

**Humboldt-Universität zu Berlin**  
Philosophische Fakultät III  
Institut für Sozialwissenschaften  
Lehrbereich für Stadt- und Regionalsoziologie

**BACHELORARBEIT**

**STIGMA-MANAGEMENT VON BERLINER  
STRASSENFEGER-VERKÄUFERINNEN**

**Eine empirische Analyse symbolischer Differenzierungen  
nach (Erving) Goffman und (Pierre) Bourdieu**

**STIGMA MANAGEMENT OF VENDORS OF  
NEWSPAPERS FOR THE HOMELESS IN  
BERLIN**

An empirical analysis of symbolic differentiations  
based on (Erving) Goffman and (Pierre) Bourdieu

**Betreuerin: Frau Prof. Dr. Talja Blokland**

**Florian Buchmayr**  
f.buchmayr@gmx.at  
Berlin, 27.12.2014

Bachelor Sozialwissenschaften, PO 2011  
Anzahl Fachsemester: 6  
Matrikelnummer 525818

# Inhaltsverzeichnis

<b>1.</b>	<b>EINLEITUNG</b>	<b>1</b>
<b>2.</b>	<b>FORSCHUNGSSTAND</b>	<b>2</b>
<b>3.</b>	<b>THEORETISCHER BEZUGSRAHMEN DURCH ERVING GOFFMAN UND PIERRE BOURDIEU</b>	<b>5</b>
<b>3.1</b>	<b>STIGMA UND SELBSTDARSTELLUNG BEI ERVING GOFFMAN</b>	<b>6</b>
<b>3.1.1</b>	<b>Das Stigma</b>	<b>6</b>
<b>3.1.2</b>	<b>Stigma-Management</b>	<b>7</b>
<b>3.1.3</b>	<b>Wir sind alle Schauspieler</b>	<b>8</b>
<b>3.1.4</b>	<b>Schauspiel und Identität</b>	<b>10</b>
<b>3.2</b>	<b>HABITUS UND SYMBOLISCHE GEWALT BEI BOURDIEU</b>	<b>11</b>
<b>3.2.1</b>	<b>Der Habitus</b>	<b>11</b>
<b>3.2.2</b>	<b>Symbolische Gewalt</b>	<b>13</b>
<b>4.</b>	<b>METHODISCHES VORGEHEN</b>	<b>13</b>
<b>4.1</b>	<b>METHODISCHER HINTERGRUND</b>	<b>14</b>
<b>4.2</b>	<b>ENTWICKLUNG DER FORSCHUNGSFRAGE</b>	<b>14</b>
<b>4.3</b>	<b>ZUGANG ZUM FELD</b>	<b>15</b>
<b>4.4</b>	<b>VORSTELLUNG DES DATENMATERIALS</b>	<b>18</b>
<b>4.5</b>	<b>AUSWERTUNG DES DATENMATERIALS</b>	<b>19</b>
<b>5.</b>	<b>AUSWERTUNG</b>	<b>19</b>
<b>5.1</b>	<b>DESKRIPTIVE ANALYSE</b>	<b>19</b>
<b>5.2</b>	<b>STRATEGIEN ZUR BEWÄLTIGUNG DES STIGMAS</b>	<b>20</b>
<b>5.2.1</b>	<b>Interne Stigma-Differenzierung</b>	<b>20</b>
<b>5.2.2</b>	<b>Ignoranz des Stigmas</b>	<b>23</b>
<b>5.2.3</b>	<b>Akzeptanz des Stigmas</b>	<b>24</b>
<b>5.2.4</b>	<b>Management der körperlichen Erscheinung</b>	<b>25</b>
<b>5.2.5</b>	<b>Management der Faktenlage</b>	<b>26</b>

5.2.6	Der Straßenfeger als Stigma-Management	27
5.2.7	Management des Eindrucks	29
5.3	VERKAUFSMORAL	30
5.3.1	Der Straßenfeger als Symbol	30
5.3.2	Der Straßenfeger als Ware	32
5.4	LEBENSSTIL	34
5.4.1	Soziale Herkunft und Erfolg	34
5.4.2	Interne Differenzierung nach Lebensstilen	36
6.	THEORETISCHER RÜCKBEZUG	39
6.1	ABGRENZUNGEN UND SELBSTAUSGRENZUNG	39
6.2	INFRAGESTELLUNG DER OBJEKTIVEN BASIS DES STIGMAS	40
6.3	STIGMATA ALS RELATIONALE ZUSCHREIBUNGEN	41
6.4	STIGMA-MANAGEMENT DURCH SCHAUSPIELEN	42
6.5	HABITUS UND LEBENSSTIL	42
7.	FAZIT	43
8.	EPILOG	46
9.	LITERATURVERZEICHNIS	48
	EHRENWÖRTLICHE ERKLÄRUNG	V
	ANHANG	VI

## **Abkürzungsverzeichnis**

ehem.	ehemalig(e/r)
H IV	Hartz IV
SF	Straßenfeger
SFV	Straßenfeger-Verkäufer

*I remember one time I was with a friend of mine who lives in New York also, and we went to go pick up his cousin. She lived on a farm in new Hampshire her whole life. Her family is this weird family that kept her kids on a farm- anyway, her parents finally died, so she got to leave, and so she came down to visit her cousin, my friend, in the city, and so we picked her up at port authority bus station. She had never been to any city before. And we're picking her up at the port authority, that smelly hole of a place. We pick her up there and she's just freaking out at New York. She's never seen anything like it. And we pass this homeless guy and she sees him— I mean, we all passed him, but she saw him. She's the only one who actually saw him. Me and her cousin were like: "so? he's supposed to be there. So what? There's a perfectly good reason why that's not me and it's him. The right people always win, I'm sure of it." But, so there he is, and this dude was particularly homeless. He was one of those high-octane homeless, smelly, just piss smell, the unbelievable piss smell, just— He was piss. He didn't just smell like piss, he was— when you piss, he comes out. And he had dreadlocks. Not hacky sack, cool-guy, medical-marijuana dreadlocks, just "human-neglect clumps" of hair. A clump of hair for every year that no one knew his name or cared. His cousin immediately just gets: "oh, my God! sir, are you okay? What happened?" "What happened? America happened. What do you mean, "what happened?" So she's down there: "sir, can we call someone?" And me and my friend, we're from New York, this is the crazy part, we immediately go to her. We start correcting her behavior like she's doing something wrong. "why, is he okay?" "no, no, he needs you desperately, that's not the point. we just don't do that here. You silly country girl."*

Louis CK (American comedian), in TV series 'Louie', season 1; episode 3

## 1. Einleitung

„Einen schönen Tag, meine Damen und Herren. Entschuldigen Sie bitte die kurze Störung.“ Die S-Bahntüre schließt sich und der Vorhang geht auf für eine neue Szene. Die kurzen wie auch theatralischen Auftritte von Straßenfeger-VerkäuferInnen<sup>1</sup> gehören fest zum Berliner Alltag. Ob in der S- und U-Bahn, an Plätzen, vor Supermärkten oder in Bars. Die meisten BerlinerInnen haben sich an ihre Omnipräsenz gewöhnt und sind Teil eines kollektiven Anstarrens und Ignorierens. Doch nicht nur die Dichte und Anzahl an VerkäuferInnen ist enorm, auch ihre Heterogenität: Vom murmelnden Eigenbrötler bis zur Urtype des Gedichte rezitierenden Vagabunden, ob als mahnendes Gesicht der Deklassierten und Überzähligen im Kapitalismus oder als deren sympathisches Pin-up. Das Einzige, was sie eint, ist die Tatsache, dass sie den Straßenfeger verkaufen. Als VerkäuferInnen einer Obdachlosenzeitung teilen sie damit die Assoziation mit dem Stigma der Obdachlosigkeit. Ganz gleich, ob sie obdachlos sind oder nicht, der Verdacht fragwürdiger moralischer Werte steht im Raum. Wilhelm Heitmeyer identifiziert in seiner Langzeitstudie „Deutsche Zustände“ Obdachlosigkeit als eine von zwölf grundlegend diskriminierenden Gruppenzugehörigkeiten (vgl. Heitmeyer 2008: 18ff.) Gerade durch

---

<sup>1</sup> Die Gleichstellung der Geschlechter wird in dieser Arbeit durch die Verwendung des Binnen-I gekennzeichnet. In den seltenen Fällen, in denen aus Gründen der besseren Lesbarkeit ein generisches Maskulinum oder Pronomen verwendet wurde, sind selbstverständlich stets beide Geschlechter gemeint.

die öffentliche Exponiertheit von Straßenfeger-VerkäuferInnen gehört der Umgang mit einem unterstellten Makel zum Tagesgeschäft. Das Ziel dieser Arbeit ist es, zu beleuchten, wie Straßenfeger-VerkäuferInnen in ihrer großen Unterschiedlichkeit mit dem unterstellten Stigma der Obdachlosigkeit umzugehen versuchen. Es soll der Frage nachgegangen werden, wie die Betroffenen sich symbolisch von ihren MitstreiterInnen abgrenzen und so die Schwere des Stigmas zu minimieren versuchen. Um sich dieser Forschungsfrage anzunähern, wurden im Zuge ethnographischer Feldforschung Interviews mit SFVs sowie teilnehmende Beobachtungen im Feld durchgeführt. Theoretische Basis der Arbeit bildet Erving Goffmans Stigma-Konzept (vgl. Goffman 2012). Darüber hinaus eröffnen sich durch die unterschiedlichen Selbstpräsentationen der SFVs in der Verkaufssituation zusätzliche Analysemöglichkeiten symbolischer Praxen (vgl. Goffman 1991). Diese sollen durch Goffmans Überlegungen zu öffentlichen Selbstdarstellungen theoretisch erfasst werden (vgl. ebd.). Ein weiteres Charakteristikum der SFVs besteht in der bereits erwähnten Heterogenität. Dieser soll durch Bourdieus Habitus-Konzept Rechnung getragen werden (vgl. Bourdieu 1976, 2007).

Im Folgenden wird zunächst relevante Forschungsliteratur zum Stigma der Obdachlosigkeit sowie zur Bewältigung von Obdachlosigkeit vorgestellt (2), um anschließend mit theoretischen Überlegungen Erving Goffmans und Pierre Bourdieus die wichtigsten Begriffe und analytischen Werkzeuge für die weiterführende Analyse zu thematisieren (3). Nach einer Erörterung der methodischen Vorgehensweise sowie der gesammelten Daten (4) werden die wichtigsten deskriptiven und interpretativen Ergebnisse der Arbeit vorgestellt (5). Diese werden anschließend durch einen direkten Rückbezug auf die Theorie noch einmal verdichtet (6). Schließlich folgen das Fazit der Arbeit (7) sowie eine abschließende Reflexion einer möglichen Forschungslimitation im Epilog (8).

## **2. Forschungsstand**

Da SFVs (ob obdachlos oder nicht) durch ihre Tätigkeit mit dem Stigma der Obdachlosigkeit konfrontiert werden, soll im Folgenden ein grober Überblick über Charakteristika des Stigmas der Obdachlosigkeit geliefert werden.

Zunächst lässt sich feststellen, dass über das Ausmaß von Obdachlosigkeit in Deutschland nur wenig bekannt ist, da es keine offiziellen Zahlen gibt. Die Politik behandelt das Thema eher stiefmütterlich, erhebt keine Daten und bietet auch keine legale Definition des Phänomens (vgl. Gerull 2014: 30f.). Neben diesem symptomatischen Desinteresse von politischer Seite kommen auch noch grundlegende methodische Schwierigkeiten hinzu, da viele Betroffene aufgrund großer Schamgefühle lieber im Dunkeln bleiben, keine Hilfsangebote annehmen und deshalb auch in keiner Statistik auftauchen (vgl. ebd.). Das zeigt, dass das mit der Obdachlosigkeit verbundene Stigma sehr groß ist. Die Bundesarbeitsgemeinschaft Wohnungslosennothilfe e.V. ist die einzige Institution Deutschlands, die einige grobe Angaben zum Ausmaß der Obdachlosigkeit liefern kann. Demnach gab es im Jahr 2012 in Deutschland insgesamt 284.000 wohnungslose Menschen, das heißt Menschen ohne eigene Wohnung, sowie geschätzte 22.000 Personen, die auf der Straße leben (vgl. BAG W 2013).

Die Geschichte des Stigmas der Obdachlosigkeit ist in der Geschichte des Kapitalismus zu finden. Im 19. Jahrhundert kommt es zu einer fundamentalen Unterscheidung zwischen einfacher Armut, die als Grundbestandteil des Kapitalismus akzeptiert wird und Pauperismus, der sich in einer kriminellen und verrohenden Masse manifestiert und als Gefahr für die moralische Ordnung angesehen wird (vgl. Dean 1991: 174f.). Diese unmoralischen und kriminellen Armen werden durch ihre potentielle Gefährlichkeit zu einem Objekt für polizeiliche Zugriffe gemacht (vgl. Oberhuber 1999). Im 20. Jahrhundert verschiebt sich der Fokus von den gesellschaftlichen Gefahren der kollektiven Verwahrlosung und Verrohung hin zu mehr kulturellen Aspekten, wie einer vermeintlich verantwortungslosen Lebensführung und pathologischen Konsummustern (vgl. Gans 1995: 36ff.). Die Betroffenen scheinen selbst für ihre Situation verantwortlich zu sein. Obdachlose sind nicht sehr, sehr arm, sondern unwürdige Arme (vgl. ebd.).

Der stigmatisierende Umgang mit Obdachlosen spiegelt sich auch lange Zeit in der sozialwissenschaftlichen Forschung wider. Obdachlosigkeit wird vor allem vom Beginn des 20. Jahrhunderts bis in die 70er Jahre als soziales Problem betrachtet (vgl. Paegelow 2004: 15ff.). Es dominieren medizinisch-psychiatrische Ansätze, die die pathologische Rastlosigkeit und Unfähigkeit zum bürgerlichen Normalleben untersuchen (vgl. ebd.). Die Verantwortung wird personalisiert und manifestiert sich in einem Zustand geistiger und seelischer Verwahrlosung (vgl. Könen 1990: 56). Bei diesen Ansätzen werden Ma-

nifestationen von Obdachlosigkeit (problematisierend) in den Blick genommen, aber nicht deren Produktionsbedingungen. Obdachlosigkeit ist ein Problem der Sozialpsychologie, der Sozialen Arbeit oder der Kriminologie (vgl. Paegelow 2004: 15ff.). Durch die Broken Windows-Theorie (vgl. Kelling/Wilson 1982) bleibt der problematisierende Umgang mit Obdachlosigkeit als ordnungsgefährdendes Verhalten bis heute virulent und äußert sich nicht zuletzt in kriminologischen Präventivmaßnahmen gegenüber Obdachlosen, vor allem im öffentlichen städtischen Raum (vgl. Simon 2001: 15ff.).

Mittlerweile überwiegen in den Sozialwissenschaften kritischere Ansätze, die versuchen, soziale Ursachen für Obdachlosigkeit ausfindig zu machen. In quantitativen und qualitativen Studien werden die wichtigsten Entstehungsmuster von Obdachlosigkeit analysiert (vgl. Abels/Keller 1974, Fichtner 2005, Wesselmann 2009). Die meisten Studien verweisen dabei auf ähnliche Ursachen, wie Gefängnisaufenthalte, persönliche Schicksalsschläge, Alkohol- oder Drogenmissbrauch, Flucht vor häuslicher Gewalt bei Frauen bzw. des dysfunktionalen Elternhauses bei Jugendlichen sowie Langzeitarbeitslosigkeit und Mieterhöhungen (vgl. Gerull 2014: 32ff.). Der Fokus richtet sich hier auf institutionelle Problematiken und Teufelskreise, aus denen es schwierig ist, einen Ausweg zu finden sowie auf Tendenzen zunehmender sozialer Unsicherheit (vgl. ebd.).

Nennenswerte ethnologische Forschungsarbeiten über Obdachlosigkeit kommen vor allem aus den USA (vgl. Duneier 2001; Liebow 1993; Jencks 1994). Diese fokussieren vornehmlich auf die Besonderheiten des Lebens in der Obdachlosigkeit. Es wird dargestellt, wie Obdachlose angesichts extrem prekärer Verhältnisse ihren Alltag bewältigen (vgl. ebd.). Dabei zeigt sich, dass Bemühungen, nach gesellschaftlichen Maßstäben der Anständigkeit und Sittlichkeit zu leben, unter Obdachlosen sehr verbreitet sind (vgl. Duneier 2001: 312ff.). Doch durch fehlende Ressourcen lassen sich diese Ambitionen nicht realisieren (vgl. ebd.). Der Fokus richtet sich bei diesen Forschungsarbeiten nicht so sehr auf die institutionelle als vielmehr auf die gesellschaftliche Problematik. Zuschreibungen und Stigmatisierungen erschweren die Alltagsbewältigung und Überwindung der Obdachlosigkeit. Zu erwähnen ist in diesem Zusammenhang Howard S. Beckers Labeling-Approach, der der Erforschung von Stigma Prozessen neue Impulse geben konnte (vgl. Becker 2014). Becker sieht abweichendes Verhalten als eine Etikettierung durch eine selektive Normanwendung durch die Gesellschaft (vgl. ebd.: 8ff.). Nicht jeder Regelverstoß muss als solcher geahndet werden (vgl. ebd.). Es geht deshalb

nicht so sehr um die Erforschung abweichender Verhaltensmuster, als vielmehr um die Definitionsprozesse, die bestimmen, auf welche Personen sanktionierend reagiert werden soll (vgl. ebd.). Durch die Internalisierung der Labels wird Abweichung schließlich zu einer sich selbst erfüllenden Prophezeiung (vgl. ebd.).

Das Stigma der Obdachlosigkeit funktioniert als Zuschreibung, die neben physischer Verwahrlosung heute vor allem mit einem verantwortungslosen Lebensstil assoziiert wird. Durch Goffmans Stigma-Konzept (2012) soll im weiteren die Dimension gesellschaftlicher Etikettierungsprozesse genauer betrachtet werden. Die Bedeutung kultureller Praxen für die Stigmatisierung von Obdachlosen wird durch Bourdieus Habitus-Konzept genauer untersucht.

### **3. Theoretischer Bezugsrahmen durch Erving Goffman und Pierre Bourdieu**

Im Folgenden sollen mit Erving Goffmans Stigma-Konzept und seinen Überlegungen zur Selbstdarstellung im Alltag sowie durch Pierre Bourdieus Habitus-Konzept die theoretischen Grundlagen der vorliegenden Arbeit vorgestellt werden. Beide Theoretiker begreifen den Alltag als distinktionsreichen Schauplatz für symbolische Kämpfe. Goffmans zentraler Untersuchungsgegenstand ist die Interaktion. Sie hat die Funktion eines Bindegliedes zwischen Individuum und Gesellschaft und ist sowohl Manifestations- wie auch Produktionsort sozialer Wirklichkeit (vgl. Goffman 1981: 29). Sein ergebnisoffener Analyserahmen ermöglicht eine feine Analyse symbolischer Handlungen in impliziten Alltagsordnungen. Dieser Analyserahmen soll schließlich durch Pierre Bourdieus Habitus-Konzept erweitert werden. Auch er betrachtet Manifestationen und Produktionen von Ungleichheiten im direkten sozialen Austausch, fokussiert aber stärker als Goffman auf die Bedeutung gesellschaftlicher Zwänge bei der Reproduktion gesellschaftlicher Ungleichheiten (vgl. Bourdieu 2007).

### **3.1 Stigma und Selbstdarstellung bei Erving Goffman**

Im folgendem Abschnitt sollen mit Erving Goffmans beiden Hauptwerken „Stigma“ (2012) und „Wir sind alle Schauspieler“ (1991) die Grundzüge seiner soziologischen Arbeit vorgestellt werden.

#### **3.1.1 Das Stigma**

Gesellschaften produzieren die allgemeinen Mittel zur Kategorisierung von Personen. Damit verbunden bestimmen sie alle Attribute, die für ein bestimmtes Mitglied einer Kategorie als wünschenswert und gewöhnlich erachtet werden (vgl. Goffman 2012: 9f.) Wir begegnen unseren Mitmenschen stets mit bestimmten Antizipationen und normativen Erwartungen (vgl. ebd.). Dabei kann es zu einer Diskrepanz zwischen virtueller sozialer Identität und tatsächlicher sozialer Identität eines Individuums, das heißt, zu einer Diskrepanz zwischen antizipierter und vorgefundener Identität, kommen (vgl. ebd.). Findet eine äußerst diskreditierende Zurückstufung durch ein bestimmtes vorgefundenes Merkmal statt, spricht Goffman von einem Stigma (vgl. ebd.: 11).

Goffman unterscheidet dabei zwischen drei grundsätzlichen Arten von Stigmata: Physische Deformationen, Charakterschwächen und phylogenetische Merkmale (vgl. ebd.: 12f.). Obdachlosigkeit als unterstellte geistige Verwahrlosung kann dem 2. Typ zugeordnet werden (siehe Kapitel 2). Darüber hinaus lassen sich Stigmata nach sehr unterschiedlichen Gesichtspunkten noch weiter differenzieren. Das Stigma kann bekannt sein oder verheimlicht werden (vgl. ebd.), die Aufdringlichkeit kann groß oder klein sowie auch die Informationen, die das Stigma über die TrägerInnen preisgibt. (vgl. ebd.: 64f.). Des Weiteren lässt sich auch stets ein Bereich identifizieren, wo das Stigma primär disqualifiziert. Es besteht jedoch auch die Möglichkeit, dass es durch Vertrautheit minimiert oder maximiert wird (vgl. ebd.: 66ff.). Es handelt sich bei diesen Eigenschaften nicht um eine stringente Klassifizierung von Stigmata, sondern es soll dadurch vielmehr gezeigt werden, dass Stigmata sehr unterschiedlich wirken können. Sie sind nichts Feststehendes, sondern im Gegenteil Erfahrungen der Inferiorität die, wie Goffman betont, jeder Mensch schon einmal in der einen oder anderen Form in seinem Leben gemacht hat. Bei Stigmata handelt es sich um keine Personen, sondern um Perspektiven (vgl. ebd.: 157). Es handelt sich nicht um fixe Eigenschaften, sondern um kontextabhängige

Relationen (vgl. ebd.: 11). Während eine bestimmte Eigenschaft einen Typus stigmatisieren mag, kann die gleiche Eigenschaft die Normalität eines anderen Typus bestätigen (vgl. ebd.).

### **3.1.2 Stigma-Management**

Stigma-Management ist ein sehr allgemeiner Prozess, der stets dort auftritt, wo sich ein Individuum mit Identitätsnormen auseinandersetzen muss (vgl. Goffman 2012: 160f.). Stigmata können sehr unterschiedlich auftreten und dementsprechend unterschiedliche Möglichkeiten des Umgangs mit ihnen hervorbringen. Die möglichen Formen des Stigma-Managements sind nahezu unbegrenzt. Goffman möchte keinen Anspruch auf Vollständigkeit erheben, sondern gängige Pole von Bewältigungsstrategien aufzeigen. So können stigmatisierte Personen die gesellschaftlichen Zuschreibungen verinnerlichen und selbst auf ihre Mitmenschen anwenden (vgl. ebd.: 15f.). Sie bewerten damit ihre KollegInnen nach Standards, die auf sie selbst nicht zutreffen. So können Betroffene ihre Stigma-Gruppe danach nuancieren, wie stark das Stigma jeweils zuzutreffen scheint und dementsprechend Klassen bilden (vgl. ebd.: 133). Betroffene können auch aktiv versuchen, die objektive Basis des Stigmas zu korrigieren, indem sie Dinge tun, die ihnen aufgrund ihres Stigmas eigentlich nicht zugetraut werden; sie können aber auch umgekehrt versuchen, demütig das allgemeine Bild des Stigmas zu erfüllen (vgl. ebd.: 18ff.). Es kann aber auch umgekehrt zur Etablierung einer Gegenkultur kommen, in der Stigmatisierte ihren Makel demonstrativ zelebrieren (vgl. ebd.: 15f.). Insgesamt konstatiert Goffman für die amerikanische Nachkriegsgesellschaft allerdings den Trend zu einer sehr umfassenden gesellschaftlichen Norm, die kaum Raum für autonome moralische Systeme kennt (vgl. ebd.).

Ein weiterer entscheidender Faktor des Stigma-Managements besteht in der Kontrolle des eigenen Eindrucks. Der Stigmatisierte weiß dabei nie wirklich, was die Anderen über ihn wissen und auch nicht, ob sie wissen, dass der Betroffene es weiß usw. (vgl. ebd.: 24f.). Sicher ist für die Stigmatisierten lediglich, dass sie in Unsicherheit agieren müssen. Es gilt, in einer zutiefst prekären Situation den zu vermittelnden Eindruck bewusst zu kontrollieren (vgl. ebd.). Soziale Informationen, also Angaben über das relativ beständige Wesen einer Person, sind reflexiv verkörpert. Das bedeutet, die Informatio-

nen werden durch die Person, von der sie handeln, vermittelt (vgl. ebd.: 57ff.). Diese Merkmale werden zu Symbolen für das ganze Selbst, das heißt zu institutionalisierten Zeichen, die routinemäßig eingesetzt werden, um auf etwas Größeres, wie die eigenen moralischen Standards, zu verweisen (vgl. ebd.). Dabei zeigt sich: Je mehr eine Person von einer normativen gesellschaftlichen Antizipation abweicht, umso mehr Informationen von sich muss sie freiwillig geben. Das Recht auf Verschwiegenheit gilt nur für jene, die nichts zu verbergen haben (vgl. ebd.: 83). Es kommt zu einer Invasion der Privatsphäre, ähnlich der von Berühmtheiten. Der Diskreditierte darf angestarrt oder einfach direkt angesprochen werden. Derart im Licht der Öffentlichkeit zu stehen, hat große Implikationen für die Stigmatisierten. Jede noch so kleine Handlung ist dazu verdammt, Implikationen für die Biographie der Person beizusteuern und das in nicht-biographieschaffenden Bereichen ihres Lebens (vgl. ebd.: 88ff.). Die klassischen Interpretationsschemata treten bei Stigmatisierten außer Kraft. Kleine Zeichen können als Bestätigung, aber auch als Widerlegung des Stigmas herangezogen werden (vgl. ebd.: 24). Wie auch immer sich Betroffene verhalten, sie werden im Bewusstsein dieser prekären Ausgangssituation Symbole und soziale Informationen sehr bewusst einsetzen (vgl. ebd.: 55ff.). Stigma-Management ist immer auch Informations-Management (vgl. ebd.). Von radikaler Geheimhaltung über Täuschung bis hin zu teilweiser Enthüllung sind auch hier die unterschiedlichsten Taktiken vorstellbar (vgl. ebd.). Auf die Bedeutung von Selbstinszenierung und Täuschungsmanövern im Alltag soll im Folgenden gesondert eingegangen werden.

### **3.1.3 Wir sind alle Schauspieler**

Goffman möchte mit seinen Beobachtungen nicht listenreiche kleine Täuschungen egozentrischer Subjekte aufdecken, sondern er möchte zeigen, wie sehr Authentizität und Schauspiel einander bedingen. Er entsagt einer Dichotomisierung zwischen organischer Aufrichtigkeit und kunstvoller Täuschung (vgl. Goffman 1991: 65). Theatralik und Schauspiel sind Grundzüge moderner Interaktionsordnungen (vgl. ebd.: 6). Die Preisgabe oder Andeutung gewisser Informationen ist essentiell für eine angemessene Situationsdefinition (vgl. ebd.: 6). Weil in Interaktionen nie alle relevanten Informationen zugänglich sind, ist es notwendig, sich auf den Anschein zu verlassen (vgl. ebd.: 228). Es

bedarf somit stets einer gewissen dramaturgischen Gestaltung, das heißt, einer verständlichen Symbolisierung und Andeutung bestimmter Tätigkeiten und Eigenschaften (vgl. ebd.: 35f.). Es besteht die Tendenz, ein übertriebenes und idealisiertes Bild der Situation zu vermitteln und anerkannte Werte zu repräsentieren (vgl. ebd.). Ehrlichkeit ist dafür kein entscheidendes Kriterium. Im Gegenteil: In vielen Situationen wird sogar erwartet, innerste Gefühle zu verstecken, am besten hinter Werten, auf die sich alle Anwesenden verpflichten können (vgl. ebd.: 13). So besteht beispielsweise im Dienstleistungsgewerbe ein verbreitetes tiefes Bedürfnis, getäuscht zu werden (vgl. ebd.: 20). Schauspielen ist nichts Heimtückisches. Es bedient gesellschaftliche Erwartungen und bringt herrschende Moralvorstellungen zum Ausdruck. Das Schauspielen ist selbst eine Norm (vgl. ebd.). Anstatt die moralischen Ansprüche der Gesellschaft zu erfüllen, geht es in den alltäglichen Interaktionen letzten Endes nur darum, den Schein ihrer Erfüllung produzieren zu können (vgl. ebd.: 230). Ihr Erfolg hängt nicht von der Moral der SchauspielerInnen ab, sondern davon, wie gut sie Moral verkaufen können (vgl. ebd.).

Die gemeinsam aufgeführte und damit konstruierte Realität bleibt stets zerbrechlich und kann durch die kleinste falsche Geste zerstört werden (vgl. ebd.: 54). Bei allen Darstellungen bleibt das Publikum aufmerksam für etwaige Unstimmigkeiten zwischen erwecktem Anschein und der Wirklichkeit (vgl. ebd.: 55ff.). Dabei geht es nicht darum, eine theatrale Darstellung als Lüge zu entlarven, sondern um die Frage, ob die betreffende Person überhaupt das Recht besitzt, eine solche Darstellung abzugeben (vgl. ebd.). Für die Sanktionierung ungerechtfertigter Maskeraden gibt es keine klaren Regeln. So wird die sehr genaue und authentische Imitation einer Rolle, zum Beispiel durch einen klassischen Hochstapler, als heimtückisch bewertet und streng bestraft (vgl. ebd.). Dagegen kann es bei der Bewertung offensichtlich unpassender Darstellungen, wie unbeholfenen Versuchen unterer Schichten, in gehobenen Milieus zu reüssieren, zu Nachsicht kommen (vgl. ebd.). Dabei ist auch die Motivation des Täuschers entscheidend. Geht es darum, sich daran anzupassen, was für die normativen Ansprüche einer Gruppe gehalten wird (wie inszenierte Ausgelassenheit beim Feiern) oder, was in der Regel strenger geahndet wird, darum, durch Täuschungen materielle oder symbolische Vorteile zu erhalten (vgl. ebd.).

Alle Darstellungen sind potentiellen Störungen unterworfen. Die Darsteller müssen sich darum bemühen, Eindrücke zu vermeiden, durch die der zu vermittelnde Anschein ent-

wertet werden könnte (vgl. ebd.: 61). Die entziffernden Fähigkeiten des Publikums sind für Goffman (1991) in der Regel größer als die möglichen Mittel zur Täuschung (vgl. ebd.: 12). Bei der Kontrolle durch das Publikum werden nicht-manipulierbare Aspekte, wie zum Beispiel körperliche Präsenz, herangezogen, um manipulierbare Aspekte zu prüfen (vgl. ebd.: 54ff.). Der Körper hat dadurch eine zentrale soziologische Bedeutung in Goffmans Konzept (1991). Ob gewollt oder nicht, der Körper kommuniziert permanent und steht unter besonderer Beobachtung. Den Täuschungsmöglichkeiten sind damit enge Grenzen gesetzt (vgl. ebd.: 54ff.).

### **3.1.4 Schauspiel und Identität**

Unser Denken bestimmt der Glaube, ein Mensch sei mit seiner Erscheinung identisch. Selbst und Rolle werden gleichgesetzt. Doch diese Illusion ist nur ein Produkt einer erfolgreichen Darstellung (vgl. Goffman 1991: 230ff.). Wenn sich Selbst und Rolle auch weitgehend decken, wie eine Hausfrau, die die Rolle einer Hausfrau ausfüllt, so bleibt die Erscheinung dabei stets etwas künstlich Erzeugtes (vgl. ebd.). Die Gesellschaft erwartet ein gewisses Schauspiel, um jemanden überhaupt als authentischen Repräsentanten einer bestimmten Personengruppe anzuerkennen (vgl. ebd.: 69f.). So beobachtet Goffman zum Beispiel, dass sich Mädchen in bürgerlichen Schichten vor dem Freund oft absichtlich dumm stellen. Dadurch geben sie ihrem Freund Auftrieb und erfüllen diszipliniert Rollenerwartungen. Egal, wie offensichtlich diese Scharade sein mag, das Mädchen wird als echt akzeptiert, ist es doch eine authentische Darstellerin eines jungen Mädchens aus der bürgerlichen Schicht (vgl. ebd.).

Das Gleiche gilt für die institutionalisierten Verhaltensmaßregeln, um überhaupt als eine bestimmte Person bzw. als ein Repräsentant einer bestimmten Personengruppe anerkannt zu werden (vgl. ebd.: 35). Doch daraus folgt keine Spannung zwischen einem vermeintlichen wahren Selbst und der öffentlich dargestellten Person. Vielmehr ist die Darstellung selbst Ausdruck der eigenen Identität (vgl. ebd.: 19ff.). Durch die Art und Weise, wie Personen sich durch Idealisierungen und Fassaden darstellen, enthüllen sie gezielt ihre eigene Subjektivität (vgl. ebd.).

In Interaktionen manifestieren sich Machtverhältnisse, die für die Sozialisation des Individuums von großer Bedeutung sind. Goffman (1991) spricht in diesem Zusammen-

hang von Ritualen. Durch die symbolischen Implikationen ihres Handelns zeigen Akteure einander gegenseitig an, wie viel Anerkennung dem Anderen geschuldet wird (vgl. Goffman 1996: 25ff.). Durch diese alltäglichen Rituale wissen die Individuen, wo sie in der gesellschaftlichen Hierarchie stehen und bekommen ein Gefühl ihrer gesellschaftlichen Position (vgl. Goffman 1994: 148). Interaktionen spiegeln in diesem Sinne Machtverhältnisse nicht nur, sondern sie konstituieren sie (vgl. Goffman 1981: 29). Interaktionsrituale sind somit feierliche Bestätigungen des gesellschaftlichen Status Quo und haben eine reproduzierende Funktion. Sie sperren Menschen in dem ein, was sie schon sind (vgl. Goffman 1991: 71). Der Zugang zur eigenen Rolle kann dabei ganz unterschiedlich ausfallen. SchauspielerInnen können von ihrer eigenen Rolle vollkommen eingenommen und überzeugt sein oder, im Gegenteil, selbst eine gewisse innerliche Abscheu dazu verspüren (vgl. ebd.: S. 19ff.). Sie können aber auch versuchen, eine gewisse Rollendistanz nach außen zu signalisieren. Durch einen spielerischen Umgang mit den eigenen Rollenerwartungen kann angedeutet werden, dass jemand mehr ist, als er in der Rolle ausdrücken kann (vgl. Goffman 1973: 120f.).

## **3.2 Habitus und symbolische Gewalt bei Bourdieu**

Die vorgelegten theoretischen Bezugspunkte Goffmans sollen im Weiteren durch Pierre Bourdieus Habitus-Konzept sowie seine Überlegungen zu symbolischer Gewalt erweitert werden. Dadurch soll stärker auf die Bedeutung von Machtasymmetrien bei der Produktion von Praxen eingegangen werden.

### **3.2.1 Der Habitus**

Die unleugbare Omnipräsenz sozialer Ungleichheit in modernen Gesellschaften stellt Bourdieus analytische Basis dar. Soziale Ungleichheit ist das vorherrschende Differenzierungsprinzip und alle noch so kleinen sozialen Begebenheiten sind von dieser Grammatik der Distinktionen durchzogen (vgl. Bourdieu 2007: 171ff.). Bourdieu begreift das Soziale als einen Kampf um Anerkennung. Mit Anerkennung produziert die Gesellschaft das kurioseste Gut, das es schlichtweg gibt. Mit diesem Gut, das Bourdieu unter dem Begriff symbolisches Kapital subsummiert, ist das für Menschen fundamen-

talste Recht überhaupt verbunden: Das Recht auf Existenz (vgl. Bourdieu 2001: 309). Mittels unterschiedlicher Kapitalsorten kämpfen verschiedene Klassenfraktionen um diese legitimierte Existenz. Unter Kapital versteht Bourdieu alle möglichen Einsätze, Ressourcen und Handlungsmöglichkeiten. Dabei differenziert er zwischen ökonomischem, sozialem und kulturellem Kapital (vgl. Bourdieu 2002: 49ff.). Besondere Bedeutung erhält das kulturelle Kapital. Darunter werden alle gesellschaftlichen Wissensbestände gezählt, wie Bildung, sowie Symbole, die von diesen Leistungen zeugen, aber vor allem körperlich verinnerlichte Fähigkeiten, die Bourdieu unter dem Begriff Habitus subsummiert (vgl. ebd.).

Beim Habitus handelt es sich um die Einübung bestimmter Handlungs- und Denkweisen, die selbst zur Grundlage jeder weiteren Handlung werden (vgl. Bourdieu 1976: 189f.). Durch den Habitus werden die objektiven gesellschaftlichen Strukturen körperlich verinnerlicht und damit vom Subjekt erneut reproduziert (vgl. Bourdieu 2007: 174). Gesellschaftliche Positionen produzieren habituelle Dispositionen und umgekehrt reproduzieren habituelle Dispositionen gesellschaftliche Positionen (vgl. ebd.). Der Habitus ist das Scharnier dieses dialektischen Kreislaufs. Praxen entstehen nicht zufällig im luftleeren Raum, sondern sind in Klassenstrukturen eingebettet und werden systematisch durch den Habitus generiert (vgl. ebd.). Durch den Habitus haben alle Gesellschaftsmitglieder auch ein Gefühl für ihren gesellschaftlichen Rang und reproduzieren diesen (vgl. Bourdieu 1996: 36).

Der Habitus determiniert nicht so sehr den Inhalt, als vielmehr die Form von Praxen (vgl. ebd.: 277). Gleichzeitig bestimmt er die Klassifikation dieser Praxisformen (vgl. ebd.) Damit ist auch immer eine Distanz und Nähe zu Praxisformen anderer Klassenfraktionen gegeben. Handlungen sind nur als aufeinander bezogene Netze von Relationen zu verstehen, da im Habitus die Gegensätzlichkeiten der gesellschaftlichen Existenzbedingungen gespeichert sind, die sich in den Praxisformen fortsetzen (vgl. Bourdieu 2007: 212). Aus der Praxis und der Bewertung der Praxis (die als Handlungs- und Denkweise vom Habitus generiert werden) bildet sich ein gewisser Lebensstil heraus. Das Ziel des Lebensstils besteht darin, angesichts begrenzter Ressourcen einen möglichst hohen Distinktionsgewinn gegenüber anderen Klassenfraktionen zu erhalten. Durch Lebensstile werden die gesellschaftlichen Klassenkämpfe in ein System symbolischer Differenzen übertragen.

### **3.2.2 Symbolische Gewalt**

Doch es bleibt nicht bei einer schlichten Verdopplung oder Übersetzung der „realen“ Ungleichheiten auf eine symbolische Ebene. Durch symbolischen Gewalt werden soziale Ungleichheiten darüber hinaus legitimiert. Dadurch nimmt das Konzept bei der Reproduktion von sozialen Ungleichheiten eine besondere Rolle ein. Durch symbolische Gewalt werden Machtstrukturen in Sinnstrukturen umgewandelt. Die symbolische Gewalt konstruiert eine sinnvolle Passung zwischen den objektiven Positionen und den subjektiven Dispositionen. Kontingente sozialer Zusammenhänge werden nicht mehr als willkürlich erkannt, sondern als natürlich verkannt. Das Verkennen der Willkür und Kontingenz von Machtbeziehungen macht diese überhaupt erst wirksam. Differenzen werden anerkannt und legitimiert (vgl. Bourdieu 2004: 322ff.). Dem Staat kommt in diesem Zusammenhang eine entscheidende Funktion zu. Dieser hält das Monopol für symbolische Gewaltausübung inne und ist die Zentralbank symbolischen Kredits. Der Staat ist die entscheidende Konsekrationsinstanz und kann Dinge (zum Beispiel durch das Verleihen von Titeln und Bezeichnungen) weihen (vgl. ebd.).

Das Besondere an der symbolischen Gewalt ist die Sanftheit ihres Wirkens. Diese beruht auf der allgemeinen Akzeptanz durch Herrscher und Beherrschte, die sie beide gleichermaßen freiwillig ausüben (vgl. Bourdieu 2005: 63ff.). Sie wirkt durch Sicht- und Teilungsprinzipien der Welt, das heißt, durch alle Wörter und Dichotomien, mit denen die Welt begrifflich erschlossen werden kann. Dadurch ist symbolische Gewalt allumfassend und bleibt dennoch unsichtbar (vgl. ebd.). Stigmatisierte akzeptieren bis zu einem gewissen Grad ihre vermeintliche Minderwertigkeit, was sich in bestimmten Situationen durch Scham, Schüchternheit oder Selbstausschluss äußern kann (vgl. ebd.).

## **4. Methodisches Vorgehen**

Im Folgenden soll der methodische Hintergrund der vorliegenden Arbeit näher vorgestellt werden. Dabei werden zunächst grundsätzliche methodologische Prämissen sowie der konkrete Forschungsprozess im Feld vorgestellt. Schließlich wird kurz auf die erschlossenen Daten und verwendete Auswertungsmethoden eingegangen.

## **4.1 Methodischer Hintergrund**

Das Ziel der vorliegenden Arbeit besteht in der Erforschung unterschiedlicher Möglichkeiten der Stigma-Bewältigung bei SFVs. Um diese subjektiven Bewältigungsmuster sowie den alltäglichen Umgang mit dem Stigma in Interaktionen angemessen abbilden zu können, wurde ein ethnographisches Forschungsdesign gewählt. Erkenntnisse sollen im Zuge eigener Feldforschung, das heißt dem Aufsuchen der natürlichen Lebens- und Handlungsräume generiert werden (vgl. Breidenstein et al. 2013: 33f.). Der theoretische Mehrwert der Ethnographie besteht in der Fokussierung auf gelebte Sinnordnungen und im Freilegen impliziten Wissens von Akteuren (vgl. ebd.). Der methodische Mehrwert der Ethnographie besteht in dem Akt der Befremdung das heißt der Distanzierung des Forschers vom Untersuchungsgegenstand (vgl. Amman et al. 1997: 9f.). Durch diesen ethnographischen Erkenntnisstil ist es gerade bei kulturell vertrauten Phänomenen möglich, symbolische Implikationen des Selbstverständlichen freizulegen (vgl. ebd.). So gehört auch Obdachlosigkeit zu einem bekannten und vertrauten Phänomen des modernen Lebens sowie SFVs zum gewohnten Alltag Berlins.

Die Annäherung an diese natürliche Umwelt und der Prozess der Datengewinnung war im Prinzip offen und kannte keine festgelegten Verfahrensschritte. Die empirischen Werkzeuge und die Vorgehensweise im Feld werden erst im Feld selbst entwickelt, um dem Gegenstand jeweils angemessene Lösungen zu finden. Diese als feldspezifischer Opportunismus bezeichnete Forschungshaltung befördert auch die Integration und Kombination unterschiedlicher Datentypen (vgl. Breidenstein et al. 2013: 33f.). Dieser feldspezifische Forschungsprozess soll nachstehend kurz beschrieben werden. Diese Beschreibung dient nicht nur als reines Protokoll, sondern beinhaltet bereits erste Erkenntnisse über das zu untersuchende Forschungsobjekt.

## **4.2 Entwicklung der Forschungsfrage**

Die Alltagserfahrung von sehr unterschiedlichen Habitus von SFVs in der S- und U-Bahn stand im Zentrum des anfänglichen Forschungsinteresses. Die Forschungsfrage, mit der die Feldforschung begonnen wurde, betraf Ausmaß und Auswirkungen sozialer Ungleichheiten unter Obdachlosen. Der Straßenfeger bot sich durch eine interessante

und leicht zugängliche Analyseperspektive von Ungleichheiten durch die symbolisch aufgeladene Situation des Zeitungsverkaufens an. Durch die ersten Erfahrungen im Feld stellte sich schnell heraus, dass bei Weitem nicht alle VerkäuferInnen obdachlos waren. Aus diesem Grund verschob sich der Fokus vom Phänomen der Obdachlosigkeit und der Reproduktion sozialer Ungleichheiten innerhalb dieser Gruppe zu der Frage, wie mit dem unterstellten Stigma der Obdachlosigkeit umgegangen wird. Die SFVs werden nicht als eine Gruppe mit einem besonderen Umgang mit Obdachlosigkeit angesehen, sondern als eine Gruppe mit besonderem Umgang mit dem Stigma der Obdachlosigkeit.

### **4.3 Zugang zum Feld**

Der Straßenfeger ist ein mittlerweile 20 Jahre altes Selbsthilfeprojekt für Obdachlose aus Berlin. Eine ehrenamtliche Redaktion bringt alle zwei Wochen eine Zeitung zu vorwiegend sozialen Themen heraus. Während die Zeitung früher noch von Obdachlosen für Obdachlose produziert wurde, besteht die Redaktion heutzutage aus keinen aktiven VerkäuferInnen mehr. Die Zeitungen können von den SFVs für 60 Cent pro Exemplar an drei Ausgabestellen, am Zoo, am Ostbahnhof und im vereinseigenen Café Bankrott an der Storkower Straße, bezogen und in ganz Berlin und Potsdam für einen (vorgeschlagenen) Preis von 1,50 Euro verkauft werden.

Den ersten Ausgangspunkt bildete das Straßenfeger-Café an der Storkower Straße. Dort hoffte ich, auf VerkäuferInnen zu treffen, die abseits des alltäglichen Verkaufsdrucks miteinander sozialisieren. Ich nahm an, dass in diesem Umfeld die Gesprächsbereitschaft größer sein würde als während der Arbeit, wo die VerkäuferInnen ihr jeweiliges Plansoll erfüllen müssen und dementsprechend unter Stress stehen. Allerdings hielten sich im Café kaum VerkäuferInnen auf. Nur wenige kamen kurz vorbei, um sich schnell Zeitungsnachschub zu besorgen und verschwanden eilig wieder. Schuld an dieser geringen Frequentierung ist der Umzug des Cafés. Früher direkt an der S-Bahnstation Prenzlauer Allee gelegen, ist der neue Standort nicht nur vielen unbekannt, sondern vor allem zu weit abgelegen. Für viele gilt das Motto: Zeit ist Geld.

An den sehr zentral gelegenen Ausgabestellen am Zoologischen Garten und am Ostbahnhof war die Dichte und Frequenz von VerkäuferInnen dementsprechend höher. Die MitarbeiterInnen des Vereins, von denen stets jemand im Zeitungswagen sitzt, hatten

von Anfang an Interesse an meinem Projekt gezeigt und sich als VermittlerInnen zu den VerkäuferInnen angeboten. Ich konnte selbst mit ihnen im Zeitungswagen sitzen und Routinen der SFVs beobachten oder auch selbst kurze Gespräche mit SFVs führen. Am Anfang der Feldphase sprachen die VereinsmitarbeiterInnen gemäß ihren Erfahrungen aufgeschlossene VerkäuferInnen für mich an. Dadurch wurden bestimmte Personengruppen nicht einbezogen. Vor allem SFVs, die als verrückt gelten bzw. Roma und Sinti, mit denen einige VereinsmitarbeiterInnen schlechte Erfahrungen gemacht haben, gerieten dadurch zunächst nicht in den Fokus. Im späteren Verlauf der Feldphase habe ich SFVs schließlich selbst angesprochen. Allerdings blieben Roma und Sinti misstrauisch gegenüber meinem Forschungsvorhaben. Das liegt einerseits daran, dass meine Intentionen durch mangelnde Deutschkenntnisse den Personen nicht gut vermittelt werden konnten und zum anderen am grundsätzlichen Misstrauen vieler Roma und Sinti gegenüber dem Verein. So achten einige MitarbeiterInnen genau darauf, dass Roma und Sinti keine großen Mengen an Zeitungen auf einmal kaufen oder dass diese immer ihre Verkaufsausweise dabei haben (was bei anderen SFVs oft keine große Rolle spielt). Dieser Gruppe wird oftmals misstraut.

Durch meine häufige Präsenz im Zeitungswagen gewann ich nicht nur selbst an Selbstvertrauen, sondern es gelang auch, SFVs, die zunächst kein Interesse hatten, mit mir zu sprechen, davon zu überzeugen, mich zu akzeptieren und in ein Gespräch einzuwilligen. Insgesamt war es zwar kein Problem, gesprächsbereite InterviewpartnerInnen zu finden, da die Frequenz an vorbeikommenden SFVs sehr groß war. Doch die Anzahl an Absagen war ebenfalls hoch. Die meisten dieser Absagen erhielt ich aufgrund von Zeitproblemen, da ich auf die meisten VerkäuferInnen unweigerlich mitten in ihrer Arbeitstätigkeit traf. In derartigen Fällen war es manchmal möglich, die Handynummern auszutauschen, um Termine zu vereinbaren. Diese Terminvereinbarungen waren zumeist erfolgreich. Doch nicht alle VerkäuferInnen besitzen ein Handy bzw. wollten ihre Handynummer teilen. Verabredungen ohne vorangegangene telefonische Absprache waren oft erfolglos. Die VereinsmitarbeiterInnen und andere SFVs waren bezüglich derartiger Terminabsprachen sehr skeptisch und kommentierten meine Ambitionen als naiv. In vielen Fällen konnte ich nicht eruieren, weswegen vereinbarte Termine doch nicht wahrgenommen werden konnten, da ich den VerkäuferInnen zumeist nicht wieder begegnete. Falls ich einzelne SFVs doch wieder traf, gaben sie als Motive für ihr Nichter-

scheinen Unzuverlässigkeit, Vergesslichkeit oder dringendere Angelegenheiten an. Günther und Franziska., die vor einem Supermarkt schlafen und verkaufen, suchte ich mehrere Male auf, bevor es tatsächlich zum Interview kam. Das eine Mal lief das Verkaufen nicht sonderlich gut, ein anderes Mal lief das Verkaufen besonders gut und sie hatten schon früher als sonst begonnen, ihre Feierabendbierchen zu konsumieren. Bei einer weiteren Absage kam es zu unerwarteten Dringlichkeiten. Durch die spontane Tagesplanung und oft plötzlich auftauchende Notwendigkeiten (wie zum Beispiel Behördengänge) waren feste Zusagen häufig schwieriger zu treffen und/oder einzuhalten.

Manche VerkäuferInnen, die sich im Arbeitsstress befanden, waren damit einverstanden, dass ich sie bei der Arbeit begleitete und bei kleineren Arbeitspausen Fragen stellte. Auch wenn diese Interviews dadurch nicht gänzlich stringent durchgeführt werden konnten, waren andererseits auch teilnehmende Beobachtungen und komplementäre Reflexionen dieser Beobachtungen möglich. Bei SFVs, die vor Supermärkten verkaufen, was dies meistens nicht möglich, da der Ort des Stamm-Supermarktes als Geheimnis gehütet wird.

Neben grundsätzlichem Zeitdruck waren auch Scham und Angst vor der Veröffentlichung der eigenen sozialen Situation häufige Gründe von Absagen. Trotz der Versicherung, dass die Personen nicht mit Namen genannt werden würden, fühlten sich viele VerkäuferInnen nicht wohl damit, über ihre Situation zu sprechen. Erstaunlich war, dass viele SFVs erzählten, schon vor mir von Studierenden, WissenschaftlerInnen und JournalistInnen Anfragen erhalten zu haben. Auch die VereinsmitarbeiterInnen hatten schon unterschiedliche Gruppen (Wissenschaft, Medien) im Zeitungsmobil sitzen. Die meisten SFVs hatten eine gute Vorstellung davon, was im Prinzip die Intention meiner Anfrage betraf, nämlich: Über ihre prekäre Situation zu berichten. Während manche dieses Vorhaben unterstützten und dadurch das Gefühl hatten, eine Stimme verliehen zu bekommen, so vermuteten andere Interesse an ihrer sozialen Notlage und befürchteten, mit einem bestimmten stigmatisierenden Bild von Obdachlosigkeit konfrontiert oder gleichgesetzt zu werden.

Finanzielle Anreize spielten bei den Interviews keine Rolle. In einem einzigen Fall wurde Geld als Bedingung genannt, aber dann wieder fallen gelassen. Manche SFVs wurden von mir auf einen Kaffee eingeladen und das Interview dann in diesen Räum-

lichkeiten durchgeführt. Die SFVs freuten sich zwar über den Kaffee, dieser war aber kein primärer Interviewanreiz. Teilweise fragten SFVs am Ende des Interviews, ob ich denn auch Lust hätte, eine Zeitung zu kaufen, was ich stets bejahte.

#### **4.4 Vorstellung des Datenmaterials**

Insgesamt wurden 19 Interviews mit 21 SFVs (2 Doppelinterviews) durchgeführt. Die Interviews waren zwischen 20 und 90 Minuten lang und dauerten im Durchschnitt ca. 40 Minuten. Sie wurden mit Hilfe eines digitalen Diktiergerätes aufgezeichnet und im Anschluss transkribiert. Der den Interviews zugrundeliegende Interviewleitfaden ist als Anhang 1 dieser Arbeit beigegeben. Die Identitäten der GesprächspartnerInnen wurden anonymisiert, indem ihnen fiktive Namen von A-V zugeordnet wurden.

Bei diesen leitfadengestützten Interviews bezogen sich die Fragen auf folgende Themenkomplexe: Stigma-Erfahrungen, Selbstpräsentation, Verkaufsverhalten, sozialer Hintergrund sowie grundsätzliche Lebenseinstellungen. In drei Fällen konnten die Interviews nur in den Pausen des Verkaufens durchgeführt werden. Dadurch fanden die Gespräche unter einem gewissen Druck statt. Die Gespräche weiterer sechs SFVs konnten mit teilnehmenden Beobachtungen der Verkaufspraxis (meistens nach den Interviews) ergänzt werden. Dabei wurde vor allem auf wiederkehrende Strategien der Selbstpräsentation geachtet und darauf, welche symbolischen Andeutungen sich als wichtig erwiesen.

Darüber hinaus konnten zahlreiche teilnehmende Beobachtungen und kurze informelle Gespräche im Zeitungswagen durchgeführt werden. Dabei ging es zunächst vor allem darum, ein Gefühl für die Spannweite an Charakteren und Alltagsroutinen zu bekommen, etwa im Hinblick auf Verkaufsmuster, persönlichen Erfolg oder die Bedeutung des SF im Alltag der VerkäuferInnen. In der fortgeschrittenen Feldphase konnten auch spezifischere Fragen gestellt werden, wie beispielsweise zum Einsatz der Zeitung beim Verkaufen. Darüber hinaus wurden auch kurze Gespräche mit BesucherInnen der Bahnhofsmision am Zoo sowie mit den MitarbeiterInnen der Bahnhofsmisionen am Zoo und am Ostbahnhof geführt. Dabei wurde vor allem das Verhältnis zwischen den beiden Institutionen (Mission und SF) thematisiert.

## **4.5 Auswertung des Datenmaterials**

Für die konzentrierte Auswertung der gesammelten Fälle von SFVs wurden Typen gebildet. Gemäß der komparativen Sequenzanalyse wurden Sinneinheiten aus den Interviews miteinander nach maximalen und minimalen Kontrasten gruppiert (vgl. Nohl 2013: 20ff.). Dadurch soll nicht die Kontrastfolie des Forschenden die untersuchten Fälle aufteilen, sondern die Relation der Fälle zueinander. Auf diese Weise wird auch eine bestimmte Offenheit gewährleistet und ursprüngliche Forschungsfragen werden durch das Finden stärker ausgeprägter Kontraste modifiziert, wobei sie durch die Entwicklung neuer Forschungsschwerpunkte auf die Feldforschung zurückwirken (vgl. ebd.). Schließlich wurden Dimensionen aus den Vergleichen abstrahiert und typisiert. Es wurden nicht die einzelnen Fälle rekonstruiert, sondern vielmehr einzelne Dimensionen identifiziert, die idealisiert subjektive Orientierungsrahmen im Feld der SFVs beleuchten (vgl. ebd.: 45f.).

## **5. Auswertung**

Nachstehend wird neben einer überblicksartigen Beschreibung der Lebenssituation der SFVs eine interpretative Analyse der wichtigsten Dimensionen ihrer Lebensrealitäten dargestellt.

### **5.1 Deskriptive Analyse**

Von den 21 interviewten SFVs sind sieben obdachlos, sechs wohnen in Wohnheimen und acht besitzen eine eigene Wohnung. Von diesen acht hat die Hälfte keine Obdachlosigkeitserfahrungen gemacht. Während obdachlose SFVs zumeist angeben, regelmäßig zu arbeiten, verkaufen viele SFVs mit Wohnung (bzw. in Wohnheimen) den SF weitaus unregelmäßiger. In einigen Fällen verkaufen SFVs erst am Monatsende, wenn ihr Geld schon aufgebraucht ist. Es lässt sich also zwischen gelegentlichen Dazuverdienern und existentiell vom SF abhängigen VerkäuferInnen unterscheiden. Die meisten SFVs beziehen Hartz IV bzw. Mindest- oder Frührente. Vier SFVs beziehen kein Hartz IV (weil keine Papiere mehr existieren oder weil das Jobcenter als Institution

aufgrund von negativen Erfahrungen abgelehnt wird), drei weitere bekommen gekürzte Hartz IV-Sätze. Die VerkäuferInnen schaffen es alle, jeden Tag ihr jeweiliges finanzielles Plansoll zu erfüllen, doch erwirtschaften manche einen deutlich höheren Stundenlohn und arbeiten meist insgesamt kürzer als andere, die fast den ganzen Tag für diese existentielle Reproduktion benötigen. Vier SFVs müssen darüber hinaus deutlich mehr pro Tag erwirtschaften, da sie ihre Alkohol- oder Drogensucht mit den Einnahmen finanzieren müssen. Weitere sieben Befragte hatten in der Vergangenheit Suchterfahrungen gemacht (davon neben Drogensucht auch zwei Personen mit ehemaliger Spielsucht). Acht SFVs gingen vor ihrer Tätigkeit als ZeitungsverkäuferInnen einem geregelten Berufsleben nach, acht SFVs haben teilweise Ausbildungen begonnen, schwarz gearbeitet oder Gelegenheitsjobs ausgeführt. Der Rest (fünf) hat überhaupt keine Berufserfahrungen bzw. keine abgeschlossenen Ausbildungen vorzuweisen.

Es findet sich zwar eine idealtypische Tendenz, dass drogenabhängige und wohnungslose SFVs aus zerrütteten Familienverhältnissen stammen, denen SFVs mit Wohnung und ohne Drogen- oder Obdachlosigkeitserfahrungen aus relativ „normalen“ Familienverhältnissen gegenüberstehen. Doch die allermeisten Fälle befinden sich dazwischen, mit sehr durchmischten Biographien sowie teilweisen Stigma-Erfahrungen und teilweiser gesellschaftlicher Integration. Genaue Details zur jeweiligen persönlichen Situation der Interviewten können der Matrix in Anhang 2 entnommen werden.

## **5.2 Strategien zur Bewältigung des Stigmas**

Im Folgenden sollen nun häufige Typen des Stigma-Managements aufgeführt werden. Dabei handelt es sich nicht um personendefinierende Kategorien, sondern um eine idealtypische Einteilung in gebräuchliche Strategien. Bei den meisten untersuchten SFVs finden gleich mehrere dieser Strategien Anwendung.

### **5.2.1 Interne Stigma-Differenzierung**

Die wohl häufigste Art des Stigma-Managements findet sich in Form einer internen Stigma-Differenzierung. Dabei herrscht unter den meisten SFVs Einigkeit darüber, was es als Stigma zu definieren gilt. Es finden sich zahlreiche Abgrenzungen gegenüber

unzureichender Hygiene, Verwahrlosung, Antriebslosigkeit und pathologischem Konsumverhalten. Auch jene VerkäuferInnen, auf die die genannten Merkmale in der einen oder anderen Weise zutreffen, distanzieren sich von Personen einer offensichtlicheren Ausprägung des Stigmas. So betonen drogensüchtige SFVs, dass sie sich nicht derart gehen lassen und noch bei Sinnen sind. Obdachlose SFVs distanzieren sich von anderen obdachlosen Personen, die kein Mindestmaß an Hygiene und Eigeninitiative mehr besitzen. Idealtypisch zeigt sich dieser Mechanismus in Form eines Antagonismus zwischen SFVs und den „wahren Obdachlosen“ am Zoo.

Auf der Rückseite des Bahnhofs befindet sich direkt gegenüber des Zeitungswagens des Straßenfegers die Bahnhofsmision. Hier tummeln sich viele, die einem allgemeinen Obdachlosen-Klischee entsprechen: Zerlumpte Kleidung, schmutzig, stinkend oder teilweise betrunken. Viele Obdachlose schlafen hier tagsüber mitsamt all ihrer eingetüteten Habseligkeiten. Entlang des S-Bahn Bogens riecht es stark nach Urin. Zu den Stoßzeiten steht vor dem Eingang der Mission eine lange Schlange, die Stimmung ist oft gereizt. Immer wieder kommt es zu kleineren handgreiflichen Auseinandersetzungen. Auf einen Laternenpfahl hat jemand mit Marker geschrieben: „Schau niemandem in die Augen!“ Mitten in dieser Szenerie steht der Zeitungswagen des Straßenfegers. Trotz der räumlichen Nähe könnte die symbolische Distanz nicht größer sein. Wer Zeitungen verkauft, geht nicht zur Mission, wer zur Mission geht, verkauft keine Zeitungen. Zwischen den beiden Institutionen besteht eine unsichtbare symbolische Grenze. Ein Gespräch zwischen drei SFVs illustriert dieses grundlegende Verhältnis.

*B: (...) Sagen wir mal so: Die meisten Leute lassen sich hängen, lassen sich gehen und so. Alles sowas ... (Interview Aya und Bernd, Ze 69-71.)*

*A: Waschen sich nicht. Waschen ihre Klamotten nicht. Tun immer alle so, als wären sie obdachlos, wohnen aber im Wohnheim. Könnten da waschen jeden Tag. So. Machen sie aber nicht. (...) So ist es einfach, so traurig. (Interview Aya und Bernd, Ze 73-78.)*

*B: Und das sind dann auch die, die so aggressiv sind. (Interview Aya und Bernd, Ze 80.)*

*A: Ja, genau. Das sind die dann. (Interview Aya und Bernd, Ze 82.)*

*X: Steigt dann auch der Alkoholpegel, steigt dann auch die Aggressivität. (...) Am Monatsanfang, wenn sie Geld haben und alle ihren Alkoholspiegel haben und am Monatsende, wenn sie keinen Alkohol haben. (Interview Aya und Bernd, Ze 84/85, weiterer SFV.)*

Ein Vereinsmitarbeiter erzählt, dass er in früheren Jahren noch probiert habe, Leute von der Bahnhofsmision zum Zeitungsverkaufen zu animieren. Ohne Erfolg. Auch in der Bahnhofsmision am Ostbahnhof versuchen MissionsmitarbeiterInnen, die BesucherIn-

nen der Mission zum Verkauf der kostenlosen Obdachlosenzeitung „Stroom“ zu animieren. Auch dieses Vorhaben gilt als fehlgeschlagen. Die Zeitungen liegen in großen Stapeln herum und interessieren die BesucherInnen fast überhaupt nicht. Die meisten würden sich das nicht zutrauen. Auch mir erzählen BesucherInnen der Mission, dass das nichts für sie sei. Sie empfinden zum Teil große Scham und resignative Gefühle aufgrund ihrer Situation und trauen sich das Verkaufen und das öffentliche Auftreten nicht zu. Auch wenn viele, die in der Schlange der Bahnhofsmision stehen, nicht obdachlos sind und genauso gut (bzw. unauffällig) angezogen und gepflegt sind wie die meisten SFVs, wird die Bahnhofsmision zur Metapher für die „wahren Obdachlosen“. Regelmäßiges zur Mission-Gehen gilt als Zeichen für Antriebslosigkeit und Passivität. Und selbst jene, die es mit dem SF probierten, wurden von den VereinsmitarbeiterInnen oft nie wieder gesehen. Die Aufgeber-Quote ist enorm hoch. Es zeigt sich dadurch, dass es keine Selbstverständlichkeit ist, den SF verkaufen zu wollen und können. Auch SFVs fiel es oder fällt es immer noch schwer. Natürlich hätten auch viele „NormalbürgerInnen“ Probleme damit, Zeitungen in der Öffentlichkeit verkaufen zu müssen, gerade in einer der peinlichen Situation als geouteter Stigma-Träger. Dennoch wird es den MissionsbesucherInnen übel genommen und als Antriebslosigkeit interpretiert, wenn sie keinen Versuch unternehmen. So wird die Bahnhofsmision zu einer Metapher für die „wahren Obdachlosen“, von denen sich die SFVs aufgrund ihrer Aktivität abheben können.

Während Abgrenzungen nach unten gang und gäbe sind, werden Abgrenzungen nach oben (zumindest, was das eigene Milieu betrifft) vergeblich gesucht. Das ist relativ erstaunlich, wenn bedacht wird, dass viele „Dazuverdiener“ sich durch relativ privilegierte Lebensumstände von anderen SFVs abheben und Ressentiments gegenüber diesen vergleichsweise Privilegierten vorstellbar wären. Doch niemand kommuniziert Missgunst gegenüber erfolgreicheren oder wohlhabenderen SFVs, denen es nicht zustehen würde, diese Tätigkeit auch auszuüben. Einzig Roma und Sinti werden von vielen SFVs als illegitime Mitstreiter angesehen. Sie werden für eine erhöhte Konkurrenzsituation und Vertreibungen von Stammplätzen verantwortlich gemacht. Ihnen wird die legitime Teilhabe am Selbsthilfeprojekt aberkannt, da sie nicht wirklich zu den Bedürftigen gezählt, sondern eher durch Trickereien und Clan-Strukturen als machtvoll konstruiert werden.

## 5.2.2 Ignoranz des Stigmas

Noch effektiver, als sich leidenschaftlich vom Stigma abzugrenzen, ist es, sich von diesem unberührt zu zeigen. Die VertreterInnen dieses Typs nehmen zwar auch ein vorhandenes Stigma in ihrer Kollegenschaft wahr, fühlen sich davon aber nicht in ihrer Lebensrealität betroffen. Sie sind in der Regel davon überzeugt, auch von ihren potentiellen KundInnen „richtig“ wahrgenommen zu werden. Auch mögliche Anfeindungen nehmen sie betont gelassen entgegen und reagieren mit einer gewissen ironischen Distanz.

*(...) vor Jahren hat einer zu mir gesagt: „Halts Maul!“ Nicht? Als ich dann bei ihm war, hab ich gesagt: „Entschuldigung, ich heiße nicht Maul!“ (Lacht). (Interview Richard, Ze 404-406.)*

Humor wird hier zu einem privilegierten Instrument des Stigma-Managements. Richard beginnt seinen Verkaufsspruch stets mit einem Satz: „So, jetzt machen wir mal wieder ein bisschen Krach!“ Auf diese Weise distanziert er sich ironisch vom Klischee der nervigen SFVs. Er macht klar, dass er das Stigma in Bezug auf sich selbst nicht ernst zu nehmen braucht.

Während der Interviews pochen die SFVs darauf, dass der SF keine Obdachlosenzeitung, sondern eine Zeitung für sozial Schwache sei. Viele vermeiden es in ihrem Verkaufsspruch, Obdachlosigkeit zu erwähnen. Das machen sie aber nicht, um eine Assoziation mit dem Stigma der Obdachlosigkeit zu vermeiden, sondern um die eigene Position zu legitimieren: Es wird betont, dass der SF für sozial Schwache und nicht (nur) für Obdachlose sei. Dieses Beispiel zeigt die Zerbrechlichkeit der vermeintlichen Sicherheit der Stigma-Ignorierer. Es besteht die potentielle Gefahr, durch zu viel Selbstsicherheit und Distanz zum Stigma nicht mehr 'als obdachlos genug' angesehen zu werden. Aus diesem Grund sind der Ignoranz des Stigmas gewisse Grenzen gesetzt. Betroffene haben ein starkes Bewusstsein dafür, dass eine gewisse Bindung an das Stigma vorhanden bleiben sollte. So zieht sich zwar niemand extra schmuddelig an, achtet aber sehr wohl darauf, sich nicht zu gut anzuziehen. Sonst ist schnell die Glaubwürdigkeit und Authentizität eines „richtigen“ SFV weg.

*Natürlich möchte ich nicht zu fein auftreten. Den Anschein muss man schon wahren ... also, dass es einem nicht so gut geht. Also finanziell. (Interview Martin, Ze 300-302.)*

Igor muss sich sehr viel mit diesem Akt des Balancierens auseinandersetzen. Allein durch seinen Habitus wird er von vielen seiner MitstreiterInnen als arrogant und blasiert bezeichnet. Auch die VereinsmitarbeiterInnen äußern das Gefühl, dass er sich für etwas Besseres halte. Sein nasaler Ton wird als Herablassung, sein aufrechter Gang als Stolzieren interpretiert, seine Weigerung, Tabak an Leute von der Bahnmissionsmission abzugeben, als Egoismus angesehen. Doch alles in allem ist sein Verhalten nicht sehr auffällig. Doch als SFV wird eine gewisse Demut erwartet. Abweichungen können schnell als Arroganz interpretiert werden. Dieser Bewertungen ist sich Igor auch bewusst und versucht, auf sie einzugehen. Beim Verkaufen in der S-Bahn nimmt er freundlich und demütig auch sehr kleine Spenden entgegen, obwohl er sich über „Kupfer“ eigentlich fürchterlich ärgert. Diese kleinen Spenden nicht anzunehmen, könnte ihn schnell noch hochnäsiger erscheinen lassen. Dazu kommt noch seine optische Erscheinung, die sich klar mit klassischen Erwartungen an SFV kreuzt: Sein Polo Hemd, die blonden Strähnen im Haar (die im Fall von SFVs als übertriebene Eitelkeiten erscheinen), die Sonnenbrille, die lässig zusammengefaltet im Ausschnitt hängt. All dies kann einen für SFVs problematischen Eindruck erwecken, den es zu kontrollieren gilt. So vermeidet es Igor, mit neu gekauften Schuhen oder Ähnlichem Zeitungen zu verkaufen und bewahrt seine Sonnenbrille statt am Hemdkragen in der Hosentasche auf.

*Also, man muss schon gucken, dass man nicht das Goldarmband um hat oder zu gut aussieht. Deshalb mache ich die Brille auch immer da hin – das ist keine tolle Brille – aber Sonnenbrille sieht immer so aus, als ob man immer ein bisschen Geld hat, irgendwie sieht man gerade so aus, als ob man gerade ein bisschen Urlaub hat oder irgendwie so. Das hat einfach so ... ich weiß nicht, wo ich das her habe, aber irgendwann hab ich das gelernt, auffällig zu sein zwar, aber auf der anderen Seite auch ... also auffällig unauffällig. (Interview Igor, Ze 402-412.)*

Es gilt zwar, sich vom Stigma auffällig abzuheben, aber gleichzeitig nicht zu sehr. Die SFVs müssen insgesamt auffällig unauffällig erscheinen.

### **5.2.3 Akzeptanz des Stigmas**

Das Stigma der Obdachlosigkeit als Ganzes wird zwar von niemandem positiv angenommen, sehr wohl aber einzelne Aspekte, wie beispielsweise die alltägliche Plan- und Strukturlosigkeit. So gibt es einige SFVs, die offen und augenzwinkernd eingestehen, dass sie nicht sehr verlässlich sind und ein gewisses 'Laissez-faire' an den Tag legen. Auch das Leben auf der Straße wird akzeptiert, manchmal resignativ und manchmal als

Romantisierung von Freiheit. Staatliche Unterstützungen werden abgelehnt und es wird offen eingestanden, sich nicht mehr um eine konkrete Verbesserung der eigenen Lebenssituation zu bemühen. Diese Menschen akzeptieren ihr Leben in der Obdachlosigkeit und nehmen auch eine Assoziation mit dem Stigma der Obdachlosigkeit in Kauf.

#### **5.2.4 Management der körperlichen Erscheinung**

Wie bereits dargestellt, funktioniert das Stigma der Obdachlosigkeit primär als unterstellte mentale Schwäche bzw. als Unfähigkeit, ein normales Leben zu führen. Dennoch äußert sich dieses Stigma im Alltag vor allem durch körperliche Assoziationen, wie ungepflegtes Äußeres, Gestank, einen notdürftigen Kleidungsstil oder etwaige Anzeichen von Drogen- oder Alkoholkonsum. Dementsprechend wichtig ist es für die SFVs, in dieser Beziehung keine missverständlichen Botschaften auszusenden und sich auch körperlich vom Stigma distanzieren zu können.

Aya geriet kurz vor unserem Interview beim Versuch, eine Streitigkeit zwischen zwei BesucherInnen der Bahnhofsmision zu schlichten, zwischen die Fronten. Sie wurde gestoßen und bekam ein kleines Cut im Gesicht. Auch ihre Extensions wurden ihr vom Kopf gerissen. Während des Interviews thematisiert sie immer wieder ihre körperliche Erscheinung oder fragt nervös nach etwaigen optischen Auffälligkeiten. Sie erkundigt sich, ob ihr Cut nach einem Nadelstich aussieht, ob es so wirkt, als sei sie geschlagen worden und ob ich ihr in diesem Zustand eine Zeitung abkaufen würde. Kleine körperliche Anzeichen können bei ihr schnell einen Eindruck von Devianz vermitteln. Eine Ähnlichkeit zu einem Nadeleinstich kann als Drogenmissbrauch gewertet werden, Anzeichen einer Schlägerei auf zerrüttete private Lebensumstände verweisen. Die Tatsache, dass sie schwere Zeiten auf der Straße (inklusive Drogenerfahrungen) hinter sich hat, macht es noch wichtiger, ihr jetziges normales Leben auch nach außen signalisieren zu können. Die Wichtigkeit ihrer Extensions (die kahle Stellen am Kopf verdecken sollen) und ihrer neuen Zähne (nach langjähriger Zahnlosigkeit) sind deshalb auch mehr als Eitelkeiten, wie sie jeder hat. Sie sind vielmehr Teil eines neuen und normalen Lebens, das als solches auch erkannt werden soll. Ihre einstichfreien Venen werden beim Verkaufen stolz vorgezeigt. Auch Christina erzählt von der Bedeutung der körperlichen Erscheinung beim Versuch, sich vom Negativimage der Roma und Sinti abzugrenzen:

*(...) dann sieht man auch nicht gleich, dass ich Deutsche bin, weil ich ja nun gefärbte Haare habe, früher konnte man dann sehen, da war ich blond (lacht), aber mittlerweile bin ich grau. (Interview Christina, Ze 18-21.)*

Obwohl wahrscheinlich niemand auf die Idee käme, sie als Roma oder Sinti wahrzunehmen, würde sich Christina noch sicherer fühlen, wenn sie sich durch blonde Haare noch klarer von dieser Assoziation abheben könnte. Nicht alle können ihren Körper einsetzen, viele sind ihm auch schlicht und einfach ausgeliefert. Vor allem Anzeichen von Scham und körperliche Unsicherheiten wie Schwitzen, eine defensive Haltung, Nervosität, die Unmöglichkeit, Augenkontakt aufrecht zu erhalten, eine leise, kaum hörbare Stimme werden Marker der eigenen Illegitimität. Diese SFVs haben es besonders schwer, beim Verkaufen nicht mit Drogenmissbrauch, dem ähnliche körperliche Manifestationen zugeschrieben werden, assoziiert zu werden. Es gibt zudem Verkäufer, die das Gefühl haben, auch im normalen Alltag (das heißt, ohne mit dem SF unterwegs zu sein) als obdachlos identifiziert zu werden.

*Das siehst du uns einfach an. (...) Ob du woanders stehst, ob du in Marzahn stehst. Dich kennt man einfach. Selbst wenn ich jetzt 'ne Wohnung hätte, würden die nicht darauf klarkommen. Da wäre ich dann immer noch obdachlos. Ich hatte ja, wie gesagt, zwei bis drei Jahre mal 'ne Wohnung. Die sind nicht darauf klargekommen. Die haben immer noch gedacht, ich sei obdachlos. (Interview Franziska und Günther, Ze 516-523.)*

Obdachlosigkeit ist etwas, dass die betreffenden Personen mit sich herumtragen. Der Nicht-Besitz einer Wohnung ist nicht entscheidend, sondern die Assoziationen mit bestimmten Verhaltensweisen.

### **5.2.5 Management der Faktenlage**

Durch diese Strategie wird keine Abhebung vom Klischee bemüht, sondern das Klischee als solches dekonstruiert. So verwehrt sich auch Nina vehement gegen die Tendenz dieses Stigmas, die Schuld zu personalisieren.

*Ich bin zwar jetzt Junkie, aber das war ich die ersten drei Jahre nicht. Dass mich praktisch das Ganze irgendwann danach getrieben hat so (...) dass ich das nötig hatte, habe ich einfach dem zu verdanken, wie man mit mir umgegangen ist die Jahre eben. (Interview Nina, Ze 17-25.)*

Viele SFVs sehen sich sehr stark mit der Annahme konfrontiert, dass es in Deutschland genug soziale Angebote gäbe, um der Obdachlosigkeit zu entgehen. Auch viele SFVs unterstützen selbst dieses Narrativ und grenzen sich von KollegInnen ab, die mit der

sozialen Infrastruktur Deutschlands nicht zurecht kommen. Nina kritisiert die schlechte soziale Infrastruktur und Schikanen bei Behördengängen sowie die Schwierigkeit, Plätze in Wohnprojekten oder Obdachlosenheimen zu bekommen. Und selbst wenn Plätze gefunden werden konnten, so waren diese (vor allem für sie als Frau) nicht selten noch problematischer als die Ausgangssituation. Durch institutionelle Fehlkonstruktionen sei das Finden einer eigenen Wohnung, als Obdachlose, fast unmöglich. Und auch die Jobsuche bzw. schon alleine die Aufrechterhaltung des Arbeitslebens (bzw. die Reproduktion der eigenen Arbeitskraft), sind in der Obdachlosigkeit problematisch. „Ohne Wohnung kein Job, ohne Job keine Wohnung“ ist ein geflügeltes Wort in der Szene. Auch öffentliche Beamte wie Polizisten oder Sicherheitsbeamte der Deutschen Bahn spielen bei dieser Produktion des Stigmas eine Rolle. Aufgrund des generellen Verbots, in der S-Bahn sowie in Bahnhöfen zu verkaufen, werden die Handlungsspielräume des Stigma-Managements (durch das Verkaufen der Zeitung) stark eingeschränkt. Viele SFVs haben Hausverbote und bekommen Angstzustände beim Betreten von Bahnhof oder S-Bahn, die doch zu ihrer Lebensgrundlage gehören.

Nina betont die Wichtigkeit, die gesellschaftlichen Produktionsbedingungen des Stigmas mit einzubeziehen. Aus diesen Gründen wird darauf gepocht, zu unterscheiden zwischen dem, was jemand ist und dem, was jemand geworden ist. Die vermeintlichen Freiheiten und Möglichkeiten durch die soziale Infrastruktur müssen als Zwänge verstanden werden.

### **5.2.6 Der Straßenfeger als Stigma-Management**

Der SF ist in erster Linie ein pragmatisches Selbsthilfeprojekt. Man verkauft ihn, um Geld zu verdienen, ganz gleich, ob es überlebenswichtiges oder zusätzliches Geld ist. Doch diese ökonomische Tätigkeit hat für viele eine weit darüber hinausgehende identitätsstiftende Funktion. Das einfache Faktum, eine ökonomische Tätigkeit auszuüben, ist mit starken Legitimitätszuwachsen verbunden. So sehen auch die SFVs in der Tätigkeit, neben der Möglichkeit, Geld zu verdienen, die Möglichkeit, SELBST Geld zu verdienen und damit gesellschaftliche Anerkennung und persönlichen Stolz zu erlangen.

*Mir ist es schon wichtig, nicht auf der faulen Haut zu sitzen. Hilfe zur Selbsthilfe ist da mein Satz. (Interview Jan, Ze 428-429.)*

Vor allem für Personen, die sehr stark mit dem Stigma der Obdachlosigkeit konfrontiert sind, besteht die Notwendigkeit, sich vom Verdacht der Faulheit und der Antriebslosigkeit zu distanzieren. Doch die Distanzierung durch den SF ist ein ziemlich ambivalenter Prozess. Das liegt vor allem an dem zwiespältigen Image des SF selbst. Der Verkauf des SF mag eine ökonomische Tätigkeit sein, doch nicht alle müssen sie als solche wahrnehmen. So können Menschen den Verkauf des SF als aufgehübschte Variante des Bettelns wahrnehmen und damit erst recht stigmatisierend wirken.

*Dann hat man: 'Äh! Geh doch mal lieber arbeiten!' Ich sag: 'Entschuldigen Sie bitte, ich gehe doch arbeiten, ich verkaufe doch Zeitungen. Ich komme nicht und frage: Haben Sie mal 'n Euro. Sondern ich komme und frage: Möchten Sie eine Zeitung kaufen? So. Möchten Sie die Zeitung nicht kaufen, dann reden sie mich doch nicht schräg von der Seite an (...)' (Interview Aya und Bernd, Ze 358-366.)*

Dazu kommt die Assoziation des Straßenfegers mit stigmatisierten Personen. Viele SFVs klagen über das schlechte Image des Straßenfegers durch schwarze Schafe. Stinkende, dreckige, unhöfliche oder drogensüchtige SFVs (oder unhöfliche und betrügerische Roma und Sinti) bringen das ganze Selbsthilfeprojekt samt TeilnehmerInnen in Verruf.

*Ich finde es nicht in Ordnung, wenn die Leute in die Bahnen gehen und die Leute so anschnorren. (...) Weil voll viele (...) sind drogenabhängig, Alkoholiker und dies und jenes. Die machen das nur, damit sie ihren Suff und ihre Drogen haben. Dadurch werden wir, die Normalen, die nichts mit Drogen zu tun haben, in eine Schublade gesteckt. (Interview Stefan, Ze 202-213.)*

Die schwarzen Schafe sind in der Szene also ein Thema von großer Bedeutung. Viele SFVs reagieren durch ihren Verkaufsspruch sehr direkt auf mögliche negative Unterstellungen. Auch der Verein selbst ist darum bemüht, sein Image zu kontrollieren. Durch das Ausgeben von VerkäuferInnenausweisen soll Abwechslern im Notfall auch die Verkaufserlaubnis entzogen werden können. In einem kleinen Vertrag müssen SFVs ordentliches Auftreten und höfliches Benehmen garantieren. Auch wenn die VerkäuferInnenausweise in der Realität kaum eine Rolle spielen und das Verkaufen auch ohne sie kein Problem darstellt (da kaum jemand auf sie achtet), gibt es doch einige VerkäuferInnen, die den Ausweis explizit herzeigen, um Professionalität zu signalisieren. David hatte beim Verkaufen das Glück, auf der Rückseite des SF abgebildet gewesen zu sein. Dadurch hatte er das Gefühl, sich besser legitimieren zu können.

Es bleibt festzuhalten, dass der SF ein widersprüchliches Instrument des Stigma-Managements ist. Mit ihm können sich SFVs stets gleichzeitig stigmatisieren und

entstigmatisieren. Sie geben sich einerseits in der Öffentlichkeit vor einer großen Menge an Menschen als Stigmatisierte zu erkennen und distanzieren sich oftmals gleichzeitig von den daraus entstehenden Implikationen.

### 5.2.7 Management des Eindrucks

Über die Problematik der körperlichen Erscheinung hinausgehend muss der erzeugte Eindruck kontrolliert werden. Durch übertriebene Andeutungen sollen gesellschaftliche Werte repräsentiert werden. Es wird versucht, vage Ansprüche der Allgemeinheit zu bedienen:

*Die haben mir immer so Adressen gegeben, aber ich bin da nie hingegangen. Ich hab gesagt: „Dankeschön!“ und so und hab das eingesteckt und aufgeschrieben. Und dann war das schon vergessen. Nur ich hab das immer aus Freundlichkeit gemacht dem Anderen gegenüber. Das ist so auch mit den Klamotten. Wenn mir zum Beispiel ein alter Herr seine Klamotten schenkt, die kann ich nicht anziehen so. Also, weil das keine Baumwoll-Sachen sind und so und was will ich mit Anzughosen oder so? Dann nehme ich die zwar an, aber tu die dann auch entsorgen. (...) Ich spiel den Leuten den glücklichen Penner vor. In Wirklichkeit bin ich gar nicht glücklich. (Interview Leo, Ze 408-429.)*

Der Eindruck von Höflichkeit und Benehmen ist keine Selbstverständlichkeit, sondern muss gezielt erzeugt werden. Jan, der eigentlich sehr stark berlinert, ist in diesem Zusammenhang stolz auf seine klare hochdeutsche Aussprache (die einem etwas künstlichen Theaterdeutsch sehr nahe kommt) beim Verkaufen.

*Interviewer: Ja, also du machst da ja so einen schönen Singsang beim Aufsagen und mit Ausdruck!*

*J: Das ist eben die Sache. Ähm ... ich will halt da nicht irgendwie vor mich hinlabern. Wenn da jemand reinkommt: „Mm. Jaaa. Mmm, kleine Spendee!“ Warum sagst du das denn so runter, wenn es das Mindeste ist freundlich ... und mit Offenheit. Und das Feedback, das ich kriege, ist Hammer: „Oh, sie drücken sich ja schön aus!“ oder „Ihre Wortwahl!“ Und schon alleine deswegen – nicht weil ich obdachlos bin und weil ich Zeitungen verkaufen will, nur alleine deswegen bekomme ich manchmal Geld. (Interview Jan, Ze 82-94.)*

Franziska und Günther ist es sehr wichtig, am „Schnorrplatz“ keinen Alkohol zu trinken. So albern das Zeremoniell wirken mag, es stellt für Franziska und Günther sicher, dass das Einhalten gesellschaftlicher Werte für jedermann sichtbar ist.

*Die Leute wissen, dass wir kein Bier trinken und die Leute wissen, dass, wenn wir trinken, dann nicht am Schnorrplatz! Also die finden es gut. Also die Leute, die wissen, wir setzen uns um die Ecke. Aber wir trinken das nicht am Schnorrplatz!! (Interview Franziska und Günther, Ze 431-435.)*

Auch durch das Signalisieren von Uneigennützigkeit bedienen SFVs Werte, die sich auch in Interaktionen im Dienstleistungsgewerbe zeigen. Zum Beispiel, wenn sie die Türen einer Bankfiliale aufhalten oder einen anderen Service für jeden gleichermaßen freundlich ausüben und keine Hintergedanken dabei zeigen.

*„Ich bitte Sie noch um eine Spende!“ Wirst du von mir nie hören! Die Spenden kommen von ganz alleine. Guck mal beim Kellner, kommt das Trinkgeld auch von ganz alleine, ne? Wenn die Leute zufrieden sind mit der Bedienung und dem Service. Dann legen die Leute auch 2 Euro hin oder Trinkgeld. Das ist ganz normal. (Interview Harry, Ze 11-18.)*

### **5.3 Verkaufsmoral**

Im Folgenden soll durch einen Vergleich der Verkaufsstile eine weitaus feinere, aber nicht minder bedeutende, interne Differenzierung vorgestellt werden. Dafür lassen sich die SFVs zunächst in zwei grundsätzliche idealtypische Kategorien aufteilen: In SFVs, die die Zeitung als Symbol und jene, die sie als Ware betrachten.

#### **5.3.1 Der Straßenfeger als Symbol**

Aus den teilnehmenden Beobachtungen der Verkaufspraxen lässt sich etwas ganz Grundsätzliches feststellen: Der Großteil der Einnahmen der SFVs ergibt sich aus Spenden (ohne dabei zugleich eine Zeitung zu verkaufen). Bei einer Beobachtung an einem Bahnhofsvorplatz zeigte sich, dass manche Stammkunden von Emil einzelne Ausgaben schon zum zweiten oder dritten Mal kauften und das Exemplar eher routinemäßig entgegennahmen, als dass die Zeitung selbst von Interesse war. Der SF ist sicherlich kein normales Produkt. Aus diesem Grund erwähnen viele SFVs noch explizit ihr Interesse an Spenden sowie an Essens- oder Sachspenden. Die Zeitung erhält dabei meist einen eher symbolischen Charakter. Dabei lassen sich in der Radikalität dieser Verkaufshaltung wiederum zwei Typen unterscheiden.

##### *5.3.1.1 Der ökonomische Pragmatiker*

Zu den Pragmatikern zählen jene SFVs, bei denen die Zeitung zwar eine untergeordnete Rolle spielt, aber dennoch grundsätzlich angeboten wird. Diese SFVs sehen sich auch

selbst als Zeitungsverkäufer. Allerdings sind Spenden das pragmatische Hauptziel aufgrund der Erkenntnis, dass das Interesse an der Zeitung im Grunde recht gering ist.

*Und sehr viele interessiert auch nicht so die Zeitung, die geben eher eine Spende, 50 Cent oder einen Euro. Deshalb lege ich auch noch den kurzen Satz dazu, dass ich mich über eine kleine Spende auch freuen würde. (Interview Jan, Ze 206-210.)*

Nach Erhalt des Geldes geben diese VerkäuferInnen nicht automatisch Wechselgeld oder eine Zeitung aus, sondern warten einen kurzen Moment, ob danach gefragt wird oder fragen selbst kurz, ob auch eine Zeitung ausgegeben werden soll. Wenn das bejaht wird, bedienen sie diese Wünsche ohne Weiteres. Sie geben eine ihrer Zeitungen ab und wechseln gegebenenfalls Geld.

### 5.3.1.2 *Der symbolische Illusionist*

Breite Ablehnung – auch von den Pragmatikern – findet sich gegenüber offensichtlich symbolischen Einsätzen der Zeitung. Sehr verpönt ist beispielsweise der „Trick“ mit der letzten Zeitung.

*(...) da hab ich gesehen, die eine, die rennt immer bloß mit einer Zeitung rum und dann is die halt dreckig, und das is bloß eine Zeitung und dann denken die, die will bloß die eine Zeitung behalten und bloß Geld kassieren. (Interview Klaus, Ze 229-233.)*

Ein Verkaufen mit nur einer Zeitung in der Hand nötigt die Kunden, Spenden zu geben, da man das letzte Exemplar aus Anstand nicht abkaufen möchte. Wenn Kunden dennoch explizit nach der Zeitung fragen sollten, entschuldigen sich SFVs dieses Typs und machen darauf aufmerksam, dass es leider die letzte Zeitung sei und sie aus diesen oder jenen Gründen gerade an keine neue Zeitung kämen. Nur sehr selten werden die symbolischen Zeitungen (zum Beispiel, wenn sie schon sehr abgenutzt sind) auch hergegeben. Marc hat den Straßenfeger zumeist nur unter den Arm geklemmt und fragt Passanten direkt nach einem bestimmten, kleinen Geldbetrag, der ihm noch für eine bestimmte kleine Dringlichkeit fehle.

*Manchmal benutz ich die Zeitung auch gar nicht, sondern ich frag gleich nach 20, 30 Cent. Weil ich hab sie ... ich halt sie auch in der Hand! (Interview Olaf, Ze 314-317.)*

*Den hol ich mir und verkauf den eigentlich gar nicht. Manchmal verkauf ich den gar nicht.(...) Ja, das andere geht doch. (Interview Olaf, Ze 549-552.)*

Der SF wird mitgeführt, um die Illusion, etwas bieten zu können, zu erzeugen. Versinnbildlicht findet sich dieses Prinzip auf einem großen Bahnhofsvorplatz. Dort fragt eine quirlige junge Frau nach kleinen Spenden (um ihre Hartz IV-Beihilfe aufzubessern) und hält dabei eine kleine Tüte mit Bonbons in Händen. Jeder Spender bekommt zum Dank ein Bonbon überreicht. Für sie haben die Bonbons die entlastende Funktion, nicht nackt vor den Leuten stehen zu müssen, sondern etwas in der Hand zu haben und eine symbolische Gegenleistung bieten zu können. Das gleiche Prinzip trifft auf viele SFVs zu. Sie nutzen den SF, um sich in der prekären Verkaufssituation legitimieren zu können.

### 5.3.2 Der Straßenfeger als Ware

Im krassen Gegensatz dazu stehen SFVs, die das Zeitungsverkaufen als ganz normale ökonomische Tätigkeit bzw. Dienstleistung verstanden wissen wollen. Den symbolischen Einsatz der Zeitung lehnen sie strikt ab. Der Verkaufsprozess wird dementsprechend in ökonomische Termini gefasst. Symbolische und pragmatische Vorgehensweisen werden abwertend als Betteln bezeichnet:

*Die Zeitung wird meistens, meiner Ansicht nach, zu 80 % missbraucht, um zu betteln. Und das wirst Du schon daran merken, wenn bei den meisten, die eine Zeitung anbieten, bald der Satz kommt 'oder eine kleine Spende'. Und dass ist ja nicht die Philosophie, der Grundgedanke ist da weg. Der Grundgedanke dieser Zeitung war ja eigentlich, dass die Leute aus dieser Krise herauskommen, weg vom Betteln, und dass sie selbst wieder das Selbstwertgefühl bekommen, indem dass sie etwas leisten und dafür eine Gegenleistung bekommen, in Geld. (...) Das Hauptgeschäft von denen ist das Betteln, nicht die Zeitung. (Interview Paul, Ze 72-91.)*

Die VertreterInnen dieses Typs verbinden mit der ökonomischen Tätigkeit auch bedeutende Aspekte der Identität und des Selbstwertgefühls. Dieser Philosophie liegt die Auffassung zu Grunde, beim Verkaufen etwas zu leisten, was tatsächlich gekauft bzw. gewürdigt werden kann. Das kann beispielsweise in einer unterhaltsamen Präsentation in der S-Bahn gegeben sein oder in der Vorstellung des Inhalts der Zeitung. Die Betroffenen nehmen ihre Arbeit als Dienstleistung wahr.

Diese SFVs erhalten zwar auch zum Teil Spenden, doch ist es für sie sehr wichtig, nicht darauf aus zu sein. Es zeigt sich teilweise auch die völlige Ablehnung gegenüber Spenden. Dabei achten Betroffene penibel darauf, Wechselgeld zu geben (bzw. nur bei entschiedenem Insistieren darauf zu verzichten). Bei dem Versuch einer Spende wurde

KundInnen von Richard ungefragt eine Zeitung in die Hand gedrückt (teilweise sogar für weniger als den eigentlichen Verkaufspreis). Auch Paul macht es so:

*Ich möchte nicht das Gefühl, dass der Kunde da zu mir kommt aus sozialen Gründen. Und wenn einer die Zeitung nicht haben will, geb ich sie trotzdem. Ich brauch das für mich selber als Selbstwertgefühl. (Interview Paul, Ze 404-408.)*

Während im entgegengesetzten Typ die Illusion erzeugt wird, etwas bieten zu können, wird hier die Illusion hochgehalten, dass es sich um eine normale Transaktion handle. Ulrike war früher Zeitungsverkäuferin normaler Tageszeitungen und nimmt das aktuelle Verkaufen des SFs als äquivalente Tätigkeit wahr. Paul ist in dieser Hinsicht sogar noch radikaler, indem er seine Verkaufstätigkeit sogar offiziell anmeldet (wie es zwar formal von allen Hartz IV-EmpfängerInnen verlangt wird, aber in der Realität niemanden wirklich interessiert) und dadurch Teile seiner Einkünfte als Steuern wieder abführt.

Die VertreterInnen dieses Typs haben ein grundsätzlich anderes Verständnis von der Zeitung. Die Zeitung ist von Bedeutung. Sie ist mehr als nur ein papierenes Symbol. Sie ist ein Produkt, das nachgefragt wird. Diese Wertschätzung des SFs zeigt sich auch an dem erhöhten Interesse an der Zeitung an Tagen, wo die neue Ausgabe erscheint (alle zwei Wochen). An diesen Tagen tummeln sich besonders viele SFVs im Zeitungswagen und kaufen besonders große Mengen.

*Und die Zeitung kommt nur alle zwei Wochen raus, das heißt nach ungefähr einer Woche haben viele schon so eine Zeitung gekauft und ähm ... dann ist es sehr, sehr, sehr selten, dass man noch eine Zeitung verkauft und dann würde man sich eigentlich nur noch die Hacken wund laufen. (Interview Jan, Ze 200-205.)*

An einem Tag des Erscheinens der neuen Ausgabe kommt ein frustrierter SFV in den Zeitungswagen. Er erzählt, dass er am Vortag zwölf Exemplare gekauft hatte, darauf vergessend, dass am nächsten Tag die neue Ausgabe erscheinen würde. Er bittet darum, die Exemplare umzutauschen. Der Vereinsmitarbeiter verneint, ermutigt ihn aber dazu, die Zeitungen trotzdem zu verkaufen, was seiner Meinung nach überhaupt kein Problem darstelle. Der SFV aber ist vollkommen am Boden zerstört und sieht keine Möglichkeit, diese alten und damit entwerteten Zeitungen irgendwie loswerden zu können. Der Vereinsmitarbeiter muss ihn dazu anstacheln, die alten Zeitungen nicht wegzuschmeißen, sondern wenigstens sein Glück zu versuchen.

Es kann zwar nicht vollkommen ausgeschlossen werden, dass es Personen gibt, die den SF regelmäßig kaufen und dann darauf achten, keine Ausgabe doppelt zu besitzen. Aber

durch die Seltenheit eines Zeitungskaufs im Vergleich zu Spenden und die große Fluktuation in der S-Bahn und an großen Plätzen kann die beschriebene Einstellung zum SF nicht als selbstverständlich angesehen werden. Vielmehr zeugt diese Haltung von einem gewissen normativen Anspruch, ein Produkt zu verkaufen und Almosen abzulehnen.

## **5.4 Lebensstil**

Nun sollen die grundsätzlichen Lebenseinstellungen der SFVs in den Blick genommen werden. Lebensstile spielen nicht nur für den gesellschaftlichen Erfolg eine große Rolle, sondern auch für eine interne Differenzierung. Dabei soll insbesondere betrachtet werden, welche materiellen Bedingungen welche Formen der kulturellen Lebensführung bedingen.

### **5.4.1 Soziale Herkunft und Erfolg**

Eine genaue Analyse und Rekonstruktion der Bedingungen für Erfolg unter SFVs kann nur schwer geleistet werden. Zum einen schweigen sich viele über das Ausmaß ihres Erfolgs aus und zum anderen wurden die Wahrnehmungsmuster der potentiellen KundInnen nicht untersucht. Eine wichtige Erkenntnis lässt sich trotzdem kurz zusammenfassen: Bedürftigkeit ist nicht das entscheidende Kriterium. So verkauft beispielsweise Emil mit großem Erfolg auf einem Bahnhofsvorplatz. Obwohl er seinen Platz immer wieder verteidigen muss, erlaubt er es teilweise anderen SFVs und Bettlern, mit ihm am selben Platz zu verkaufen. Es handelt sich hierbei um offensichtlich heruntergekommene Kollegen, die er nicht als Konkurrenz betrachtet. Trotz ihrer viel offensichtlicheren Bedürftigkeit verdienen sie nur einen Bruchteil von dem, was Emil verdient.

*Vorm Bahnhof, da ist einer, der verkauft keinen Straßenfeger, ist aber von weitem zu riechen und zu sehen – ein Obdachloser – einige wenige Menschen, die bei mir „nein“ sagen, gehen auf ihn zu und bringen ihm von alleine was, aber sehr, sehr viel mehr Menschen sagen bei ihm Nein und bei mir Ja! (Interview Emil, Ze 1147-1152.)*

Ein Phänomen, für das die SFVs eine Erklärung haben. Die Menschen gehen nicht danach, wer das Geld am dringendsten braucht, sondern wer damit am vernünftigsten umzugehen verspricht. Personen, deren optische Erscheinung mit pathologischen Konsummustern assoziiert wird, haben es demnach besonders schwer, zu reüssieren.

*Füttere kein Pferd, das du nicht reiten kannst. Der Spruch trifft das so ungefähr. Also die Leute, die wirklich ganz, ganz, ganz extrem weit unten sind (...), die haben größere Schwierigkeiten, Geld zusammenzukriegen, weil man denen Leuten dann ansieht, Alkohol oder Drogen, da fragt man sich gar nicht mehr, warum die so weit ... also die tun nichts Gutes mit dem Geld. Bei mir mit meinem Auftreten, mit meinem Aussehen, wo ich mich doch immer ein wenig abhebe, schon auch nicht zu gut auszusehen! Aber immer so: „Mensch, Sie sehen ja gar nicht obdachlos aus!“ Ja? (Interview Emil, Ze 1153-1166.)*

Niemand vergibt sein Geld leichtfertig, also wollen viele auch, dass SpendenempfängerInnen eine gute Investition darstellen. Der soziale Hintergrund spielt hier eine entscheidende Rolle. Personen, die aus bürgerlichen bzw. relativ stabilen sozialen Verhältnissen kommen, gehören zu den besonders erfolgreichen SFVs. Personen mit bürgerlichen Habitus wird am ehesten zugetraut, verantwortungsvoll mit Geld umgehen zu können, zu planen, rationale Entscheidungen zu treffen und fern von pathologischen Konsummustern zu sein. Igor, der in einer sehr reichen Familie aufgewachsen ist, eine gute Schule besucht hat und viel Erfahrung mit bürgerlichen Gepflogenheiten sammeln konnte, hat keine Schwierigkeiten, Leute durch seinen Habitus von seiner Anständigkeit zu überzeugen bzw. von einem Lebensstil, der verspricht, verantwortungsvolle Dinge mit dem Geld zu machen. Außerdem kann er durch Umgangsformen wie Unaufdringlichkeit und höfliche Distanz eine Präsentation bieten, die frei von existenziellen Nöten ist. SFVs, die mehr existentielle Nöte durch Stress und Nervosität ausstrahlen, viel direkter um etwas bitten, sind im Nachteil. Igor hingegen mit seiner betonten Lockerheit und einer Haltung, als wolle er das Geld eigentlich gar nicht so richtig, wird umso mehr damit bedacht. Eine gewisse Leichtigkeit und Sicherheit spricht tendenziell mehr an, als die dramatisch vorgetragene Schwere existentieller Nöte. Hinzu kommt noch die Möglichkeit dieser SFVs, sich gewählter ausdrücken zu können bzw. sich überhaupt ausdrücken und sich damit erklären zu können. So hat Igor kein Problem, mit den Leuten jovial zu sozialisieren und über dumme Kleinigkeiten witzelnd Gespräche aufzubauen, während der beim Verkaufen sehr befangene Klaus kaum mehr zu sagen wagt als: „Straßenfeger?“ und die Zeitung entgegenstreckt. Die Möglichkeit, Stigma-Management durch theatrale Kunstgriffe durchzuführen, ist nicht allen SFVs gleichermaßen möglich.

## 5.4.2 Interne Differenzierung nach Lebensstilen

Nun sollen die internen Relationen zwischen verschiedenen Lebensstilen der SFVs miteinander verglichen werden. Dabei wird im Besonderen auf das Verhältnis zwischen materiellen Bedingungen und kulturellen Lebensentwürfen eingegangen. Die SFVs werden dafür in drei distinkte Gruppen aufgeteilt.

### 5.4.2.1 Aus der Not eine Tugend machen

Bei VertreterInnen dieses Typs handelt es sich vor allem um obdachlose SFVs. Das Motiv des „In-den-Tag-Hineinlebens“ bestimmt hier Alltagsbeschreibung und Lebenseinstellung.

*Den Weitblick habe ich nicht, den kann ich nicht haben. Ich kann jetzt nicht für übermorgen ein Kino planen, weil ich nicht weiß, was schaffe ich heute, was schaffe ich morgen, kann ich mir morgen eine Kinokarte leisten? Allen hier unten fehlt der Weitblick (...) ich glaube, dass hier unten – Alkoholiker, Junkies täglich überleben und auch nur den Tag sehen. (Interview Nina, Ze 668-678.)*

Viele SFVs lassen zu Beginn ihres Arbeitstages beim Ankauf der Zeitungen bei den VereinsmitarbeiterInnen anschreiben, da für den nächsten Tag jeweils in der Regel nicht vorgeplant wird. Das Geld wird im Allgemeinen jeden Tag bis auf den letzten Cent ausgegeben. Die 60 Cent pro SF-Exemplar müssen dann am Anfang des Tages ausgeliehen werden. Dementsprechend kennen diese SFVs auch keine festen Arbeitszeiten, sondern arbeiten meist, bis sie einen bestimmten Geldbetrag erreicht haben, ganz gleich wie viel Zeit das benötigt.

*Das ist halt unterschiedlich. Wenn's schnell geht und die Leute das aufnehmen, ist man nach zwei Stunden fertig, ja? Und wenn die Leute einen ignorieren oder so, ist man dann am Ende halt immer noch nicht fertig. Also Günther und ich, wir haben halt einen bestimmten Betrag, den wollen wir schaffen und drunter geht nichts und drüber ist egal. (Interview Franziska und Günther, Ze 278-284.)*

Im Prinzip zeigt sich damit, dass die SFVs nicht vollkommen strukturlos sind, sondern dass sich ihre Planungen zumeist nur um den jeweiligen Tag drehen. Daraus ist zu erkennen, dass Obdachlosigkeit einem vorausschauenden Lebensstil im Weg steht. Vorausplanende Großeinkäufe machen ohne Küche keinen Sinn. Auch das Fehlen eigener sanitärer Anlagen muss jeden Tag irgendwie substituiert werden, ob durch kosten-

pflichtige Toiletten oder durch das Aufsuchen von Krankenhäusern, Bibliotheken oder Ähnlichem.

*(...) das ist einer der Gründe, warum Obdachlosigkeit teuer ist. Weil das, was jeder Mensch tun muss und man nicht drüber nachdenkt, dafür zahle ich drei Euro am Tag, nur für das so... (Interview Nina, Ze 1102-1105.)*

Die Lebensentwürfe zentrieren sich primär um die Bedeutung persönlicher Freiheit. Ein Leben fern jeglicher Autoritäten, in Ruhe und selbstbestimmt geführt, wird in diesen Fällen propagiert und romantisiert. Bürgerliche Annehmlichkeiten und Materialitäten werden als zweitrangig definiert. Es herrscht eine selbstgenügsame Lebensauffassung vor. Nina selbst beschreibt diese Haltung explizit als buddhistisch:

*(...) das ist auch das, was man mir sagte, als ich 19 war und gerade auf der Straße landete, dass es im Buddhismus heißt, dass Leben Leiden heißt, aber es dennoch darum geht, jedem Tag etwas abzugewinnen zu können. Und wenn ich jetzt einfach nur der Scheiße etwas abgewinnen musste, hab ich dennoch dem Tag etwas abgewinnen können. (Interview Nina, Ze 660-666.)*

#### 5.4.2.2 Einfach nur 'normal' sein

VertreterInnen dieses Typs zeigen bereits mehr Ansprüche an das Leben. Im Fokus steht dabei der Wunsch, einfach nur "normal" zu sein. Es finden sich zwar auch Motive der Genügsamkeit sowie des „In-den-Tag-Hineinlebens“, aber kombiniert mit der Ambition, einem bürgerlicheren Ideal nachzustreben. Auch Stefan erzählt davon, dass er seinen Tagesablauf sehr genau durchstrukturiert und regelmäßige Arbeitszeiten hat. Zudem sucht er aktiv nach einer Wohnung und geht sehr sorgsam mit seinem Geld um:

*(...) ich bringe jeden Tag XX Euro aufs Sparbuch, davon gehen XX Euro an meinen Sohn, die ich dann einmal im Monat weggebe. Im Monat sind das dann XXX Euro, die ich abgebe und dann habe ich halt noch jeden Tag XX Euro, die ich behalte, wenn mal irgendwas ansteht, was ich brauche. Damit ich auch eine Rücklage habe. Nur weil ich auf der Straße bin, kann ich trotzdem sparen. (Interview Stefan, Ze 73-81.)*

Auch Bernd ist aktiv und engagiert auf Wohnungssuche, gibt aber auch regelmäßig Geld für Haschisch aus. Deshalb liefert er Teile seiner Einkünfte seiner Betreuerin ab, die das Geld für ihn spart, damit er damit nichts „Dummes“ anstellt. Durch diese Mechanismen der Selbstzügelung versucht er, seine Ambitionen aufrechtzuerhalten. An einigen Tagen vertrat Bernd eine Vereinsmitarbeiterin im Zeitungswagen. Er benahm sich dabei ganz anders als bei unserem ersten Zusammentreffen beim Interview. Er war im

Zeitungswagen stets sehr reserviert und konzentriert. Er wollte von den vorbeikommenden SFVs die Ausweisnummern sehen, ließ kein Geld aus und zählte oft nervös nach, ob auch genug Geld in der Kasse war. Es war ihm sehr wichtig, diese Vertretungstätigkeit ernst zu nehmen und sein Verantwortungsbewusstsein zu beweisen.

Wenngleich Freiheit in einigen Fällen ebenfalls wichtig ist, so ist eine Normalisierung der eigenen Lebenssituation von weitaus größerer Bedeutung. So betonen SFVs, die in Obdachlosenheimen leben, dass sie im Gegensatz zu den dort Lebenden eine sehr ordentliche und organisierte Lebensführung vorweisen können. Ein ebenso klarer Wunsch betrifft die Gründung bzw. Wiedererlangung eines intakten Familienlebens. Viele dieser SFVs haben Kinder, zu denen sie keinen Kontakt mehr haben dürfen. Dementsprechend werden Familienwerte als sehr wichtig angesehen. Alles in allem zeichnen sich VertreterInnen dieses Typs durch außergewöhnliche Strebsamkeit und eine starke Orientierung nach oben aus.

#### 5.4.2.3 *Rationale Lebensführung*

Es handelt sich hierbei vor allem um SFVs mit Wohnungen. Im Zentrum dieses Typs steht die Betonung von Regelmäßigkeiten, Organisiertheit und Rationalität der Lebensführung. Der Alltag wird im Voraus geplant und aktiv gestaltet:

*In den Tag hinein leben ist für mich eigentlich negativ. Man sollte nicht nur (...) am Tag vorher überlegen, was mach ich morgen, sondern man sollte weiterdenken. Eine Woche weiterdenken, dass ich wenigstens die Woche überstehe und dann die nächste Woche überstehe. Das ist für mich wichtig, weil in den Tag hinein leben, das kann jeder! (Interview Harry, Ze 550-557.)*

Die Freizeit besteht aus „normalem“ institutionalisiertem Konsumverhalten wie Konzertgängen, Urlauben oder irgendwelchen Hobbies. Für diese Personen ist es selbstverständlich, sich über einen längeren Raum zu zügeln und ihre regelmäßige Arbeitsmoral unter Beweis zu stellen, um beispielsweise auch einmal für einen Urlaub sparen zu können. Sparsamkeit ist überhaupt ein viel größeres Thema als bei anderen SFVs. Die VertreterInnen rationaler Lebensführung zeigen, wie verantwortungsbewusst und sinnvoll sie mit Geld umgehen. Das Geld wird nicht leichten Herzens ausgegeben, sondern es wird sich auch hin und wieder bewusst etwas gegönnt:

*Ja, ich bin sparsam! Das heißt aber nicht, dass ich nicht auch ab und zu mal in Mitte in die Deponie gehe zum Brunch. Oder ins Café Endlos in der Klarkstraße am Kollwitzplatz. Oder das*

*Frühstücksbuffet morgens, das kostet 12 Euro mit allen Getränken dazu ... Das kann man sich leisten. (Interview Richard, Ze 488-493.)*

Diese Personen leben in geordneten und stabilen Verhältnissen und haben gewisse Freiheiten, ihr Leben aktiv zu gestalten. Während SFVs der anderen beiden Lebensstil-Gruppen mich nach den Interviews manchmal nach Spenden gefragt haben oder danach, ob ich eine Zeitung abkaufen möchte, bestanden diese SFVs darauf, ihren Kaffee selber zu bezahlen oder luden mich sogar ein. Nicht, weil sie derart viel Geld hätten oder weil sie sich vor mir darstellen wollten, sondern um klar zu machen, dass sie von mir keine Almosen erwarten bzw. annehmen würden. Immerhin hätten sie im Vergleich zu ihren KollegInnen ihr Leben unter Kontrolle. Im Gegensatz zur übereifrigen Strebsamkeit anderer SFVs zeigen sie, mit welcher Leichtigkeit sie ihr Leben im Griff haben.

## **6. Theoretischer Rückbezug**

Durch den Rückbezug auf die theoretischen Prämissen und Begriffe der Arbeit sollen die vorgestellten Ergebnisse nun noch einmal zusammengefasst und verdichtet werden.

### **6.1 Abgrenzungen und Selbstaussgrenzung**

In der Abgrenzung von SFVs zu Nicht-SFVs zeigt sich das Prinzip der internen Nuancierung. Das bedeutet, dass Stigmatisierte ihre Kolleginnen nach Maßstäben beurteilen, die auf sie selbst nicht zutreffen (vgl. Goffman 2012: 133). Die Mit-Stigmatisierten werden in dem Maß gegliedert, in dem das Stigma jeweils zuzutreffen scheint. Relativ Bessergestellte können dabei gegenüber offensichtlicher Stigmatisierten denselben Standpunkt einnehmen wie "Normale" gegenüber Stigmatisierten (vgl. ebd.). Gesellschaftliche Standards finden unter SFVs weite Verbreitung. Alle Gesellschaftsmitglieder besitzen ein gemeinsames Repertoire an Normen und teilen die gleichen mentalen Instrumentarien.

Bourdieu's Konzept der symbolischen Gewalt bezeichnet einen ähnlichen Sachverhalt. Alle Gesellschaftsmitglieder, ob Herrschende oder Beherrschte, besitzen die gleichen Sicht- und Teilungsprinzipien (vgl. Bourdieu 2005: 69ff.). Durch die Naturalisierung

dieser kontingenten Denkschemata werden Machtstrukturen in Sinnstrukturen umgewandelt. Dies zeigte sich beispielsweise anhand von BesucherInnen der Bahnhofsmision, die von ihrer Inferiorität überzeugt sind und sich unmöglich zutrauen, den SF verkaufen zu können. Durch diese Komplizenschaft mit den BesucherInnen der Mission erscheint die Ungleichheit als natürlich und sinnvoll.

Der Staat spielt bei der Ausübung symbolischer Gewalt eine entscheidende Rolle (vgl. Bourdieu 2004: 322ff.). So hat er auch unter SFVs durch den Entzug von Erziehungsberechtigungen, durch Bewegungsverbote (Hausverbote in Bahnhöfen), Sanktionen des Jobcenters, verordnete Therapien oder durch Gefängnisstrafen einen enormen Einfluss auf die Selbst- und Fremdwahrnehmungen. Durch diese staatlichen Titel und Kennzeichnungen bekommt die Stigmatisierung der Betroffenen eine rationale und scheinbar unhinterfragbare Basis (vgl. ebd.).

## **6.2 Infragestellung der objektiven Basis des Stigmas**

Der Angriff auf diese rationale Basis kann auch zu einer möglichen Strategie des eigenen Stigma-Managements werden. Eine Skepsis gegenüber der Reliabilität des symbolischen Monopols des Staates ist weit verbreitet. Der institutionalisierte Teufelskreis, die Minderwertigkeit der Obdachlosenhilfe sowie Bürokratie und Schikane bei Behörden-gängen werden angegriffen. Der Grundmechanismus symbolischer Gewalt durch die Verkennung der Willkür von Herrschaftsverhältnissen wird außer Kraft gesetzt. Zugrundeliegende Zwänge werden thematisiert und rekonstruiert. Das, was als selbstverständlich gilt, wird problematisiert. Gängige Stigma-Theorien (in Deutschland muss niemand auf der Straße schlafen), das heißt Rationalisierungen der Stigmata (vgl. Goffman 2012: 14) werden hinterfragt.

Die objektive Basis des Stigmas kann nicht nur dadurch in Frage gestellt werden, indem die Zuordnung zum Stigma thematisiert wird, sondern auch dadurch, dass der Stigmatisierte Dinge tut, die ihm durch sein Stigma eigentlich nicht zuzutrauen wären (vgl. Goffman 2012: 17). Bei dieser Form des Stigma-Managements spielt der SF eine bedeutende Rolle. Vor allem beim ökonomischen Verkaufs- bzw. Berufsverständnis ist es wichtig, etwas bieten zu können. Die SFVs wollen durch das Verkaufen des SF Ambition und Fähigkeiten zeigen, die nicht von ihnen erwartet werden. Sie beweisen, dass sie

mehr bieten können, als in ihrer eigentlichen Rolle als SFV vorgesehen ist. Dieses Phänomen lässt sich durch Goffmans Konzept der Rollendistanz begreifen (vgl. Goffman 1973: 120f.). Es handelt sich hierbei um einen spielerischen Umgang mit Rollenerwartungen. Dadurch zeigt das Subjekt an, dass es mehr ist, als in der Rolle eigentlich vorgesehen (vgl. ebd.). So überrascht Paul mit Gedichten und Richard bezieht sich mit Ironie auf das allgemeine Bild des SFV.

Bei dieser Art des Stigma-Managements mit dem Straßenfeger besteht letzten Endes immer die Gefahr, dass das Hilfsmittel bzw. Requisite der Stigma-Korrektur selbst zu einem Symbol für das Stigma wird. Der Makel wird zu einem Zeichen, den Makel korrigiert zu haben (Goffman 2012: 18). Der SF kann zwar kunstvoll eingesetzt werden, um einen gewissen Eindruck zu evozieren, doch was dabei in Händen gehalten wird – ob Normalitäts-Symbol oder Stigma-Symbol – kann oft nicht eindeutig festgestellt werden.

### **6.3 Stigmata als relationale Zuschreibungen**

Ob der SF als Normalitäts-Symbol oder Stigma-Symbol funktioniert, ist eine Frage der relationalen Zuschreibung. Während er für obdachlose SFVs entstigmatisierend wirkt, kann eine Obdachlosenzeitung für „normale“ Hartz-IV-EmpfängerInnen zu einem Stigma-Symbol werden (weshalb sie dazusagen, dass der SF gar keine Obdachlosenzeitung sei). Was zum Stigma wird, hängt nicht von Dingen, sondern von Relationen ab (vgl. Goffman 2012: 11).

Es ist nicht möglich, das Stigma einfach so weit wie nur irgend möglich von sich wegzuschieben. SFVs müssen vielmehr auch stets einkalkulieren, was von ihnen als SFVs erwartet wird. Das Beispiel von Jan hat gezeigt, dass Stigmata nicht radikal ignoriert werden können, sondern auch auf die eine oder andere Art und Weise bedient werden müssen. Stigmata haben keine Substanz. Sie müssen als Zuschreibungsprozesse verstanden werden. Bestimmte Eigenschaften werden von dem einem Typus erwartet und sind bei einem anderen Typus verpönt (vgl. ebd.). So müssen auch SFVs auf bestimmte Regeln achten, da sie an der Kategorie des SFVs bzw. des Obdachlosen gemessen werden. Dabei ist für eine soziologische Betrachtung nicht entscheidend, inwiefern der dargestellte Anschein der Wirklichkeit entspricht, als vielmehr die Frage, durch welche

Merkmale der angedeutete und versprochene Anschein entwertet werden kann (vgl. Goffman 1991: 61). So kann eine Kaschmirhose aus der Zeit vor der Obdachlosigkeit die Glaubwürdigkeit der Darstellung genauso gefährden wie die Zahnlosigkeit aus der Zeit der Obdachlosigkeit.

#### **6.4 Stigma-Management durch Schauspielen**

Gerade bei Stigmatisierten können schon sehr kleine und unscheinbare Zeichen auf ein zutiefst unmoralisches Wesen verweisen (vgl. Goffman 2012: 57ff.). Gerade bei dem Phänomen des Verrufen-Seins kommt es zu einer Invasion der Privatsphäre (vgl. Goffman 2012: 83). So können in nicht biographieschaffenden Bereichen des Lebens Rückschlüsse auf die Biographie getroffen werden (vgl. Goffman 2012: 88). Das Trinken eines Feierabendbiers wird zu einer problematischen Aufgabe, wenn man es, wie Franziska und Günther, nirgendwo anders als in der Öffentlichkeit machen kann.

Stigma-Management bedeutet immer auch Informations-Management (vgl. Goffman 2012). Das heißt, dass es um die wohlüberlegte und kunstvolle Preisgabe von Informationen geht. Es handelt sich dabei nicht so sehr um bewusste Täuschungen als vielmehr um den theatralen Charakter von Interaktionen an und für sich (vgl. Goffman 1991: 6). Durch Idealisierungen werden bestimmte Eigenschaften und Handlungen übertrieben hervorgehoben (vgl. Goffman 1991: 35). Diese Vorgangsweise findet ihren Niederschlag zum Beispiel im dienstleistungsähnlichen Gebaren von übertriebener Freundlichkeit und stilisierter Uneigennützigkeit. Die SFVs repräsentieren Werte, auf die sich alle einigen können (vgl. ebd.). Die implizit angedeuteten moralischen Ansprüche der Darstellung müssen nicht erfüllt werden. Die schauspielenden Individuen in der Interaktion sind nur die Verkäufer der Moral (vgl. Goffman 1991: 230).

#### **6.5 Habitus und Lebensstil**

Das Verkaufen von Moral betrifft SFVs in besonderem Maße. Sie verkaufen die Glaubwürdigkeit „braven“ Konsum- und Arbeitsverhaltens. Das Stigma der Obdachlosigkeit wirkt nicht nur in Form des Nicht-Besitzens einer Wohnung, sondern auch als Antizipation bestimmter kultureller Praxen, wie einer irrationalen Lebensführung, Antriebslo-

sigkeit und pathologischen Konsummustern. Diese Fähigkeit, Moral zu verkaufen, ist nicht gleichmäßig verteilt. Es kommt auf die richtige Darstellungsform an. Der Habitus als Generator von Praxisformen spielt eine entscheidende Rolle. Der Habitus generiert das Vermögen, sich in einer legitimen und gesellschaftlich anerkannten Form darzustellen (vgl. Bourdieu 2007: 277ff.).

Der Lebensstil erhält für den Erfolg von SFVs eine herausragende Bedeutung durch die Repräsentation legitimen Konsumverhaltens. SFVs aus geordneteren Familienverhältnissen und höherer Integration in bürgerliche Lebenswelten haben demnach auch mehr kulturelles Kapital zur Verfügung und können diese bürgerlichen Verhaltens- und Lebensweisen besser reproduzieren. Bürgerliche Lebensphilosophien sind aber von vornherein an den Besitz einer eigenen Wohnung gebunden. Abweichungen sind vorprogrammiert und lassen soziale Ungleichheiten damit als sinnvoll erscheinen. Umgekehrt können die Zwänge und Notlagen auch durch die Betroffenen selbst als Freiheiten umgedeutet werden. Bourdieu bezeichnet diesen Prozess als 'amor fati' (Liebe zum Schicksal), durch den aus der Not eine Tugend gemacht wird (vgl. ebd.: 285ff.). Diese Tendenz, die eigenen Bedingungen zu eigenen Präferenzen umzudeuten, ist eine grundsätzliche gesellschaftliche Lebensbewältigungsstrategie, die darin besteht, das zu lieben was man hat. (vgl. ebd.). Die nächsthöheren Lebensstile zeigen eine Abgrenzung von der weitgehenden Akzeptanz der prekären Lebenssituation durch den Willen zu Normalität. Die SFVs an der relativen Spitze des Raums der Lebensstile können ihre Normalität durch stilisierte Gelassenheit zelebrieren. Die unterschiedlichen Lebensstile übersetzen damit die materiellen Bedingungen in eine distinktive symbolische Ordnung (vgl. ebd.: 107).

## **7. Fazit**

Das Stigma der Obdachlosigkeit ist im Feld der SFVs präsent. Dabei besteht dieses Stigma nicht primär im Nicht-Besitz einer Wohnung, sondern in der Unterstellung kultureller Verhaltensmuster, die zu eben diesem Wohnungsverlust führen. Gerade obdachlose SFVs haben gezeigt, dass Wohnungslosigkeit bestimmte Verhaltensweisen produziert, die als Ursache des Stigmas angesehen werden. Durch den Lebensstil werden materielle Lebensbedingungen in eine symbolische Ordnung übersetzt. Diese lässt die Un-

gleichheit als natürlich erscheinen und legitimiert sie. Obdachlosigkeit erscheint so als weitgehend sinnvolles Phänomen. Obdachlose scheinen durch ihre Verhaltensweisen selbst die Schuld an ihrem Schicksal zu haben.

Die Nuancierung danach, wie stark das Stigma jeweils zuzutreffen scheint, ist ein entscheidender Teil des Stigma-Managements von SFVs. Diese feinen Abstufungen des Stigmas sorgen für genaue interne Differenzierungen. Das Stigma wird in Reinform an der Bahnhofsmision verortet. Die symbolische Distanz zwischen SFVs und Nicht-SFVs könnte trotz räumlicher Proximität kaum größer sein. Die SFVs distanzieren sich, nicht zuletzt durch das Verkaufen des SFs selbst, von Verwahrlosung und Antriebslosigkeit, während die „wahren Obdachlosen“ ihre Inferiorität weitestgehend selbst anerkennen.

Innerhalb der Gruppe der SFVs selbst findet vor allem eine Differenzierung nach der Legitimität der eigenen Verkaufspraxis statt. Betteln gilt als Stigma und somit als negativer Bezugspunkt. Ökonomisch erfolgreiche VerkäuferInnen halten den gesellschaftlich akzeptierten Leistungsgedanken am stärksten hoch und distanzieren sich von der lediglich symbolischen Erfüllung des Leistungsgedankens durch das Verkaufen eines einzigen Straßenfegers. Während die erste Gruppe einen maximalen Aufwand an Leistung vorweisen kann, wird die letztere Gruppe durch ihren vermeintlich minimalen Aufwand stigmatisiert. Doch in Relation zu „richtigem Betteln“ kann wiederum diese Gruppe durch ihr Minimum an gesellschaftlicher Normenorientierung vergleichsweise viel Legitimität besitzen.

Diese ausgeprägte Kultur der Nuancierung zeigt die weite Verbreitung gesellschaftlicher Standards im Feld der SFVs. Subkulturelle Werte oder gar Felder mit umgekehrten Vorzeichen finden sich kaum. Vorgefundene abweichende Werte und Lebenseinstellungen wie Strukturlosigkeit, das Motiv des „In-den-Tag-Hineinlebens“ oder das Fehlen von Aufstiegs-Ambitionen erscheinen eher als Anpassungsstrategien an das Mögliche (amor fati) und nicht als radikale Ablehnungen gesellschaftlicher Werte. Abgrenzungen nach oben finden sich kaum und das gesamtgesellschaftlich legitime kulturelle Kapital hat auch in diesem Feld der relativ Deklassierten Distinktionskraft. Erfolg ist keine Schande. Auch privilegiertere Lebensstile erfolgreicher SFVs werden nicht geneidet oder als illegitim angesehen. Das gesellschaftlich Normale gilt als ultimativer Bezugs-

punkt. Alle versuchen in Anbetracht ihrer verfügbaren Ressourcen, den gesellschaftlichen Idealen so gut wie nur möglich zu entsprechen. Viele kämpfen sehr aktiv um die Wiedererlangung von normalen Lebensverhältnissen. Durch kritische Reflexion der Forschungspraxis ist es wahrscheinlich, dass diese Ergebnisse etwas relativiert werden müssen. Die große Anzahl an Absagen weist auf eine gewisse Verzerrung hin. Durch Scham, Unzuverlässigkeit bei Terminvereinbarungen bzw. existentielle Nöte und Zeitmangel könnten vor allem SFVs mit weitaus stärkeren Stigma-Erfahrungen und womöglich sehr negativen Einstellungen zu gesellschaftlichen Idealen vernachlässigt worden sein.

So gibt es keine SFVs unter den Interviewten, die es aufgrund von abweichenden Werten in die Obdachlosigkeit gezogen hätte oder die es darauf angelegt hätten. Die Bandbreite an SFVs reicht von gelegentlich arbeitenden Dazuverdienern mit Wohnung und ohne Obdachlosigkeitserfahrungen bis zu drogensüchtigen Obdachlosen, die Tag für Tag um die existentielle Reproduktion kämpfen müssen. Dazwischen bewegen sich die meisten SFVs mit zumeist sehr durchmischten Biographien. Aufgrund der unterschiedlichen sozialen Hintergründe und Lebensbedingungen sind auch die Methoden des Stigma-Managements alles andere als einheitlich. Die meisten Bewältigungsstrategien besitzen einen ambivalenten Charakter: Der Angriff auf das symbolische Gewaltmonopol des Staates findet sich genauso wie dessen Verteidigung; der Straßenfeger funktioniert sowohl als Stigmatisierung- als auch als Normalisierungsinstrument; der Ignoranz des Stigmas muss ein bestimmtes Maß an Akzeptanz des Stigmas folgen; mit dem Körper kann die Stigmatisierung kontrolliert werden (Vorzeigen der einstichfreien Venen oder eines vollen Gebisses) und umgekehrt kann die Stigmatisierung den Körper kontrollieren (durch Manifestation von Schamgefühlen). Diese Varianzen im Stigma-Management verweisen auf den relationalen Charakter des Stigmas. Für unterschiedliche Typen gelten unterschiedliche Verhaltensmaßregeln. So können sich obdachlose SFVs durch das Verkaufen normalisieren, während der SF bei normalen Hartz-IV-EmpfängerInnen als Statusabstieg stigmatisiert. Eine genauere Analyse von typspezifischen Stigma-Erwartungen, etwa durch eine intersektionale Analyse könnte diesen kategorialen Aspekt des Stigma-Managements stärker beleuchten. Vor allem die umstrittene Rolle von Roma und Sinti im Feld der SFVs scheint vielversprechend, da ausschließlich Deutsche interviewt wurden. Auch eine gesonderte Betrachtung der Katego-

rie Frau fehlt, da trotz der Interviews mit vier weiblichen SFVs dazu keine nennenswerten Eigenheiten in der gesellschaftlichen Stigma-Erwartung gefunden werden konnten.

Die theoretischen Bezugspunkte erwiesen sich als für den Untersuchungsgegenstand und das Forschungsinteresse kompatibel. Goffman und Bourdieu ergänzen sich in Bezug auf Analysen symbolischer Alltagskämpfe sehr gut. So konnte das Bourdieusche Habitus-Konzept gewinnbringend auf Goffmans Stigma-Konzept angewendet werden, indem es systematisch aufzeigt, dass viele Instrumente des Stigma-Managements nicht allen gleichermaßen zur Verfügung stehen. Gutes Schauspielen mag das Stigma minimieren, aber nicht jedem ist es gegeben, ein guter Schauspieler zu sein. SFVs verkaufen nicht primär Zeitungen, sondern Moral, und zwar ihre eigene. Es geht also um die Fähigkeit, anerkannte gesellschaftliche Werte glaubhaft darstellen zu können, ganz gleich, ob es sich um Arbeitsmoral, Uneigennützigkeit oder Freundlichkeit handelt. Dadurch, dass in dieser Arbeit aus forschungspragmatischen Gründen die KäuferInnen und deren Kaufentscheidungsgründe kaum untersucht wurden, konnten die genauen Kriterien für das Glänzen oder Scheitern auf dieser Stigma-Bühne nicht eruiert werden.

## **8. Epilog**

Ein entscheidender Faktor zur Bestimmung der Nähe und Distanz zum Stigma stellen zweifelsfrei materiellen Ressourcen der SFVs dar. Neben dem Besitz/Nicht-Besitz von Wohneigentum und Sozialleistungen sind hier vor allem die Einkünfte durch die Verkaufstätigkeit von Interesse. Dennoch wurde bewusst darauf verzichtet, diese Daten in die Arbeit mit aufzunehmen. Das hat mehrere Gründe. Zum einen zeigte sich, dass die Frage nach dem Geld unter SFVs (wie auch im Rest der Gesellschaft) heikel ist. Einige vermieden präzise Angaben darüber. Emil schaltete zur Beantwortung der Frage das Aufnahmegerät aus. Viele SFVs haben das Gefühl, dass das Ausmaß ihres Erfolgs ihnen übel genommen werden könne. So sind die Summen, die verdient werden, an und für sich nicht außergewöhnlich, doch gelten für SFVs bekanntermaßen oft andere Maßstäbe als für den Rest der Gesellschaft. Auch wenn Bedürftigkeit für viele KundInnen nicht das entscheidende Kriterium darstellt, Geld zu spenden, so könnte Nicht-Bedürftigkeit sehr wohl für viele ein Kriterium dafür sein, wann nicht gespendet werden

sollte. Es handelt sich hier, wie bei so vielen Lebensbereichen von SFVs um einen prekären Balance-Akt. Wie 'normal' darf ein Stigma-Träger sein?

## 9. Literaturverzeichnis

Abels, Heinz/Keller Berndt (1974): Obdachlose. Zur gesellschaftlichen Definition und Lage einer sozialen Randgruppe. Studienbücher zur Sozialwissenschaft 9, Opladen: Verlag für Sozialwissenschaften.

Amann, Klaus/ Hirschauer, Stefan (1997): Die Befremdung der kleigene Kultur. Ein Programm. in: Amann, Klaus/ Hirschauer, Stefan (Hg.): Die Befremdung der eigenen Kultur. Zur ethnographischen Herausforderung soziologischer Empirie. Frankfurt am Main: Suhrkamp: 7-52.

BAG Wohnungslosenhilfe e.V. (2013): Aktuelle Daten zur Lebenslage von Menschen in Wohnungsnot und sozialen Schwierigkeiten. In: [http://www.bagw.de/de/themen/statistik\\_und\\_dokumentation/statistikberichte/](http://www.bagw.de/de/themen/statistik_und_dokumentation/statistikberichte/) (Zugriff am 12.12.2014).

Becker, Howard Saul (2014): Outsiders. Zur Soziologie abweichenden Verhaltens. Wiesbaden: Springer VS.

Bourdieu, Pierre (1976): Entwurf einer Theorie der Praxis: auf der ethnologischen Grundlage der kabyrischen Gesellschaft. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Bourdieu, Pierre (2001): Meditationen: zur Kritik der scholastischen Vernunft. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Bourdieu, Pierre (2002): Die verborgenen Mechanismen der Macht. Schriften zu Politik und Kultur 1. Hamburg: VSA.

Bourdieu, Pierre (2004): Der Staatsadel. Konstanz: UVK.

Bourdieu, Pierre (2005): Die männliche Herrschaft. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Bourdieu, Pierre (2007): Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Bourdieu, Pierre (2008): Sozialer Sinn. Kritik der theoretischen Vernunft. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Breidenstein, Georg/Hirschauer, Stefan/Kalthoff, Herbert/Nieswand, Boris (2013): Ethnographie: Praxis der Feldforschung. Konstanz/München: UVK.

Dean, Mitchell (1991): The constitution of poverty. Toward a genealogy of liberal governance. London: Routledge.

Duneier, Mitchell (2001): Sidewalk. New York: Farrar, Straus and Giroux.

Fichtner, Jörg/Enders-Drägässer, Uta/Sellach, Brigitte/Zeng, Matthias (2005): "Dass die Leute uns nich' alle über einen Kamm scheren": Männer in Wohnungsnot; eine qualitative Untersuchung zu Deutungsmustern und Lebenslagen bei männlichen Wohnungsnotfällen. Frankfurt am Main, Gesellschaft für Sozialwissenschaftliche Frauenforschung e.V.; Forschungsverbund Wohnungslosigkeit und Hilfen in Wohnungsnotfällen (Ed.). In: <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0168-ssoar-125878> (Zugriff am 13.12.2014).

Gans, Herbert J. (1995): The war against the poor. The underclass and antipoverty policy. New York: Basic Books.

Gerull, Susanne (2014): Wohnungslosigkeit in Deutschland. In: Aus Politik und Zeitgeschichte 20-21/2014: 30-36.

Goffman, Erving (1973): Interaktion: Spaß am Spiel. Rollendistanz. München: Piper.

Goffman, Erving (1981): Geschlecht und Werbung. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Goffman, Erving (1991): Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag. München: Piper.

Goffman, Erving (1994): Interaktion und Geschlecht. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Goffman, Erving (1996): Interaktionsrituale. Über Verhalten in direkter Kommunikation. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Goffman, Erving (2012): Stigma: über Techniken der Bewältigung beschädigter Identität. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Heitmeyer, Wilhelm (2008): Die Ideologie der Ungleichwertigkeit. Der Kern der gruppenbezogenen Menschenfeindlichkeit, in: ders. (Hrsg.), Deutsche Zustände, Folge 6, Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Jencks, Christopher (1994): The homeless. Cambridge: The Harvard University Press.

Kelling, George L./ Wilson, James Q. (1982): Broken Windows. The police and neighborhood safety. In:

<http://www.theatlantic.com/magazine/archive/1982/03/broken-windows/304465>

(Zugriff am 14.12.2014).

Könen, Ralf (1990): Wohnungsnot und Obdachlosigkeit im Sozialstaat. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Liebow, Elliot (1993): Tell them who I am: the lives of homeless woman. New York: Free Press.

Nohl, Arnd-Michael (2013): Relationale Typenbildung und Mehrebenenvergleich : neue Wege der dokumentarischen Methode. Wiesbaden: Springer VS.

Oberhuber, Florian (1999): Die Erfindung des Obdachlosen: Eine Geschichte der Macht zwischen Fürsorge und Verführung. Wien: Turia und Kant.

Paegelow, Claus (2004): Handbuch Wohnungsnot und Obdachlosigkeit: Einführung in das Arbeitsfeld der Wohnungslosen- und Obdachlosenhilfe. Bremen: Selbstverlag.

Simon, Titus (2001): Wem gehört der öffentliche Raum? Zum Umgang mit Armen und Randgruppen in Deutschlands Städten; gesellschaftspolitische Entwicklungen, rechtliche Grundlagen und empirischen Befunde. Opladen: Leske und Budrich.

Wesselmann, Carla (2009): Biografische Verläufe und Handlungsmuster wohnungsloser Frauen: Im Kontext extrem asymmetrischer Machtbalancen. Rekonstruktive Forschung in der Sozialen Arbeit, Band 8. Opladen: Budrich.

## **Ehrenwörtliche Erklärung**

Ich versichere an Eides statt, dass die vorliegende Arbeit von mir selbständig angefertigt wurde, sämtliche verwendeten Hilfsmittel und Quellen angegeben wurden und die Arbeit an keiner weiteren Stelle zur Prüfung vorgelegt wurde.

---

Ort und Datum

---

eigenhändige Unterschrift

## **Anhang**

Anhang 1: Leitfadengestützter Interviewfragebogen

Anhang 2: Lebenssituation der interviewten Straßenfeger-VerkäuferInnen

## **GESPRÄCHSLEITFADEN**

### **Interviews mit VerkäuferInnen des Straßenfegers im Zeitraum 20. Mai bis 30. Juni 2014**

#### ***Stigma-Erfahrungen***

1. Wie ist deine derzeitige Wohnsituation? Würdest du dich selber als obdachlos bezeichnen?
2. Hast du das Gefühl, von den Leuten als obdachlos wahrgenommen zu werden?
3. Wie würdest du die Reaktionen der Leute auf dich charakterisieren?
4. Was denken die Leute so über dich? Hast du das Gefühl, dass viele dich verurteilen?
5. Was denkst du über deine KollegInnen? Sind sie dir ähnlich oder eher nicht?
6. Welche Bedeutung hat das Verkaufen des Straßenfegers für dich?
7. Nimmst du Drogen?

#### ***Selbstpräsentation***

8. Wie verkaufst du den Straßenfeger? Hast du einen bestimmten Spruch?
9. Achtest du beim Verkaufen auf etwas Bestimmtes? Wie versuchst du dich zu präsentieren?
10. Hast du das Gefühl, eine Rolle zu spielen?
11. Welche Bedeutung hat die Zeitung beim Verkaufen?

#### ***Sozialer Hintergrund***

12. Wie würdest du deine Kindheit beschreiben?
13. Was haben deine Eltern beruflich gemacht?
14. Welche Schulbildung hast du genossen?
15. Hast du Berufserfahrung sammeln können?
16. Was war der Auslöser für die Obdachlosigkeit?

#### ***Grundsätzliche Lebenseinstellung***

17. Was würdest du sagen, ist dir wichtig im Leben?
18. Was machst du in deiner Freizeit?
19. Was sind deine Zukunftspläne?

## Lebenssituation der interviewten Straßenfeger-VerkäuferInnen

Quelle: Eigene Darstellung

Name und Alter		Suchtverhalten	Institutionelle Stigmatisierung	Gründe für Obdachlosigkeit	Sozialer Hintergrund	Erfolg / Alltagserfahrungen
<b>Aya (27)</b>	Wohnheim	ehem. Drogen-süchtige	H IV / Verlust des Sorgerechts	Flucht aus dem Elternhaus	Eltern Alkoholiker, keine Ausbildung	mittelmäßig / wird als Junkie wahrgenommen
<b>Bernd (ca. 30)</b>	Wohnheim	Haschisch-Konsument	Frührente / keine	Arbeitsunfall; sucht aktiv nach einer Wohnung	arm, unterstützendes Elternhaus, gelernter Dachdecker	gut
<b>Christina (ca. 50)</b>	eigene Wohnung	keines	H IV / keine	Krankheit; nicht mehr obdachlos	unbekannt	sehr gut / Stammkunden lieben sie
<b>David (ca. 35)</b>	obdachlos	ehem. Drogen-süchtiger	H IV-Kürzungen	Gefängnis / Drogen	Eltern Alkoholiker, keine Ausbildung oder Berufserfahrung	gut
<b>Emil (46)</b>	Wohnung vom Senat	keines	H IV / keine	aus leerstehender Wohnung geworfen; nicht mehr obdachlos	gutbürgerlich, Vater Alkoholiker, kein Abschluss oder Abitur	extrem hoch
<b>Franzi (26)</b>	obdachlos	keines	lehnt H IV ab	Probleme mit dem Vermieter	sehr arm, ausgebildete Pflegekraft	gut; Stammkunden und positive Erfahrungen

Anhang 2

<b>Name und Alter</b>		<b>Suchtverhalten</b>	<b>Institutionelle Stigmatisierung</b>	<b>Gründe für Obdachlosigkeit</b>	<b>Sozialer Hintergrund</b>	<b>Erfolg / Alltagserfahrungen</b>
<b>Günther (30-35)</b>	obdachlos	Alkohol	lehnt H IV ab	Gefängnisarrest	Heimkind, keine Ausbildung oder Berufserfahrung	gut; Stammkunden und positive Erfahrungen
<b>Harry (43)</b>	eigene Wohnung	ehem. Drogensüchtiger	H IV / Hausverbot in der S-Bahn	Gefängnisarrest; nicht mehr obdachlos	arm, unterstützendes Elternhaus, Ausbildung abgebrochen	gut, fühlt keine Stigmatisierung
<b>Igor (38)</b>	Wohnheim	gelegentlich Kokain	H IV / Therapieverpflichtung / Verlust Sorgerecht	Gefängnisarrest	reiches Elternhaus, mehrere Ausbildungen begonnen; ehem. Supervisor im Call-Center	gut, verkauft nur gelegentlich
<b>Jan (ca. 35)</b>	Wohnheim	ehem. Drogensüchtiger	H IV / Hausverbot S-Bahn	Drogensucht	untere Mittelschicht	gut
<b>Klaus (ca. 35)</b>	obdachlos	Alkohol	beantragt aus Scham kein H IV	Flucht aus dem Heim	Heimkind, keine abgeschlossene Ausbildung und keine Berufserfahrung	niedrig, sehr nervös, fühlt sich stigmatisiert
<b>Leo (ca. 50)</b>	obdachlos	Heroinabhängigkeit	keine Papiere, kein H IV	aus leerstehender Wohnung geworfen	arm, Ausbildung als Maurer, lange schwarz gearbeitet,	arbeitet viel, hat Stammkunden
<b>Martin (46)</b>	eigene Wohnung	ehem. Spielsüchtiger	keine	Spielsucht; nicht mehr obdachlos	bürgerlicher Hintergrund, Studium abgebrochen	gut, viele Stammkunden
<b>Nina (ca. 30)</b>	obdachlos	Heroinabhängigkeit	gekürztes H-IV, Hausverbot S-Bahn	Gefängnisarrest	Vater Alkoholiker	fühlt sich stigmatisiert und als Junkie abgestempelt

Anhang 2

<b>Name und Alter</b>		<b>Suchtverhalten</b>	<b>Institutionelle Stigmatisierung</b>	<b>Gründe für Obdachlosigkeit</b>	<b>Sozialer Hintergrund</b>	<b>Erfolg / Alltagserfahrungen</b>
<b>Olaf (42)</b>	eigene Wohnung	ehem. Alkoholiker	H IV / keine	nicht obdachlos	Eltern Alkoholiker, wurde missbraucht	erfolgreich, positive Erfahrungen
<b>Paul (über 60)</b>	eigene Wohnung	keines	H-IV / keine	bürokratische Probleme; nicht mehr obdachlos	bürgerlicher Hintergrund, arbeitete im Journalismus	sehr erfolgreich
<b>Richard (über 60)</b>	eigene Wohnung	keines	Mindestrente / keine	nicht obdachlos, jedoch Obdachlosigkeitserfahrungen	Mittelstand, als Sanitäter gearbeitet	sehr erfolgreich
<b>Stefan (ca. 35)</b>	obdachlos	keines	H-IV / Verlust des Sorgerechts	Gefängnis (zu Unrecht verurteilt)	arm, als Koch gearbeitet	Erfolg aber auch viel Stigmatisierung
<b>Timo (ca. 50)</b>	Wohnheim	ehem. Spielsüchtiger	H-IV / keine	Mieterhöhung / Probleme mit dem Vermieter	Mittelstand, als Kraftfahrer gearbeitet	gut, verkauft nur gelegentlich
<b>Ulrike (über 60)</b>	eigene Wohnung	keines	Mindestrente	keine Obdachlosigkeitserfahrungen	sehr armes Elternhaus, Hausfrau und ehem. Zeitungsverkäuferin (BZ)	verkauft nur gelegentlich, positive Erfahrungen
<b>Viktor (ca. 50)</b>	eigene Wohnung	keines	H-IV / keine	keine Obdachlosigkeitserfahrungen	armes Elternhaus, Studium abgebrochen	gering, hat noch Nebenjobs