
Über die Kölschstange. Oder: Wie Biergläser Kulturräume prägen.

Ding-Forschung in kreisenden Bewegungen. Eine Reflexion.

Von Paul Angermeyer

Universität der Künste Berlin
Master of Arts, Gesellschafts- und
Wirtschaftskommunikation
Modul 103
bei Prof. Dr. Dirk Hohnsträter
Mat.Nr.: 367908

„Bier und Zivilisation, das gehört zusammen.“

– Gunther Hirschfelder, Bierhistoriker

Dass Bier in der deutschen Kultur eine große Rolle spielt, ist selbst international wohl bekannt. Und das nicht erst seit dem die erste Assoziation von vielen Amerikanern zu Deutschland „Autobahn and Beer“ ist. Schon zu Zeiten, als der deutsche Raum noch Germanien genannt wurde, stellte der römische Historiker Tacitus fest, dass man die Germanen gar nicht mit Waffen besiegen müsse, sondern man ihnen auch einfach Bier geben könne, bis sie umfallen (vgl. Pontius, 2020).

Da sich die Vorliebe für das Bier offensichtlich über Jahrhunderte in Deutschland halten konnte (vgl. Von Dadel- sen, 2016), wundert es wenig, dass in der deutschen Kultur so viele gesellschaftliche Rituale in Verbindung zu Bier auffindbar sind – vom Feierabendbier bis hin zu Volksfesten mit Millionen von Besuchern (vgl. o.A., 2020). Wie weitreichend Bier dagegen einzelne deutsche Kulturräume außerhalb solcher gesellschaftlichen Ereignisse geprägt hat, ist wenig bekannt. Dieser Umstand ergänzt durch eine Erfahrung über die spezielle Form eines Bierglases, die spürbar Einfluss auf mein Verhalten hatte, bildeten den Ausgangspunkt für die hier reflektierte Dingforschung: Wie prägte die Kölschstange den Kölner Kulturraum?

Reflexion der Forschung

Grundsätzlich wurde die Bearbeitung dieser Forschungsfrage von einem Perspektivwechsel im Hinblick auf klassische Kontextanalysen im Bereich der Kommunikationsforschung begleitet. Es ging im Orientierungsmodul von Prof. Dr. Dirk Hohnsträter „Kommunikation und Kontext“ nicht darum, Dinge im Lichte ihrer Bedeutungszuschreibungen zu untersuchen, sondern sie als Akteure nach Bruno Latours Akteur-Netzwerk-Theorie zu verstehen und sie in „kreisenden Deutungsbewegungen“ (König, 2012, S.13) vom Ding aus selbst zu betrachten. Sprich: sie unter den Aspekten der Agency, der Affordanz, als kulturelle Wissensspeicher, als identitätsgebende Entitäten und in ihrer disziplinierenden, zivilisatorischen Funktion zu betrachten. Zentrale Fragen dabei waren, wie Dinge „soziale Beziehungen strukturieren, Wissen generieren, Räume definieren, Körper zurichten oder Anschauungen flankieren“ (König, 2012, S. 11). Oder wie Dinge eben auch von anderen Dingen definiert werden. (vgl. König, 2012)

Was das Bierglas als spannendes Untersuchungsobjekt darüber hinaus ausmacht, ist, dass das klassische Bierglas kein Produkt ist, das von Designern entworfen wird, um den Kunden zu erziehen oder ihn mit bewussten Stilmitteln in einen gewünschten Zustand zu

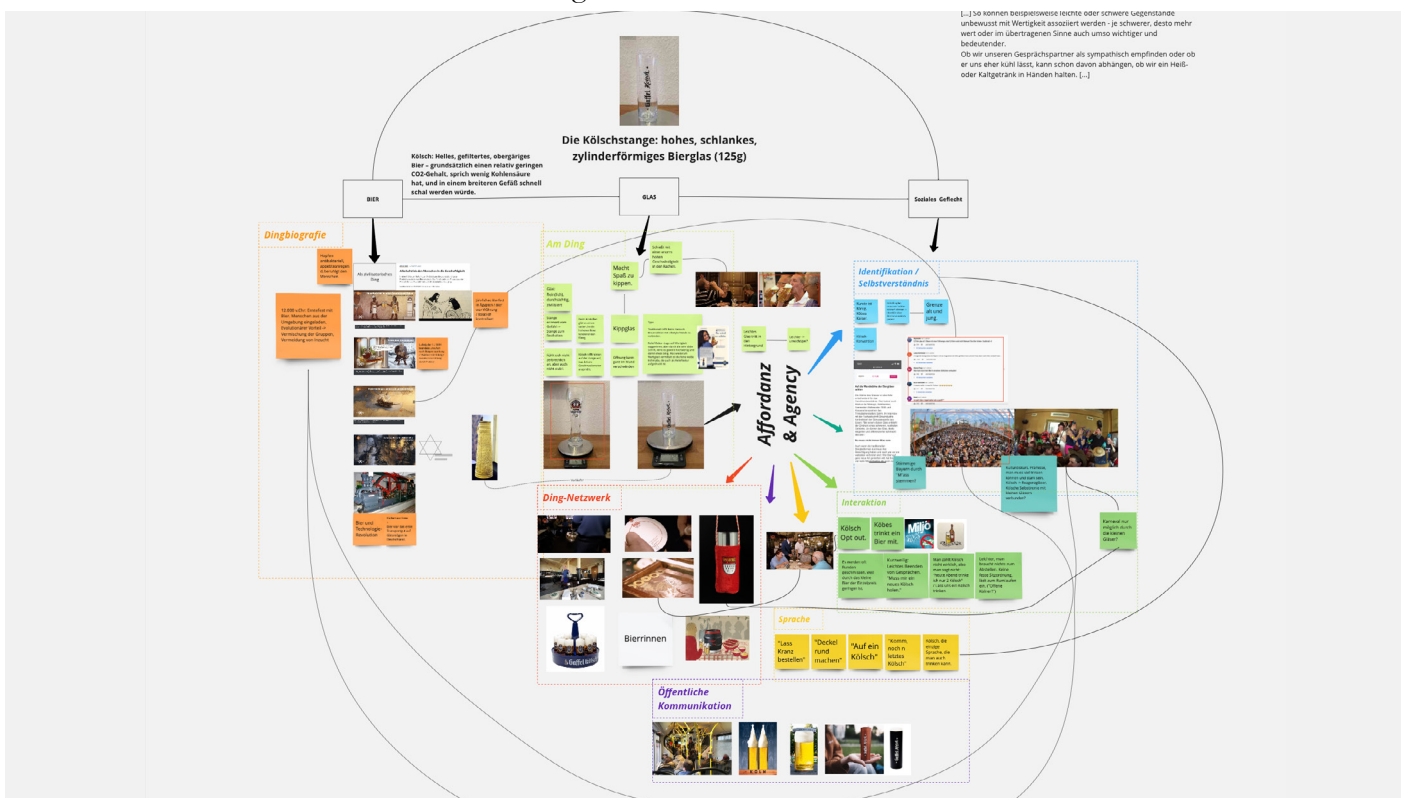
versetzen (vgl. Ulrich, 2011). Denn die Eigenschaften eines Bieres sind unumgänglich prägend für die Form des Bierglases und bieten somit wenig Spielraum für extravagante Gestaltungsprozesse.

Das Bierglas, das mein Bewusstsein für das Handlungsvermögen von Dingen prägte, war ein Schultheissglas. Doch durch meinen eigenen kulturellen Hintergrund bot es sich an, die Kölschstange in den Mittelpunkt meiner Untersuchungen zu stellen. Da im Seminarzeitraum die Coronapandemie das gesellschaftliche Leben stark heruntergefahren hatte, war es folglich nicht möglich, ethnografische Beobachtungen in sozialen Räumen durchzuführen. Und im Bezug auf das Kölschglas konnte ich auf umfangreiche Erfahrungen und Erinnerungen zurückgreifen.

Ich entschied also, mich in meiner Analyse dem Ding logisch und heuristisch zu nähern: So untersuchte ich erst die Eigenschaften des Glases am Ding selbst, um dann die Erkenntnisse über die Eigenschaften des Dings mit meinen eigenen Erfahrungen und verschiedenen Quellen zu verbinden – wie mit einer Reportage über die Unterschiede zwischen dem Kölsch und einer Maß (o.A., 2014). Daraus entstand ein Dingnetzwerk um das Kölschglas, das mir half, die Tragweite seines potenziellen Handlungsvermögens zu reflektieren.

Die teils sehr weitreichenden Schlussfolgerungen aus dieser Herangehensweise fußten auf einer Analyse historischer Zusammenhänge (vgl. Von Dadelsen, 2016) und auf der Embodiment-Theorie (vgl. Glenberg, 2010): Letztere bestätigt, dass Dingeigenschaften konkreten Einfluss auf den Körper, die Wahrnehmung und damit auf die Handlungen von Menschen haben. Darüber hinaus diente mir die bayerische Maß als Vergleichsobjekt, um die postulierten Effekte der Form von Biergläsern unterscheidbar und damit nachvollziehbarer zu machen. Die Wahl fiel auf die Maß, da sie erstens dem Kölschglas auf die Größe bezogen diametral gegenübersteht und zweitens, weil auch die Maß eine zentrale Rolle auf einem großen Volksfest spielt.

Besonders die Schlussfolgerungen, die sich auf den identitätsgebenden Charakter und den Einfluss auf soziale Beziehungen des Kölschglases beziehen, sollten aber vor allen Dingen als heuristische Konstruktionen betrachtet werden, die noch mit umfangreicheren wissenschaftlichen Methoden zu belegen sind.



Quellenverzeichnis

- Glenberg, Arthur M. (2010). Embodiment as a unifying perspective for psychology. In WIREs. Cognitive Science 1(4), S. 586-596
- Hirschfelder, Gunther nach o.A. (2021). 5000 Jahre alte Bierbrauerei entdeckt [Deutschland Funk Nova]. Zugriff am 26. März 2021, von <https://www.deutschlandfunknova.de/beitrag/5-000-jahre-alte-bierbrauerei-entdeckt-forscher-sagt-bier-und-zivilisation-gehoren-zusammen>
- Klotz, Nina A. (o.J.). OBERGÄRIG UND UNTERGÄRIG: Was ist was [Hopfen Helden]? Zugriff am 26. März 2021, von <https://www.hopfenhelden.de/was-ist-obergaerig-und-untergaerig/>
- König, Gudrun M. (2012). Das Veto der Dinge. Zur Analyse materieller Kultur. In K. Priem, G. M. König & R. Castle (Hrsg.), Die Materialität der Erziehung. Kulturelle und soziale Aspekte pädagogischer Objekte (S. 14-31). Weinheim u.a.: Beltz.
- o.A. (2020). Karneval 2020. Die zehn wichtigsten Fakten zum Rosenmontagszug in Köln [Kölner Stadtanzeiger]. Zugriff am 26. März 2021, von <https://www.ksta.de/freizeit/karneval-2020-die-zehn-wichtigsten-fakten-zum-rosenmontagszug-in-koeln-23282686?cb=1616783970500>
- o.A. (2014). Bier: Maß vs. Kölsch [Welt der Wunder]. Zugriff am 26. März 2021, von <https://www.youtube.com/watch?v=sGGrNMVc1tU>
- o.A. (o.J.). Bierglasformen [Craftbeer Revolution]. Zugriff am 26. März 2021, von <https://craftbeer-revolution.de/lexikon/bierglasformen>
- o.A. (o.J.). Ein Bier prägt seine Stadt [Kölner Brauerei-Verband e.V.]. Zugriff am 26. März 2021, von <https://www.koelner-brauerei-verband.de/historie/koelsch-das-nationalgetraenk/ein-bier-praegt-seine-stadt.html>
- o.A. (o.J.). So wird es schön. Gestaltungsvorgaben für Werbung [Gaffelbrauerei]. Zugriff am 26. März 2021, von https://www.gaffel.de/upload/110208_GK_Corporate_Design_Sheet_print_1261.pdf
- o.A. (o.J.). Typisch Köln [Früh Brauerei]. Zugriff am 26. März 2021, von <https://www.frueh.de/frueh-erleben/typisch-koeln/richtig-zapfen/>
- o.A. (o.J.). Typisch Kölsch ... das Kölschglas [Haxenhaus]. Zugriff am 26. März 2021, von <https://www.haxenhaus.de/de/2016/typisch-koelsch-das-koelschglas/>
- Pontius, Jakob (2020). Die Deutschen haben keine Esskultur [Zeit Online]. Zugriff am 26. März 2021, von <https://www.zeit.de/zeit-magazin/essen-trinken/2020-06/fleischkonsum-billigfleisch-deutschland-qualitaet-besserverdiener-fleischindustrie>
- Von Dadelsen, Bernhard (2016). Bier - Eine Welt-Geschichte. Wie ein Getränk die Zivilisation der Menschen begleitet [ZDF | Terra X]. Zugriff am 26. März 2021, von <https://www.zdf.de/dokumentation/terra-x/eine-weltgeschichte-des-bieres-anlaesslich-500-jahre-100.html>
- Stark, Florian (2018). Alkohol trieb den Menschen in die Sesshaftigkeit [Welt]. Zugriff am 26. März 2021, von <https://www.welt.de/geschichte/article181535798/Anthropologie-Alkohol-trieb-den-Menschen-in-die-Sesshaftigkeit.html>
- Ulrich, Wolfgang (2011). Philosophen haben die Welt immer nur verschieden interpretiert – verändern Produktdesigner sie auch? In H. Drügh, C. Metz & B. Weyand (Hrsg.), Warenästhetik. Neue Perspektiven auf Konsum, Kultur und Kunst (S. 111-128). Berlin: Suhrkamp