

# Inhalt

---

## Vorwort | 11

*Antje Schlottmann und Judith Miggelbrink*

### 1. Ausgangspunkte

Das Visuelle in der Geographie und ihrer Vermittlung | 13

- 1.1 Kulturtheoretische Rahmung | 14
- 1.2 Visualisierung als fachspezifischer Habitus | 17
- 1.3 Positionierung und disziplinäre Öffnung | 24

## TEIL I: THEORIEN VISUELLER GEOGRAPHIEN

*Jürgen Hasse*

### 2. Das Bild – ein visuelles Medium?

Phänomenologische Bemerkungen zu einem sensualistisch-reduktionistischen Bild-Begriff | 31

- 2.1 Bild und Einbildung | 32
- 2.2 Die einen und die anderen Bilder | 34

*Anke Strüver*

### 3. Raum- und Subjektkonstitution durch visuelle Anrufungen auf der Mikroebene | 49

- 3.1 Einleitung | 49
- 3.2 Repräsentationen als Konstitutionselemente verkörperter Subjekte – Verkörperung und Inkorporierung | 51
- 3.3 Sehen und Gesehen-Werden: Visuelle Anrufungen und die performative Praxis des Sehens | 54
- 3.4 Wirkmächtigkeit von Visuellem in Praktiken der Raumkonstitution | 58
- 3.5 »Sehen beim Gehen in der Stadt«: Ko-Konstitution von Körpern und Raum | 61

*Tilo Felgenhauer*

- 4. Die visuelle Konstruktion gesellschaftlicher Räumlichkeit | 67**
  - 4.1 Einführung | 67
  - 4.2 Die soziale Fixierung von Bedeutung | 67
  - 4.3 Die Rolle des Visuellen in Prozessen der strategischen Regionalisierung | 70
  - 4.4 Raumbilder und die Fixierung von Bedeutung – Beispiele | 73
  - 4.5 Fazit | 82

## **TEIL II: PRAKTIKEN VISUELLER GEOGRAPHIEN**

*Antje Schneider*

- 5. Raumbilder und Bildung | 91**
  - 5.1 Vorbemerkung | 91
  - 5.2 Über eine kleine Überraschung | 92
  - 5.3 Das Bild am Anfang | 94
  - 5.4 Das Bild als Spur | 95
  - 5.5 Von der Gegenwart der Geographie | 97
  - 5.6 Das Landschaftsbild auf dem Smartphone – Skizze einer Deutung | 99
  - 5.7 Raumbilder und Bildung – ein Fazit | 102

*Jeannine Wintzer*

- 6. »... wie in der folgenden Abbildung zu sehen ist ...«**
  - Nachvollsehbarkeit von Bevölkerung | 103
    - 6.1 Ausgangslage – Zukunftswissen über die Bevölkerung | 103
    - 6.2 Infografiken I – theoretische Ansätze | 109
    - 6.3 Infografiken II – methodische Zugänge | 111
    - 6.4 Bevölkerung *nachvollsehen* | 113
    - 6.5 Fazit | 118

*Anne Vogelpohl*

- 7. Raumbilder und Wirtschaft**
  - Visuelle Strategien in der Wirtschaftsförderung | 121
    - 7.1 Visualität und Wirtschaftsgeographie – Einblicke | 122
    - 7.2 McKinseys wirtschafts- und stadtpolitische Beratung für Berlin | 124
    - 7.3 Fazit: Von der Bildproduktion zur Raumproduktion.  
Zum strategischen Gehalt von Raumbildern in der Wirtschaft | 130

*Katja Manz*

## **8. Sichtbares und Unsichtbares**

RaumBilder und Stadtplanung – ein Perspektivenwechsel | 133

8.1 RaumBilder und visuelle Medien in Planungsprozessen | 133

8.2 Bilder der Stadt: Die Perspektiven der Bewohnerinnen und Bewohner in Planungsprozessen | 135

8.3 Methodologische Überlegungen zum Bildbegriff | 136

8.4 Urbane Erkundungen am Beispiel des Chemnitzer Brühl Boulevards | 139

8.5 Sichtbares und Unsichtbares – ein Fazit | 144

*Kathrin Hörschelmann*

## **9. RaumBilder und Sozialisation: Sehen lernen** | 147

9.1 Einleitende Bemerkungen | 147

9.2 Ansätze zur Analyse von Sozialisation und Bild | 149

9.3 Partizipatorische Forschung mit Bildern: Einblicke in soziale Wirklichkeiten? | 154

9.4 Zusammenfassung und Fazit | 158

*Eva Nöthen*

## **10. RaumBilder und Kunst** | 161

10.1 Ästhetische Erfahrung und Kunst im öffentlichen Raum | 163

10.2 Historischer Abriss | 165

10.3 Künstlerische Intervention im Stadtraum (2 Fallbeispiele) | 167

10.4 Abschließende Bemerkungen | 173

*Hans-Dietrich Schultz*

## **11. »Jedes Volk arbeitet nach seiner Art«**

Der »Volksgeist« im Spiegel der Kulturlandschaft | 175

11.1 Landschaft als Medium | 175

11.2 Völkeranalyse durch Arbeit und Leistung | 177

11.3 Von der Kulturlandschaft zum Volks- und Kulturboden | 179

11.4 Germanen gegen Slaven | 180

11.5 Belletristik und geographische Jugendlektüre | 183

11.6 Drei Unterrichtsvorschläge | 185

11.7 Schlussbemerkungen | 187

## TEIL III: REFLEXION UND VERMITTLUNG

*Peter Dirksmeier*

### **12. Bildbegriffe und ihre Reichweite zur Analyse**

**von Gesellschaft-Raum-Verhältnissen** | 195

12.1 Geographisches Nachdenken über das Visuelle | 195

12.2 Grundlegende Bildbegriffe im geographischen  
Nachdenken über das Visuelle | 197

12.3 Thematisierung des Visuellen in existierenden  
Theoriesträngen in der Humangeographie | 203

*Boris Michel*

### **13. Geographische Visualitätsregime zwischen Länderkunde und Quantitativer Revolution** | 209

13.1 Einleitung | 209

13.2 Länderkunde – Landschaft und Anschauung | 212

13.3 Die Quantitative Revolution – Geometrie und Modell | 216

13.4 Zusammenschau – Synthese | 221

13.5 Schluss | 224

*Tilman Rhode-Jüchtern*

### **14. Leit-Bilder konstruieren und reflektieren**

Oder: Die Welt lesen lernen im Zweiten Blick | 225

14.1 Vorbemerkung | 225

14.2 Eine kleine Erzählung vorweg | 226

14.3 Begriffliche Vorklärungen: »Text«, »Bild«, »Sehfläche« | 228

14.4 Beispiel 1: Das wissenschaftliche Bild. Altes und neues Denken:  
»Es ist so!« – »Ist es so?« | 230

14.5 Beispiel 2: Das massenmediale Bild – Der Zweite Blick:  
Was steckt dahinter? | 234

14.6 Beispiel 3: Das mentale Modell – Unsichtbares sichtbar machen  
und verstehen: Das Gesetz vom Minimum | 236

14.7 Beispiel 4: Das normative Bild – Das »Gleichgewicht« der Natur:  
Ordnung oder Unordnung? | 238

14.8 Nachbemerkung | 240

*Mirka Dickel*

## **15. Sehendes Sehen**

Zur Praxis visueller Vermittlung | 243

15.1 Einleitung | 243

15.2 Zur sprachanalogen Bildpraxis: Das Bild als Text verstehen | 248

15.3 Zur phänomenologischen Bildpraxis:

Das Bild als Bild verstehen | 253

15.4 Visuelle Vermittlung als Haltung | 256

**Abbildungsverzeichnis** | 259

**Literatur** | 263

