

## VORSPANN

Seit nunmehr 35 Jahren schreibt der *Tatort* eine Erfolgsgeschichte, die einmalig ist im deutschen Fernsehen. Jeder zweite Bundesbürger sieht jährlich mindestens eine der neuen Folgen, berücksichtigt man zudem die Wiederholungen in den Dritten Programmen, so sind es 62%, also rund 44 Millionen Menschen, die dem *Tatort* ihre Aufmerksamkeit schenken (Programmdirektion Erstes Deutsches Fernsehen 2002: 6). Dieses Phänomen lässt sich wohl nur begreifen, weil es dem *Tatort* gelungen ist, ein Kind seiner Zeit zu bleiben, weil er stets aktuelle Themen und gesellschaftspolitische Problemlagen aufgreift und zu spannenden Kriminalgeschichten verarbeitet.

Wie kaum eine andere Spielfilmreihe hat sich der *Tatort* aber auch einer engen Verknüpfung von Regionalität und Kriminalgenre verpflichtet. Für diese Konzeption hat sich die ARD auf ihre föderalistische Struktur berufen und auf Geschichten mit landschaftlich wechselnden Schauplätzen und ausgeprägtem Lokalkolorit gesetzt, die von den einzelnen Landesrundfunkanstalten produziert werden. Vor diesem Hintergrund sollen die über 600 Folgen und 70 Ermittler(-teams) durchaus auch als regionale Visitenkarten der unterschiedlichen Sendeanstalten verstanden werden. Sieht man sich aber die *Tatort*-Städte und ihre sozialen Milieus genauer an, so wird deutlich, dass zwar weitgehend an Original-Schauplätzen gearbeitet wird, ihre jeweilige Auflösung in den Drehbüchern und Kamerahandlungen aber allzu oft sehr weit vom Alltäglichen und Besonderen wegführt. Wenn also das Medium selbst die Stadt und ihre Darstellung hervorbringt, dann gilt es nicht nur das Konzept des *Tatort* zu hinterfragen, sondern dann müssen auch die Verortungspraktiken im Kontext von Repräsentation, Produktion und Aneignung analysiert werden, in denen Raum und Identität in unterschiedlicher Weise definiert werden.

Vor diesem Hintergrund soll aus einer kulturgeographischen Perspektive heraus untersucht werden, wie räumliche Strukturen und Bedeutungszuschreibungen im Kölner *Tatort* artikuliert werden. Ausgehend von einer differenzierten Analyse der filmischen Repräsentation werden dazu sowohl Kontexte der Produktion als auch der Rezeption in den

Blick genommen, um zu zeigen, wie und mit welchen Mitteln die filmische Stadt unter medialen Bedingungen verhandelt wird. Die Analyse der Kölner *Tatort*-Reihe dokumentiert so die komplexen Zusammenhänge von kommunikativen, ökonomischen und technisch-apparativen Faktoren, die die räumliche Konstruktion medialer Texte beeinflussen. Damit zielt die Untersuchung insgesamt auf die Rekonstruktion von Wirklichkeitsdeutungen einer Stadt in ihren kommunikativen Prozessen.

Die vorliegende Arbeit verbindet die theoretische Rahmung von Medien, Kultur und Geographie mit einer systematischen Analyse öffentlicher Bildwelten. Sie folgt damit der Annahme, dass das Medium Fernsehen an einem komplexen, kulturellen Prozess teilnimmt, in dem räumliche Bedeutungszuschreibungen und Wertvorstellungen erzeugt und konsumiert werden. In dieser Perspektive betont die Untersuchung die Relevanz medialer Texte und rückt sie als semiotische Gebilde mit vielfältigen Bedeutungspotenzialen in den Blick einer kulturgeographischen Betrachtungsweise. Diese noch genauer zu bestimmende und zu analysierende Kopplung von Geographie und Fernsehen wirft vielfältige Fragen nach der Transformation des Räumlichen unter medialen Bedingungen auf.

Mit der kritischen Überprüfung des Verhältnisses von Raum, Genre und Fernsehen, von Kultur, Geographie und Medien nimmt die wissenschaftliche Beschäftigung mit dem *Tatort* ihren Anfang. Dazu wird das Filmmaterial auf seine mehrdeutigen und kontextuellen Spuren hin untersucht, um Indizien und scheinbare Nebensächlichkeiten aufzuspüren, die bislang weitgehend übersehen worden sind. Auf diese Weise fügen sich nach und nach *Geographien des Fernsehens* zusammen, die aus dem Entziffern der Spuren entscheidende Hinweise auf die räumliche Organisation und Ordnung des *Tatort* liefern.

Die Leser<sup>1</sup> mögen dieser geographischen Ermittlung im Fall *Tatort* folgen, um den vielfältigen Spuren, Indizien und Beweisstücken einer Repräsentation des Räumlichen im Kontext von Produktion und Rezeption nachzugehen.

## Geographie und Fernsehen

*The Day After Tomorrow* (USA 2004), *Tsunami* (D 2004), *Dante's Peak* (USA 1997), *Tornado* (USA 1996), *Twister* (USA 1996) – die Erfolge an den Kinokassen und bei den Einschaltquoten der letzten Jahre sprechen

---

1 Wenn hier von Lesern die Rede ist, so sind die Leserinnen gleichermaßen gemeint. Die Arbeit verzichtet aus stilistisch-sprachlichen Gründen jedoch auf die explizite Aufführung der weiblichen Form.

eine deutliche Sprache: Die Visualisierung und thematische Einbindung von Geographie hat in Film und Fernsehen wichtige Institutionalisierungsformen gefunden, die sich mit einer regelmäßigen Unmittelbarkeit Zutritt in die Wohnzimmer der Zuschauer verschaffen. Diese Filme sind jedoch nicht nur bloße Unterhaltung, sondern sie hinterlassen sehr einprägsame Bilder, die unsere Vorstellungen von geographischen Prozessen, Ereignissen und Gefahren beeinflussen. Dass in einer Mediengesellschaft auch Städte, Länder und Nationen durch Medienbilder strukturiert sind, klingt also nicht nur plausibel, sondern verweist auch auf die Geschichte des Films, die sich nicht ohne Motive des Reisens, Flanierens und Entdeckens schreiben lässt (vgl. Bruno 2005). Filme wie *Berlin. Die Sinfonie der Großstadt* (D 1926/27) oder *Paris qui dort* (F 1923), aber auch *Crocodile Dundee* (AUS 1986), *Winnetou* (D 1963) oder *Lawrence of Arabia* (USA 1962) haben jahrzehntelang die Vorstellungen über ferne Landschaften und fremde Menschen geprägt, indem geographisch eher unbestimmte Regionen in Abhängigkeit von Kamera und Filmemacher definiert werden. Aber auch geopolitische Ereignisse wie der 11. September 2001 und kulturelle Imaginationen des Orients oder der Heimat werden in Form von medialen Bildern in unserem Gedächtnis gespeichert. Medien sind durchzogen von Figuren räumlichen Wissens, sie konstruieren Gegenstände und Ordnungen des Räumlichen und inszenieren diese Räume in spezifischen Repräsentationsformen. Die öffentliche Konstruktion von Raum, Identität und Territorialität vollzieht sich also maßgeblich in der populären, unterhaltenden Medienkultur. Es ist deshalb umso erstaunlicher, dass Film und Fernsehen im akademischen und didaktischen Bereich zwar eingesetzt werden, um bestimmte geographische Ereignisse zu illustrieren, aber relativ selten selbst Gegenstand einer eigenen fachlichen Auseinandersetzung sind. So bleibt festzustellen, dass in der bisherigen Diskussion weder die Visualisierung des Räumlichen in Film und Fernsehen noch die zunehmende Relevanz der Medien und der Unterhaltungskultur adäquat berücksichtigt worden sind.

Vor allem das Fernsehen ist gegenwärtig aufgrund seiner Omnipräsenz und permanenten Verfügbarkeit ein konstitutives Element der alltäglichen Realität, das mit seinen eindringlichen Bildwelten einen kaum zu überschätzenden Faktor der Meinungsbildung darstellt: Sei es im häuslichen Wohnzimmer oder in Wartebereichen, auf öffentlichen Plätzen, im Flugzeug oder – gänzlich mobil und individualisiert – als Teil des tragbaren Telefons unmittelbar am Körper. Aber vielleicht gerade wegen dieser Allgegenwärtigkeit und Beliebtheit, die das Fernsehen genießt, hat es lange gedauert, bis ihm eine adäquate wissenschaftliche Aufmerksamkeit zu Teil wurde. Lange Zeit war es in der Diskussion, die das Medium begleitet, nicht selbstverständlich, dass das Fernsehen ein

integraler Bestandteil unserer Kultur sein könnte. Auf breiter Front wurde in kulturpessimistischen Zeitdiagnosen die Ansicht vertreten, dass Fernsehinhalte wie Fernsichtnutzung ein Ende des kulturellen Lebens darstellen. Vor allem in der bundesrepublikanischen Diskussion wurde dabei die Theorie der Kulturindustrie von Horkheimer und Adorno (1969) als Ausgangspunkt für eine kritische Betrachtung der Massenmedien und ihres Einflusses auf Kultur und Gesellschaft herangezogen. Auf diese Weise wurde versucht, Massenmedien als Instrumente der Kontrolle und Manipulation der Konsumenten zu interpretieren (vgl. Winter 1999: 35). In dieser Denktradition stellen Film und Fernsehen bis heute eine Bedrohung der kulturellen Identität und der gesellschaftlichen Entwicklung dar (etwa bei Bourdieu 1998 oder Postman 1985). Auf der anderen Seite stehen dieser ästhetisch, moralisch oder politisch motivierten Medienkritik zahlreiche Fürsprecher gegenüber, die Massenmedien als Chance einer umwälzenden Entwicklung begreifen, welche die Aufhebung eines entfremdeten oder vereinseitigten Kulturzustands in Aussicht stellt (vgl. Keppler 2000). Die äußerst kritische Einschätzung der Kulturindustrie und ihrer gesellschaftlichen Funktion ist im Kontext einer theoretischen Aufwertung der Massenkultur und der Differenzierung popkultureller Phänomene obsolet geworden. Schon bei Benjamin (1963) und McLuhan (1992) wird das Auftreten der neuen Kommunikationsmedien als Zeichen eines Anfangs einer freien ästhetischen und politischen Kultur gedeutet. Aber erst im Zuge postmoderner Kritik, die die Distanz zwischen Unterhaltungs- und ›ernster‹ Kultur zu überwinden sucht, gelingt eine breite akademische Öffnung gegenüber den Medien und der Unterhaltung. So ist Grossberg zuzustimmen, wenn er die Auseinandersetzung mit dem Populären historisch relativiert:

»Die Konstruktion des Populären ist seit jeher Ort eines nicht endenden Kampfes; sein Inhalt verändert sich von einer historischen Periode zur nächsten genauso wie sein Publikum. Im ›Populären‹ vermischen sich unterschiedliche Bedeutungen und politische Werte, die dominant, subordiniert oder oppositionell sein können – hier prallen sie aufeinander« (Grossberg 1999a: 224).

Kulturtheoretiker wie Roland Barthes (1964) und Umberto Eco (1984) wenden sich schon früh den Massenmedien zu und zeigen, dass sich die Popularisierung von Ideen und kulturellen Praktiken nicht einfach mit der unterstellten Banalität der Inhalte und der Minderwertigkeit ihrer Botschaften abtun lässt. Musik, Film und Literatur sind für sie ebenso als ernst zu nehmender Ausdruck von Zeitgeist zu analysieren wie die Boulevardpresse oder die Werbung, die auf ihre Weise zur Sensibilisierung der Zeitgenossen und zur Auseinandersetzung mit den Zeitumständen

beitragen. Mit diesem Blick auf Kultur bereiten Barthes und Eco den Weg, Zeichen und Praktiken des Populären zu inventarisieren und ihre Verankerung im Alltag der Menschen zu bestimmen. Vor allem in der Medien- und Kommunikationswissenschaft hat die Auseinandersetzung mit Populärkultur in den letzten zwei Jahrzehnten zugenommen, aber auch die Sozialwissenschaften beginnen eine kritische Debatte um Popkultur und Medien. Maßgeblichen Anteil an der wachsenden Akzeptanz von Unterhaltung haben die Vertreter der Cultural Studies, die eine Beschäftigung mit populärer Kultur in Aussicht stellen, ohne dabei den Anspruch komplexer gesellschaftstheoretischer Reflexion aufzugeben. Sie eröffnen einen neuen Blick auf populäre Medieninhalte, auf Nutzungsverhalten und damit auch auf die Rezipierenden von Unterhaltung. Dabei legen die Cultural Studies spezifische Kriterien an Populäres an: Ihre Arbeiten stellen die Eigenheiten populärer Texte heraus und zeigen, dass sie nach anderen Regeln als nach ästhetischen Vorstellungen organisiert sind. Ganz bewusst wird dabei die Bedeutung von Kultur erweitert: Weg von einem elitären Kulturverständnis, das sich an ästhetischen Norm- und Qualitätskriterien orientiert, hin zum alltäglichen Umgang mit kulturellen Angeboten, hin zum Begriff der Alltagskultur.

Dieser Paradigmenwechsel hat wiederum die anderen Wissenschaften beeinflusst, beispielsweise die Lebensstildiskussion der Soziologie oder die Imageforschung der Sozial- und Kulturgeographie. Diese Aufwertung von populärkulturellen Praktiken, die den Fokuswechsel in der Wissenschaft begleitete, geht mit einer Reformulierung des Kulturbegriffes einher. Gleichzeitig wird in direktem Gegensatz zu den Überlegungen der Kritischen Theorie die Fähigkeit von Rezipienten herausgestellt, Massenkultur auch gegen eine ideologisch geprägte Lesart nutzen zu können. Ein solcher Blickwinkel schafft die Voraussetzung dafür, Kultur als Zirkulation von Bedeutung und als konfliktäres Feld zu konzeptualisieren. In dieser Perspektive wird Kultur nicht mit materiellen Artefakten gleichgesetzt oder auf elitäre Institutionen reduziert. Im Vordergrund stehen vielmehr der Prozess der Entstehung und Hervorbringung von Kultur, die Zirkulation und Aushandlung von Bedeutungen sowie die kreativen Aspekte von Kultur. Das Erkenntnisinteresse einer wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit Kultur muss sich dann auf die symbolischen Formen, auf die Praktiken der Repräsentation und auf die Artikulation von Kultur im Produktions- und Rezeptionsprozess richten. Gerade das »Leitmedium« Fernsehen (Mikos 2001) stellt aus dieser Sicht einen wichtigen Lieferanten von Bedeutung für den diskursiven Aushandlungsprozess in einer Gesellschaft dar. Im »Kampf um Bedeutung« (Hall 1992) steht es an kulturell exponierter Stellung, um kulturelle Texte zu transportieren und die Konstruktion von Bedeutung zu präfigurieren

(vgl. Fiske 1999). Fernsehtexte stellen als symbolische Formen der Kultur in gewisser Hinsicht Konstruktionen unserer Gesellschaft dar. In ihnen werden bestimmte Themen, Strömungen und Entwicklungen, die in unserer Gesellschaft zirkulieren, aufgegriffen und oft komprimiert umgesetzt. Fiske (1987) betont in diesem Zusammenhang, dass filmische Texte nach der Vervollständigung durch die Zuschauer verlangen und erst dadurch ihr volles semantisches und symbolisches Potential entfalten. In diesem Sinne können Filmtexte also lediglich Angebote machen und mögliche Lesarten zu favorisieren versuchen, sie können aber nicht Bedeutungen endgültig festlegen. Filmtexte sind damit grundsätzlich zum Wissen, zur Erfahrung und zur sozialen Kommunikation der Rezipienten hin geöffnet, d.h. sie werden nicht nur bewertet, sondern ihre Bedeutung wird kommunikativ verhandelt. Anstelle eines Instruments der Herrschaft und Manipulation müssen Medienereignisse somit als ein umkämpfter Bereich verstanden werden, der auf kultureller Ebene die wesentlichen Konflikte und Bedeutungen einer Gesellschaft (re-)produziert (vgl. Kellner 2005: 26).

Die wachsende Bedeutung der Medien in unserer Gesellschaft und die Entwicklung artifizieller Räume und virtueller Realitäten verweisen nachdrücklich auf die Notwendigkeit, das Verhältnis von Raum, Kultur und Kommunikation genauer zu betrachten. Wie wohl kaum ein anderes Medium vermag das Fernsehen die Bilder und Symbole einer Gesellschaft – und damit auch die Vorstellungen von Stadt und Raum sowie die Wahrnehmung in und von urbanen Strukturen – zu generieren und zu transportieren. Die allgegenwärtigen medialen Bildwelten verweisen auf Sinn- und Identitätsentwürfe, auf Traditionen und symbolische Ordnungen, um auf diese Weise nicht nur eine soziale und kulturelle, sondern auch eine räumliche Verortung vorzunehmen. Gleichzeitig werden lokale wie nationale Wirklichkeiten durch das Ineinandergreifen von realen und filmisch konstruierten Topographien im Prozess der Mediatisierung von Images und Symbolen überlagert, die zu einer Verschiebung in der Wahrnehmung städtischer Räume führen können. Dem Fernsehen kommt somit eine besondere Bedeutung zu für die Einschätzung und Beurteilung der sozialen Realität, für die lebensweltliche Orientierung und die Identitätsbildung der Zuschauer (vgl. dazu Meyrowitz 1987). Guggenberger schreibt:

»Im Zeichen der beliebigen Simulierbarkeit sozialer Situationen sind nicht mehr physische Orte samt ihren Akteuren und ihrer unverwechselbaren Atmosphäre für Stimmungen und Gefühle verantwortlich, sondern Massenprogramme. Die neue Medienumwelt, in der wir uns bewegen, prägt viele von uns stär-

ker als der reale Stadtteil, die Flußlandschaft und der historische Charakter der Region, in der wir leben« (Guggenberger 2000: 44).

Mit dem Begriff der medial veränderten Wahrnehmung und Erfahrung steht insgesamt auch derjenige der Wirklichkeit neu zur Diskussion. Dabei sind die Fragen nach dem Zusammenhang zwischen Wirklichkeit, Inszenierung und Authentizität so zahlreich wie die Antworten. Immer wieder aufs Neue werfen sie erkenntnistheoretische Probleme auf und machen die schon erreichten, scheinbar festen Vorstellungen und Konzepte erneut brüchig. Eine Auseinandersetzung mit den komplexen Themenbereichen von Wirklichkeit und Authentizität im Bereich des Medialen mündet schnell in einer begrifflichen Heterogenität mit instabilen Kategorien unterschiedlicher Herkunft und geringer Trennschärfe. Es besteht jedoch weitgehende Einigkeit darüber, dass die natürliche und die soziale Wirklichkeit keine vorgegebenen Größen sind, an der mediale Präsentationen von außen gemessen werden können. Aber ebenso wenig ist die Wirklichkeit der modernen Welt im Ganzen eine mediale Simulation in dem (Baudrillardischen) Sinn, dass die Regeln der medialen Produktion und die Regeln des sozialen Lebens generell ununterscheidbar geworden wären. Medien sind »Instrumente der Wirklichkeitskonstruktion« (Schmidt 1999: 121), wobei sich die Inhalte immer in Beziehung zu anderen Medien und diskursiv vorgeprägten Wirklichkeitsentwürfen setzen.

Medien leisten eine Perspektivierung von Realität, sie setzen Relevanzen, mit denen die Wirklichkeit wahrgenommen wird, und sie stiften Sinn, indem Präferenzstrukturen in die Erfahrungsdaten der Zuschauer einbezogen und Fragen nach dem ›Wo‹ und ›Warum‹ beantwortet werden. Diese Durchdringung unseres Alltagslebens und unserer Phantasien mit Medien führt zu Fragen, wie Filme eine »fiktionale soziale Realität« (Mikos 1994) erschaffen können und welche Einblicke sie uns in soziale, (geo-)politische und kulturelle Strukturen und Prozesse vermitteln können – Fragen, die auch zunehmend in der Geographie auf großes Interesse stoßen:

»We routinely make sense of places, spaces, and landscapes in our everyday lives – in different ways and for different purposes – and these ›popular geographies‹ are as important to the conduct of social life as are our understandings of (say) biography and history« (Gregory 1994: 11).

Dabei sind die Geographien des Films zu komplex, um sie einfach als Fiktion, Unterhaltung, Symbolismus oder Kommentierung beiseite zu schieben. In vielfacher Hinsicht ist Film Geographie, da er mehr zu sein

vermag als ein sich bewegender Raum: Indem Raum zeichenhaft vermittelt wird, macht Film Geographie interpretier- und lesbar. Der Film als Signifikationsapparat konstruiert ein geographisches Imaginäres, indem er ein ganzes Inventarium an Bildern, Lebensstilen und räumlichen Strukturen entwirft, das es erlaubt, eine sozialräumliche Realität zu kartieren und in eine bestimmte imaginäre Ordnung und Kohärenz zu bringen. Diese Visualisierungen vermitteln soziale Bedeutungen, ermöglichen räumliche Identifizierungen und dienen als Folie für zahlreiche Sinnzuschreibungen im Kontext spezifischer Produktions- und Rezeptionsbedingungen. Vor diesem Hintergrund erscheint Film als

»eine für die Moderne maßgebliche Raumtechnik, man könnte auch sagen: eine Kulturtechnik des Raumes. Viele seiner (Selbst-)Darstellungs- und Repräsentationsmodi lassen sich über ein Nachdenken seiner Verräumlichungsstrategien im Prozess der Produktion wie der Rezeption ganz gut einsehen« (Ries 2004: 1).

In der hier eingeschlagenen Perspektive lassen sich die sozialen und räumlichen Dimensionen von Kultur immer auch als ihre medialen Artikulationen lesen. Die Erscheinungen einer Kultur werden somit nicht nur an physisch-materielle Verhältnisse angepasst, sondern prägen ihrerseits die Repräsentationen von Orten und Landschaften sowie die Struktur raumgebundener kultureller Praktiken. Kultur findet so ihren Ausdruck im Raum, und die Geographie schreibt sich dieserart als sinnerfüllter Raum in das Symbolische ein. Dennoch hat sich die deutschsprachige geographische Debatte nach dem Zweiten Weltkrieg sehr weit von den kulturellen und medialen Voraussetzungen und Rahmungen räumlicher Phänomene entfernt. Die zunehmende Virtualisierung sozialer und räumlicher Beziehungen wie auch die mediale Konstruktion künstlicher Welten legen jedoch eine Neuorientierung geographischer Perspektiven nahe. Denn wenn die Wirklichkeit konstruiert und fiktionalisiert wird, müssen gerade die Prozesse der Repräsentation, Produktion und Aneignung des Wirklichen zum zentralen Thema der Diskussion und der wissenschaftlichen Untersuchung gemacht werden. Vor allem audiovisuelle Medien verlangen aufgrund ihrer Allgegenwärtigkeit und meinungsbildenden Funktion in unserer Kultur besondere Aufmerksamkeit, wenn zwischen Kognition, Kommunikation, Medien und Kultur ein wechselseitig konstitutiver Zusammenhang besteht (dazu Schmidt 1999).

Insgesamt verdeutlicht das Thema Geographie und Fernsehen, dass für den individuellen Zuschauer wie für eine Gesellschaft als Ganzes ein kritischer und reflexiver Umgang mit der Konstitution von Bedeutungszuschreibungen notwendig ist. Daher bildet eine Auseinandersetzung mit



medialen Strukturen, Gestaltungsformen und Wirkungsmöglichkeiten die Grundlage, um die symbolische Artikulation von Raum – und damit auch von Kultur – bewerten zu können: »The meanings constituted through film do not simply reflect or report on space, place, and society, but actively participate in the production and consumption of the larger cultural systems of which they are a part« (Hopkins 1994: 50).

In dieser Arbeit soll es um die Übersetzung von Geographie in filmische Landschaften, um die räumliche Begrenzung und Ausdifferenzierung einer mediatisierten Kultur gehen, oder weniger abstrakt: um die Repräsentation, Produktion und Aneignung von Räumen, Territorien und Orten im Fernsehkriminalfilm. Eine Analyse populärer Filme lässt sich als Möglichkeit verstehen, in einen kritischen Dialog der Gesellschaft mit sich selbst einzugreifen und kulturelle Konflikte und Diskurse zu artikulieren (vgl. Giroux 2002). Der Film wird somit als Dispositiv von Kultur problematisiert, so dass die Interpretation filmischer Texte nicht zuletzt auch auf eine Re- und Dekonstruktion kultureller Selbstbeschreibungsmuster zielt.

## **Der *Tatort* als Forschungsgegenstand**

Der Kriminalfilm gehört seit Beginn des deutschen Fernsehens zu den wichtigsten Bestandteilen der Unterhaltungswelt. Als besonders prominentes und daher als trivial markiertes Genre stand er jedoch aus kulturkonservativer Sicht nie unter »Kulturverdacht« (vgl. Viehoff 2005: 103). Dabei ist das Kriminalgenre ein besonders dankbares Untersuchungsobjekt, denn es enthält nicht nur Hinweise darauf, wie die Themen Gewalt, Recht, Verrätselung und Detektion narrativ gestaltet werden können. Auch deren Einbindung in soziale, kulturelle und räumliche Kontexte ist ein wesentliches Gestaltungsmerkmal des Fernsehkrimis: »Durch seine große Verbreitung hat der Kriminalfilm wie kein anderes fiktionales Genre unsere Wahrnehmung von Welt, unser Verständnis von Gesellschaft auf eine uns unbewusst gebliebene Weise geformt« (Hickethier 2005: 38). Der erzählende Modus der Konstruktion von Wirklichkeit, der auf Grundlage einer narrativen Spielhandlung eine fiktionale soziale Realität gestaltet, ist somit von besonderem Interesse. Entsprechend sind auch immer wieder gesellschafts- und medienpolitische (Welke 2005, Guder 2003, Dörner 2001: 189-213), produktionsästhetische (Brück et al. 2003, Bauer 1992), programmgeschichtliche (Pundt 2002) und filmhistorische (Wenzel 2000) Forschungsansätze an den *Tatort* herangetragen worden. Auffällig hingegen ist eine weitgehende Missachtung räumlicher Aspekte, obwohl das Medium Fernsehen an einem gleichermaßen ästhe-

tischen wie ökonomischen Prozess teilnimmt, in dem der materielle Raum reorganisiert und räumliche Bedeutungszuschreibungen und Wertvorstellungen produziert und konsumiert werden. Dies überrascht umso mehr, da die Verbindung von filmischer Darstellung von Kriminalität und städtischem Milieu historisch bis zu den Anfängen des (deutschen) Films zurückreicht: Die Geschichten von *Wo ist Coletti* (D 1913), *M – Eine Stadt sucht einen Mörder* (D 1931) oder *Emil und die Detektive* (D 1931) sind derart in der Großstadt lokalisiert, dass die Verbrechen und deren Aufklärung aufs Engste mit den Vorgaben städtischer Architekturen und Gesellschaften verwoben sind. Seit Beginn des 20. Jahrhunderts ist der Kriminalfilm immer wieder bemüht, die Stadt zu zeigen und zu entwerfen, so dass die imaginierte Landschaft der Stadt zu einer filmischen Landschaft geworden ist. Dabei funktioniert die Stadt im Film keineswegs nur als Hintergrund, vielmehr stellt der Film eine Folie zum Verständnis dar, wie der urbane Raum symbolisch repräsentiert und erfahren werden kann.

Der *Tatort* ist als über 600 Folgen umfassende Spielfilmreihe die wohl wichtigste Institution der deutschen Fernsehkultur. Und es ist gerade die Serialität, der der *Tatort* seine Alltäglichkeit verdankt und die sich auf der Produktions-, Text- und Rezeptionsebene äußert: durch den festen Sendeplatz, der auch als sozialer Zeitgeber fungiert, durch die Erkennungsmelodie und den einheitlichen Trailer sowie durch die relative Konstanz an Ermittlern und Einsatzorten. Mit regelmäßig über 20 Prozent Marktanteil und durchschnittlich rund acht Millionen Zuschauern ist die Krimi-Reihe seit Jahren die beliebteste Fernsehsendung Deutschlands.<sup>2</sup> Nicht ohne Grund hat Jochen Vogt (2005) den *Tatort* als den »wahre[n] deutsche[n] Gesellschaftsroman« bezeichnet; und damit seine sozialisierende und genreprägende Funktion sowie die ökonomisch und ästhetisch dominante Stellung im Programmangebot unterstrichen. Ein wesentlicher Grund für den Erfolg der Reihe ist sicherlich in dem sender- und länderübergreifenden Konzept zu finden. Der *Tatort* wurde als Krimiserie entwickelt, welche die föderale Struktur des deutschsprachigen Fernsehraums widerspiegeln sollte: Jede deutsche Sendeanstalt sowie das österreichische (ORF) und das schweizerische Fernsehen (SF) konnten eigenständige, regional agierende Ermittler(-teams) auf Verbrecherjagd schicken. Als wichtigstes, stilbildendes Merkmal wurde dem *Tatort* damit eine Realitätsästhetik eingeschrieben, die den Zuschauern eine au-

---

2 Die Einschaltquoten und Marktanteile zu allen *Tatort*-Folgen sind auf der Internetseite <http://www.tatort-fundus.de/800/T/index-folgen.shtml> archiviert. Die Zahlen für die hier untersuchten Kölner *Tatorte* sind zudem in der Filmliste im Anhang ausgewiesen.

thentische Beziehung zu den lokalen Ereignissen und eine größtmögliche Nähe zur Lebenswirklichkeit offeriert:

»Dessen Hauptvorzug ist es offensichtlich, hierzulande produziert zu sein, heimische Geschichten zu erzählen. So hieß auch das ursprüngliche Konzept: Einbeziehung der regionalen Besonderheiten eines jeden Sendegebietes, Auswahl von Stories, die mit der Realität zu tun haben, ohne dabei Dokumentarcharakter zu beanspruchen« (Witte 1987: 4).

Der *Tatort* hat es sich zur Aufgabe gemacht, die Identität unterschiedlicher Landstriche und die regionalen Besonderheiten des jeweiligen Sendegebiets möglichst authentisch darzustellen.<sup>3</sup> Im Rahmen dieser »Poetik der Realitätsbezogenheit« (Brück et al. 2003: 10) erscheint die Thematisierung bzw. Integration konkreter Städte und Regionen als zentrales Phänomen: »Landeskunde als Thriller« (Vogt 2005: 117). Ungeklärt bleibt hier aber die Frage, in wie weit eine Abbildung von Wirklichkeit überhaupt möglich sein kann oder ob nicht das Medium selbst erst die Räume und ihre »Besonderheiten« erschafft. Denn einerseits werden die Filme zwar im realen Raum gedreht, andererseits erzählt aber jeder Film eine eigene Geschichte in einer bzw. über eine konkrete Stadt oder Region. Der materielle Raum wird dabei als Hintergrund für fiktive Figuren und Geschichten genutzt und entsprechend verändert bzw. gedeutet, so dass er zum Ausgangsmaterial für die filmische Inszenierung seiner selbst wird. Gleichzeitig ist der materielle Raum eine abstrakte Beschreibungskategorie und bildet die Folie für die Anlagerung komplexer Bedeutungsschichten. Der Raum wird somit transformiert und erhält neue symbolische Semantisierungen, mit denen die Filme beim Aufbau ihres Bedeutungspotenzials und der Bereitstellung eines Deutungsangebotes operieren. Diese Bedeutungsstruktur der Filmwelt ist vom Inhalt und Genre gefordert und vom Regisseur und Autor beeinflusst. Es wird also nicht ein Raum authentisch *re-präsentiert*, sondern eine Geschichte präsentiert. Die Geographie der Filmwelt entspricht folglich nicht immer der Geographie der realen Welt. Vielmehr produziert sie Landschaften und erschafft Orte, die es ohne diese Filmwelt so nicht gäbe. Die Welt wird interpretiert, indem im Film eine Welt erschaffen wird: »The pleasure of film lies partially in its ability to create its own cinematic geography« (Hopkins 1994: 47). Film und Fernsehen schreiben Räumen Bedeutungen zu und kreieren Geographien, die Eingang in die alltägliche Wirklichkeit finden:

---

3 Zum Konzept des *Tatort* siehe auch Hermann 2002 sowie Brück et al. 2003: 160ff. und Pundt 2002: 20ff.

»Selbstverständlich referiert beinahe jedes Bild auf einen konkreten Ort, einen gebauten Raum, ob im Studio oder als Originalschauplatz. Im Einklang mit diesen ›objektiven Räumen‹, den Orten, entsteht jedoch innerhalb der formal-ästhetischen und der narrativen Arbeit an der Einstellung zugleich ein genuin filmischer Raum, der zunächst von der Kamera, dann vom Schnitt und der Montage und zuletzt von der Menge an Zuschauerinnen und Zuschauern [...] bestimmt wird« (Ries 2004: 4).

Begriffe wie Identität, Authentizität und Realität müssen also problematisch erscheinen, wenn sie unterstellen, dass eine wie auch immer vorgegebene Realität existiert und im Film abgebildet werden kann. Vielmehr gilt zu hinterfragen, wie ein Inhalt präsentiert wird und damit zur Produktion von Bedeutung und zur sozialen Konstruktion von gesellschaftlicher Wirklichkeit beiträgt.

Der *Tatort* bietet vor diesem Hintergrund einen optimalen Ausgangspunkt für eine geographische Fragestellung: Es ist die Frage nach der Verwendung und Symbolik filmischer Ausdrucksmittel, welche die Handlung, Personen und Themen verorten; die Frage nach der Funktion des Raumes für den Kriminalfilm. Oder anders gesagt: die Frage, wie es der Geographie gelingt, den *Tatort* hervorzubringen. Gleichzeitig ist Fernsehen weit mehr als ein bloß repräsentationales Medium, das bestimmte Themen und Geschichten einer Stadt, Region oder Kultur aufgreift. Es ist immer auch ein industrieller und kommunikativer Prozess, in dem materielle Ressourcen mit Bedeutung versehen und dem Zuschauer feilgeboten werden. Somit muss die Frage erweitert und neu formuliert werden: Wie ist das Bild einer konkreten Stadt in Prozesse der Repräsentation, Produktion und Aneignung eingebunden, in denen Raum und Identität auf unterschiedliche Weise definiert werden? Stadt und Film aufeinander zu beziehen, heißt also, unterschiedlichste Aspekte des Räumlichen miteinander in Beziehung zu setzen und in ökonomische, ästhetische und rezeptive Kontexte des Fernsehens einzubetten. Raum ist hier also die zentrale Analysekategorie, welche die Konstruktionsprinzipien medialer Praktiken zu untersuchen erlaubt, indem sowohl auf Strategien der Repräsentation als auch auf eine Dimension von Materialität und Erfahrung verwiesen wird.

In dieser Arbeit wird für die Fokussierung auf die räumliche Dimension des Fernsehens eine Konzeption gewählt, die davon ausgeht, dass sich räumliche Ordnungen und Bedeutungszuschreibungen in einem zirkulären Prozess artikulieren. Die Bereiche der Repräsentation, Produktion und Aneignung geben Aufschluss über komplexe *Geographien des Fernsehens*, die über zahlreiche Schnittstellen miteinander verzahnt sind. Zunächst konstruieren die Filme durch ihre spezifische Art und

Weise der Gestaltung imaginäre Geographien, indem sie bestimmte Räume mit konkreten Verhaltensweisen, Menschen und kulturellen Praktiken in Verbindung bringen und sie damit gegenüber anderen Räumen abgrenzen und unterschiedlich präsentieren. Die filmische Geographie stützt sich dabei auf regionale und nationale Identitätskonstruktionen, fungiert als Kontext einer Topographie des Verbrechens und ist angereichert mit Vorstellungen und Bildern verschiedener Räume und den Menschen, die dort leben. In dieser Perspektive können die Inhalte selbst als symbolische Räume analysiert werden, indem die sozialen Identitäten, deren Bewegungen, Grenzen, Funktionen und Bewertungen betrachtet werden. Dabei geht es um die Frage, welche Zuschreibungen überhaupt vorgenommen werden, wo welche Differenzierungen und Ausschlussverfahren verhandelt werden und wie sich der städtische Raum über Grenzziehungen und filmische Anschlüsse konstituiert.

Jenseits dieser filmischen Repräsentationen einer Stadt üben unterschiedliche räumliche Kontexte und ökonomische wie ästhetische Zusammenhänge einen deutlichen Einfluss auf die Produktionspraktiken und damit auf die Bedeutungen der Filme aus. Ein Blick hinter die Kulissen kann die Entscheidungsprozesse und Produktionsbedingungen verdeutlichen, denen die filmische Darstellung unterliegt. Auf diese Weise lässt sich die Genese der Bildwelten und ihre Bedingtheit durch ökonomische, institutionelle und redaktionelle Strukturen untersuchen.

Schließlich ist der *Tatort* als Ausgangspunkt einer Diskussion zu verstehen, in deren Verlauf unterschiedlichste Prozesse der Rezeption und Interaktion mit dem Fernsehen stattfinden. Die Aneignung der Bildwelten eröffnet somit einen Blick darauf, was von den filmischen Semantiken Eingang in die Vorstellungswelt der Zuschauer findet. Im Kontext der Dekodierungsprozesse entstehen somit Räume, in die sich die Interpretationen der Zuschauer einschreiben.

Diese Stichworte sollen das Thema der Arbeit umreißen und deutlich machen, dass der *Tatort* unter den Aspekten von Produktion, medialer Repräsentation und Aneignung ein äußerst komplexer und wissenschaftlich interessanter Gegenstand ist. Der zu verfolgende Ansatz muss deshalb darin bestehen, den Blick auf die Überschneidungen zwischen symbolischen, materiellen und sozialen *Geographien des Fernsehens* zu richten: »Kultur ist also nicht nur Repräsentation, sondern eine Sache von institutionellen Praktiken, Verwaltungstätigkeiten und räumlichen Anordnungen, d.h. von kulturellen Technologien« (Barker 2003: 197). Eine Geographie des Fernsehens kann sich dann nicht darauf beschränken, Orte lediglich als Schauplätze der Produktion oder als Handlungsort einer Geschichte zu verstehen. Orte können nicht als Behälter gedacht werden, die einfach abgebildet werden können und unabhängig

sind von dem, was in ihnen ist oder was sich in ihnen vollzieht. Vielmehr entscheidend ist die Frage nach den im Film dauerhaft konservierten und organisierten Formen von räumlichem Wissen und Räumlichkeit sowie deren Bedeutung für die Wahrnehmung der Zuschauer. Von zentralem Interesse erscheint daher die Überlegung, welche Repräsentation des Raumes im Film entworfen wird und unter welchen gesellschaftlichen Bedingungen und Mechanismen diese Raumbilder produziert und angeeignet werden.

## Forschungsüberblick

Film und Fernsehen sind im wissenschaftlichen und alltäglichen Gebrauch zu festen Redewendungen geworden. Sie sind aber keinesfalls austauschbar oder gleichzusetzen, da sie zwei unterschiedliche Kommunikationsebenen darstellen. Während der Film ein Vermittlungssystem bezeichnet, das durch seine spezifische Medialität der Audiovision gekennzeichnet ist, ist das Fernsehen – wie auch das Kino oder der Computer – als technisches Verbreitungsmittel zu verstehen (Opl 1990: 19ff.). Verbreitungsmittel sind somit die Formen der Massenkommunikation, welche die Vermittlungssysteme erst öffentlich machen. Die hier vorgestellten *Geographien des Fernsehens* sind also zunächst Geographien des Films, weil sich der *Tatort* als Spielfilm stilistisch von anderen Formaten abgrenzt. Gleichzeitig will der Begriff aber verdeutlichen, dass die Produktions- und Rezeptionsbedingungen fernsehspezifisch sind, insofern sie nur im Kontext typischer Prämissen, Konstellationen und Funktionen dieses Mediums verstehbar sind. *Geographien des Fernsehens* unterliegen somit spezifischen ökonomischen und technischen Bedingungen, repräsentieren kulturelle Konfigurationen und sind Bestandteil sozialer Aneignungsweisen. Das entscheidende Merkmal ist dabei die kommunikative Struktur des Fernsehens, die sich in der Serialität des *Tatort* bemerkbar macht und die Zuschauer immer wieder vor den Bildschirm zieht.

Mit Blick auf den Gegenstand des vorliegenden Forschungsvorhabens ist es notwendig, die einschlägige Literatur unter dem Aspekt der filmischen Darstellung der Stadt oder umfassender über Geographie und Film bzw. Fernsehen nach forschungsleitenden Ansätzen und Erklärungsmustern zu durchleuchten. Gleichwohl stellt dieser Bereich noch weitgehend ein kulturgeographisches Neuland dar, zumindest was die Formulierung systematischer Konzeptionen und Theorien anbelangt. Vielmehr wird die Thematik in einem interdisziplinären Kontext behandelt, in dem sich unterschiedlichste theoretische und empirische

Überlegungen vermengen. In diesem Feld erfolgt eine fruchtbare Auseinandersetzung mit der generellen Frage, wie sich die massenmediale Erfassung und Repräsentation städtischer Räume und damit das Verhältnis von Geographie und Medialität bestimmen lässt.

Ein herausragendes Feld für den Zusammenhang von raum- und medientheoretischer Reflexion muss man dort erkennen, wo sich vor dem Hintergrund des *linguistic turn* und neuer Medientechnologien weit reichende Fragen nach der Ordnung und Organisation sozialen und kulturellen Wissens gestellt haben. Die enge Korrespondenz von Geographie und Film, von Raum- und Medientheorie, hat sich erst in den letzten Jahren und in durchaus verschiedenen Konstellationen eingestellt. Dies betrifft sowohl die wechselseitige Abhängigkeit von Raum- und Medienbegriffen als auch den Versuch, geographische Modellbildung mit medialen Strukturen zu verknüpfen. Die thematische Debatte hat sich dabei nicht nur in einem interdisziplinären Arbeitsgebiet konstituiert, sondern ist auch in einem internationalen Forschungskontext angesiedelt und bezieht sich auf dessen unterschiedliche Positionen und Schulen, die das Verhältnis von Medien und Geographie thematisiert haben. Dabei treffen Auslagerungen der nationalen und disziplinären Kontexte in einem unbestimmten Mischungsverhältnis aufeinander und machen deutlich, dass ein gemeinsamer Ort ungewiss und ein gemeinsamer Gegenstandsbereich wenigstens problematisch ist. So sehr also eine Frage nach der Geographie des Films bzw. des Fernsehens über verschiedene Disziplinen hinweg existiert, so wenig wird sich deren Beantwortung auf eine gesicherte und kanonisierte Einheit eines Fach- und Sachgebiets verlassen können:

»[A] visual analysis that fails to recognize and interpret the range of spaces and spatial processes in representations is as partial and incomplete as geographical rendering of the social world that refuses knowledge of how narrative defers or dislocates meaning« (Natter/Jones III 1999: 243).

Neuere Versuche unterschiedlicher Provenienz haben sich daher ganz konsequent in einem interdisziplinären Zwischenraum angesiedelt und lassen insgesamt eine Wendung erkennen, mit der Film und Fernsehen als Medien der symbolischen Kommunikation angesprochen werden können, die kulturelle Prozesse reflektieren und Bedeutungen produzieren (etwa Donald 2005, Bruno 2002, Rogoff 2000, Burgin 1996). In dieser Perspektive kommt es darauf an, Film und Fernsehen als kulturelle Praktiken zu erfassen und in ihre sozialen, politischen und ökonomischen Zusammenhänge einzubetten. Ein Überblick über die Entwicklung der einschlägigen Forschung soll im Folgenden die Zusammenhänge der un-

terschiedlichen Ansätze verdeutlichen und ihre Relevanz in Bezug auf die Theoretisierung einer Geographie des Fernsehens unterstreichen.

Die Forschungslage lässt sich – etwas überspitzt formuliert – folgendermaßen umreißen: Während sich die Humangeographie derzeit am Leitfaden des Paradigmas der Kultur reorganisiert und Fragen der Konstruktion und Symbolisierung von Raum aufgreift (*cultural turn*), orientieren sich die Kultur- und Medienwissenschaften am Paradigma des Raums (*spatial* bzw. *topographical turn*), um der Bedeutung der geographischen Kontexte ihrer Gegenstände Rechnung zu tragen.<sup>4</sup> Gewissermaßen im Brennpunkt dieser beiden wissenschaftlichen Trends stehen die Cultural Studies, die sich vor allem in England und in den USA, aber zunehmend auch in Deutschland auf dem Vormarsch befinden. Die theoretisch anspruchsvollen und gegenstandsbezogenen Methoden und Perspektiven der zeitgenössischen Cultural Studies entstammen im Wesentlichen den philologischen, philosophischen, ethnologischen und medienwissenschaftlichen Disziplinen. Ihre zentralen Themen – die Kultur und die Medien – kreisen um ein in permanentem Wandel begriffenes Konzept von Kommunikation, mit dessen Hilfe sich ein kulturelles Selbstverständnis (re)konstruieren lässt. In dieser Perspektive zeigt sich, dass Medien kulturelle Orientierungen vermitteln und dass sie einen wesentlichen Anteil an der Konstruktion und Rekonstruktion spezifischer Kulturen haben. Die Begriffe Kultur, Medien und Kommunikation sind also in der aktuellen Debatte der Disziplinen eng miteinander verzahnt. Kultur wird dabei als ein ausgezeichneter Ort symbolischer Ordnungen begriffen, der sich in und durch Kommunikation konstituiert.

Eine geographisch orientierte Fernsehanalyse ist seit geraumer Zeit schon im Begriff, ihre Gegenstände und Fragestellungen im Austausch mit verschiedenen Disziplinen und Fächern zu konstituieren, so dass die Möglichkeiten, Perspektiven und Grenzen einer interdisziplinären Argumentation den Rahmen dieser Arbeit abstecken. Gerade die Untersuchungen der philologischen und kommunikationswissenschaftlichen Fachgebiete sind hier äußerst fruchtbar, zeigen sie doch eine Tendenz, »räumlich« zu argumentieren, weil sie die geographischen Bedingungen ihrer Gegenstände wie deren räumliche Dimension reflektieren (insbesondere Koch 2005, Plath 2005, Stockhammer 2005, Nohr 2002, Teske 1999 sowie Krahl 1999). Aus dieser Orientierung konstituiert sich durchaus eine neue Fokussierung. Nicht mehr nur die paradigmatischen Instrumen-

---

4 Wenn hier von *turns* die Rede ist, so ist damit nicht gemeint, dass der kulturellen bzw. räumlichen Perspektive in den Forschungstraditionen keine Aufmerksamkeit zuteil geworden ist. Die Begriffe verweisen vielmehr auf Verschiebungen von Zugängen und Fragestellungen innerhalb der Disziplinen, die bisher nicht oder nur wenig Beachtung gefunden haben.



te der Vermittlung, Aufzeichnung, Speicherung und Übertragung wie Sprache, Film und Fernsehen, sondern auch andere Symboliken wie die Stadt oder der Raum an sich sind heute als Texte/Medien und ihre Narrationen als mediale Landschaften interpretierbar, weil sie die Voraussetzung für eine systematische, narrative wie symbolische Organisation von Raum und Identität liefern (dazu grundlegend Bachmann-Medick 2006 und Weigel 2002). Das Mediale wird dabei als eine Zone der Vermittlung adressiert, die über die Entstehung, die Relevanz und die Darstellung kulturellen Wissens entscheidet. Über die verschiedenen Fachgebiete hinweg lässt sich also eine Bereitschaft erkennen, Medien – und insbesondere Film und Fernsehen – als Angelpunkte für kulturelle und ästhetische, gesellschaftliche und technologische Veränderungen zu begreifen.

Konkreter liegt der Ausgangspunkt für eine geographische Film-analyse also dort, wo die räumlichen Perspektiven der Kultur- und Geisteswissenschaften mit konzeptionellen Überlegungen der geographischen Wissenschaften konvergieren. Gerade die neueren Media und Cultural Studies eröffnen eine Reihe von Forschungsgebieten, die sich durch eine Verschränkung von Medienfunktion und Geographie konstituieren: sei es in der Frage nach dem Verhältnis von kultureller Identität und Globalisierung (Morley/Robins 1995, Gillespie 1995), nach der gesellschaftlichen Bedeutung von Filmkultur (Harbord 2002), nach dem Zusammenhang von ›Geo-Ideologie‹ und Genre (Billingham 2000) oder nach der Spannung von Authentizität und Virtualisierung in den Massenmedien (Knieper et al. 2003, Crang et al. 1999). Daneben stehen Ansätze, die sich mit der Beschleunigung und Gleichzeitigkeit kultureller Prozesse durch Fernsehen und Vernetzung (Großklaus 1995) oder mit der Rolle geographischer Narration, die man im Rekurs auf ein Zeitalter der Mobilität, Beschleunigung und neuer Medientechnologien problematisiert sehen wollte, beschäftigen. Dabei haben die Überlegungen bezüglich des Raums zu einer Denkfigur der medialen Überwindung eines gegebenen geographischen Raums geführt, so dass McLuhan etwa zur Vorstellung eines vernetzten »global village« gelangt (McLuhan 1992) und Harvey von einer »time-space-compression« spricht (Harvey 1990). Den wohl radikalsten Ansatz innerhalb der medienwissenschaftlichen Diskussion aber hat Friedrich Kittler geprägt, der letztlich von einem konsequenten Reduktionismus herrührt und Kultur – und darin einbezogen sind kulturelle Räume – als Entfaltung medientechnischer Vorgaben versteht. Greifbar wird dies etwa dort, wo er die moderne Großstadt als Verkehrs- und Kommunikationsnetz von Schaltplänen her denkt (Kittler 1995).

Die Möglichkeit der Darstellung von Geographie wird von je verschiedenen Medienbedingungen bestimmt; und wie unterschiedlich diese Arbeitsbereiche und Positionen von Kultur- und Medientheoretikern be-

einflusst sein mögen, überschneiden sie sich doch mit einigen Perspektiven, aus denen auch die Kulturgeographie die Voraussetzungen ihrer Konzepte und Gegenstände reflektiert hat. Dabei handelt es sich nicht nur um methodische Fragen, die im Umkreis des (Post-)Strukturalismus, der qualitativen Sozialwissenschaft, der Diskursanalyse oder der Ethnologie mit der Konzeption neuer geographischer Objektbereiche verbunden sind. Im Zentrum stehen auch hier grundlegende Fragen nach der Formation geographischen Wissens. Die Medien erfordern und erzeugen je eigene Kodierungsformen und Modi der Repräsentation. Ohne filmtechnische Operationen wie Schnitt, Kameraführung, Licht und Ton ist eine räumliche Gestaltung bzw. Ordnung unmöglich; und von unterschiedlichen Überlegungen zum filmischen Raum im Kontext von Technik, Semantik und Ideologie (Wulff 1992) über Bakhtins »Chronotope« (Bakhtin 1981) bis hin zu einer Konzeptualisierung der medien-spezifischen Gestaltung filmischer Räume (Paech 2000) reicht eine mit unterschiedlichen Akzenten gestellte Frage, die die Organisation und Produktion des filmischen Raums in seiner historischen wie technischen Dimension und mit den ästhetischen Effekten seiner Repräsentationsweisen korreliert. Hat man seit geraumer Zeit schon die Rolle von medialen Infrastrukturen, von Nachrichten- und Informationssystemen, von Politischer Ökonomie in den Vordergrund gerückt, so geht es darüber hinaus um Praktiken der Verräumlichung und die mediale Kodierung geographischer Prozess- und Ereignishaftigkeit selbst: um die Frage, wie sich ein räumlicher Sachverhalt über die Medien seiner Darstellung konstituiert. Schlagworte wie »Simulation der Wirklichkeit«, »Medienrealität« oder »Verschwinden der Wirklichkeit« eröffnen dabei nicht nur eine problematische Divergenz von »Realität« und Repräsentation, sie greifen nicht nur auf Fragen der Performanz und der Inszenierung von Raum und Identität aus. Sie legen vielmehr die Relevanz einer Betrachtung nahe, die den Horizont einer textuellen bzw. narrativen Repräsentation des Geographischen überschreitet. Dabei ist nicht zu übersehen, dass es bei den unterschiedlichen Ansätzen nicht zuletzt auch um eine konzeptionelle Verschränkung von Medien, sozialer Kommunikation und räumlicher Ereignishaftigkeit geht: bei Baudrillard (1978), Innis (1999) oder Virilio (1978) etwa, bei denen sich eine wechselseitige Durchdringung von Medientheorie und geographischen Rudimenten beobachten lässt. In all diesen Fällen wird die Beobachtung von Raumprozessen auf unterschiedliche Weise von der Kritik moderner Medienverhältnisse angeregt und durchkreuzt.

Die Wendung zum Bild und zu den unterschiedlichen Medien hat sich mittlerweile auch in der Humangeographie von einer Randerscheinung zu einer zentralen Kategorie entwickelt. Unter den Schlagworten

*pictorial turn* und *iconic turn* ist in den letzten Jahren die Aufmerksamkeit für den Einsatz und die Funktion von Visualisierungen sowie der Einfluss von Medien auf die Wahrnehmung und das Denken gewachsen (Crang et al. 1999, Driver 1995, Zonn 1990, Burgess/Zonn 1985). Nicht zuletzt im Zusammenhang mit der Rede vom ›Krieg der Bilder‹ bzw. vom ›Krieg mit Bildern‹ oder im Kontext der Marketingstrategien von Städten, Regionen und Ländern (zuletzt Birk et al. 2006) wird die weltbildende und kulturschaffende Kraft geographischer Imaginationen offenkundig. Die enge Bindung an Formen öffentlichkeitswirksamer, medialer Kommunikation wird bereits aus unterschiedlichen fachwissenschaftlichen Perspektiven diskutiert, wobei auch die von der Geographie selbst produzierten analogen, digitalen und mentalen Karten und Bildwelten mit ihrer Eigendynamik vermehrt Gegenstand kritischer Reflexion werden (etwa Rose 2003, Ryan 2003, Sui 2000 sowie Blunt et al. 2003). Innerhalb der anglo-amerikanischen Cultural Geography zeichnet sich so eine fruchtbare Diskussion um Geographie und Medien ab, die sich mit Fragen der medialen Konstruktion von Raum, Identität, Sexualität und Gesellschaft auseinandersetzt. Forschungsleitend ist die Annahme, dass Medien Bilderwelten erzeugen, in denen soziale, kulturelle und (geo-)politische Normen, Werte und Leitbilder ausgehandelt und fixiert werden. Von hier aus ergeben sich verschiedene Perspektiven, in denen technische Aufzeichnung und Wiedergabe einen spezifischen Vorstellungsraum des Geographischen entwerfen. Das betrifft zunächst diverse Medien und Gattungen, deren Spektrum von der Karte zum Reiseführer, von der Photographie zum Internet, vom Dokumentar- zum Spielfilm, vom Museum zur Ausstellung reicht. Dabei sind nicht nur unterschiedliche politische, ökonomische oder pädagogische Implikationen im Spiel, es geht vielmehr um verschiedene Konstruktionsweisen von Schauplatz, Beobachtung und Darstellung. Denn die Wahrnehmung geographischer Differenz wird durch Medien ebenso gesteuert wie die Herstellung eines ›Faktischen‹, das sich der unmittelbaren Anschauung entzieht.

Gerade am Beispiel filmischer Darstellung lassen sich Entwicklungen beobachten, in denen die imaginierten Geographien auf eine Hermeneutik der Gegenwart verweisen: seien es die filmischen Orientphantasien als Zufluchtsorte westlicher Zivilisationen (Zimmermann/Escher 2005a) oder die Mythologisierung der Landschaft im Wüstenfilm Hollywoods (Kennedy 1994), die Zukunftsentwürfe im Science-Fiction-Film (Aitken 2002, Kuhn 1999) oder die nationale Kodierung von Landschaft im europäischen Heimatfilm (Luger 1998). Dabei sind die diversen Repräsentationsweisen von Raum und Landschaft nicht von den formalen und ästhetischen Verfahren zu trennen, die wiederum durch medientechnische und dramaturgische Bedingungen nahegelegt werden. Das Spek-

trum solcher Problemstellungen reicht von diversen Formen der Raumin-szenierung bis hin zur Qualität des Geographischen selbst, das alle Spielarten von Information, Manipulation und Konstruktion einschließt. Als gemeinsame Grundlage dient die Einsicht, dass visuelle Darstellungen sich verschiedenen Formaten, Genres, Konventionen und Funktionen unterordnen, mit denen sich variierende Authentizitätsansprüche und Aspekte der Inszenierung verbinden. Entsprechend lassen sich unterschiedlichste Formen von Referenzillusion und Realismuseffekten verzeichnen, die die Kodierung und die Wirksamkeit von medialen Geographien bestimmen. Die Ausweitung und die Diversifizierung des Materials – vom Amateurvideo bis zum Blockbuster, von der Krimiserie zum Road Movie – sind dabei ebenso zu berücksichtigen wie die eher systematischen Fragen nach Abbildbarkeit und Authentizität, nach Konstruktion und Simulation. Doch während das Kino schon lange im Mittelpunkt zahlreicher Themenbände und Monographien steht (Forsher 2003, Jancovich et al. 2003, Cresswell/Dixon 2002, Clarke 1997, Aitken/Zonn 1994, Zonn 1990), gerät das Fernsehen nur vereinzelt in den Blick der Kulturgeographie (Bollhöfer 2007, 2005; Bollhöfer/Strüver 2005, Pitman 2002, Adams 1992, Higson 1987).

Mit den skizzierten Fragen und Problemen scheinen sich die Kulturgeographie und verschiedene räumlich orientierte Disziplinen in einem gemeinsamen Arbeits- und Forschungsgebiet zu treffen, das sich durch eine eigene systematische wie thematische Gestalt auszeichnet und durch ein Wechselspiel von ›Geographie im Film‹ und ›Film in der Geographie‹ gekennzeichnet ist. Diese Begegnung nimmt einen privilegierten Ort in der Kultur- und Medientheorie ein und wirft theoretische, sachliche und methodische Fragen gleichermaßen auf. Zugleich appelliert sie an einen offenen und dynamischen Medienbegriff, der Apparate und Technologien ebenso einschließt wie Institutionen, symbolische Formen, Repräsentations- und Rezeptionsweisen. Aus diesem Grund wird sich die Arbeit nicht zuletzt mit den Möglichkeiten und Prinzipien der Repräsentation von Raum selbst beschäftigen, das heißt mit der Frage, welche Raumbegriffe durch ein bestimmtes Genre oder Filmkonzept begründet und impliziert werden und damit wiederum die Wahrnehmung einer Geographie des Films präformieren (siehe dazu auch Escher/Zimmermann 2001).

Das Thema »Stadt« hat sich in der wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit dem Film zunehmend als eigener, interdisziplinärer Gegenstandsbereich profiliert. Es ist aus dem Bereich isolierter und verstreuter Fragestellungen herausgetreten, die lange Zeit als Randgebiet oder spezialisierte Anwendung innerhalb der verschiedenen Disziplinen mitgeführt wurden: sei es als Objekt stadt- und filmhistorischer Ent-

wicklungen (für den nationalen Kontext siehe Aretz/Schoor 2004, Vogt 2001, Jacobsen 1998, Töteberg 1997) oder als Ausgangspunkt für Reise- und Drehort-Führer (Katz 2005, Reeves 2003), als Herausforderung an die Filmarchitektur (Urussowa 2004, Neumann 1996) oder als Gegenstand von Netzwerk- und Standortanalysen innerhalb wirtschaftsgeographischer und medienökonomischer Zusammenhänge (Moßig 2004a, 2004b, Moser 2003, Gasher 2002, Krätke 2002). Von ihnen hat die Diskussion zahlreiche sachliche und methodische Anregungen erhalten und nicht zuletzt Hinweise dafür, wie sich ein filmgeographisches Feld sondieren und bearbeiten lässt. Eine systematische Ausrichtung erfährt die Diskussion allerdings gerade dadurch, dass sie die kursorische Sichtung von Einzelaspekten hinter sich lässt und sich auf jene Konstellationen bezieht, in denen der Zusammenhang von Medien, Kommunikationswegen und Darstellung einen jeweils besonderen, geographisch konkretisierbaren Sachverhalt schafft (Bollhöfer 2003; Shiel/Fitzmaurice 2003, 2001; Schenk 1999; Clarke 1997).

Die Fokussierung der vorliegenden Arbeit auf die Stadt im Kölner *Tatort* erscheint besonders reizvoll und vielversprechend: Die Filme lassen sich hier als vielschichtige Texte lesen, in denen eine Stadt über semantische Bedeutungszuschreibungen als komplexes Rahmenthema verhandelt wird. Dabei wird davon ausgegangen, dass die Stadt in einem kommunikativen Prozess von Repräsentation, Produktion und Aneignung hervorgebracht wird. In allgemeiner Perspektive besteht das Vorhaben der Arbeit also darin, den *Tatort* in seiner sozialen wie kulturellen Konstruktion und Zirkulation von Bedeutung einer geographischen Untersuchung zugänglich zu machen. Die Analyse bleibt dabei nicht einer textimmanenten Repräsentationskritik verhaftet, sondern betrachtet diese im Kontext ökonomischer, ästhetischer und kommunikativer Praktiken, in die die Reihe eingebettet ist.

Vor dem Hintergrund der einschlägigen Forschungslandschaft verfolgt das in dieser Arbeit zu entwickelnde Vorhaben die folgenden allgemeinen Fragestellungen und Forschungsziele:

- die Sondierung der Überschneidungen zwischen kulturgeographischen Konzepten und filmtheoretischen Positionen
- die konzeptionelle Verbindung unterschiedlicher Momente der Kommunikation in einem kontextorientierten Ansatz
- die Erarbeitung von Konzepten und Methoden einer Geographie des Fernsehens, die sich aus der Funktion und aus der kulturellen Spezifik des Mediums ergeben
- die empirische Analyse von konkreten Repräsentations-, Produktions- und Rezeptionsweisen von Geographie am Beispiel des Fernseh-Kriminalfilms

## Aufbau der Arbeit

Ein kulturanalytischer Ansatz, der zugleich die ästhetische Gestaltung symbolischer Formen, die Konstituierung visueller und sprachlicher Bedeutungspotenziale, die Prozesse der Medienaneignung und die Verflechtung kultureller und ökonomischer Praktiken im Rahmen spezifischer Produktionskontexte rekonstruieren will, muss zwangsläufig interdisziplinär und problemorientiert ausgerichtet sein. Der Arbeitshorizont dieser Untersuchung erfordert es also, kulturgeographische Überlegungen mit unterschiedlichen Perspektiven zu verbinden, um ein Forschungsgebiet zu sondieren, das in die Theorien und Methodiken der einzelnen Disziplinen hineinreicht und eine grundlegende Reflexion und Reformulierung geographischer Kategorien ermöglicht. Die zentrale Frage ist dann, was die einzelnen Ansätze leisten können, um den Gegenstand einer weit gefassten Kulturgeographie – nämlich Raum in seiner medialen Kommunikation und in seiner kulturellen Kontextualisierung – sowohl theoretisch als auch empirisch zu fassen. Der Raum wird dabei zu einer zentralen Analysekategorie, zum Konstruktionsprinzip medialer Praktiken, zu einer Dimension von Materialität und Erfahrung sowie zu einer komplexen Repräsentationsstrategie.

Die leitende Forschungsidee – und damit das Spezifikum – dieser Arbeit ist der Versuch einer kontextuellen Betrachtung von Geographie und Fernsehen: Unter einem weitergehenden, kulturanalytischen Ansatz werden die Momente der Repräsentation, Produktion und Aneignung von Raumbildern am Beispiel einer konkreten Filmreihe zusammengeführt. *Geographien des Fernsehens* beschreiben damit sowohl die vielschichtigen Artikulationen der filmischen Stadt innerhalb der einzelnen Momente als auch die Unterschiede und Beziehungen zwischen ihnen. Dies erfordert ein Arbeitsprogramm, das Überlegungen und Einzeluntersuchungen der verschiedenen Disziplinen aufgreift und in der Systematisierung eines fernsehgeographischen Gegenstandsbereichs zusammenführt. Dennoch wird darauf verzichtet, die disparaten Konzepte und Materialien einer fachlichen Ordnung zu unterwerfen. Vielmehr sollen Anregungen zu einem interdisziplinären Verständnis von Geographie und Film gegeben werden, das nach verschiedenen Seiten offen bleibt und das in mehrere Richtungen Denkanstöße zu geben versucht.

Für die Konzeption der Arbeit soll nicht nur eine theoretische Rahmung von Kultur, Geographie und Medien zentral sein, sondern auch die konkrete Analyse der Bedeutungen kultureller Produkte, die in einem prozesshaften, zirkulären Vorgang konstituiert werden. Einen Schwerpunkt der Arbeit bildet somit die empirisch orientierte Klärung der Konstruktion und Produktion von Raumbildern unter fernsehspezifischen Be-

dingungen, nicht nur durch die inhaltliche Dimension der Repräsentation, sondern auch im Kontext der Produktionsbedingungen und durch die vielfältigen Weisen Rezeption und Aneignung. Sie verfolgt damit einen Ansatz, der die mediale Konstruktion von Wirklichkeit nicht auf theoretische Modelle reduziert, sondern das Ineinandergreifen und den wechselseitigen Bedingungs-zusammenhang von Technik, Ästhetik, Darstellung, Ökonomie und Rezeption im kulturellen Bereich empirisch akzentuiert. Gleichwohl kann es nicht genügen, sich allein auf die empirische Vielfalt der medialen Phänomene zu konzentrieren. Das Fernsehen tangiert nachhaltig die Welt- und Selbstverhältnisse einer Kultur und fordert deshalb dazu heraus, Konzepte zu entwickeln, mit denen diese Verhältnisse systematisch erfasst und reflektiert werden können. Eine Problematisierung der Beziehung zur Wirklichkeit und der Modalitäten des Vorstellens, Darstellens und Wahrnehmens, Fragen nach dem Bezug auf Raum und der Situierung in der Welt – all dies sind Aspekte, die im theoretischen Teil behandelt werden müssen. Hier liegt die Schwierigkeit allerdings darin, dass es keine umfassende Theorie zu Geographie und Fernsehen gibt, die als Fundament hätte dienen können. Hinzu kommt, dass die wesentlichen theoretischen Einsichten zum Verhältnis von Geographie und Fernsehen nur zu einem geringen Teil aus der traditionellen Geographie oder den Film- und Fernsehwissenschaften stammen, sondern aus einer Reihe kultur- und geisteswissenschaftlicher Disziplinen wie Soziologie, Ethnologie, Cultural Studies und Kulturwissenschaften. Dennoch besteht der Anspruch, ein Konzept zu entwickeln, das geographisch fundiert ist und gleichzeitig kultur- und medientheoretische Erkenntnisse in diesen Horizont einbezieht. Ziel der Arbeit ist es, nicht nur eine geographisch adäquate Betrachtung des Fernsehfilms zu liefern, sondern zugleich auch eine konstruktive Ausrichtung einer kultur- und medientheoretisch angeleiteten Geographie auf den Weg zu bringen.

Kapitel zwei bis vier versuchen eine theoretische Annäherung an Geographie und Fernsehen. Einerseits geht es dabei um eine Einbindung kulturtheoretischer Überlegungen in die Geographie, andererseits um die Konzeptualisierung kommunikationstheoretischer Aspekte von Kultur und Raum. Dies bietet die nötige Differenzierung und Ordnung von Gegenstands- und Problembereichen sowie eine Bestimmung der wichtigsten Begriffe und Konzepte. Das Modell des *circuit of culture* akzentuiert schließlich spezifische Aspekte einer Geographie des Fernsehens, um der empirischen Untersuchung eine hinreichende Orientierung zu bieten.

Vor dem Hintergrund eines interdisziplinär ausgerichteten Ansatzes der Zirkularität von Bedeutung ist ein mehrdimensionales Forschungs-

design notwendig. Im fünften Kapitel wird die Anlage der Untersuchung beschrieben, bevor dann ein dem Produkt *Tatort* angepasstes Verfahren der Analyse entwickelt wird. Ausgangspunkt bildet ein multiperspektivischer Ansatz, der das Thema aus verschiedenen Perspektiven zu betrachten und je angemessene Zugriffe für die konkreten Problemstellungen der einzelnen Kommunikationsmomente zu formulieren erlaubt.

Kapitel sechs stellt die Ergebnisse der semiotischen Filmanalyse vor. Hier kommen neben einer Untersuchung der räumlichen Muster und Strukturen des *Tatort* im Kontext typischer Genremerkmale des Krimis auch unterschiedlichste Aspekte einer filmischen Raumsemantisierung zum Tragen, aus denen sich die Strukturierung und die Bedeutungsgehalte der filmischen Stadt sowie die ästhetisch-stilistische Modellierung ihrer Darstellung ergeben.

In Kapitel sieben werden die Bedingungen und Strukturen der *Tatort*-Produktion ausführlich geschildert, wie sie sich anhand von Experteninterviews ergeben. Die Darstellung orientiert sich dabei nicht an Einzelfällen, sondern ist nach thematischen Gesichtspunkten strukturiert. Im Mittelpunkt stehen ebenso die Interessen der Befragten wie die ökonomischen Rahmenbedingungen und die ästhetischen Anforderungen der Filmproduktion. In exemplarischen Analysen der Drehorte werden die komplexen Zusammenhänge dann transparent und für eine Re-Interpretation des filmischen Raums in Anschlag gebracht.

Kapitel acht spürt unterschiedlichen Aspekten der *Tatort*-Rezeption nach. Dabei werden Indizien zur Kommunikation über die Filme in einem Internetforum gesammelt und die Auseinandersetzung mit den Filmen in lokalen Öffentlichkeiten skizziert. Diese Aspekte können im Rahmen der vorliegenden Arbeit jedoch nicht umfassend ausgearbeitet werden und lediglich exemplarischen Charakter annehmen.

In Kapitel neun werden die wichtigsten Ergebnisse zusammengeführt und abschließend an die theoretischen Erkenntnisse rückgebunden.