruppe zu fördern; vor allem, um auch deren Vorschläge und Ideen den Teilnehmer:innen des Gutachtens vermitteln zu können.



601

⁶⁰⁰ Die teilnehmende Beobachtung am Infostand wurde über jeweils 3 Stunden an 4 hintereinander folgenden Tagen durchgeführt. In diesem Zeitraum wurde der Informationsstand von keiner Person besucht.

⁶⁰¹ Eigene Fotografie des Infostandes der Marktaufsicht.

Trotz der Durchführung einer großen Händlerrunde im Kommunalreferat am 31. Juli 2017 hatten einige der Händler:innen bei den informellen Gesprächen angegeben, nicht hundertprozentig mit der Vorgehensweise der Stadt zufrieden zu sein. Einige hätten sich einen noch intensiveren Austausch zwischen allen Beteiligten gewünscht und fühlten sich teilweise nicht von Anfang an in den ganzen Prozess mit einbezogen.⁶⁰²

Allgemein jedoch wurde die Beteiligung der Händlerschaft als essenziell angesehen, da deren Erfahrungen unabdingbar für das Durchführen der Bürgerbefragung war und in das Endergebnis, also das Gutachten an sich, einfließen musste. Durch das Involvieren aller im Feld tätigen Akteur:innen sollte ein umfassendes Bild des Marktes entstehen, mit dem sich die Teilnehmenden auseinandersetzen konnten, um ihre Vorschläge zu erarbeiten.

Das Arbeitsprogramm der Bürger:innen umfasste innerhalb der angesetzten vier Werktage im Oktober 2017 folgende Schwerpunkte: Denkmalpflege, Tourismus, Öffentlicher Raum (Grünfläche, Freiräume und Wege), Ver- und Entsorgung sowie den Punkt „Besondere Interessen (vor allem für Menschen mit Behinderung)“, der Themen wie die Barrierefreiheit umfasste. Diese Themen wurden innerhalb der ersten zwei Tage in Workshops erarbeitet. Außerdem fanden zwei Ortsbegehungen am Viktualienmarkt statt. Nach der Diskussion der einzelnen Punkte in Kleingruppen wurden, neben einem Händlergespräch und einem Open-Space-Politikgespräch, erste Analysen und deren Ergebnisse präsentiert. Am letzten Programmtag wurde dann eine abschließende Bürgerempfehlung ausgesprochen und in einer Schlussrunde das Gutachten verabschiedet.

Alle Workshops und Diskussionsrunden fanden auf dem Gelände des Großmarktes in Sendling statt, insgesamt nahmen 118 Münchner Bürger:innen mit verschiedensten soziodemographischen Merkmalen an den Veranstaltungen teil. Der jüngste Teilnehmer war 14 Jahre, der älteste Teilnehmer 87 Jahre alt. 55 Prozent der Teilnehmer:innen waren weiblich, der Großteil lebte in einem Ein- bis Zweipersonenhaushalt. Aus den Auswahlmöglichkeiten „Nie, Weniger als 1x im Monat, 1x Monat, 2x Monat, 3x Monat, 4x Monat und Mehr als 4x Monat“ gaben knappe 41 Prozent und damit der größte Teil der Gruppe an, weniger als einmal im Monat den Viktualienmarkt zu besuchen; 2,6 Prozent waren noch nie auf dem Marktgelände. Die Folgefrage nach dem Grund des Marktbesuches

⁶⁰² Vgl. Gespräch V6; V9.

wurde mit den Auswahlmöglichkeiten „Zum Einkaufen / auf dem Weg woanders hin / um ihn Auswärtigen zu zeigen / einfach so“ bei fast allen Möglichkeiten gleich häufig angekreuzt. Der Großteil der Befragten kommt mit den öffentlichen Verkehrsmitteln auf den Markt [87,5 Prozent], gefolgt von der Antwort „Mit dem Rad“ [37 Prozent]. Die Antwort „Auto“ wurde insgesamt nur dreimal genannt.⁶⁰³

Vor allem der letzte Punkt der Befragung bekräftigt den in der vorliegenden Arbeit genannten Aspekt, der in der Beschäftigung mit den städtegeographischen Eigenschaften ausgeführt wird: Die *City* wird bevorzugt mit öffentlichen Verkehrsmitteln erreicht, das Automobil ist in den Innenstädten vor allem wegen des Mangels an Parkmöglichkeiten ein eher unpraktisches Fortbewegungsmittel. Gleichzeitig bildet das Fahrrad die günstigste Alternative, die Innenstadtziele zu erreichen.

Wie eben genannt, mussten die Teilnehmenden vorbereitend auf die Diskussionen erste Einzelfragebögen ausfüllen, um ihre persönliche Nutzung des Raumes „Viktualienmarkt“ zu bewerten, bevor die Einteilung in Kleingruppen erfolgte. In diesen wurden die entsprechenden Arbeitseinheiten diskutiert.

Die Einheit „Geschichte und Denkmalpflege“ widmete sich der Entwicklung des Marktes über die Jahrhunderte. Ergänzt durch Impulsreferate von Denkmalpfleger:innen und Fachgutachter:innen sollte das historische Bild des Marktes vermittelt werden. Hieraus ergab sich die Diskussion um mögliche Anknüpfungspunkte des Zukunftskonzeptes an die Entwicklungen der Vergangenheit.

Die Einheit „Der Markt als Markt“ beschäftigte sich mit dem alltäglichen Marktbetrieb, der von einem Vertreter der Markthallen München dargestellt wurde. Ziel dieser Einheit war es „Vorschläge zu entwickeln, wie ein funktionierender Viktualienmarkt der Zukunft mit Blick auf Sortiment, Größe, Struktur und Gastronomie aussehen kann“.⁶⁰⁴

Das Thema „Ver- und Entsorgung“ hingegen zielte auf die speziellen Bedürfnisse vor allem der Händler:innen vor Ort und auf die Frage ab, welche Schwierigkeiten auf dem Markt bei der täglichen Warenlieferung als auch Abfallentsorgung auftreten können und wie diese zu umgehen seien. Ein Sachverständiger des Abfallwirtschaftsbetriebs München sowie ein

⁶⁰³ Vgl. Sturm / Schwalm / Trütken 2017. S. 29-31.

⁶⁰⁴ Ebd., S. 21.

Mitarbeiter der „Ingenieure Gesellschaft für technische Gebäudeausrüstung mbH“ hielten zu diesem Thema Sachvorträge.

„Der Markt als öffentlicher Raum“ hatte die Zeiten außerhalb des Marktbetriebes zum Schwerpunkt, also die Nutzung des Marktgeländes als Freifläche, Grünfläche und Freizeitfläche, ohne den umliegenden Straßenverkehr zu berücksichtigen. Auch Gegenstände wie Beleuchtung oder Sitzgelegenheiten wurden besprochen. Die Lösungsvorschläge aus den Gruppen sollten dazu beitragen, die Aufenthaltsqualität auf dem Markt für alle Nutzer:innen zu optimieren.

Mit dem Thema „Tourismus und Veranstaltungen“ sollte zum einen der touristische Charakter des Marktes herausgearbeitet, zum anderen auch dessen Bedeutung für Einheimischen als „Veranstaltungsforum“ betont werden. Neben einigen Händler:innen stellte eine Referentin von München Tourismus den Markt als Münchner Institution vor, bevor die Teilnehmenden neue Veranstaltungsvorschläge einreichen konnten.

Der letzte Punkt „Besondere Interessen“ bezog sich vor allem auf die Nutzung des Raumes durch Menschen mit Behinderung: „Es ging beispielsweise um Bodenbeschaffenheit und Hindernisse für Menschen mit Rollstühlen, Rollatoren und Kinderwägen, die Einrichtung von sanitären Anlagen, aber auch Orientierungspläne für Sehbehinderte. Notwendig sei alles, was geh-, seh-, hör- wie auch geistig behinderten Menschen die Nutzung des Marktes ohne unüberwindliche Hindernisse ermöglichen würde.“⁶⁰⁵

Am dritten Tag folgten Vorträge der Vertreter:innen des Architektenbüros „bogevischs buero architekten & stadtplaner GmbH“, um die architektonischen Umsetzungsmöglichkeiten der Sanierungspläne aufzuzeigen und im Nachgang in Zusammenarbeit mit den Bürgerinnen und Bürgern zu erörtern. Nach dem Politikgespräch mit Vertreter:innen der Fraktionen des Stadtrats, dem Händlergespräch und den Ortsbegehungen am Markt wurde zuletzt die Bürgerempfehlung ausgesprochen, die alle oben aufgeführten Punkte in sich vereinte.

⁶⁰⁵ Ebd., S. 23.

Was macht den Viktualienmarkt aus?

Interessant ist hier vor allem die Auswertung der Arbeitseinheit „Erste Einschätzung“, in der den Teilnehmer:innen ein Fragebogen vorgelegt wurde. Der Bogen umfasste folgende Fragen [hier kurz paraphrasiert]:⁶⁰⁶

- Was macht für Sie den Viktualienmarkt aus?
- Wo sehen Sie die wichtigsten Anknüpfungspunkte an die Vergangenheit?
- Was hebt den Markt von anderen Einkaufsmöglichkeiten ab?
- Wie sieht für Sie ein funktionierender Viktualienmarkt der Zukunft aus?
- Welche Schwierigkeiten bei der Ver- und Entsorgung sind zumutbar?
- Was schlagen Sie vor, um die Aufenthaltsqualität zu verbessern?
- Welche zusätzlichen Nutzungen und Aktionen könnten Sie sich vorstellen?
- Welche Nutzungen und Aktionen sollten vom Markt ferngehalten werden?
- Welche Maßnahmen für Menschen mit Behinderung sollten umgesetzt werden?
- Welche Aspekte sehen Sie als besonders dringlich an?

Einige dieser Fragen überschneiden sich mit der Fragestellung in dieser Arbeit, die sich im Kern ebenfalls mit den besonderen Eigenschaften des Viktualienmarktes, auch in Abgrenzung zu anderen Märkten, beschäftigt.

Als ersten Punkt sollten die Teilnehmer:innen die Charaktereigenschaften des Marktes wiedergeben. Die Frage, die ihnen hierfür gestellt wurde, war „Was macht den Markt für Sie aus?“.

Die Aussagen der Befragten sind fast deckungsgleich mit den Aussagen, die während der teilnehmenden Beobachtung auf dem Markt und den informellen Gesprächen mit Händler:innen und Besucher:innen getroffen wurden: Auch hier sind die am meisten herausstechenden Eigenschaften des Viktualienmarktes seine Atmosphäre und seine „Ursprünglichkeit“ sowie, versorgungstechnisch betrachtet, die Vielfalt des Angebotes und die Qualität der Waren.

⁶⁰⁶ Vgl. ebd., S. 40-51.

Auch weitere, im Gutachten genannte Punkte, stimmten mit Aussagen der Besucher:innen vor Ort überein: Das Stichwort „Preishochburg“ wurde genauso genannt wie die besondere Lage als Freiluftmarkt auf großer Fläche.⁶⁰⁷

Bei meinen Gesprächspartner:innen auf dem Markt bezog sich der Begriff der „Ursprünglichkeit“ fast ausschließlich auf das historische Gewachsen-Sein des Marktes in München. Alle Angesprochenen, die diesen Punkt aufgriffen, verwiesen auf die lange Tradition des Viktualienmarktes als Versorgungsmarkt der Münchner⁶⁰⁸ und verbanden, zumindest wenn es sich um Münchner:innen oder Personen handelte, die in München leben, Kindheitserinnerungen oder zumindest viele Jahre zurückliegende Erinnerungen mit dem Markt.⁶⁰⁹ In diesem Fall spielte auch die nostalgische Bewertung des Marktes eine Rolle, die jedoch im Gegensatz zur rückblickenden Bewertung anderer „ursprünglicher“ Orte nicht immer eine nostalgische Verklärung des Marktes als Sehnsuchtsort mit sich brachte. Oft wurden im Zuge der Erinnerung an den früheren Markt auch die Verbesserungen angesprochen, die zwischenzeitlich entstanden oder durchgeführt worden waren. Ein Beispiel für diesen teilweise durchaus kritischen Rückblick ist ein sich zufällig ergebendes Gespräch mit einer gebürtigen Münchnerin im September 2021 an einem belebten Samstag: Meine Gesprächspartnerin erinnerte sich lebhaft an die Einkäufe, die sie in Ihrer Jugend in den 1950er Jahren an Samstagen mit ihrer Mutter am Viktualienmarkt tätigte. Damals verkehrte mitten auf dem Marktgelände in der Nähe der Heilig-Geist-Kirche ein heute an diesem Standort kaum noch vorstellbares Verkehrsmittel: Der sogenannte „Kohlrabi-Express“, die Linie 5 der Trambahn der Münchner Verkehrsgesellschaft.⁶¹⁰ Die jetzige Festlegung der Marktfläche als verkehrsberuhigte Zone wird von ihr als durchaus positiv empfunden.

Das Stichwort „Erscheinungsbild“ lag im Ranking des Gutachtens ebenfalls weit vorne. Diese Einschätzung stimmt mit den Eindrücken aus den informellen Gesprächen überein⁶¹¹: Der dörfliche Charakter des Marktes, vor allem gegeben durch die zentrale Lage des Biergartens und die Nähe zur Kirche, wie wir sie auch in einer dörflichen Bebauungsstruktur mit Kirche und Wirtshaus wiederfinden, wird durch die einzelnen Buden, den Maibaum und den

⁶⁰⁷ Vgl. ebd., S. 40.

⁶⁰⁸ Vgl. Gespräch V6.

⁶⁰⁹ Vgl. Gespräch K1.

⁶¹⁰ Vgl. Gespräch K1.

⁶¹¹ Vgl. Gespräch V3; K3.

dazwischen befindlichen größeren Freiflächen – wie dem Kartoffelmarkt – abgerundet. Strukturell wirkt der Viktualienmarkt daher tatsächlich wie ein kleines Dorf mitten in der Stadt. Neben den breiten Hauptwegen wie zum Beispiel vor dem Biergarten findet man in anderen Abteilungen teilweise ungerade und engere Gässchen, die sich zwischen den Buden schlängeln. Durch den Dorfcharakter des Marktes knüpft dieser an seinen historischen Vorgänger am Standort an: So wie der Vorgänger, das Heilig-Geist-Spital, eine kleine soziale „Stadt in der Stadt“ war, die sowohl von ihrer Bebauungsstruktur als auch von ihrer Funktionalität eine dörfliche Struktur bildete, so hat sich auch der Viktualienmarkt diese Charaktereigenschaft, die in heutiger Form während des Wiederaufbaus nach dem Zweiten Weltkrieg entstand, erhalten.

Diese Struktur des Marktes wurde von den Teilnehmer:innen als am erhaltenswertesten betrachtet und führte das Feld unter der Frage „Wo sehen Sie Anknüpfungspunkte an die Vergangenheit?“ vor den Antworten „Weiterhin Lebensmittelmarkt“ und „Marktbrunnen“ an. Diese Anknüpfungsmöglichkeiten werden in das Zukunftskonzept miteinbezogen, die Optik und Bauweise des Marktes sollen daher auch nach den abgeschlossenen Renovierungsarbeiten erhalten bleiben.⁶¹² Ein weiterer Punkt, dem in meinen Gesprächen mit den Marktbesucher:innen eine größere Bedeutung zugemessen wurde als von den Teilnehmenden des Gutachtens, war der Biergarten auf dem Viktualienmarkt (im Ranking mit 13 Punkten auf Platz 12 von 14).⁶¹³

Unter der Frage nach weiteren Nutzungsmöglichkeiten des Marktes warf die Antwort „Feste“ die folgenden Punkte wie „Livemusik“ und „Handwerkliche Vorführungen“ weit zurück:

„Feste sind am meisten gewünscht. Es soll sich dabei eher um jahreszeitlich passende, familienfreundliche Feste mit Marktbezug handeln. Auch ein bayerisches traditionelles Viktualienmarktfest wird genannt. Darüber hinaus sind eine „Lange Nacht des Viktualienmarktes“ oder eine ‚Nacht der Gourmets‘ Ideen von Kleingruppen, die Anklang gefunden haben“.⁶¹⁴

⁶¹² Vgl. Sturm / Schwalm / Trütken 2017. S. 41.

⁶¹³ Vgl. Gespräch K1; K5.

⁶¹⁴ Sturm / Schwalm / Trütken 2017. S. 48.

Nutzungsmöglichkeiten, die von den Befragten als „ungewünscht“ eingestuft wurden, waren unter anderem „Werbeveranstaltungen“, „Externe Händler“ und der Christkindmarkt. Dessen Betrieb sollte nach dem Wunsch der Teilnehmer eingestellt werden.⁶¹⁵

Für Menschen mit Behinderung wurden leicht zugängliche Hinweisschilder und Infotafeln sowie barrierefreie Bodenbeläge gefordert.

Weitere Verbesserungsvorschläge der Teilnehmenden des Gutachtens umfassten die Punkte „Mehr Sitzgelegenheiten“, „Mehr Begrünung / Bäume“ und „Fahrradständer“. Dies ging einher mit der Frage nach dem als am dringlichsten eingestuften Handlungsbedarfes, der während des Umbaus vorrangig berücksichtigt werden sollte. Hier wurde neben der Lebensmittelhygiene und der Sanierung der Lagerflächen, der Ausbau sanitärer Anlagen für Händler:innen als auch Besucher:innen sowie der Erhalt des äußeren Erscheinungsbildes genannt.⁶¹⁶

Die Punkte „Sitzgelegenheiten“ und „Sanitätsflächen“ wurden zusätzlich in der Frage nach den Zukunftsaspekten eines funktionierenden Marktes erwähnt. An erster Stelle stand hier jedoch die Ausrichtung des Marktes auf Lebensmittel aus der Region und ein individuelles Sortiment der Buden, um die Vielfalt des Angebotes auf dem Markt zu erhalten.

In der Gesamtabwägung aller Punkte des Gutachtens wurden die Punkte „bauliche Sanierung“, „Marktcharakter erhalten“ und „Aufwertung von Abteilungen“ besonders herausgehoben, wobei sich ersteres mit der Aufwertung der Fläche überschneidet.⁶¹⁷ Unter den Punkt der Aufwertung fallen Sanierungsmaßnahmen wie der Ausbau der Lager- und Kellerräume sowie bessere Kühlmöglichkeiten, während die bauliche Sanierung die Hygiene- und Technikmängel beheben als auch das Erscheinungsbild mit einzelnen Buden, Markisen und Kupferdächern erhalten soll. Damit sollte die Sanierung den Punkt der Erhaltung des Marktcharakters unterstützen, wobei nicht nur das optische Erscheinungsbild, sondern auch das Sortiment mit Schwerpunkt auf den Lebensmittelhandel erhalten bleiben sollte.

Das Fazit der Projektleitung wurde am Ende des Gutachtens zusammengefasst: Die Projektleitung sah sich in ihrem Motto „Behutsam. Sanft. Liebevoll.“ bestätigt und bewertete die Durchführung des Gutachtens und die Zusammenarbeit mit den Teilnehmer:innen als

⁶¹⁵ Vgl. ebd., S. 49.

⁶¹⁶ Vgl. ebd., S. 51.

⁶¹⁷ Vgl. ebd., S. 69.

durchaus positiv. Die Grundideen des Gutachtens sollten genau wie einzelne, auf bestimmte Abteilungen bezogene Vorschläge, in die Planung der Sanierung miteinfließen.⁶¹⁸

Mein persönliches Fazit des Bürgergutachtens zeigt vor allem zwei Tatsachen deutlich auf: Zum einen den Eindruck, dass sowohl der Teilnehmerpool aus dem Gutachten als auch die durch mich angesprochenen Personen auf dem Marktgelände eine durchaus klare Vorstellung der Zukunft des Viktualienmarktes haben, die sich im Grundsatz nach einigen Startschwierigkeiten in eine gemeinsame Richtung entwickelt.

Zum anderen, dass sich diese Vorstellungen und Wünsche mit denen der Händler:innen auf dem Markt zu decken scheinen. Zugleich wird durch diese Deckung eine Problematik ersichtlich: Scheinen die Ideen und Vorstellungen auf Besucher- und Händlerseite in weiten Teilen deckungsgleich, so scheint das in einigen Punkten zwischen der Händlerschaft und dem Betreiber, den Markthallen München, nicht gänzlich der Fall zu sein. Dies wird im Gutachten an mehreren Stellen deutlich, unter anderem an der Frage nach der Kommunikation mit den Markthallen München: „Ein Informationsfluss ist da, allerdings nicht umfassend genug, gerade was die Einbindung in die Planung zum Zukunftskonzept des Marktes angeht. Alle 2 Monate findet ein regelmäßiger Jour Fixe mit den Markthallen und den Händlern statt, dieses Konzept funktioniert gut. Es fühlt sich aber so an, dass die Markthallen keine richtige Einbindung der Händler in die Zukunftsplanung wollen. Diese wollen verwalten, nicht verändern“.⁶¹⁹ Das Fehlen des Informationsflusses wurde durch die getroffenen Aussagen der informellen Gespräche bestätigt.⁶²⁰

Als Beispiele für die fehlende Einbindung der Marktkaufleute werden Themen wie die mangelnde Beleuchtung auf dem Gelände genannt, die seit Jahren vergeblich von Händlerseite an die Verwaltung kommuniziert werde. Auch eine stetig geringer werdende Anzahl an unbefristeten Standzuweisungen verunsichert die Pächter:innen. Somit entsteht bei einigen der Eindruck, die Wirtschaftlichkeit des Marktes wird vor die Bedürfnisse der Händler:innen und Gäste gestellt. Dieser Punkt wurde ebenfalls in den informellen Händlergesprächen aufgegriffen. Einige Gesprächspartner:innen waren der Meinung, der

⁶¹⁸ Vgl. ebd., S. 71.

⁶¹⁹ Ebd., S. 68.

⁶²⁰ Vgl. Gespräch V6; V9; V10.

Wunsch der Standbesitzer:innen nach umfassenden Sanierungsarbeiten hätte bei den Markthallen bereits zu einem früheren Zeitpunkt Gehör finden müssen.⁶²¹

Es bleibt daher abzuwarten, ob und inwiefern sich die Kommunikation zwischen Händlerschaft und Verwaltung verbessert. Die Gesprächspartner:innen äußerten sich dazu eher zurückhaltend. Erste Anzeichen einer Annäherung konnten allerdings in den letzten Jahren beobachtet werden, unter anderem durch die Errichtung des Infostandes des Kommunalreferates als auch durch den Einzug der Marktaufsicht 2021 in eben jenen Stand. Es wird sich zeigen, ob das räumliche Zusammenrücken von Verwaltung und Marktkaufleuten auch eine Annäherung der beiden Parteien bewirken wird.

Das Bürgergutachten an sich kann als wichtiger Schritt in eine gemeinsame Planung der Zukunftskonzepte gewertet werden. Die durch das Einbeziehen zufällig ausgewählter Bürger:innen entstandenen Vorteile sind neben der Vielzahl an Perspektiven auch einzelne Verbesserungsvorschläge, die größtenteils in die Planung der Umgestaltung des Marktes miteinfließen konnten. Bei anderen Vorschlägen zeigte sich zumindest die Kreativität der Arbeitsgruppen: „Zu den Vorschlägen gehört auch ein (möglicherweise nicht ganz ernst gemeinter) wöchentlich sprudelnder Bierbrunnen im Biergartenbereich“.⁶²²

7.2. Vorbild Elisabethmarkt: Sanierung auf dem Schwabinger Markt

Da sich die Umbauarbeiten auf dem Viktualienmarkt pandemiebedingt um einige Jahre verzögern werden, wurde für meine Analyse der zukünftigen Gestaltung der Markt am Elisabethplatz in Schwabing gewählt. Dieser Markt ist dem Viktualienmarkt bereits einen Schritt voraus. Hier waren im Sommer des Jahres 2021 die Renovierungsarbeiten schon in vollem Gange. Die Grundsteinlegung, die im Juli desselben Jahres stattfand, war der erste Schritt zu einer Umgestaltung des kompletten Marktbereiches.

Der neue Marktplatz wird modern umgestaltet, einzelne Stände renoviert und der gesamte Platz neu gepflastert. Die offizielle Website der Stadt München beschreibt, wie die Baumaßnahmen „in Anlehnung an die alte kleinteilige Gebäudestruktur“ des Marktes

⁶²¹ Vgl. Gespräch V10; V6.

⁶²² Sturm / Schwalm / Trütken 2017. S. 47.

durchgeführt werden. Durch Dachterrassen, Tiefgarage und unterirdische Lagerräume sollen „Freiräume für eine reizvolle und lebendige Marktfläche“ entstehen.⁶²³

Auf der Plattform „Instagram“ kündigen die Markthallen München als Betreiber des Elisabethmarktes im Juli 2021 an, dass insgesamt 22 Stände, die in 10 Marktgebäuden zusammengefasst werden, bis Ende 2023 fertiggestellt werden sollen. Vorschaubilder des Architekturbüros zeigen die Marktgebäude mit Holzbeschlügen und ausziehbaren Markisen vor jedem Stand, begrünten Dachterrassen sowie einen zentralen Marktbrunnen. Der gesamte Platz wird mit terracottafarbenen Platten gepflastert.⁶²⁴

Da die größeren Umbauarbeiten auf dem Viktualienmarkt voraussichtlich erst im Jahr 2025 starten und daher in dieser Arbeit nicht abgedeckt werden, lohnt sich ein Blick auf diesen Münchner Markt, der diese Transformationsprozesse bereits jetzt durchläuft und sich aktuell im Umbau befindet. Um die momentanen Bauarbeiten und die geplanten Konzepte für den neuen Markt näher kennenzulernen, bot sich eine Führung im Rahmen der „Architektouren“ der Bayerischen Architektenkammer⁶²⁵ im Juni 2022 an.

Bei dieser einstündigen Führung über den Schwabinger Markt am Elisabethplatz wurden das Konzept und die Planung des neuen Marktes von einem der Architekten des Planungsbüros vorgestellt. Diese Konzepte sind auch für die zukünftige Entwicklung des Viktualienmarktes von Interesse, da das Architekturbüro „bogevischs buero architekten & stadtplaner GmbH“ mit der Sanierung aller Münchner Lebensmittelmärkte von der Landeshauptstadt München beauftragt wurde. Hier lassen sich daher erste Vergleiche mit der geplanten Restaurierung des Viktualienmarktes ziehen.

Das Projekt am Elisabethplatz wurde im Jahr 2017 geplant. Im Vorfeld der Planungsphase wurde in den Jahren 2014 bis 2017 eine Machbarkeitsstudie durchgeführt, um die

⁶²³ Vgl. Website der Stadt München. URL: <https://www.muenchen.de/rathaus/Stadtverwaltung/Kommunalreferat/markthallen/elisabethmarkt.html> [14.07.2021].

⁶²⁴ Post auf dem Instagram-Account „bogevischs buero“ des Architekturgestalters „bogevischs buero architekten & stadtplaner GmbH“ vom Juli 2021 [15.07.2021].

⁶²⁵ Die „Architektouren“ finden jährlich am letzten Juni-Wochenende statt und präsentieren Projekte in ganz Bayern. Ziel der Touren ist der Einblick der Besucher:innen in die verschiedenen Abschnitte der Bauentwicklungen und die Information durch die Bauherren oder die Architekt:innen vor Ort. URL: <https://www.byak.de/planen-und-bauen/architektur-baukultur/architektouren/architektouren-was-ist-das.html> [17.07.2021].

Gegebenheiten vor Ort näher zu analysieren. Im Februar 2020 erfolgte dann der Baubeginn. Im Mai 2022 wurden die Pläne für den Neubau final vom Stadtrat abgesegnet.

Zum Zeitpunkt des Verfassens dieser Arbeit gestaltete sich die Lage vor Ort wie folgt: Am südlichen Teil des Elisabethplatzes war bereits ein Wohnhaus der Stadtwerke München im Rohbau fertiggestellt. Direkt davor befand sich die Baugrube des Neubaus des Marktes. Hier soll ebenerdig ein Markt mit insgesamt 22 Marktbuden und einer sich darunter befindlichen zweistöckigen Tiefgarage entstehen. Der erste Stock der Tiefgarage wird den Markthändler:innen, der zweite Stock den Anwohner:innen zur Verfügung stehen.

Bereits während der ersten Planungsphase bildete sich eine Bürgerinitiative, die sich für den Erhalt des Marktes in seiner ursprünglichen Form einsetzte. Diese Form hatte sich im Anschluss an den Zweiten Weltkrieg herausgebildet und blieb seitdem unverändert. Der Verfall der Bausubstanz und die mangelnde Hygiene machten eine Sanierung des Marktes jedoch unabdingbar.

Das Architekturbüro schreibt zu dieser Situation auf seiner Website:

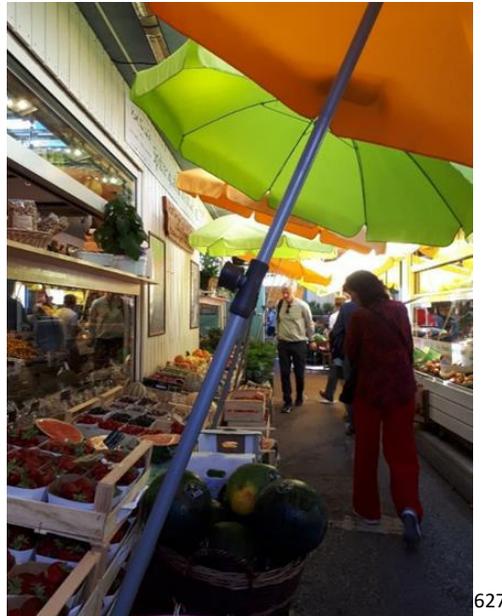
„Aufgrund der aufgeheizten Situation entschieden wir uns, bei der Planung einen radikal partizipativen Weg einzuschlagen, um die Öffentlichkeit mit dem notwendigen Umbauprozess zu versöhnen. Die Beteiligung der Händler und Öffentlichkeit fand während der Machbarkeitsstudie in Form von Informations- und Diskussionsveranstaltungen statt. Mit Start des Planungsprojektes forderten wir die Öffentlichkeit auf, sich an einem Entwurfsworkshop zu beteiligen, an dem dann 48 Bürger teilnahmen. Abstrahierende Modelle ermöglichten es den Bürgern, die Komplexität der Aufgabe nachzuvollziehen und selbst verschiedene Lösungsansätze zu entwickeln. Diese Ansätze wurden in zwei realisierbare Entwurfs-Varianten übersetzt und wiederum zur Diskussion gestellt. So entstand eine Lösung, der alle zustimmen konnten.“⁶²⁶

Dies ist auch der Weg, den man mit der Bürgerbefragung zur Umgestaltung des Viktualienmarktes verfolgte, um eine Einbeziehung der Münchner Bürger:innen von Anfang an zu ermöglichen.

Nach Umsetzung des Lösungsvorschlages der Architekt:innen und dem Beginn der Bauphase musste die Händlerschaft vor Ort auf einen Interimsmarkt ausweichen. Dieser bildet die Zwischenlösung bis zur Fertigstellung des neuen Dauermarktes im Jahr 2023. Da auch die

⁶²⁶Website von „bogevischs buero architekten & stadtplaner GmbH“. URL: <https://www.bogevisch.de/projekte/neuerrichtung-elisabethmarkt-dauermarkt> [22.07.2021].

weiteren Münchner Märkte wie der Pasinger Markt oder der Viktualienmarkt während ihrer Sanierungsarbeiten auf Interimsgelände ausweichen müssen, konnte in Schwabing ein erster Einblick in diese Form der Übergangslösung gewonnen werden.



Der Interimsmarkt am Elisabethplatz befindet sich in der Arcisstraße. Der Straßenverlauf wurde hier zu einem Teil abgesperrt, um dort die Buden errichten zu können. Die Lage war gewählt worden, um einerseits brandschutzrechtliche Vorgaben mit Flucht- und Laufwegen zu erfüllen und andererseits den Händler:innen das Ein- und Abladen zu erleichtern und gleichzeitig den Baum- und Grünbestand auf dem Elisabethplatz zu schützen und zu erhalten. Außerdem bot sich dieser Standort an, da von dort aus der Verkehr bestmöglich umgeleitet werden konnte.

Der Interimsmarkt besteht aus vorgefertigten Holzmodulen, die in heller Holzfassadenoptik an die umgebenden, denkmalgeschützten Gebäude wie das Gisela-Gymnasium angepasst wurden. Die einzelnen Module wurden, vorgefertigt vom Hersteller, zuerst in die Großmarkthalle geliefert, wo sie mit der benötigten Technik ausgestattet wurden, bevor sie auf Lastkraftfahrzeuge verladen und dann zu ihrem neuen Standort in Schwabing gefahren wurden.

Alle Module wurden individuell an das Sortiment der Verkäufer:innen angepasst und von den Großmarkthallen in den Innenräumen entsprechend bestückt. Alle festen Bestandteile

⁶²⁷ Eigene Fotografie der Budenzeile auf dem Schwabinger Markt am Elisabethplatz.

der Innenräume wie Theke oder Spüle sind daher im Besitz der Markthallen München und den Händler:innen nur vorübergehend zur Verfügung gestellt. Nach dem Aufstellen der Buden in der Arcisstraße erfolgte auf den Dächern das Verlegen der Haustechnik, die über Kabelbrücken den gesamten Interimsmarkt umfassen. Die farbliche Gestaltung der Innenräume und Vordächer der Stände verweist auf das jeweilige Sortiment und schafft somit eine optische Orientierungshilfe auf dem Gelände.

Da der Interimsmarkt am Elisabethplatz an diesem Standort länger als zwei Monate aufgebaut sein wird, ist er baurechtlich als permanentes Gebäude zu bewerten und unterliegt daher strengeren Vorschriften und Anforderungen. Hierzu zählt unter anderem die Gewährleistung des ungestörten Verkehrsflusses und eine höhere Zahl an Zugängen zum Gelände. Diese Vorschriften wurden in die Planung miteinbezogen und in der Aufbauphase umgesetzt.

Der Vorteil der vorgefertigten Bauteile liegt in der leichteren Handhabung durch schnelles Auf- und Abbauen sowie der erleichterten Reparaturmöglichkeit durch uneingeschränkten Zugang zu den Außen- wie auch Innenräumen. Das robuste Holz mit langer Lebensdauer als vorherrschendes Baumaterial ermöglicht eine Wiederverwendung am Pasinger Viktualienmarkt, der im Sanierungsplan als nächstes vorgesehen ist und für seinen Interimsmarkt ab 2023 die Buden des Marktes am Elisabethplatz nutzen wird.

Der Interimsmarkt in Schwabing umfasst 14 Buden, nicht alle Marktkaufleute wollten zwischenzeitlich auf den Interimsmarkt ausweichen, daher wird der neugefertigte Dauermarkt mehr Stände als der jetzige Interimsmarkt umfassen.

Während der Führung konnten die einzelnen Module näher besichtigt werden. Von außen variieren die Modelle hauptsächlich durch die Anbringung unterschiedlicher Theken. Das „Käsemodul“ hat beispielsweise nur ein schmales Fenster als Durchreiche zum Verkauf, dafür jedoch eine gekühlte Auslage für die Präsentation der Ware. Für das „Fischmodul“ ist diese gekühlte Auslagefläche verbreitert worden, da der Fisch auf Eis gebettet wird und daher ein Abtropfgitter für das schmelzende Eis vonnöten ist. Das „Imbissmodul“ bietet vergleichsweise größere Innenräume für Stehtische und eine Bartheke, während die „Obst- und Gemüsemodule“ wegen des großen Sortiments über eine wesentlich größere Quadratmeterzahl verfügen und in Doppelmodulen untergebracht sind, die von beiden Seiten her betreten werden können.

Durch die Aneinanderreihung der einzelnen Module entsteht eine kleine Marktgasse mit beidseitigen Buden, die das Flair und die Atmosphäre des ursprünglichen Marktes aufgreifen soll. Für die Händlerschaft bedeutete der Bau des Interimsmarktes vor allem die Möglichkeit, die Kundenbindungen an den Markt nicht zu verlieren und einen Verdienstausschlag zu vermeiden. Alle auf dem Interimsmarkt vertretenen Händler:innen werden nach Fertigstellung des neuen Marktes wieder auf dem Dauermarkt zu finden sein, die restlichen Händler:innen kehren nach zweijähriger Auszeit später wieder auf den Dauermarkt zurück.

Im Hinblick auf die geplanten Umbaumaßnahmen des Viktualienmarktes kann der Markt am Elisabethmarkt eine ungefähre Vorstellung über das künftige Bauvorhaben dort bieten. Der Interimsmarkt wird sich ähnlich gestalten. Eventuell werden die Module, die heute am Elisabethmarkt verwendet werden, in einigen Jahren auch den Händler:innen des Viktualienmarktes zur Verfügung stehen.

Die Erhaltung einer kleinteiligen Gebäudestruktur – was bedeutet, dass es auch weiterhin einzelne, freistehende Marktbuden geben wird – wurde auch bei der Diskussion um die Sanierung des Viktualienmarktes als wichtiger Punkt aufgegriffen.

Gerade diese ursprüngliche Struktur, die sich bereits in der Entstehungszeit der Märkte gebildet hat, macht den Großteil des Charmes der Märkte aus. Daher weist auch das Bürgergutachten über den Viktualienmarkt ausdrücklich auf den Erhalt der traditionellen Marktstruktur mit einzelnen Buden hin. Dies ist auch am Markt am Elisabethplatz der Fall, bei dessen Planung die Struktur der Buden durch die Bildung von kleinen Gassen übernommen wurde, die den Besucher:innen ein gemütliches Schlendern und Flanieren ermöglichen.

Der Interimsmarkt wurde von den Anwohner:innen angenommen und bietet eine mehr als zufriedenstellende Lösung für das Problem der kurzzeitigen Unterbringung der Händler:innen. Es bleibt abzuwarten, inwieweit der Neubau des Dauermarktes im Vergleich zu seinem Vorgänger an Beliebtheit gewinnt beziehungsweise verliert.

Hinsichtlich des Viktualienmarktes bleibt festzuhalten, dass der Markt in Schwabing durchaus als Vorbild für die in den nächsten Jahren geplante Sanierung dienen kann. Durch die beschriebenen Parallelen zum einen in der Gestaltung des Interimsmarktes, zum anderen in der Umsetzung der langfristigen Planung, wird die Neuinstandsetzung auf dem

Viktualienmarkt sich sehr ähnlich wie das Konzept in Schwabing gestalten. Das Architekturbüro plant zum jetzigen Zeitpunkt – im Frühjahr 2023 – mit der spiegelgleichen Umsetzung des Konzeptes. Zukünftige Entscheidungen werden vor allem bezüglich des genauen Standortes des Interimsmarktes am Viktualienmarkt getroffen werden müssen. Es bleibt abzuwarten, ob alle Marktkaufleute auf das neugestaltete Gelände des Marktes zurückkehren werden, da sich in Schwabing bereits eine andere Entwicklung abzeichnet. Hier haben viele der älteren Händler:innen, geknüpft an den zeitlichen Rahmen des Projektes, ihren Ruhestand vorgezogen. Am Viktualienmarkt wird sich daher erst in den nächsten Jahren abzeichnen, inwiefern die gesamte Händlerschaft auf den sanierten Markt zurückkehren wird.

Schluss: Ausblick

Dem Gelände des Viktualienmarktes werden in den kommenden Jahren einige bedeutende Veränderungen bevorstehen. Mit dem Motto der „Sanften Sanierung“ soll versucht werden, den ursprünglichen Charakter des größten Lebensmittelmarktes in München zu erhalten und gleichzeitig die Modernisierung voranzutreiben. Die Entwicklungen und weiteren Entscheidungen der nächsten Jahre werden zeigen, inwieweit sich das geplante Konzept „Behutsam. Sanft. Liebevoll.“ nicht nur auf dem Papier, sondern auch in der Realität umsetzen lassen wird.

Aufgrund der zeitlichen Verschiebung der Renovierungsarbeiten durch die Covid-19-Pandemie konnten die in der übergeordneten Fragestellung aufgegriffenen Transformationsprozesse auf dem Markt noch nicht mitverfolgt werden. Da die Stadt München jedoch die Renovierung aller Münchner Märkte beschlossen hat und diese nicht parallel, sondern aufeinander folgend saniert werden, konnte am Schwabinger Markt am Elisabethplatz stellvertretend für die Arbeiten auf dem Viktualienmarkt bereits erste Beobachtungen des Vorgehens und der Umsetzung durchgeführt werden.

Die Beobachtungen auf dem Schwabinger Markt gaben bereits einen ersten Eindruck, wie sich die Zukunft des Viktualienmarktes gestalten könnte. Hier entstand während der gesamten Bauzeit eine Containerlösung als Interimsmarkt, die von den Händler:innen genutzt werden konnte. Die dort zum Einsatz kommenden Module könnten in den nächsten Jahren auch auf dem vorübergehend entstehenden Viktualienmarkt zum Einsatz kommen, der sich vermutlich nahe der Frauenstraße befinden wird. Es bleibt abzuwarten, ob der sanierte Markt den Vorstellungen und Erwartungen der Beteiligten entsprechend wird. Durch die Umsetzung der „sanften Sanierung“ und der damit verbundenen Bestandserhaltung auf dem Markt wird sich an der bisherigen Struktur und dem räumlichen Aufbau des Marktes nur wenig verändern. Es besteht die Hoffnung, dass die sanierte Bausubstanz, neue Toilettenhäuschen, eine moderne Abfallentsorgung sowie bessere Wasser- und Stromversorgung alle Beteiligten über die durch die Transformation entstehenden Unannehmlichkeiten hinwegtrösten.

Das Bürgergutachten hat bekräftigt, dass den befragten Münchnerinnen und Münchnern ebenso an der Umsetzung des Mottos gelegen ist wie der Stadt München, den

Vertreter:innen der Großmarkthalle und den Händler:innen. Wenn sich die Umsetzung daher erfolgreich gestaltet, wird der bayerischen Landeshauptstadt ein moderner Lebensmittelmarkt mit neuer Bausubstanz und altem Charme erhalten bleiben, der im Herzen Münchens weiterhin eine bedeutende Institution darstellen wird.

Neben diesen zukünftigen Entwicklungen kann für den Münchner Viktualienmarkt der Gegenwart zumindest dem eingangs zitierten Karl Wanninger nur zugestimmt werden: Der Viktualienmarkt als Herzstück der Stadt hält – zumindest zwischen Heilig-Geist-Kirche und Freibank – die Münchner Welt ein Stück weit zusammen. Und dieser Umstand wird sich wohl auch in den kommenden Jahren mit all den anstehenden Veränderungen und Transformationen des Marktgeländes nicht ändern. Denn wie der historische Rückblick zeigt, ist es dem Münchner Viktualienmarkt schon des Öfteren gelungen, sich zum einen von Rückschlägen zu erholen, zum anderen sich seine Beliebtheit sowohl bei den Einheimischen als auch bei den „Zuagroasten“ zu erhalten.

Für die Beantwortung der Forschungsfrage hinsichtlich der Funktionen des Marktes lässt sich festhalten: Neben seiner Funktion als Versorgungsmarkt für die Münchner Bevölkerung steckt im Viktualienmarkt bei genauerer Betrachtung noch vieles mehr. Nicht nur das reine Einkaufserlebnis wird hier zelebriert, der Markt als Raum für Austausch und Kommunikation spielt eine wichtige Rolle in der Bildung eines Netzwerkes, in dem Akteurinnen und Akteure miteinander in Verbindung treten und so den Raum für sich gestalten. Sie nutzen ihn als Bühne performativer Akte und versuchen dabei, sich vorteilhaft „in Szene“ zu setzen. Sie sehen in ihm nicht nur einen Arbeitsplatz, sondern verbinden den Markt in vielen Fällen mit persönlichen Erinnerungen, die sich in ihr Gedächtnis eingeschrieben haben und somit tief in ihrer Identität verankert sein können.

Eine weitere Gruppe wiederum besucht den Markt zwar nur temporär, trägt jedoch viel zu seinem Erscheinungsbild bei und belebt ihn vor allem in der Hauptreisezeit ungemein: Tourist:innen besuchen den Markt vor allem in den Sommermonaten. Die Marketingstrategie des städtischen Tourismusamtes zielt darauf ab, Münchens Attraktivität als Reiseziel auch außerhalb der Saison herauszustellen. Durch die Bewerbung von Festen wie dem Tanz der Marktfrauen finden Reisende auch in den eigentlich besucherschwachen Monaten ihren Weg auf den Viktualienmarkt. Das „City-Marketing“ ist erfolgreich darin, den

Markt rund um das Jahr als eine der bedeutsamsten Sehenswürdigkeiten für auswärtige Besucher:innen zu inszenieren.

Andere wiederum versuchen den Viktualienmarkt als öffentlichen Raum aktiv zu gestalten; Institutionen und juristische Persönlichkeiten greifen ebenso in den Alltag des Marktes ein wie die Menschen, die sich auf ihm und in ihm bewegen. All diese Akteursgruppen haben die räumliche Nutzung des Viktualienmarktes gemein. Auf unterschiedlichste Weise versuchen sie den Markt als Ort für sich zu nutzen oder mitzugestalten.

Durch raumtheoretische Ansätze wurde versucht, die verschiedenartigen Funktionen des Viktualienmarktes als speziellen Raum herauszuarbeiten. Ist der Markt natürlich städtischer Freiraum, der in Symbiose und gleichzeitiger Abhängigkeit mit der Stadt steht, so wird er als öffentlicher Raum gezielt gestaltet, um ihn den Wünschen und Vorstellungen der Nutzerinnen und Nutzer anzupassen. Gleichzeitig kann die Stadt durch Gestaltung öffentlicher Räume ihr Image nach Außen projizieren und positive Aspekte bewerben. Das „City-Marketing“ liefert hierfür wichtige Konzepte und Ideen. Wird der öffentliche Raum damit als Netzwerk gefasst, in dem die Akteure:innen ihre Teilidentitäten bezogen auf den Raum herausbilden, so ist dem Viktualienmarkt eine identitätsstiftende Eigenschaft zuzuschreiben. Übertragen auf die Forschungsthese der Akteur-Netzwerk-Theorie bedeutet dies, dass ein Austausch zwischen den Akteur:innen an sich, aber auch den Akteur:innen und Artefakten im Raum stattfindet. Dies hat zur Folge, dass – den Raum und somit den Markt als Netzwerk betrachtend – die Menschen auf dem Markt mit dem *setting* des Marktes in Wechselwirkung stehen und sich gegenseitig beeinflussen. Durch diese Einflussnahme aufeinander wird eine Raumpraxis aufgezeigt, die sämtliche im Raum stattfindenden Prozesse umfasst.

So ist der Raum dem Einfluss der sich in ihm bewegenden Individuen unterworfen, diese müssen sich jedoch zur gleichen Zeit an die vorherrschenden räumlichen Strukturen anpassen. Dies geschieht auch auf der Ebene des Erinnerungsraumes: Der Raum schafft Erinnerung, die Erinnerung schafft Raum. Speziell am Viktualienmarkt lassen sich Gedächtnisorte finden, die an bereits Vergangenes erinnern. Die persönlichen Erinnerungen der Menschen hingegen stellen eine wichtige Quelle in der Auseinandersetzung mit Orten des Erinnerens dar. Als Erinnerungsraum festigt der Markt die (Teil-) Identitäten der

Erinnernden. Durch ihre Erinnerung wird zugleich der Viktualienmarkt der Vergangenheit wieder lebendig.

Das Erinnern ist in vielen Fällen an Sinneswahrnehmungen geknüpft. Somit ist es entscheidend, den Viktualienmarkt als Sinnesraum zu untersuchen. Es gibt nicht viele Orte, die sich für eine sinnliche Erfahrbarkeit besser eignen würden. Der Markt spricht alle Sinnesorgane an, sei es der Duft der frischen Fischsemmel, die farbenfrohen Schnittblumen, der Klang des 12-Uhr-Läutens oder der Geschmack der Antipasti-Probierhäppchen: Der Viktualienmarkt ist ein Markt der Sinne. Das sinnliche Einkaufserlebnis schafft eine besondere Atmosphäre, die den Markt als Sinnesraum von „Nicht-Orten“ wie den Supermärkten abhebt.

Und als solchen wissen ihn auch die Besucher:innen aus aller Welt zu schätzen: Als Nutzer:innen des touristischen Ortes könne sie hier nach Belieben flanieren, einkaufen oder eine der zahlreichen kulinarischen Stadtführungen besuchen. Die Entwicklung des Tourismus im Allgemeinen und im Speziellen wurde von ihren Anfängen mit der mittelalterlichen Pilgerreise über die Entdeckungsreisen, die Walz und die Grand Tour bis hin zum Prototyp des modernen Tourismus, der seine Anfänge in der Epoche der Romantik findet, dargestellt. Im Falle des Viktualienmarktes wurde vor allem der Typus der Städtereise näher untersucht, um diese Erkenntnisse auf das Forschungsfeld zu übertragen. Der Viktualienmarkt als Sehenswürdigkeit stellt einen touristischen Raum dar, dessen Attraktivität sich nicht zuletzt durch seine bewegte Geschichte und seine traditionelle Marktstruktur festigt.

Aus geschichtswissenschaftlicher Perspektive betrachtet, ist tatsächlich ein München ohne Viktualienmarkt nicht vorstellbar. Neben dem Mythos der Stadtgründung kann faktisch belegt werden, dass der Markt die Entwicklung des „forum apud munichen“ gezielt beeinflusste, ja sogar dessen Entstehung verantwortete. Der These „Ohne Markt kein München“ ist daher ebenfalls zuzustimmen, da weder dem Stadtgründer Heinrich dem Löwen noch seinen Nachfolgern ansonsten an dem kleinen Marktflecken gelegen gewesen wäre. Erst durch die Entstehung des ersten Marktes an der Kreuzung zweier mittelalterlicher Handelsstraßen stieg das Interesse der Landesherren und somit auch die Bevölkerungszahl langsam an. Der Münchner Markt als lukrativer Geschäftsort zog stetig mehr Händler:innen an, die sich dann in der Stadt niederließen. Wie die Stadt München wuchs auch der Markt auf dem Schrammplatz, dem heutigen Marienplatz, weiter und dehnte sich in alle

Himmelsrichtungen aus. Teilmärkte wie der Rindermarkt, der Pferdemarkt oder der Salzmarkt waren über das gesamte Stadtgebiet verteilt. Auch die in regelmäßigem Abstand stattfindenden Dulten trugen zur Popularität Münchens als Marktstandort bei. Im geschichtlichen Rückblick konnte die Entwicklung des Viktualienmarktes nachgezeichnet und seine historische Bedeutung für die Stadt München aufgezeigt werden. Aus dem Grünen Markt, beziehungsweise dem „Eier- und Kräutlmarkt“, entwickelte sich der Vorläufer des heutigen Viktualienmarktes, der im 19. Jahrhundert nach der Auflösung des Heilig-Geist-Spitals auf die dadurch entstandene Freifläche umziehen konnte. Von seinem Ursprung als Bauernmarkt mit fliegenden Händler:innen ist heute nicht mehr viel übrig geblieben; das rege Markttreiben wurde stattdessen in feste Buden verlegt, die nach ihrer Zerstörung im Bombenhagel des Zweiten Weltkrieges wieder aufgebaut wurden. Und auch die Verlegung des Marktes zugunsten einer Stadtautobahn konnte in den 1960er Jahren erfolgreich abgewendet werden. So ist der Viktualienmarkt noch immer mitten im Herzen der Münchner Altstadt zu verorten und trägt bis heute zur Versorgung der Münchnerinnen und Münchner mit frischen Lebensmitteln und kulinarischen Leckerbissen bei.

Stadtgeographisch betrachtet, wurde die These über das Aussterben der Altstädte untersucht, die durch Institutionen wie den Deutschen Städtetag seit einigen Jahren immer wieder in den Fokus der öffentlichen Debatte gerückt wurde. Mit der Darstellung der städtebaulichen Planungskonzepte sollten Vorgehensweisen und Vorschläge aufgezeigt werden, mit denen Kommunal- und Stadtverwaltungen gezielt versuchen, dem Aussterben der Innenstädte entgegenzuwirken. Durch den Bau von Einkaufszentren, Gewerbeflächen mit großen Supermärkten sowie den zunehmenden Absätzen im Onlinehandel wird das Überleben kleinerer Läden gefährdet. Parallel zum Aussterben der Innenstädte erfolgt auch der Wegfall von Pull-Faktoren, die durch die Strategien des „City-Marketing“ vertrieben werden und die die Anziehungskraft der Innenstädte sowohl für Einheimische als auch touristische Besucher:innen ausmachen.

Durch neue städtebauliche Plankonzepte wird daher versucht, den öffentlichen Raum in der Stadt attraktiver zu gestalten und auszufüllen. Durch das Einbeziehen der Betroffenen in die Planung soll sichergestellt werden, dass die Räume bestmöglich und für alle Akteur:innen gleichermaßen optimal genutzt werden können.

Im Falle der Sanierungsvorschläge für den Viktualienmarkt wurde versucht, dem Wunsch einer ausgewogenen Nutzung des öffentlichen Raumes durch ein Bürgergutachten gerecht zu werden, das in Zusammenarbeit mit dem zuständigen Architekturbüro ausgeführt wurde. Ziel des Gutachtens war es, die betroffenen Personengruppen an einen gemeinsamen Tisch zu bringen, umso die Konzeptualisierung des Umbaus engmaschig abstimmen zu können. Eine nach dem Zufallsprinzip ausgewählte Gruppe von Münchnerinnen und Münchnern konnte sich anhand verschiedener Themenschwerpunkte über die zukünftige Gestaltung des Marktes informieren und die ihnen wichtigen Themen an dieser Stelle des Planungsprozesses einbringen. Die Thesen, die aus der Auswertung dieses Gutachtens herausgearbeitet wurden, haben deutlich gezeigt, dass die Gruppe der Befragten große Anteilnahme am Schicksal des Münchners Marktes nimmt und sich der Großteil für eine behutsame Restaurierung einsetzt.

Aufbauend auf den Ergebnissen des Gutachtens entwickelten die Architekt:innen von „bogevischs buero architekten & stadtplaner GmbH“ in Zusammenarbeit mit den Markthallen München das Konzept der „sanften Sanierung“, das sie auch für die Renovierungen der übrigen Münchner Märkte übernahmen. Nach dem Markt am Elisabethplatz in Schwabing soll in diesem Jahr der Pasinger Viktualienmarkt umgebaut werden, bevor der Viktualienmarkt in der Innenstadt ein neues Gesicht erhält.

Für ein weiterführendes Forschungsvorhaben wäre es daher von Interesse, die baulichen Entwicklungen im Zuge der Sanierung auf dem Marktgelände zu verfolgen und deren Auswirkungen auf die Beliebtheit des Marktes zu untersuchen. Auch erneute Gespräche mit den Händler:innen könnten hierbei Auskunft über die Eindrücke der Betroffenen geben. Es könnte festgehalten werden, wie viele Händler:innen wieder an den Standort zurückgekehrt sind und wie sie ihr neues Arbeitsumfeld empfinden. Das Sammeln von Eindrücken der Marktbesucher:innen könnte aufzeigen, ob die Münchner Bevölkerung den neuen Markt akzeptiert und weiterhin nutzt. Es könnte außerdem geklärt werden, inwieweit die Wünsche und Vorstellungen der Bürger:innen als auch der Händler:innen sowie der Stadt München sich erfüllt haben und ihre Bedenken ausgeräumt werden konnten. Der Kommunikationsfluss zwischen den Marktleuten und den Vertreter:innen der Markthallen, der in den informellen Gesprächen von Händlerseite aus kritisiert wurde, kann ebenfalls neu bewertet werden. In einem weiteren Forschungsschritt könnten somit die angestoßenen

Transformationsprozesse auf dem Marktgelände und die damit einhergehenden tatsächlichen Veränderungen des Marktes begleitet werden.

Zum Abschluss bleibt festzuhalten: Der Viktualienmarkt in München wird in den kommenden Jahren sein Gesicht bis zu einem gewissen Grad verändern. Diese Veränderungen werden ihm voraussichtlich aber weder seine historisch gewachsene Struktur nehmen, noch der für ihn typischen Atmosphäre berauben können. Ein Blick auf die Geschichte des Marktes zeigt, dass auch vergangene Sanierungs- und Renovierungsvorhaben trotz Bedenken der Bevölkerung und der Händlerschaft den Münchner Markt in seinem Kern erhalten konnten.

Daher wird der Charme des Münchner Viktualienmarktes, der in seiner bewegten Geschichte schon so vieles überstanden hat, auch diese Erneuerung überdauern und der Markt weiterhin eine wichtige Münchner Institution bleiben.

Anhang

Liste der informellen Gespräche

Zeitraum: Zwischen Mai 2021 und Oktober 2022

Ort: Viktualienmarkt München

Art: Informelle Gespräche⁶²⁸

Verkäufergespräche:

Gespräch V1: 08.05.2021 Dauer: ca. 2 Min Abteilung III

Ich komme beim Zahlen der Ware mit dem Händler ins Gespräch. Er berichtet über einen hohen Verdienstaufschlag während der Corona-Pandemie. Die Stände mussten während des Lockdowns erneut schließen. Er hoffe auf ein besseres Geschäft im Sommer 2021 und auf weitere Lockerungen. Er erwähnt, auch von anderen Kollegen auf dem Viktualienmarkt von den Ausfällen gehört zu haben. Seine Stammkundschaft sei ihm aber auch nach dem Lockdown treu geblieben.

Gespräch V2: 14.05.2021 Dauer: ca. 2,5 Min Abteilung VI

Ich kenne den Händler von meinen Stadtführungen und komme zu seinem Stand, um die Appetithäppchen meiner Gästegruppe zu bezahlen. Der Händler drückt seine Hoffnung auf einen „guten“ Sommer aus, in dem wieder vermehrt Gäste auf den Viktualienmarkt kommen sollen. Auch freue er sich auf mögliche Veranstaltungen, die durch die Lockerungen wieder stattfinden dürfen. Durch die Stammkundschaft sei das Überleben während der Beschränkungen nicht gefährdet gewesen, jedoch sei der Umsatz trotzdem stark zurückgegangen.

Gespräch V3: 10.07.2021 Dauer: ca. 5 Min Abteilung I

Ich komme mit der Händlerin ins Gespräch, als ich ihr eine leere Probierplatte meiner Gäste nach der Tour an den Stand bringe. Ich frage sie nach dem leerstehenden Stand neben ihrem. Sie antwortet, dass dieser in den nächsten Wochen besetzt werden würde. Die Händlerin meint, man kenne sich untereinander auf dem Markt sehr gut, es sei daher wie ein kleines Dorf hier. Man würde daher auch mitbekommen, was bei den anderen Ständen so passiert. Sie drückt ihren Ärger über einige andere Verkaufsstände mit Ausschanklizenz aus, die durch die Lockerungen wieder vermehrt Gäste bewirten dürfen und ihre Flächen vor den Ständen erweitert haben sollen (diese Aussage konnte von mir nicht überprüft werden). Sie klagt außerdem über wieder zunehmende Lärmbelästigung durch die Gäste

⁶²⁸ Wörtliche Zitate zitiert nach dem Gedächtnisprotokoll.

und teilweise Verunreinigungen der Fläche vor ihrem Stand durch Scherben, Müll und Essensreste. Im Fasching sei das immer besonders schlimm.

Gespräch V4: 14.08.2021 Dauer: ca. 3 Min Abteilung VI

Ich frage die Händlerin an ihrem Stand nach dem letzten Wochenende. Die Händlerin erwähnt, dass das Geschäft während der Sommerferien manchmal schleppender laufe und auch einige der Händler:innen selbst Urlaub machen würden. Andere versuchen auch im Winter zu schließen, wenn das Geschäft schlechter als in den warmen Monaten läuft. Insgesamt steige der Umsatz langsam, sei allerdings noch nicht mit Sommer 2019 vergleichbar: „Ich hoffe, es geht dieses Jahr wieder aufwärts. Das hat mir jetzt lange genug gedauert mit den Beschränkungen“.

Gespräch V5: 08.10.2021 Dauer: ca. 4 Min Abteilung III

Erneutes Gespräch mit Händler aus Gespräch V1: Er bestätigt Aussage aus V4, dass nun vermehrt Kund:innen auf den Markt kämen. Der Großteil seiner Stammkundschaft sei ebenfalls treu geblieben und verrichte die Einkäufe wie gewohnt. Auch sehe er wieder mehr Führungen und Gästegruppen auf dem Marktgelände. Er würde sich auch sehr über die für das nächste Jahr geplanten Veranstaltungen freuen. Der Fasching gehöre einfach zum Markt. Auf meine Rückfrage, die Sachbeschädigungen auf dem Gelände während des Karnevals betreffend, antwortet er, dass die Situation sich in den letzten Jahren auffallend entspannt hätte und es zu keinen größeren Beschädigungen gekommen wäre. Auch die Vermüllung hätte sich gebessert.

Gespräch V6: 23.10.2021 Dauer: ca. 5 Min Abteilung V

Ich frage den Händler bei meinem Einkauf an seiner Bude nach dem aktuellen Stand der Sanierungen. Er drückt seine Ungewissheit aus, wann der Umbau abgeschlossen sein wird. Er erhoffe sich eine Sanierung, die das jetzige Aussehen des Marktes nicht allzu sehr verändert. Er erwähnt, dass der Markt viel Geschichte in sich trüge und es schade wäre, wenn diese Geschichte durch eine Renovierung verloren gehen würde. Er denkt, dass es die historischen Wurzeln seien, die auch die Besucher:innen aus anderen Teilen Deutschlands und dem Ausland anziehen. Die Tatsache, dass der Viktualienmarkt eine lange Tradition in München hat, mache ihn interessant für die Leute. In die Umbaupläne der Markthallen München fühle er sich nicht komplett einbezogen, da die offene Kommunikation der Pläne sowie die Durchführung der Sanierung für ihn zu spät erfolgt sei. „Ich habe da am Anfang nicht viel mitbekommen. Wir mussten immer selber schauen, woher wir die Infos bekommen. Das hat Nerven gekostet“.

Gespräch V7: 15.01.2022 Dauer: ca. 3 Min Abteilung III

Ich treffe den Händler auf meinem Weg zum Isartor in der Westenriederstraße und frage nach seinem Befinden. Er erwähnt einen relativ ruhigen Winter, der auch den niedrigen Temperaturen geschuldet war. Außerdem sei der Fasching auf dem Markt für dieses Jahr aufgrund der Pandemie abgesagt worden, nachdem im November 2021 noch die Faschingsaison auch auf der Bühne am Viktualienmarkt eingeleitet wurde. Er hoffe auf einen guten Sommer mit vielen Veranstaltungen vor Ort.

Gespräch V8: 26.03.2022 Dauer: ca. 6 Min Abteilung III

Ich spreche den Händler an seinem Stand auf das Fehlen einiger Waren an. Er erwähnt daraufhin Lieferschwierigkeiten, die durch die Pandemie verursacht wurden. Die Ware aus dem außereuropäischen Ausland sei betroffen, hier wurden gleichzeitig auch Zoll- und Einfuhrgebühren erheblich angehoben. Dies würde zum Wegfall einiger Produkte führen, da diese im Einkauf zu teuer werden. Einige Händler:innen hätten daher auch während der Pandemie die Produktpalette anpassen müssen und zum Beispiel auf einheimische Produkte umgeschwenkt. Er verkaufe daher aktuell eher Salate, Gurken und Tomaten. „Man versucht aus der Situation das Beste zu machen. Es bleibt einem ja auch nichts anderes übrig. Aber die Kunden bleiben da und kaufen halt jetzt ihren Radi bei mir. So arrangiert man sich [lacht]“.⁶²⁹

Gespräch V9: 04.06.2022 Dauer: ca. 7 Min Abteilung VI

Beim Zahlen für meine Gästegruppe spreche ich die Händlerin auf den Fortschritt der Sanierung an. Sie drückt Unmut über den Sanierungsplan aus. Der Plan wäre mehrmals umgestellt worden, nun stehe noch nicht genau fest, wann die Händler:innen mit der Renovierung rechnen können. Auch der genaue Standort des vorübergehenden Interimsmarktes wäre noch nicht final festgelegt. Sie rechnet nicht mit einem Abschluss der Arbeiten vor dem Jahr 2030. Durch die Pandemie hätte sich der Zeitplan extrem verschoben, momentan würde der Markt am Elisabethplatz renoviert, danach soll noch der Markt in Pasing folgen. Je nachdem wie lange die Arbeiten dort andauern, würde dann der Termin für den Viktualienmarkt festgelegt. Außerdem äußert sie Bedenken, ob die Fläche des Interimsmarktes ausreichend sein wird. Gleichzeitig gibt sie an, dass es bei der Begehung des Geländes zu Vermessungsfehlern kam, die im Nachhinein ausgebessert werden mussten [Diese Aussage konnte nicht unabhängig geprüft werden]. Auch eine detailliertere Information für die Händler:innen hätte sie sich frühzeitiger gewünscht. Ihre StandInachbar:innen fühlten sich ebenfalls schlecht informiert und äußerten Bedenken, wie es mit dem Markt weitergehen soll.

⁶²⁹ Anmerkung: Dieser Stand musste im September 2022 leider aufgegeben werden.

Gespräch V10: 03.09.2022 Dauer: ca. 3 Min Abteilung VI

Ich spreche die Händlerin aus Gespräch V9 erneut an und frage nach ihrem Sommer. Sie berichtet, dass sie keinen Urlaub machen konnte und daher jeden Tag auf dem Markt gearbeitet hätte. Diesen Sommer wären wieder mehr Gäste auf dem Markt, durch Erkrankungen und Personalmangel sei es teilweise eine stressige Zeit gewesen. Weiterhin lägen auch noch keine neuen Informationen die Sanierung des Marktes betreffend vor, was die Existenzangst verstärkt. Sie hoffe auf eine zügige Sanierung, diese hätte ihrer Meinung nach bereits viel früher angegangen werden müssen.

Käufergespräche

Gespräch K1: 14.05.2021 Dauer: ca. 6 Minuten Abteilung VII

Die Gesprächspartnerin läuft bei meiner Tour als Gast mit und erzählt beim Weißwurstessen an der Metzgerzeile etwas mehr von sich. Sie ist gebürtige Münchnerin und geht seit Jahrzehnten auf dem Markt einkaufen. Sie erzählt, dass sie mit dem Markt viele schöne Kindheitserinnerungen verbinde, da sie ihre Mutter bei den Einkäufen begleiten durfte. In der Weihnachtszeit wäre jedes Jahr von einem der Marktmetzger eine Ente besorgt und bei einer der Blumenhändlerinnen ein Weihnachtsgesteck gekauft worden. Das wäre eine Familientradition, die sie über Jahre hinweg fortgeführt hätte. Damals hätte man noch mit der Trambahn, dem sogenannten „Kohlrabi-Express“, direkt auf den Markt fahren können, aber ohne den Verkehr gefalle ihr der Markt heute besser. Sie wohne jetzt außerhalb der Stadt und komme nur noch selten auf den Markt, genieße jedoch den Aufenthalt umso mehr. Sie meint: „Wenn man etwas Besonderes oder Spezielles möchte, geht man auf den Viktualienmarkt“. Sie liebe die Atmosphäre auf dem Markt bis heute, vor allem in der Vorweihnachtszeit. Dann sei es zwar auch hektischer, „aber ich mag den Weihnachtstrubel, da rührt sich was. Und Weihnachtsgeschenke finde ich hier auch gleich“. In den Sommermonaten sitze sie nach dem Einkauf gerne noch kurz im Biergarten und genieße die Sonne: „Auf dem Markt kann man es sich gut gehen lassen. Und im Biergarten gefällt es mir am besten [lacht]“. Auf meine Nachfrage die Sanierung betreffend meint sie: „Das wird bestimmt gut klappen. Die Buden sind teilweise einfach zu alt, die brauchen mal eine Schönheitskur“.

Gespräch K2: 01.07.2021 Dauer: ca. 3 Minuten Abteilung V

Das Gespräch findet während des gemeinsamen Wartens in der Schlange vor der Hopfsterei statt. Der Kunde erwähnt die „angenehme“ Einkaufsatmosphäre auf dem Markt. Er sei Stammkunde und komme meistens schon am Vormittag. Er gehe gerne auf dem Viktualienmarkt einkaufen, da er hier die Verkäufer:innen persönlich kennt. Er fühle sich gut beraten und könne nebenbei einen Ratsch halten: „Das finden Sie wo anders ja gar nicht mehr“. Da er unter Sehschwierigkeiten leidet sei das Lesen von Preisauszeichnungen oder Verpackungsinhalten im Supermarkt nicht möglich. Dort finde

er außerdem oft niemanden für eine persönliche Beratung. Deswegen falle ihm das Einkaufen auf dem Markt leichter.

Gespräch K3: 03.09.2021 Dauer: ca. 3 Minuten Abteilung I

Die Kundin steht mit mir in der Schlange vor dem Antipasti-Stand. Während der Wartezeit kommen wir ins Gespräch. Auf meine Frage, ob sie hier schon öfter eingekauft hätte, antwortet sie, dass sie regelmäßig jede Woche zum Einkaufen auf den Markt kommen würde. Es fühle sich gar nicht wie ein Markt in einer Großstadt, sondern eher wie ein Markt auf dem Dorf an. Sie hätte früher auf dem Land gewohnt und fühle sich auf dem Viktualienmarkt wie bei sich zuhause beim Einkaufen auf dem Wochenmarkt. Das sei ein schönes Gefühl. Außerdem kenne sie bereits einige der Händler:innen persönlich und würde neben dem Einkauf auch gerne privat „ratschen“.

Gespräch K4 04.06.2022 Dauer: ca. 5 Minuten Abteilung III

Der Kunde verkostet an einem Stand angebotene Häppchen, die auf einem Tablett über die Theke gereicht werden. Er nimmt ein Stück Baguette mit Aufstrich in die Hand und riecht daran. Meinen Blick bemerkend meint er an mich gewandt: „Das riecht köstlich, müssen Sie auch mal probieren“. Auf meine Frage nach dem Aufstrich antwortet er: „Das ist ein Kräuteraufstrich. Der riecht ganz intensiv“. Nach dem Verkosten erzählt der Herr, dass er auch nie am Käsestandl vorbeilaufen könne ohne etwas mitzunehmen, „da duftet es nämlich auch so gut und die Sachen sind so schön appetitlich angerichtet“. Er fände das Probierangebot sehr praktisch und nutze es gerne, um Neues auf dem Markt zu entdecken. Manchmal sei er nicht sicher, was er kaufen solle und würde am Stand aktiv nachfragen, ob er vorab probieren könne.

Gespräch K5 01.09.2022 Dauer: ca. 5 Minuten Abteilung IV

Ich begegne den Gesprächspartnern, einem Ehepaar, im Biergarten auf dem Viktualienmarkt. Sie sitzen am Nebentisch. Wir kommen schnell über das hervorragende Biergartenwetter ins Gespräch und sie erzählen von sich. Sie würden außerhalb wohnen und alle zwei Wochen mit der Bahn in die Münchner Innenstadt fahren. Für die Dame sei es „etwas Besonderes“ auf dem Markt einkaufen zu gehen. Sie würden den Besuch meistens mit einem anschließenden Abendessen in der Innenstadt verbinden und ihre Tagesplanung in München rund um den Einkauf auf dem Viktualienmarkt gestalten. Sie kämen extra deswegen in die Stadt. Und ein Besuch des Biergartens in der Mittagszeit wäre ein Muss: „Einen Viktualienmarkt ohne Biergarten können wir uns gar nicht mehr vorstellen“.

Literatur- und Quellenverzeichnis

Abend, Bernhard: München. 17. Auflage Ostfildern 2018.

Alighieri, Dante: Die göttliche Komödie. La Divina Commedia (1472). 2. Auflage Berlin 2016.

Anlauf, Thomas: Jetzt ist es ein Markt für die Münchner. In: Onlineausgabe Süddeutsche Zeitung (SZ.de) vom 28. November 2020. URL: <https://www.sueddeutsche.de/muenchen/muenchen-viktualienmarkt-kunden-1.5129806?print=true> [19.02.2021].

Assmann, Aleida: Erinnerungsräume. Formen und Wandlungen des kulturellen Gedächtnisses (1999). München 2018.

Assmann, Aleida / Friese, Heidrun (Hg.): Identitäten. Erinnerung, Geschichte. Identität. 3. Frankfurt am Main 1998.

Atkinson, David / Sibley, David / Jackson, Peter / Washbourne, Neil (Hg.): Cultural geography. A critical dictionary of key concepts (2005). London 2007.

Augé, Marc: Nicht-Orte (franz. Original 1992). 5. Auflage München 2019.

Austin, John L.: Zur Theorie der Sprechakte. Zweite Vorlesung. In: Wirth, Uwe (Hg.): Performanz. Zwischen Sprachphilosophie und Kulturwissenschaften. Frankfurt am Main 2002. S. 63-71.

Bachmann-Medick, Doris: Cultural turns. Neuorientierungen in den Kulturwissenschaften. 6. Auflage Reinbek bei Hamburg 2018.

Bachtin, Michail M.: Chronotopos (1973). 4. Auflage Frankfurt am Main 2017.

Bauer, Reinhard / Piper, Ernst: Kleine Geschichte Münchens. Mit einem Vorwort von Christian Ude. bellMünchen 2008.

Bausinger, Hermann: Grenzenlos... Ein Blick auf den modernen Tourismus. In: Bausinger, Hermann / Beyrer, Klaus / Korff, Gottfried (Hg.): Reisekultur. Von der Pilgerfahrt zum modernen Tourismus. München 1991. S. 343-353.

Bausinger, Hermann / Beyrer, Klaus / Korff, Gottfried (Hg.): Reisekultur. Von der Pilgerfahrt zum modernen Tourismus. München 1991.

Beaujean, Katja: Aufwertung öffentlicher (Straßen-) Räume durch Umsetzung ganzheitlicher Gestaltungskonzepte. In: Wiegandt, Claus-Christian (Hg.): Öffentliche Räume - öffentliche Träume. Zur Kontroverse über die Stadt und die Gesellschaft. Münster u.a. 2006 (Schriften des Arbeitskreises Stadtzukünfte der Deutschen Gesellschaft für Geographie. Band 2). S. 87-103.

Beck, Friedrich / Henning, Eckart (Hg.): Die archivalischen Quellen. Eine Einführung in ihre Benutzung. 2. Auflage Weimar 1994.

Beer, Veronika / Gentner, Stefanie: Glücksorte in München. Fahr hin und werd glücklich. 3. Auflage Düsseldorf 2019.

Behar, Ruth: My Mexican Friend Marta Who Lives Across the Border from Me in Detroit. In: Schwanhäußler, Anja (Hg.): Sensing the City. A Companion to Urban Anthropology. Basel 2016. S. 76-84.

Behringer, Wolfgang: Rundgang durch das mittelalterliche München. München 1987.

- Belliger, Andréa / Krieger David J. (Hg.): ANThology. Ein einführendes Handbuch zur Akteur-Netzwerk-Theorie. Bielefeld 2006.
- Belliger, Andréa / Krieger David J.: Einführung in die Akteur-Netzwerk-Theorie. In: Belliger, Andréa / Krieger David J. (Hg.): ANThology. Ein einführendes Handbuch zur Akteur-Netzwerk-Theorie. Bielefeld 2006. S. 14-50.
- Benjamin, Walter: Stadt des Flaneurs (1950). 2. Auflage Berlin 2018.
- Berndt, Christian / Pütz, Robert (Hg.): Kulturelle Geographien. Zur Beschäftigung mit Raum und Ort nach dem Cultural Turn. Bielefeld 2007.
- Bernstein, Martin / Görl, Wolfgang (Hg.): Stadt der Künste. München. Kulturgeschichte vom Mittelalter bis heute. 2. Auflage München 2013.
- Bernstein, Martin / Görl, Wolfgang / Wetzel, Jakob (Hg.): Münzen, Märkte und Maschinen. München. Die Wirtschaftsgeschichte der Stadt. München 2016.
- Beyerl, Beppo: Der Naschmarkt. Wege durch Wiens kulinarisches Herz: 2009-2010. 3. Auflage Wien 2009.
- Böhme, Hartmut: Kulturwissenschaft. In: Günzel, Stephan (Hg.): Raumwissenschaften. 3. Auflage Frankfurt am Main 2009. S. 191-207.
- Böhme, Gernot: Atmosphäre (sensu Gernot Böhme) in: Kirchhoff, Thomas (Hg.): Online Lexikon Naturphilosophie 2020. S. 1-2. URL: <https://journals.ub.uni-heidelberg.de/index.php/oepn/article/view/77506> [08.02.2023].
- Boockmann, Hartmut: Einführung in die Geschichte des Mittelalters (1978). 8. Auflage München 2007.
- Braum, Michael / Schröder, Thies (Hg.): Wie findet Freiraum Stadt? Fakten, Positionen, Beispiele. Basel 2010.
- Chaucer, Geoffrey: The Canterbury Tales (1478). 6. Auflage London u.a. 2005.
- Corbin, Alain: Pesthauch und Blütenduft. Eine Geschichte des Geruchs (franz. Original 1982). Frankfurt am Main 1988.
- Crang, Mike: Travel/Tourism. In: Atkinson, David / Sibley, David / Jackson, Peter / Washbourne, Neil (Hg.): Cultural geography. A critical dictionary of key concepts (2005). London 2007. S. 34-40.
- Danesitz, Amadeus / Forster, Karl / Wulkow, Alexander: München. Reisen mit Marco Polo Insider-Tipps. 22. Auflage Ostfildern 2020.
- Dangschat, Jens S.: Freiraumverantwortung. Wer nutzt den öffentlichen Raum? Wem nutzt der öffentliche Raum? In: Braum, Michael / Schröder, Thies (Hg.): Wie findet Freiraum Stadt? Fakten, Positionen, Beispiele. Basel 2010. S. 24-31.
- David, Benjamin: Fest, Märkte und Proteste. Die (Rück-)Eroberung des öffentlichen Raums in München durch organisierte Ereignisse. In: Wiegandt, Claus-Christian (Hg.): Öffentliche Räume - öffentliche Träume. Zur Kontroverse über die Stadt und die Gesellschaft. Münster u.a. 2006 (Schriften des Arbeitskreises Stadtzukünfte der Deutschen Gesellschaft für Geographie. Band 2). S. 13-28.
- Denzel, Markus A. / Häberlein, Mark (Hg.): Annales Mercaturae 2016. Stuttgart 2016.

- Die Bibel. Die Heilige Schrift des Alten und Neuen Bundes. 26. Auflage Freiburg 1979.
- Dimitz, Erich: Der Naschmarkt: Seine Geschichte in Kapiteln. Wien 2015.
- Dittmar, Heidi / Kirner, Gisela: Vom Heiliggeistspital zum Viktualienmarkt. In: Zuber, Elfi: Das Graggenauer Viertel (1991). 3. Auflage München 2008. S. 63-91.
- Döring, Jörg / Thielmann, Tristan (Hg.): Spatial Turn. Das Raumparadigma in den Kultur- und Sozialwissenschaften (2008). 2. Auflage Bielefeld 2009.
- Dürckheim, Karlfried von: Vom gelebten Raum. In: Günzel, Stephan (Hg.): Texte zur Theorie des Raums. Stuttgart 2013. S. 316-318.
- Egger, Simone: „München wird moderner“. Stadt und Atmosphäre in den langen 1960er Jahren. Bielefeld 2013.
- Elkar, Rainer S.: Auf der Walz. Handwerkerreisen. In: Bausinger, Hermann / Beyrer, Klaus / Korff, Gottfried (Hg.): Reisekultur. Von der Pilgerfahrt zum modernen Tourismus. München 1991. S. 57-61.
- Engels, Emily: „Geheimniskrämerei“. Unruhe wegen neuer Standl am Viktualienmarkt. In: Onlineausgabe der AZ (abendzeitung-muenchen.de) vom 31. August 2020. ULR: <https://www.abendzeitung-muenchen.de/muenchen/geheimniskraemerei-unruhe-wegen-neuer-standl-am-viktualienmarkt-art-665698> [19.02.2023].
- Eymold, Ursula / Gugetzer, Gabriele / Koschnick, Nana / Schvarcz, Daniel: Täglich frisch! Grossmarkthalle München. Neustadt a. d. Weinstraße 2012.
- Fazekas, Agnes: München (2019). 3. Auflage Ostfildern 2022.
- Fette, Gunter: Die Kunst und das Leben, das Leben und die Kunst. In: Haus der Bayerischen Geschichte (Hg.): Edition Bayern: An jedem Eck a Gaudi. Sonderheft 4. Regensburg 2011. S. 47-127.
- Florack-Kröll, Christina: „Heilsam Wasser, Erd´ und Luft“. Zu Goethes Badereisen. In: Bausinger, Hermann / Beyrer, Klaus / Korff, Gottfried (Hg.): Reisekultur. Von der Pilgerfahrt zum modernen Tourismus. München 1991. S. 202-206.
- Freitag, Werner: Städtische Märkte in der mittelalterlichen und frühneuzeitlichen Stadt. Topographie, Funktionalität und symbolische Kommunikation. In: Morscher, Lukas / Scheutz, Martin / Schuster, Walter (Hg.): Orte der Stadt im Wandel vom Mittelalter zur Gegenwart. Treffpunkte, Verkehr und Fürsorge. Innsbruck 2013. S. 39-55.
- Freyer, Walter: Stadtmarketing und Tourismus. In: Landgrebe, Silke / Schnell, Peter (Hg.): Städtetourismus. München / Wien 2005. S. 29-49.
- Friedrichs, Hanns Joachim (Hg.): Weltgeschichte. Eine Chronik. München / Köln 1988.
- Gattinger, Karl: Das alte München. Wandel als Konstante in der Münchner Altstadt. München 2010.
- Gebhardt, Heinz: Als die Oper mit Bier gelöscht wurde. Münchner Bilder und Geschichten von 1158 bis heute (2009). 3. Auflage Grünwald 2016.
- Gebhardt, Winfried / Hitzler, Ronald / Pfadenhauer, Michaela (Hg.): Events. Soziologie des Außergewöhnlichen. Opladen 2000.
- Gebhardt, Winfried: Feste, Feiern und Events. Zur Soziologie des Außergewöhnlichen. In: Gebhardt, Winfried / Hitzler, Ronald / Pfadenhauer, Michaela (Hg.): Events. Soziologie des Außergewöhnlichen. Opladen 2000. S. 19-22.

- Gerwien, Michael: Mord am Viktualienmarkt. Ein Fall für Exkommissar Max Raintaler. Meßkirch 2021.
- Goethe, Johann Wolfgang: Wilhelm Meisters Lehrjahre (1795). Frankfurt am Main / Leipzig 2009.
- Goffman, Erving: The presentation of self in everyday life (1959). London 1990.
- Görl, Wolfgang: Das unsterbliche Lied von der Linie 8. In: Bernstein, Martin / Görl, Wolfgang (Hg.): Stadt der Künste. München. Kulturgeschichte vom Mittelalter bis heute. 2. Auflage München 2013. S. 301-303.
- Grebe, Werner: Kaisertum und Papsttum in der Vorstellung und in der Politik Friedrich Barbarossas und Rainalds von Dassel. Köln 1974.
- Groten, Manfred: Die deutsche Stadt im Mittelalter. Stuttgart 2013.
- Günzel, Stephan (Hg.): Raumwissenschaften. Herausgegeben von Stephan Günzel. 3. Auflage Frankfurt am Main 2009.
- Ders. (Hg.): Texte zur Theorie des Raums. Stuttgart 2013.
- Hackelsberger, Christoph: München und seine Isar-Brücken. Mit Fotos von Christoph Hackelsberger. München 1981.
- Harari, Yuval Noah: Eine kurze Geschichte der Menschheit (hebr. Original 2011). 38. Auflage München 2019.
- Hard, Gerhard: Der Spatial Turn, von der Geographie her beobachtet. In: Döring, Jörg / Thielmann, Tristan (Hg.): Spatial Turn. Das Raumparadigma in den Kultur- und Sozialwissenschaften (2008). 2. Auflage Bielefeld 2009. S. 263-315.
- Hartmann, Peter C.: Münchens Weg in die Gegenwart. Von Heinrich dem Löwen zur Weltstadt. Regensburg 2008.
- Hartmann, Josef: Urkunden. in: Beck, Friedrich / Henning, Eckart (Hg.): Die archivalischen Quellen. Eine Einführung in ihre Benutzung. 2. Auflage Weimar 1994. S. 21-50.
- Haus der Bayerischen Geschichte (Hg.): Edition Bayern: An jedem Eck a Gaudi. Sonderheft 4. Regensburg 2011.
- Heitele, Bernhard / Zillich, Carl: Wie findet Freiraum Stadt? Baukulturelle Ansprüche an öffentliche Räume. In: Braum, Michael / Schröder, Thies (Hg.): Wie findet Freiraum Stadt? Fakten, Positionen, Beispiele. Basel 2010. S. 16-23.
- Hengartner, Thomas: Forschungsfeld Stadt. Zur Geschichte der volkskundlichen Erforschung städtischer Lebensformen. Berlin 1999. (Lebensformen. Veröffentlichungen des Instituts für Volkskunde der Universität Hamburg. Band 11).
- Herbers, Klaus: Unterwegs zu heiligen Stätten – Pilgerfahrten. In: Bausinger, Hermann / Beyrer, Klaus / Korff, Gottfried (Hg.): Reisekultur. Von der Pilgerfahrt zum modernen Tourismus. München 1991. S. 23-31.
- Heydenreuther, Reinhard: Die Isar in der Rechtsgeschichte. In: Plessen, Marie-Louise (Hg.): Die Isar. Ein Lebenslauf. 2. Auflage München 1985. S. 52-63.
- Hirschmann, Frank G. / Gall, Lothar: Die Stadt im Mittelalter. München 2009.

Holderried, Tami: Wie viel verdient ein Standbetreiber auf dem Viktualienmarkt? In: SZ-Online Magazin „Jetzt“ vom 20. November 2017. URL: <https://www.jetzt.de/wie-viel-verdient/wie-viel-verdient-ein-standbetreiber-auf-dem-viktualienmarkt> [10.02.2023].

Höhne, Claus: „Ausgangssperre“ am Viktualienmarkt. Nächtliches Treiben belästigt die Anwohner – Schwerpunktstreifen hatten bisher wenig Erfolg. In: Münchner Merkur Nr. 168 vom 17. Juli 1966. Presseamt Zeitungsausschnitte – Viktualienmarkt. Stadtarchiv München.

Huber, Brigitte: Tagebuch der Stadt München. Die offiziellen Aufzeichnungen der Stadtchronisten 1818 – 2000. München 2004.

Jäcklin-Volkert, Gabriele: Die Münchner Schrammehalle. München 2003.

Jaeger, Friedrich / Rösen, Jörn: Geschichte des Historismus. Eine Einführung. München 1992.

Jeggle, Christof: Die Konstituierung von Märkten. Soziale Interaktion, wirtschaftliche Koordination und materielle Kultur auf vorindustriellen Märkten. In: Denzel, Markus A. / Häberlein, Mark (Hg.): *Annales Mercaturae* 2016. Stuttgart 2016. Seite 7–32.

Kazig, Rainer: Atmosphären – Konzept für einen nicht repräsentationellen Zugang zum Raum. In: Berndt, Christian / Pütz, Robert (Hg.): *Kulturelle Geographien. Zur Beschäftigung mit Raum und Ort nach dem Cultural Turn*. Bielefeld 2007. S. 167-188.

Käppner, Joachim: Vom Leben und Sterben am Fluss. In: Bernstein, Martin / Görl, Wolfgang (Hg.): *Stadt der Künste*. München. Kulturgeschichte vom Mittelalter bis heute. 2. Auflage München 2013. S. 244-247.

Kersting, Franz-Werner / Zimmermann, Clemens (Hg.): *Stadt-Land-Beziehungen im 20. Jahrhundert. Geschichts- und kulturwissenschaftliche Perspektiven*. Paderborn u.a. 2015.

Klamt, Martin: Raum und Norm. Zum Verhalten und seiner Regulierung in verschiedenen öffentlichen Räumen. In: Wiegandt, Claus-Christian (Hg.): *Öffentliche Räume - öffentliche Träume. Zur Kontroverse über die Stadt und die Gesellschaft*. Münster u.a. 2006 (Schriften des Arbeitskreises Stadtzukünfte der Deutschen Gesellschaft für Geographie. Band 2). S. 29-45.

Klementz, Katja / Mader, Sabine / Schmid, Ulrike: *Der Viktualienmarkt. Mit Leib und Seele*. München 2018.

Koller, Fritz: *Der Eid im Münchener Stadtrecht des Mittelalters*. München 1953.

Kramer, Dieter / Lutz, Ronald (Hg.): *Reisen und Alltag. Beiträge zur kulturwissenschaftlichen Tourismusforschung. Reihe Kulturanthropologie Notizen 39*. Frankfurt am Main 1992.

Krügel, Christian: Standhafte Standlbesitzer. In: Bernstein, Martin / Görl, Wolfgang / Wetzel, Jakob (Hg.): *Münzen, Märkte und Maschinen*. München. Die Wirtschaftsgeschichte der Stadt. München 2016. S. 153-155.

Kurath, Monika / Bürgin, Reto (Hg.): *Planung ist unsichtbar. Stadtplanung zwischen relationaler Designtheorie und Akteur-Netzwerk-Theorie*. Bielefeld 2019.

Kutter, Uli: Der Reisende ist dem Philosophen, was der Arzt dem Apotheker. Über Apodemiken und Reisehandbücher. In: Bausinger, Hermann / Beyrer, Klaus / Korff, Gottfried (Hg.): *Reisekultur. Von der Pilgerfahrt zum modernen Tourismus*. München 1991. S. 38-47.

Landeshauptstadt München (Hg.): *Stadtteilgeschichte Lebensgeschichten. Geschichtswettbewerb 1988, Geschichte der Münchner Stadtteile (1990)*. 3. Auflage München 1997.

Landeshauptstadt München – Kommunalreferat (Hg.): Unsere strategischen Ziele. Auf Grundlage der Stadtrats- und Kommunalreferatsziele. München 2012.

Landeshauptstadt München - Referat für Stadtplanung und Bauordnung (Hg.): Innenstadtkonzepte. Leitlinien für die Münchner Innenstadt und Maßnahmekonzepte zur Aufwertung. München 2007.

Landgrebe, Silke / Schnell, Peter (Hg.): Städtetourismus. München / Wien 2005.

Lauterbach, Burkhard: Thesen zur kulturwissenschaftlichen Reiseführer-Forschung. In: Kramer, Dieter / Lutz, Ronald (Hg.): Reisen und Alltag. Beiträge zur kulturwissenschaftlichen Tourismusforschung. Reihe Kulturanthropologie Notizen 39. Frankfurt am Main 1992. S. 55-69.

Lauterbach, Burkhard: Städtetourismus. Kulturwissenschaftliche Studien. Eine Einführung (2013). 2. Auflage Würzburg 2015 (Kulturtransfer, 7).

Lentz, Georg: Einige Stimmen zum Ausklang. In: Schweiggert, Alfons (Hg.): Das grosse Buch vom Viktualienmarkt. Geschichte und Geschichten rund um Münchens "grüne Insel". Dachau 1987. S. 161.

Lindner, Rolf: Walks on the Wild Side. Eine Geschichte der Stadtforschung. Frankfurt am Main 2004.

Ders.: Die Entdeckung der Stadtkultur. Soziologie aus der Erfahrung der Reportage (1990). Frankfurt am Main 2007.

Luhmann, Niklas: Unsichtbarkeit des Raums als Medium (1995). In: Günzel, Stephan (Hg.): Texte zur Theorie des Raums. Stuttgart 2013. S. 430-432.

Lynch, Kevin: Das Bild der Stadt (engl. Original 1960). 9. Auflage Gütersloh u.a. 2013.

Lynn, Michael: Der Wiener Naschmarkt. Die Anatomie des Genießens. Wien 1999.

Mauerer, Roman: Entwicklung und Funktionswandel der Märkte in Altbayern seit 1800 (1969). München 1971.

Meyer, Christina / Karowski, Sascha: „Es ist ganz traurig“: Bedrückende Corona-Stimmung auf dem Viktualienmarkt – dann brennt es auch noch. In: Onlineausgabe tz (tz.de) vom 13. April 2020. URL: <https://www.tz.de/muenchen/stadt/altstadt-lehel-ort43327/muenchen-viktualienmarkt-brand-sanierung-coronavirus-eindrucke-staende-paechter-covid-19-bayern-zr-13612936.html> [01.02.2023].

Moll, Petra / Sommer, Sigi: Der Viktualienmarkt. Schlaraffenland im Herzen Münchens (1986). 2. Auflage München 1987.

Moritz, Talia: Lana Beck und die tote Marktfrau. Ein Unterhaltungskrimi. München 2019.

Morscher, Lukas / Scheutz, Martin / Schuster, Walter (Hg.): Orte der Stadt im Wandel vom Mittelalter zur Gegenwart. Treffpunkte, Verkehr und Fürsorge. Innsbruck 2013.

Nora, Pierre: Zwischen Geschichte und Gedächtnis (franz. Original 1984). Frankfurt am Main 1998.

Osterhammel, Jürgen: Hinab vom Hochsitz der Lektüre. Karl Schlögel wirbt dafür, die Wirklichkeit ernst zu nehmen. In: Die Zeit Nr. 42 vom 09. Oktober 2003. URL: https://www.zeit.de/2003/42/ST-Schl_9agel [05.02.2023].

Paesler, Reinhard: Stadtgeographie. Darmstadt 2008.

Payer, Peter: Der Klang der Großstadt. Eine Geschichte des Hörens. Wien 1850-1914. Göttingen 2018.

- Piltz, Eric: „Trägheit des Raums“. Fernand Braudel und die Spatial Stories der Geschichtswissenschaft. In: Döring, Jörg / Thielmann, Tristan (Hg.): Spatial Turn. Das Raumparadigma in den Kultur- und Sozialwissenschaften (2008). 2. Auflage Bielefeld 2009. S. 75-102.
- Plessen, Marie-Louise (Hg.): Die Isar. Ein Lebenslauf. 2. Auflage München 1985.
- Plötz, Robert: Wallfahrten. In: Bausinger, Hermann / Beyrer, Klaus / Korff, Gottfried (Hg.): Reisekultur. Von der Pilgerfahrt zum modernen Tourismus. München 1991. S.31-38.
- Pott, Andreas: Orte des Tourismus. Eine raum- und gesellschaftstheoretische Untersuchung. Bielefeld 2007.
- Rädlinger, Christine: Geschichte der Isar in München. München 2012.
- Rau, Susanne: Räume. Konzepte, Wahrnehmungen, Nutzungen. Frankfurt am Main 2013.
- Richardi, Hans-Günter: München neu entdeckt. 25 Stadtrundgänge. München u.a. 1972.
- Rosenbaum, Adam T.: Bavarian tourism and the modern world 1800-1950. New York 2016.
- Schall, Annika: Brunnen-Zoff am Viktualienmarkt: Jetzt wehren sich die Biertrinker. In: Onlineausgabe tz (tz.de) vom 02. April 2017. URL: <https://www.tz.de/muenchen/stadt/brunnen-zoff-am-viktualienmarkt-jetzt-wehren-sich-biertrinker-zr-8065035.html> [19.02.2023].
- Scharnitzky, Ralf: Das neue Gesicht der „Bauernstube“. In: Münchner Merkur Nr. 177 vom 04. August 1974. Presseamt Zeitungsausschnitte – Viktualienmarkt. Stadtarchiv München.
- Schattenhofer, Michael: Aus der Geschichte der Isarflößerei. In: Plessen, Marie-Louise (Hg.): Die Isar. Ein Lebenslauf. 2. Auflage München 1985. S. 64-78.
- Schäfer, Martin / Höhne, Anita / Gebhardt, Heinz: Der Viktualienmarkt. Geschichte, Geschichten und Rezepte (2000). 2. Auflage München 2001.
- Schlaffer, Hannelore: Die City. Straßenleben in der geplanten Stadt. Springe 2013.
- Schlögel, Karl: Im Raume lesen wir die Zeit. Über Zivilisationsgeschichte und Geopolitik. München 2003.
- Schlögel, Karl: Der Duft der Imperien. Chanel Nr. 5 und Rotes Moskau. München 2022.
- Scholz, Freimut / Museumspädagogisches Zentrum (Hg.): Der Münchner Marienplatz im Wandel der Jahrhunderte. Zeugnisse der Vergangenheit im Münchner Stadtmuseum und in der Münchner Innenstadt. Stadtgeschichte in Einzelbeispielen 1. München 1992a.
- Ders. / Museumspädagogisches Zentrum (Hg.): Vom Heiliggeistspital zum Viktualienmarkt. Zeugnisse der Vergangenheit im Münchner Stadtmuseum und in der Münchner Innenstadt. Stadtgeschichte in Einzelbeispielen 3. München 1992b.
- Ders.: Die Gründung der Stadt München. Eine spektakuläre Geschichte auf dem Prüfstand. 2. Auflage München 2008.
- Schroer, Markus: „Bringing space back in“ – Zur Relevanz des Raums als soziologischer Kategorie. In: Döring, Jörg / Thielmann, Tristan (Hg.): Spatial Turn. Das Raumparadigma in den Kultur- und Sozialwissenschaften (2008). 2. Auflage Bielefeld 2009. S. 125-148.
- Schumacher, Eckhard: Performativität und Performance. In: Wirth, Uwe (Hg.): Performanz. Zwischen Sprachphilosophie und Kulturwissenschaften. Frankfurt am Main 2002. S.383-402.

- Schwanhäußer, Anja (Hg.): Sensing the City. A Companion to Urban Anthropology. Basel 2016.
- Schwanhäußer, Anja: Introduction. In: Schwanhäußer, Anja (Hg.): Sensing the City. A Companion to Urban Anthropology. Basel 2016. S. 10-16.
- Schweiggert, Alfons: Ganz Bayern ist ein großer Biergarten. Interessantes und Heiteres rund um eine urbayerische Kultstätte. Husum 2011.
- Schweiggert, Alfons (Hg.): Das grosse Buch vom Viktualienmarkt. Geschichte und Geschichten rund um Münchens "grüne Insel". Dachau 1987.
- Schwibbe, Gudrun: Wahrgenommen. Die sinnliche Erfahrung der Stadt. Münster u.a. 2002 (Internationale Hochschulschriften Band 402).
- Searle, John R.: Was ist ein Sprechakt? In: Wirth, Uwe (Hg.): Performanz. Zwischen Sprachphilosophie und Kulturwissenschaften. Frankfurt am Main 2002. S. 83-103.
- Sieverts, Thomas: Zwischenstadt. Zwischen Ort und Welt Raum und Zeit Stadt und Land (1997). 2. Auflage Wiesbaden 1998.
- Simmel, Georg: Die Großstädte und das Geistesleben (1903). Wroclaw 2018.
- Soja, Edward W.: Vom „Zeitgeist“ zum „Raumgeist“. New Twists on the Spatial Turn. In: Döring, Jörg / Thielmann, Tristan (Hg.): Spatial Turn. Das Raumparadigma in den Kultur- und Sozialwissenschaften (2008). 2. Auflage Bielefeld 2009. S. 241-262.
- Soja, Edward W.: Taking space personally. In: Warf, Barney / Arias, Santa (Hg.): The spatial turn. Interdisciplinary perspectives. London / New York 2009. S. 11- 32.
- Stephan, Michael / Generaldirektion der Staatlichen Archive Bayerns (Hg.): "Forum München". Die kaiserliche Bestätigung der Münchner Marktgründung - 14. Juni 1158. Kleine Ausstellung Nr. 31. München 2008.
- Straub, Jürgen: Personale und kollektive Identität. Zur Analyse eines theoretischen Begriffs. In: Assmann, Aleida / Friese, Heidrun (Hg.): Identitäten. Erinnerung, Geschichte. Identität. 3. Frankfurt am Main 1998. S. 73-104.
- Stritzke, Otto: München "auf dem Salzhandel gegründet". München 1958.
- Sturm, Hilmar / Schwalm, Mark / Trütken, Benno (Hg.): Bürgergutachten zum Zukunftskonzept Münchner Viktualienmarkt. München 2017.
- Sünwoldt, Sabine: Stadtrundfahrt - Die Vermittlung eines Bildes einer Stadt als touristisches Erlebnisangebot? Einige Arbeitsthesen aus einer empirischen Materialerhebung. In: Kramer, Dieter / Lutz, Ronald (Hg.): Reisen und Alltag. Beiträge zur kulturwissenschaftlichen Tourismusforschung. Reihe Kulturanthropologie Notizen 39. Frankfurt am Main 1992. S. 71-80.
- Süßkind, Patrick: Das Parfum. Die Geschichte eines Mörders. Zürich 1985.
- Thrift, Nigel: Raum. In: Döring, Jörg / Thielmann, Tristan (Hg.): Spatial Turn. Das Raumparadigma in den Kultur- und Sozialwissenschaften (2008). 2. Auflage Bielefeld 2009. S. 393-407.
- Thummerer, Hilda: Besitzgeschichte des Heiliggeist-Spitals zu München von seiner Gründung bis zum Jahr 1500. München 1967.

- Turner, Victor: Dramatisches Ritual – rituelles Drama. Performative und reflexive Ethnologie. In: Wirth, Uwe (Hg.): Performanz. Zwischen Sprachphilosophie und Kulturwissenschaften. Frankfurt am Main 2002. S. 193-209.
- Valentin, Karl: Die Jugendstreiche des Knaben Karl. 6. Auflage München 1976.
- Vidacovich, Christiane: Die Tanten vom Viktualienmarkt. Teil 1. 2. Auflage 2016.
- Vietzen, Hermann: Der Münchner Salzhandel im Mittelalter: 1158 – 1587. München 1936.
- Wanderwitz, Heinrich: Studien zum mittelalterlichen Salzwesen in Bayern. München 1984.
- Wanninger, Karl (Hg.): Ein Münchner Paradies. Der Viktualienmarkt (1987). 5. Auflage Pfaffenhofen 1991.
- Wanninger, Karl: Einige Stimmen zum Ausklang. In: Schweiggert, Alfons (Hg.): Das grosse Buch vom Viktualienmarkt. Geschichte und Geschichten rund um Münchens "grüne Insel". Dachau 1987. S. 161.
- Warf, Barney / Arias, Santa (Hg.): The spatial turn. Interdisciplinary perspectives. London / New York 2009.
- Weber, Max: Grundriss der Sozialökonomik. Abteilung 3. Wirtschaft und Gesellschaft. Tübingen 1922.
- Weichselgartner, Carolin R.: Kloster und Stadt - das Angerkloster in München im Mittelalter (2001). Remscheid 2004.
- Weier, Michael: Innovative Stadtführungen. In: Landgrebe, Silke / Schnell, Peter (Hg.): Städtetourismus. München / Wien 2005. S. 241-252.
- Weise, Ramona: Streit um Viktualienmarkt: Stadt ergreift erste Maßnahmen. In: Onlineausgabe tz (tz.de) vom 29. März 2017. URL: <https://www.tz.de/muenchen/stadt/streit-um-viktualienmarkt-stadt-ergreift-erste-massnahmen-zr-8048492.html> [19.02.2023].
- Wetzel, Jakob: Wunderbare Warenwelt? Den Siegeszug großer Kaufhäuser sahen Zeitgenossen kritisch. In: Bernstein, Martin / Görl, Wolfgang / Wetzel, Jakob (Hg.): Münzen, Märkte und Maschinen. München. Die Wirtschaftsgeschichte der Stadt. München 2016. S. 85.
- Wetzel, Jakob: Wirtschaftsbetrieb Kloster: Selbst auswärtige Orden unterhielten Höfe in der Stadt. In: Bernstein, Martin / Görl, Wolfgang / Wetzel, Jakob (Hg.): Münzen, Märkte und Maschinen. München. Die Wirtschaftsgeschichte der Stadt. München 2016. S. 318.
- Widmann, Birgit: Tanz der Marktweiber. München 2012.
- Wiegandt, Claus-Christian (Hg.): Öffentliche Räume - öffentliche Träume. Zur Kontroverse über die Stadt und die Gesellschaft. Münster u.a. 2006 (Schriften des Arbeitskreises Stadtzukünfte der Deutschen Gesellschaft für Geographie. Band 2).
- Wiegandt, Claus-Christian: Ein kurzes Vorwort. In: Wiegandt, Claus-Christian (Hg.): Öffentliche Räume - öffentliche Träume. Zur Kontroverse über die Stadt und die Gesellschaft. Münster u.a. 2006 (Schriften des Arbeitskreises Stadtzukünfte der Deutschen Gesellschaft für Geographie. Band 2). S. 7-11.
- Wigand, Achim: München (2009). 7. Auflage Erlangen 2022.
- Winkler-Schlang, Renate: „Das ist Belagerung“. Marktkaufleute fordern Handhabe gegen die Trinker vom Liesl-Karlstadt-Brunnen. In: Onlineausgabe Süddeutsche Zeitung (SZ.de) vom 15. November

2018. URL: <https://www.sueddeutsche.de/muenchen/viktualienmarkt-das-ist-belagerung-1.4212899> [10.02.2023].

Winterstein, Axel: 200 Jahre Viktualienmarkt in München. Tradition und Frische. München 2007.

Ders.: Der Viktualienmarkt. Mit Fotografien von Alexander Winterstein. 1. Auflage München 2017.

Wirth, Uwe (Hg.): Performanz. Zwischen Sprachphilosophie und Kulturwissenschaften. Frankfurt am Main 2002.

Yates, Frances A.: The Art of Memory. London / New York 1966.

Zimmermann, Matthias: Nachwort: In: Benjamin, Walter: Stadt des Flaneurs (1950). 2. Auflage Berlin 2018. S. 133-142.

Zuber, Elfi: Das Angerviertel (1991). 3. Auflage München 2008.

Dies.: Das Graggenauer Viertel (1989). 3. Auflage München 1999.

Filmquellen

Gottes Plan und Menschen Hand – wie unsere Städte in die Welt kamen. Regie: Dominik Wessely. Produktion: SWR / arte / Filmtank Hamburg 2004. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=-ZzEzhIGnwM> [02.02.2023].

Im Bauch von München: Der Viktualienmarkt. Regie: Stefano Tealdi / Ignacio Lantero. Produktion: stefilm / ma.ja.de 2017. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=eXraQdNu6sE> [03.02.2023].

Im Bauch von Wien: Der Naschmarkt. Regie: Stefano Tealdi / Michael Seeber. Produktion: stefilm 2012. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=V53tOTNNjes> [02.02.2023].

Menschen in München. Elke Fett - Marktfrau am Viktualienmarkt. Regie: Jörg van Hooven. Produktion: münchen.tv 2012. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=2gfv2DKpEoU> [03.02.2023].

Abbildungsnachweis

Böttger, Georg: Ausschnitt aus dem Panorama von München vom Petersturm aufgenommen. Fotografie. Schranne. 1858. 35 cm x 40 cm. Münchner Stadtmuseum - Sammlung Graphik / Gemälde. G-Z3376.2. URL: <https://sammlungonline.muenchner-stadtmuseum.de/objekt/ausschnitt-aus-dem-panorama-von-muenchen-vom-petersturm-aufgenommen-10229079>. S. 115.

Hartmannsgruber, Bianca: Eigene Fotografien 2019-2022. S. 16, 86, 89, 92, 101, 110, 117, 122 - 124, 126 - 129, 132, 136, 140, 175, 196, 201, 228, 230, 242.

Kester, Philipp: Karfreitag auf dem Münchner Viktualienmarkt – Ansturm auf die Stände der Fischverkäufer. Fotografie. 1912. Gelatineentwicklungspapier 12,4 cm x 17,4 cm. Münchner Stadtmuseum - Sammlung Fotografie. Archiv Kester. FM-87/61.507.1. URL:

<https://sammlungonline.muenchner-stadtmuseum.de/objekt/karfreitag-auf-dem-muenchner-viktualienmarkt-ansturm-auf-die-staende-der-fischverkaeufer-10116495>. S. 148.

Puschkin, Joseph: Blick auf das PetersbergI vom Viktualienmarkt aus. Schenkung 1905. Aquarell, Tusche. 21 cm x 24,5 cm. Münchner Stadtmuseum - Sammlung Graphik / Gemälde. G-Neuner81. URL: <https://sammlungonline.muenchner-stadtmuseum.de/objekt/blick-auf-das-petersbergI-vom-viktualienmarkt-aus-10184870>. S. 94.

Lebschée, Carl August: Rundturm und Stadtmauer über dem Rossschwemmbach. 1852. Aquarell. 33,6 cm x 52,2 cm. Münchner Stadtmuseum - Sammlung Graphik / Gemälde. G-IIb/27. URL: <https://sammlungonline.muenchner-stadtmuseum.de/objekt/rundturm-und-stadtmauer-ueber-dem-rossschwemmbach-10159558>. S. 97.