universität wien

MASTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Masterarbeit / Title of the Master's Thesis

"Cut Around The World - Anerkennung und Interaktion im Pop-Up- Frisiersalon"

Verfasst von / submitted by

Carmen Subota BSc

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree of

Master of Arts (MA)

Wien, 2021 / Vienna, 2021

Studienkennzahl lt. Studienblatt / degree programme code as it appears on the student record sheet:	A066 589
Studienrichtung lt. Studienblatt / degree programme code as it appears on the student record sheet:	Masterstudium Internationale Entwicklung
Betreut von / Supervisor:	Dr.in Vera Brandner

„Interaktion bedeutet, dass sich Individuen aneinander orientieren und aufeinander reagieren. Sie suchen und finden ihre Identität im Spiegel der Anderen.“
(Abels 2020: 285)

FÜR EUCH,

Diese Arbeit darf ich euch widmen. Ihr habt mich und mein Projekt angenommen und mir eure Zeit geschenkt. Ihr habt mit mir nachgedacht und mein Denken und Handeln in Bewegung gebracht. Mir Blicke in eure Leben erlaubt. Ihr habt mich durch all die Phasen des Forschens begleitet. Danke.

Ohne die umfangreiche Unterstützung von meiner Betreuerin Dr.in Vera Brandner wäre diese Arbeit nicht möglich gewesen. Danke für die Begleitung von der Praxis in die Theorie und darüber hinaus.

INHALTSVERZEICHNIS

1. EINLEITUNG 6

2. PERSÖNLICHER BEZUG ZUM FORSCHUNGSHINTERGRUND 9

2.1 Die Gründung des Projektes CATW 10

2.1 CATW – Arbeiten im transkulturellen Team 14

Entwicklung des Untersuchungsgegenstandes 17

3. WISSENSCHAFTLICHES ERKENNTNISINTERESSE UND FORSCHUNGSFRAGE(N) 20

4. FRISIEREN UND HAARE ALS PRAXIS 24

4.1 Woher kommen die Stereotype gegenüber der Frisier-Branche? 27

4.2 Trends und Frisuren als Spiegel der Gesellschaft 31

4.3 Haare-tragen auf individueller Ebene 39

Exkurs über den Blick in den Spiegel 43

5. SALON-KONZEPTE – RÄUME DER BEGEGNUNG 44

5.1 Der klassische Frisiersalons in Österreich 45

5.2 Soziale Haarschneide-Projekte weltweit 47

5.2.1 Barber Angels Brotherhood 48

5.2.2 Beauty 2 the streetz 50

5.2.3 Do Something for Nothing 51

5.2.4 Der Pop-Up-Salon CATW 52

6. EMPIRIE 55

6.1 Beschreibung der Fallstudien 57

6.1.1 Fallstudie 1 57

6.1.2 Fallstudie 2 60

6.2 Methodologische Elemente 63

6.2.1 Spiralförmigkeit und hermeneutischer Zirkel 64

6.2.2 Teilnehmende Beobachtung, Forschungstagebuch 65

6.2.3 Forschungsgespräche 65

6.2.4 Kodierprozess 67

6.2.5 Kooperativ-Reflexive Elemente 71

6.3 Reflexion des Forschungsprozesses 72

7. THEORIESKIZZE 74

7.1 Phänomen: Anerkennung 78

Interaktion: Sehen und Gesehen-werden 79

7.2 Persönliche Indikatoren 80
7.3 Setting 80
7.4 Beweggründe 84
7.5 Auswirkungen 88
*Reflexion über die Zusammenarbeit mit geflüchteten Friseur*innen 89*
8. THEORETISCHER DISKURS 92
8.1 Interaktion: Sehen und Gesehen-werden im Pop-Up-Salon 92
Sehen und Gesehen-werden 97
8.2 Wunsch nach Anerkennung und sozialer Wertschätzung im Pop-Up-Salon 99
9. ZUSAMMENFASSUNG 103
Beantwortung der Forschungsfragen 106
10. AUSBLICK 109
LITERATUR 111
ABBILDUNGSVERZEICHNIS 115
ANHANG 1: AUSZUG HANDOUT 117
ANHANG 2: FLYER VIENNA WE 119
ANHANG 3: EINVERSTÄNDNISERKLÄRUNG FOTOVERWENDUNG 120
ANHANG 4: TABELLE FORSCHUNGSDESIGN 121
ANHANG 5: DEUTSCHES ABSTRACT 124
ANHANG 6: ENGLISCHES ABSTRACT 126

1. Einleitung

Das Frisieren oder Haareschneiden ist ein Handwerk, welches von Menschen auf der ganzen Welt ausgeübt wird. Die Inanspruchnahme dieser Dienstleistung gilt global als eine zum Alltag gehörende Beschäftigung, welcher in regelmäßigen Abständen nachgegangen wird.

20 Jahre Praxis als Friseurin in Österreich, und viele Aufenthalte im Ausland haben gezeigt, dass Haareschneiden nicht immer hinter verschlossenen Türen eines Frisiersalons stattfindet. Haare werden vor dem Salon, auf offener Straße oder auf Wochenmärkten geschnitten. In Wien habe ich das Haareschneiden in der Form bisher noch nie gesehen.

Vor sechs Jahren habe ich ein Experiment gestartet, um herauszufinden, ob ein offeneres Haarschneide-Setting auch in Wien funktionieren könnte. Das Projekt trägt den Namen cut around the world (CATW) und lässt sich auch als Pop-Up-Frisiersalon bezeichnen. Die Bezeichnung Pop-Up-Salon ist der Idee des „Pop-Up-Stores“ entlehnt, welcher ähnlich zum Pop-Up im Internet (engl. To pop up = plötzliches auftauchen) eine Taktik des schnellen Auf- und Abbaus eines Verkaufsraumes beschreibt. Kennzeichnend für den Pop-Up-Salon ist die performative Umsetzung eines klassischen Friseur*innen-Salons, jedoch in einem öffentlichen Kontext. Mit diesem Projekt verlasse ich den Frisiersalon und trage das Handwerk nach draußen. Dabei hat sich gezeigt, dass Interaktionen zwischen Menschen, die einander fremd sind, entstehen - welche ohne den Pop-Up-Salon nicht geschehen.

Im Laufe der Jahre hat sich das Projekt in eine transkulturelle Richtung entwickelt. Mittlerweile schneiden bei CATW Friseur*innen mit unterschiedlichen biographischen Kontexten, Menschen die Haare. Ein Teil des Teams sind Friseur*innen mit Fluchterfahrung. Geflüchtete Menschen sind in Österreich, aber auch darüber hinaus eine marginalisierte Randgruppe, und mit Vorurteilen und Diskriminierung gegenüber ihrer Herkunft und Nationalität konfrontiert. Der Pop-Up-Salon wurde auf verschiedenen Veranstaltungen zum Thema Flucht eingebettet und dabei sollte den Geflüchteten eine Möglichkeit geboten werden, mit Menschen aus Österreich in Kontakt zu kommen und dabei ihren Beruf, dessen Ausübung ihnen während dem Asylverfahren verboten ist.

Beim gemeinsamen Arbeiten im transkulturellen Team habe ich die Erfahrung gemacht, dass das Haareschneiden, im Setting eines halb-öffentlichen Raums auf einer

Veranstaltung Menschen, die einander fremd sind näherbringen kann. Im Vergleich zum klassischen Frisiersalon gibt es im Pop-Up-Salon nicht zwei, sondern drei Akteur*innen (Friseur*in, Kund*in und Beobachter*in). Die Menschen begegnen einander im Pop-Up-Frisiersalon und kommen darüber hinaus miteinander ins Gespräch. Dies veranlasse mich in weiterer Folge dazu, die vielfältigen Geschehnisse dieses Projektes zum Gegenstand meiner Forschung zu machen.

Dabei steht im Fokus des Interesses, was die Friseur*innen sowohl die Kund*innen dazu veranlasst, bei dieser Haarschneide-Aktion mitzumachen.

Diese Arbeit handelt vom Haareschneiden als ein Ort für Begegnungen zwischen Menschen, die einander nicht kennen. Den genauen Entstehungszusammenhang und wie mein Berufsfeld zum Forschungsgegenstand wurde, beschreibe ich in Kapitel 2. Haareschneiden im öffentlichen bzw. halb-öffentlichen Raum hatte einen besonderen Reiz für mich, vor allem das Aufeinandertreffen der Menschen darin und wie sie ihren Umgang miteinander gestalten.

1.) Inwiefern unterscheidet sich der Pop-Up-Salon vom klassischen Frisiersalon-Setting? Worin bestehen die jeweiligen Unterschiede?

2.) Welche besonderen Formen von Interaktion entstehen im Pop-Up-Salon?
    → Wie findet Begegnung statt?
    → Warum nehmen Menschen daran teil?
    → Was nehmen sich die Beteiligten davon mit?

Das transdisziplinäre Studienfach der Internationalen Entwicklung ermöglichte es mir, den Pop-Up-Salon nicht nur als Friseurin, sondern auch aus einer sozio-kulturellen Perspektive zu betrachten und ins Zentrum meiner Forschungsarbeit zu stellen (siehe dazu Kapitel 3). Dabei begebe ich mich als Forscherin nicht in ein mir zuvor unbekanntes Gebiet, sondern bewege mich in einem mir vertrauten Feld. Meine persönliche Arbeitswelt wird zum Forschungsgegenstand und mir ist bewusst, dass ich durch meine Praxis als Friseurin und als Initiatorin des Projektes CATW biographisch involviert bin. In Kapitel 4 widme ich mich dem Thema *Frisieren und Haare als Praxis*, um etwas näher auf den Friseur*innen-Beruf und das Handwerk einzugehen. Dabei liegt ein Fokus, auf der Auseinandersetzung mit der Frage nach den Stereotypen, welche mit dem Berufsstand

assoziiert werden, obwohl dieser als Form der Körperpflege als notwendig[1] angesehen wird. Mich interessierte auch, welche Salon-Konzepte es neben den bekannten klassischen Frisier-Geschäften gibt. Dazu habe ich mich in Kapitel 5 genauer mit alternativen Haarschneide-Projekten weltweit auseinandergesetzt.

Über mehrere Jahre hinweg realisierte ich Pop-Up-Salons mit CATW auf unterschiedlichen Veranstaltungen in Wien und darüber hinaus. Aufgrund meiner Beteiligung an Haarschneideprojekten für Geflüchtete, kam ich mit Friseur*innen aus Ländern wie Afghanistan und dem Irak in Kontakt. Weshalb diese Arbeit auch immer wieder die Zusammenarbeit des transkulturellen CATW-Friseur*innen-Teams in den Fokus stellt. In Kapitel 6 widme ich mich der empirischen Auseinandersetzung mit meinem Projekt. Alle von mir erhobenen Daten beziehen sich auf zwei Fallstudien, die beide im Rahmen von Veranstaltungen zum Thema Flucht in Wien stattgefunden haben. Die Datenerhebung erfolgte im Jahr 2017, wobei die Datenauswertung und Verschriftlichung in den Jahren danach bis 2021 realisiert wurden.

Haareschneiden sozialwissenschaftlich zu beforschen ist für mich deswegen so spannend, weil ich als Friseurin bei CATW verschiedene soziale Phänomene zwischenmenschlicher Interaktion beobachtet habe, eben diese werden in dieser Arbeit untersucht. Mit der wissenschaftlichen Forschungsmethode der Reflexive Grounded Theory Method (RGTM) ist es möglich, neue Theorien zu entwickeln und zu erforschen. Die RGTM gilt grundsätzlich als qualitativer Forschungsansatz und findet üblicherweise in den Kultur- und Sozialwissenschaften Anwendung. Ein wesentlicher Teil der RGTM ist die Bildung einer Theorie bzw. einer Theorieskizze (Kapitel 7), welche sich aufgrund von alltagsweltlichen Erfahrungsdaten wie Interviews, Forschungstagebüchern und Dokumenten begründen lassen. Aus meiner Untersuchung hat sich eine Theorieskizze ergeben, anhand welcher in Folge das Thema *Anerkennung und Interaktion* als relevantes Phänomen weiter ausgeführt und behandelt wird. In Kapitel 8, werden meine Ergebnisse in den aktuellen theoretischen Diskurs eingebettet und diskutiert. Abschließend wurde ein Fazit formuliert, um einen zusammenfassenden Ausblick zu geben.

Die vorliegende Arbeit war nur in Zusammenarbeit mit vielen Beteiligten möglich. Neben meinem CATW-Team habe ich in engem Austausch mit Co-Forscherinnen gearbeitet. Im Sinne der verwendeten Methodik der RGTM und dem Zugang von *all is data* (Glaser 2001:

[1] Die Covid 19- Pandemie hebt die Bedeutung der*des Friseur*in als körpernahe Dienstleister*innen gerade besonders gut hervor.

145) konnte ich meinen Blickwinkel immer wieder erweitern und die Gesamtheit meiner Forschung als erkenntnisreichen Lernprozess wahrnehmen.

2. Persönlicher Bezug zum Forschungshintergrund

Die in diesem Zusammenhang verwendete Forschungsmethodik der RGTM erlaubte es mir, mich als Subjekt in der Erkenntnisgewinnung zu verorten. Den persönlichen und lebensgeschichtlichen Erkenntnisprozessen von Forschenden wird im konstruktivistischen Ansatz der Methodik ein besonderer Stellenwert eingeräumt. (Brandner 2020, Breuer et al. 2019)

Im Alter von 15 Jahren war ich in Bezug auf meine bevorstehende Berufswahl orientierungslos und habe mich nach dem Ende meiner Schulpflicht spontan für eine Lehre als Friseurin entschieden. Für mich war schon als Kind klar, dass nach der Grundschule nur ein Lehrberuf in Frage kommen würde. Ich wollte und sollte möglichst bald selbständig mein eigenes Geld verdienen.
Nach meiner Lehre eröffnete sich die Gelegenheit, in einen renommierten Salon zu wechseln, mit einem jungen, modernen Team. Ich ergriff diese Chance und lernte, dass es enorme Unterschiede innerhalb der Frisier-Branche und von Salon zu Salon gibt. Innovative Unternehmer*innen wollen sich durch ein besonderes Ambiente und individuelles Konzept von Mitbewerbern abheben. Je nach Lage und Preisgestaltung unterscheidet sich auch die Zielgruppe, die den Salon besucht. Auch die Bezeichnung Stylist*in, als Synonym für Friseur*in, war damals ein relativ neu etablierter Begriff und soll ein Versuch sein, den Ruf der Frisier-Branche aufzuwerten. Allerdings bekam ich den Eindruck, als führe dieser Begriff eher zu einer Trennung innerhalb der Branche selbst. Als Friseur*innen werden diejenigen bezeichnet, die in „günstigen“ Salons tätig sind, während Haarstylist*innen hingegen die „ernstzunehmenden“ Profis der Branche vertreten. Ich verwende in der vorliegenden Arbeit beide Begriffe, ohne diese Trennung bzw. Wertung vorzunehmen.
Nach mehreren Jahren als Haarstylistin kam ich der Punkt, an dem mich der Beruf der nicht mehr erfüllte und ich mich verändern wollte. Daher entschied ich mich, neben meinem Vollzeitjob in der Abendschule die Matura zu absolvieren, um anschließend an der Universität Wien *Internationale Entwicklung* und *Geographie* zu studieren.
Der Schritt an die Universität war für mich ein Neubeginn und ungewohntes Territorium. Während ich mich anfangs noch für meinen Werdegang und meinen Lehrberuf schämte, wurde ich mit den Jahren selbstbewusster. Ich arbeitete neben dem Studium weiterhin als

Friseurin und war schließlich stolz auf diese ungewöhnliche Kombination, aus einem niedrig angesehenen Beruf (siehe Kapitel 4.1) und der Ausbildung an einer Hochschule.
Durch meine transdisziplinären Erfahrungen an der Universität lernte ich, das Handwerk von Haarstylist*innen aus einer völlig neuen Perspektive zu betrachten. Im Rahmen von Exkursionen und längeren Auslandsaufenthalten interessierte ich mich für den Austausch mit Frisiersalons vor Ort. Ich fragte mich, welche Unterschiede und Gemeinsamkeiten es bei der Ausübung dieses Berufs weltweit zu entdecken gibt. In China beobachtete ich beispielsweise einen Friseur auf einem Wochenmarkt, der den Menschen zwischen Obst- und Gemüseständen die Haare schnitt. Diese Beobachtung schien zunächst skurril, aber gleichzeitig war ich inspiriert und stellte mir die Fragen: *Wie kann Haareschneiden außerhalb eines Salons stattfinden? Welche Modelle mobiler bzw. zeitgenössischer Frisiersalons gibt es? Kann ich auch in Österreich auf öffentlichen Plätzen Haare schneiden?*
Nach dieser Beobachtung entschied ich, mein Haarschneidewerkzeug von nun an auch auf Reisen mitzunehmen, um erste Erkenntnisse in Bezug auf diese Fragen zu sammeln. Immer wieder ergab sich durch mein Handwerk die Möglichkeit, mit Menschen vor Ort in Austausch zu kommen. Unabhängig vom kulturellen Hintergrund: Haare werden überall auf der Welt geschnitten und so wurde diese Tätigkeit zum Berührungspunkt, über den ich in jedem Land mit Einheimischen ins Gespräch kam. Außerdem war ich interessiert am Austausch mit internationalen Stylist*innen, die ich im Rahmen meiner Reisen kennenlernte. Ich lernte, dass nicht nur der Mann auf dem Markt in China draußen sein Handwerk ausübte. Viele Friseur*innen arbeiten aus unterschiedlichen Gründen vor ihren Salons oder unter freiem Himmel. Was für mich daran so besonders war, war die Tatsache, dass mit dem Verlassen des Salons das Haareschneiden zu einer Art öffentlichen Zusammenkunft wurde. Das zeigte sich durch die offenen und lockeren Gespräche die sich dort, unter Menschen die einander fremd waren, beobachten ließen.
Durch alle diese Erfahrungen keimte in mir schließlich die Frage: Inwiefern verändert sich die Erfahrung des Haareschneidens für Kund*innen aber auch für die Friseur*innen durch das Verlassen des Salons?

2.1 Die Gründung des Projektes CATW

Die Bezeichnung als Pop-Up-Salon war der Idee des „Pop-Up-Stores“ entlehnt, welcher adäquat zum Pop-Up im Internet (engl. to pop up = plötzliches Auftauchen) eine Taktik des schnellen Auf- und Abbaus eines Verkaufsraumes beschreibt. Kennzeichnend für den

Pop-Up-Salon war die performative Umsetzung eines klassischen Frisiersalons im öffentlichen Kontext.
Der Projektname cut around the world (CATW) ergab sich einerseits daraus, dass beim Haarescheneiden der Salon als fixer Ort verlassen wird, wodurch sich das große Potenzial der Flexibilität des mobilen Handwerks ausdrückt. Andererseits trifft der Name auch auf das transkulturelle Friseur*innen-Team zu welche freiwillig im Pop-Up-Salon mitarbeiten.

Die Brunnenpassage im 16. Wiener Gemeindebezirk veranstaltet jährlich ein Straßenkunstfest im öffentlichen Raum am wöchentlichen Brunnenmarkt am Yppenplatz im 16. Bezirk. So organisierte ich im Jahr 2014 zum ersten Mal eine Haarschneideaktion unter dem Namen CATW und kündigte das Konzept der Haarschneide-Aktion mit folgenden Worten an:

„My mission is to cut people´s hair at special places - hidden or public, urban or nature. I want to learn from hairdressers all around the world, gain cultural knowledge and experience social exchange. The project cut around the world is about working together with local people and a dialog based on our professions. There are so many things to learn from each other and hairdressing is the perfect tool to start the conversation. Hair is my passion and I want to expand and explore working places to find new possibilities of the hairdresser´s work.“

Das open (h)air-Setting unter blauem Himmel am Markt, umgeben von anderen Künstler*innen und Aussteller*innen, war neu und ungewohnt für mich. Die Besucher*innen des Marktes spazierten an meinem Frisier-Stand vorbei und beobachteten mich beim Haareschneiden. Manche von ihnen zogen weiter, andere blieben stehen und erkundigten sich nach dem Projekt. Als Friseurin bin ich es gewöhnt, dass mich die Kund*innen bei der Arbeit beobachten. Hier war ich der Öffentlichkeit ausgesetzt und spürte, wie mir von allen Seiten bei der Arbeit genau „auf die Finger geschaut“ wurde. Auch für die Kund*innen war es anfangs immer wieder eine ungewöhnliche Situation – sie konnten sich selber bei der Veränderung ihrer Frisur nicht sehen. Ihr Blick richtete sich beim Haareschneiden nicht wie gewohnt in einen Spiegel, sondern auf die offene Umgebung. Als Spiegel dienten somit lediglich die Blicke des Publikums. Den Menschen, die sich der Haarschneideaktion näherten, war zunächst Skepsis anzusehen: Werden hier tatsächlich Haare geschnitten? Es ist in Österreich ungewöhnlich, dass diese Dienstleistung unter freien Himmel angeboten wird. Manche gingen kopfschüttelnd weiter, andere lächelten und sagten, dass sie “so etwas“ aus ihrer Heimat oder von Urlauben kennen. Mit der Zeit versammelten sich immer mehr Menschen

um die Aktion. Es waren Menschen aus unterschiedlichen Mileus, manche von ihnen sagten, dass sie sich einen professionellen Haarschnitt nicht leisten können. Ich bot meine Haarschnitte gegen eine freie Spende an. Dabei appellierte ich an die Kund*innen, die Preise nach ihrem eigenen Ermessen festzulegen. Der Grundgedanke war folgender: Menschen, die es sich leisten konnten, mehr zu bezahlen, würden durch dieses solidarische Preismodell auch jenen Haarschnitte ermöglichen, die weniger oder keine finanziellem Ressourcen dafür hatten. Die Kund*innen begrüßten zuerst die Idee, allerdings bestätigte sich später, dass eine freie Preisgestaltung in diesem Setting unangebracht war. Es überforderte mich, vor versammeltem Publikum und während der Ausführung meiner Dienstleistung an einer*einem Kund*in, mit Anderen zu verhandeln.[2] So entschied ich vorerst, Haarschnitte im Rahmen des Projektes auch zu verschenken, für jene mit „guten" Argumenten.

Als Gegenzug für meine Dienste mit CATW erhielt ich einen Einblick in verschiedene Lebenswelten und darüber hinaus interessierte ich mich für die Gruppendynamik, welche sich immer wieder unter ähnlichen Gesichtspunkten im Projekt zu entwickeln schien. Ich beobachtete Menschen, die sich zwar zuerst überwinden mussten, es aber dann meistens genossen, wenn sie mitten im Zentrum des Geschehens – am Frisierstuhl Platz nehmen konnten.

Im Pop-Up-Salon zeigte es sich einfach, mit Anderen ins Gespräch zu kommen. Als Friseurin und Initiatorin war ich zwar die verantwortliche Person vor Ort. Aber sobald beispielsweise eine Person neu dazu kam, zeigten sich Anwesende (wartende Kund*innen, angehörige Freunde, Zuschauer*innen) ohne Berührungsängste und gaben den Anderen Auskünfte bzw. verwickelten sie in Gespräche. Immer wieder, und zum Teil auch abhängig von der Anzahl der Personen vor Ort, entwickelte sich ein geselliges Beisammensein, oft über mehrere Stunden hinweg.

Es wurde über die unterschiedlichsten Dinge gesprochen, aber meistens ging es um Haare und Frisurenstile und die damit verbundenen äußerliche Veränderungen, die im Pop-Up-Salon passieren (sollten). Die Menschen berieten sich gegenseitig und sprachen sich Mut zu.

[2] Ich habe mir laufend Gedanken über die Preissituation im Pop-Up-Salon gemacht, einerseits wollte ich diese solidarische Preisgestaltung beibehalten, andererseits blieb ich dadurch persönlich mit Mehrkosten zurück. Auch aus unternehmerischer Sicht soll die Wertschätzung eines Haarschnittes aber auch gegenüber der nicht negativ beeinflusst. Seither kann der Pop-Up-Salon nur noch in Kooperation mit Veranstaltungen stattfinden, die das Projekt sponsern und ihre Besucher*innen auf die Haarschnitte einladen.

Abbildung 1: CATW am Straßenkunstfest 2016

Auffällig war auch, dass CATW Menschen aus den unterschiedlichsten Alters- und Gesellschafts- bzw. Bildungsklassen anzusprechen schien. Eine gewisse Offenheit für Begegnung und Lust auf Interaktion brachten die meisten mit. Der Pop-Up-Salon wurde offensichtlich als Treffpunkt von Menschen, die sich einander fremd waren, angenommen und lud zu einem Beisammensein ein.

Immer öfter wurde das Projekt CATW zu Veranstaltungen eingeladen. Jede neue Umgebung erforderte spontane Kreativität beim Aufbau des Salon-Settings, welches, so vermutete ich auch einen Einfluss auf die Form der Interaktion vor Ort haben könnte. Dazu stellte sich eine Neugier im Hinblick auf die Menschen ein, die mir dort begegnen sollten. Auch die Wetterbedingungen mussten für die Haarschneide-Aktionen von CATW berücksichtigt werden. Das Arbeiten an sich unterschied sich in mehreren Aspekten vom Arbeiten im klassischen Salon. Durch die Veränderung von räumlichen Variablen ergaben sich im Pop-Up-Salon neue Dynamiken zwischenmenschlicher Interaktion, welche ich beim Haareschneiden bisher so noch nicht erlebt hatte.

Im nächsten Kapitel gehe ich näher auf die Arbeit mit dem CATW-Team ein, welches sich aus Friseur*innen mit und ohne Fluchthintergrund zusammensetzte.

2.1 CATW – Arbeiten im transkulturellen Team

Im Jahr 2015 kamen Menschen aus Ländern wie Afghanistan, Syrien und dem Irak nach Österreich um hier um Asyl anzusuchen. Die lokalen Unterkünfte für die Geflüchteten in Wien waren schnell überfüllt und die Zivilgesellschaft aufgefordert, unterstützend mitzuhelfen. Es gab plötzlich viele Ideen und Initiativen, die nicht nur Räume, sondern auch Möglichkeiten zur Freizeitgestaltung für diese Menschen anboten. Auch ich wollte einen Beitrag leisten und entschied, gemeinsam mit einer Kollegin, einer Freundin und einem Arabisch-Dolmetscher, zum Erstaufnahmezentrum für Asylsuchende nach Traiskirchen zu fahren, um dort im Pop-Up-Salon kostenlos Haarschnitte anzubieten. Es war ein Experiment. Wir wussten nicht, was passieren würde und ob wir überhaupt auf jemanden treffen würden, der sich von uns auf offener Straße die Haare schneiden lassen würde. Wir waren alle nervös und ich fragte mich: *Wird es funktionieren? Was kommt da auf uns zu?*

Schon beim Aufbau unseres Equipments im Park vor dem Erstaufnahmezentrum Traiskirchen versammelten sich einige Männer aus verschiedenen Ländern um uns. Sie waren neugierig und erkundigten sich nach unserem Vorhaben, der Dolmetscher sprach mit ihnen und übersetzte für uns. Einigen von ihnen war langweilig und sie schienen Ausschau nach einer Beschäftigung zu halten. Ein kostenloser Haarschnitt und Frisiersalon-Atmosphäre schien da gelegen zu kommen. Innerhalb kurzer Zeit waren 15 bis 20 Menschen um unseren Pop-Up-Salon versammelt. Als wir bei den ersten jungen Männern mit dem Haareschneiden starteten, war die anfängliche Anspannung schnell verflogen. Wie bei meinen bisherigen Erfahrungen mit diesem Projekt änderte sich die Stimmung von anfänglicher Anspannung und Unsicherheit zu einer allgemein lockereren und entspannten Atmosphäre. Manche der geflüchteten Männer waren nur Beobachter, andere ließen sich von uns die Haare schneiden. Sie halfen aktiv mit, indem sie die Reihenfolge der Kunden absprachen und eine Einteilung bestimmten, Beratungen vornahmen, sich bei der der Übersetzung und Erklärung von Frisuren einbrachten und nach dem Haarschnitt gegenseitig mit Haargel und Haarspray Stylings vornahmen. Am Ende fotografierten sie sich gegenseitig, um das Ergebnis betrachten zu können.
Einige erzählten Geschichten aus ihren Leben, über die Flucht aus ihren Heimatländern, von ihren Familien, ihren Hobbies und Wünschen. Der Dolmetscher half bei der Übersetzung, wobei die Verständigung auch ohne gemeinsame Sprache funktionierte.
Diese Haarschneideaktion vor der Flüchtlingsunterkunft Traiskirchen war für mich emotional sehr aufwühlend. Mich berührten die Geschichten und die Lebenssituation dieser jungen Männer. Ich hatte den Eindruck, dass sie sich freuten, dass ihnen jemand

zuhörte und sich Zeit für sie nahm. Auch für mein Kolleg*innen und den Dolmetscher war diese Aktion ein sehr schönes und berührendes Erlebnis. Am Weg nach Hause tauschten wir aufgeregt unsere Erfahrungen und Eindrücke aus, und mir wurde klar, dass ich weiterhin Pop-Up-Salons in dieser Form veranstalten will.

Nach diesem Tag organisierte ich weitere Haarschneideaktionen für Geflüchtete in Wien. Ich schloss mich einer Gruppe internationaler Haarstylist*innen mit dem Namen *Free Barbering for Refugees* an, die über Social Media nach freiwilligen Friseur*innen suchte, um in Flüchtlingsunterkünften und sozialen Einrichtungen Haare zu schneiden. Wir tauschten uns online aus und wickelten die Veranstaltungen gemeinsam mit den Sozialarbeiter*innen der Einrichtungen ab. Es waren verschiedenste Haarstylist*innen beteiligt: Starfriseur*innen, Unternehmer*innen, Arbeiter*innen, türkisch-, arabisch- und deutschsprechende. Alle hatten eine Gemeinsamkeit: Wir waren ausgebildete Friseur*innen und wollten mit unserem Handwerk einen sozialen Beitrag leisten. Der Austausch in der Gruppe war respektvoll und wir unterstützten uns bei der Arbeit gegenseitig, zeigten uns Tricks und Techniken des Haareschneidens oder arbeiteten gemeinsam an einem Haarschnitt.

Nach den ersten Aktionen mit *Barbering for refugees* hatte ich den Impuls, dass genau das, was wir in diesem interkulturellen Friseur*innen-Team machten, die Idee von CATW spiegelte – nur mit dem Unterschied, dass ich nicht in andere Länder reise (wie ursprünglich konzipiert) um mich beim Haareschneiden auszutauschen, sondern dass dieser interkulturelle bzw. transkulturelle Austausch[3] auch hier in Wien stattfinden konnte. Die Idee: Ein Team mit Friseur*innen aus unterschiedlichen Herkunftsländern welche durch die Arbeit und das Handwerk des Frisierens eine berufliche Gemeinsamkeit teilen.

Bei all diesen Aktionen mit *Barbering for Refugees* waren überwiegend Männer anwesend. Wenn Frauen dabei waren, dann nur begleitend und als Zuschauerinnen. Wir überlegten, wie wir auch Frauen besser erreichen könnten. Viele muslimische Frauen tragen ein Kopftuch und wollen ihr Haar nicht vor anderen Männern entblößen. Ein Pop-Up-Salon vor Publikum, wie wir es bisher angedacht hatten, würde diese Frauen daher ausschließen. Bei einer Haarschneide-Aktion einer Geflüchteten-Unterkunft im *Kurierhaus*

[3] Im Verständnis der Transkulturalität beziehe ich mich auf Welsch (2010 & 2011):
Das Konzept der Transkulturalität von Welsch (2010 & 2011), bezieht darauf die Idee von vermeintlich geschlossenen Kulturen, die räumlich definierte Nationalkulturen voraussetzen, zu überwinden. Gegenwärtige Kulturen werden damit „nicht mehr als im Inneren homogen und zum Äußeren abgegrenzt“ (Junge 2015: 172) verstanden, sondern sind durch „innere Heterogenität und äußere Gemeinsamkeiten gekennzeichnet“ (ebd.). Damit treten Hybridisierungen, die Möglichkeiten multipler und variabler Orientierungen – wie Transmigration mit der gleichzeitigen Teilhabe des Einzelnen an verschiedenen Kulturen – in den Vordergrund und erlauben eine Überwindung von klassischen „Wir-Ihr-Konstellationen“ (ebd.). „Kultur sei immer schon dem Zustand der Vermischung ausgesetzt, jedes Individuum partizipiert an einer Vielfalt von Kulturen“ (Dadidowski 2015: 24).

lösten wir einmal das Problem, indem wir den uns zur Verfügung gestellten Raum mittels Raumteiler als Sichtschutz in zwei Bereiche teilten. So konnten wir auch für Frauen Haarschnitte anbieten. Unser Plan funktionierte und viele Frauen nahmen das Angebot in Anspruch, dennoch hatte ich das Gefühl, dass der Moment, in dem die Frauen vor mir das Kopftuch abnehmen mussten, für sie ein sehr unangenehmer war. Auch Kinder und Jugendliche sammelten sich im abgetrennten Frauen-Bereich und halfen beim Übersetzen der Beratungsgespräche zwischen Friseurin und Kundin. Sie erzählten davon, dass muslimische Frauen in ihren Heimatländern Frisier-Besuche eher in privater Atmosphäre abwickeln würden. Die Salons der Herkunftsländer dieser Menschen verfügen meistens über keine offenen Auslagen und Schaufenster und sind von außen dadurch nicht so einfach als Frisiersalons erkennbar. Also anders, als wir es aus westlichen Kulturkreisen kennen, wo Frisiersalons beispielsweise mit lustigen Namen auf sich aufmerksam machen. Das Haareschneiden für Frauen findet in einem familiären und geschützten Rahmen statt. Bevorzugt werden außerdem Friseurinnen muslimischen Glaubens.

Über soziale Netzwerke wurde die Gruppe *Barbering for Refugees* immer öfter zu Haarschneidaktionen in Flüchtlingsunterkünften eingeladen. Für die sozialen Einrichtungen war der Pop-Up-Salon eine beliebte Form der Freizeitgestaltung und die Friseur*innen-Besuche wurden als Ort für Körperpflege und Kommunikation auch sehr gern von der Zielgruppe angenommen. Mit der Zeit wurde es immer schwieriger, allen Anfragen und Einladungen nachzukommen. Wir waren ein Team aus berufstätigen Friseur*innen, die ihre Freizeit diesem Haarschneide-Projekt unentgeltlich widmeten und die Organisation basierte auf Freiwilligkeit. Das erschwerte zunehmend die Planung der Pop-Up-Salons: Wer plant den Ablauf und informiert die Stylist*innen? Wie lässt sich ein Termin mit möglichst vielen freiwilligen Friseur*innen finden? Wer ist die Ansprechperson für die Veranstalter?
Mit der Zeit begann ich die Organisation zu übernehmen und fragte mich, ob sich die Haarschneideaktionen nicht *gemeinsam* mit den Geflüchteten vor Ort planen ließe. In den Unterkünften gab es immer wieder Helfer*innen unter den Geflüchteten, die die Übersetzungsarbeit und kleine Assistenzarbeiten, wie Termine einteilen, Haare kehren, usw. übernahmen. Dazu kam, dass die anfängliche Begeisterung der einzelnen freiwilligen Friseur*innen etwas abgenommen hatte und nur noch wenige Zeit für *Barbering for Refugees* aufbrachten. Es lag auf der Hand, dass Projekte wie dieses nicht immer *für* Geflüchtete, sondern gemeinsam *mit* ihnen konzipiert werden könnten. Vielleicht gab es sogar Friseur*innen unter ihnen? Diese Überlegung führte mich dazu, das Konzept meines persönlichen Projektes, dem Pop-Up-Salon CATW, zu adaptieren

und zu überarbeiten. Die Idee, den Pop-Up-Salon als transnationales Projekt auch im öffentlichen Raum auftreten zu lassen, wurde immer greifbarer. CATW sollte ein Ort der Begegnung zwischen Geflüchteten und den anderen Menschen werden. Für die folgenden Haarschneide-Aktionen verfasste ich die Einladungen wie diese:

*„Friseur*innen aus aller Welt versammeln sich im Pop-Up-Salon von cut around the world und schaffen dadurch einen Raum, der es ermöglicht, den Fokus auf die Komponente des Frisier-Handwerks und die zwischenmenschliche Begegnung zu lenken. Menschen können im Kontext des Haareschneidens direkt aufeinander zugehen und so miteinander in Austausch treten. Dadurch soll ein Gefühl von Zugehörigkeit entstehen, fernab von sozialer Klasse, Herkunft oder Bildungsstand. Die von cut around the world realisierten Räume der Begegnung verlangen nach Spontanität – der Bruch zum konventionellen Haareschneiden liegt im performativen Charakter – wenn die Kund*innen gemeinsam mit ihren Stylist*innen im Zentrum des Spektakels stehen."*

Entwicklung des Untersuchungsgegenstandes

Im November 2016 wurde das erste Mal CATW als Haarschneideaktion mit einem Team aus transnationalen Friseur*innen mit und ohne Fluchterfahrung für den Wintermarkt der *Akademie der Bildenden Künste* konzipiert. Dieser Markt findet jährlich im *Semperdepot* im 6. Wiener Gemeindebezirk statt. Auf diesem Weihnachtsmarkt reichte das Angebot von Kunsthandwerk, kulinarischer Verköstigung über Workshops bis hin zu Musik und Live-Performances. In diesem Jahr war der Markt als solidarische Veranstaltung gemeinsam mit verschiedenen Organisationen, die sich für Geflüchtete in Wien einsetzten, organisiert worden. Ich begab mich auf die Suche nach freiwilligen Friseur*innen. Bevor der Pop-Up-Salon am Wintermarkt stattfand, habe ich über die *Brunnenpassage* drei Friseur*innen aus Afghanistan, dem Iran und dem Irak kennengelernt. Bei einem persönlichen Treffen besprachen wir erste organisatorische Details. Sie erzählten mir von ihrer Vorfreude, ihren Beruf im Rahmen des Projektes und gemeinsam in einem Team ausüben zu dürfen. Menschen im laufenden Asylverfahren wird in Österreich nicht erlaubt zu arbeiten. Die Motivation meiner Kolleg*innen aus dem Irak, dem Iran und Afghanistan bei CATW mitzumachen lag beispielsweise darin, dass sie Freundschaften knüpfen, die deutsche Sprache üben sowie ihr handwerkliches Knowhow mit den anderen teilen und voneinander lernen wollten.

Am Wintermarkt im *Semperdepot* arbeiteten wir dann gemeinsam im Team von sieben Stylist*innen. Der Andrang auf unseren Pop-Up-Salon war groß. Bereits bei meiner Ankunft, zum Aufbau des Pop-Up-Salons und eine Stunde vor unserer Aktion, warteten potenzielle Kund*innen auf uns. Das aktuelle Konzept von CATW wurde in Farsi, Deutsch, Arabisch, Spanisch und Englisch übersetzt und auf Plakaten im Umkreis des Pop-Up-Salons angebracht. Die Werbung in mehreren Sprachen weckte das Interesse der Leute. Es kamen immer mehr Besucher*innen und gemeinsam haben wir in etwa sechs Stunden circa 50 bis 60 Menschen vor Ort die Haare geschnitten. Der Pop-Up-Salon befand sich auf einer Art Bühne, auf der gleichzeitig zu unserer Aktion abwechselnd kleine Konzerte und Performances stattfanden. Auf den Treppen vor uns saßen, wie auf einer Tribüne, die Besucher*innen des Wintermarktes und schauten uns bei der Arbeit zu. Der Pop-Up-Salon wurde regelrecht zu einer Performance. Die folgenden Bespielbilder (Abbildung 2, 3 und 4) sollen die Atmosphäre am Akademie Wintermarkt veranschaulichen.

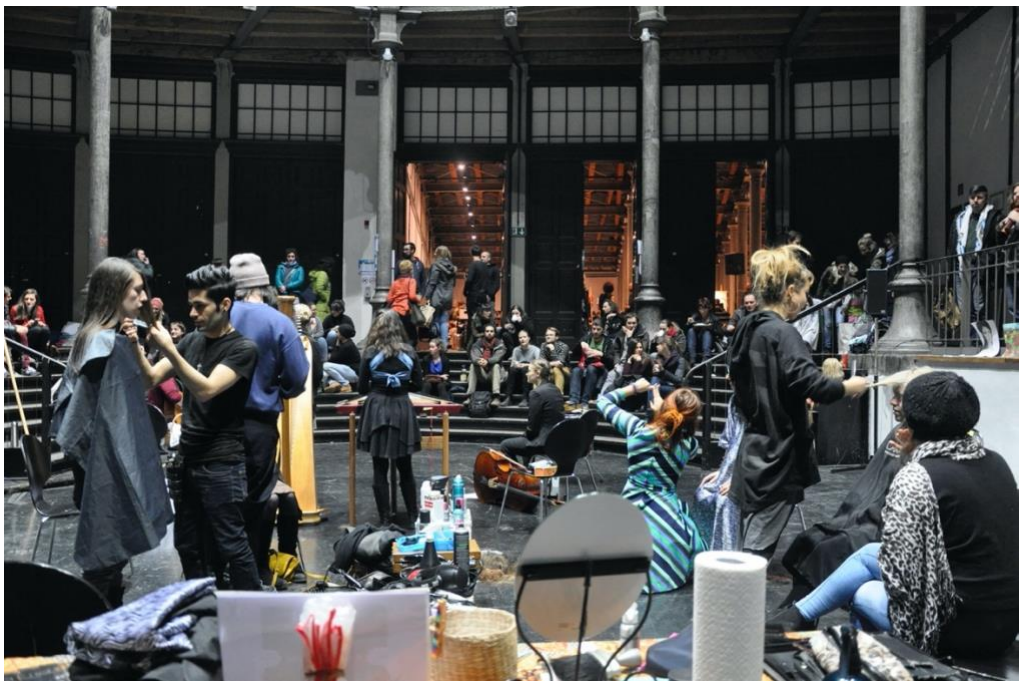


Abbildung 2: CATW am Akademie Wintermarkt

Abbildung 3: CATW am Akademie Wintermarkt

Am Ende der Veranstaltung holte ich Feedback von meinen Haarstylist*innen ein. Bei der Arbeit als Stylist*in von so vielen Menschen beobachtet zu werden war für alle aus dem Team eine neue Erfahrung. Der allgemeine Konsens dazu war, dass es zwar unangenehm sei, wenn einem*einer so „genau auf die Finger geschaut wird“, aber die Arbeit im Team und die freundlichen Begegnungen mit den Kund*innen überwogen im Vergleich zu den anfänglichen Unsicherheiten und Ängsten. Sie schilderten ähnliche Erfahrungen wie jene, die auch ich anfangs als Solo-Stylistin im Pop-Up-Salon gemacht hatte. Meine Kolleg*innen sprachen sich dafür aus, das Projekt und CATW auch weiterhin unterstützen zu wollen.

Der Wintermarkt 2016 war aus meiner Forscherinnensicht ein besonderer Moment. Denn nach diesem Event wusste ich, dass ich den Pop-Up-Salon auch aus wissenschaftlicher Perspektive untersuchen wollte. Deshalb entschloss ich mich, mein Projekt CATW zum Untersuchungsgegenstand meiner Masterarbeit des Studiums der Internationalen Entwicklung zu machen. Vor allem interessierte mich, warum Menschen sich im Pop-Up-Salon, also in der Öffentlichkeit, vor Augen anderer und ohne Spiegel die Haare schneiden lassen wollten. Meine Erfahrungen haben gezeigt, dass es nicht nur der günstige Haarschnitt war, der die Menschen zum Mitmachen motivierte. Ich wollte herausfinden, welche Gründe es noch geben konnte. Was bewegt Menschen dazu, sich für einen Haarschnitt auf offener Straße und vor Publikum zu entschließen? Auch die

Fluchterfahrungskomponente, die mein Team mitbrachte, sollte Teil meiner Untersuchungen werden.

Abbildung 4: CATW am Akademie Wintermarkt

3. Wissenschaftliches Erkenntnisinteresse und Forschungsfrage(n)

Durch die Auseinandersetzung mit dem Projekt CATW und dessen sozio-kultureller Betrachtung und Erfahrung im Arbeiten mit einem transkulturellen Team öffneten sich mir auch völlig neue Perspektiven auf den Frisierberuf. Mich beschäftige die Frage nach dem sozialen und gesellschaftlichen Potential des Pop-Up-Salons, deshalb entschied ich mich dazu, das Projekt CATW als Untersuchungsgegenstand für meine Masterarbeit heranzuziehen. Im Fokus dieser Arbeit steht somit der Pop-Up-Salon sowie die Zusammenarbeit des transkulturellen Friseur*innen Teams.

In den Sozialwissenschaften wurden Friseur*innen oder Frisiersalons als Teil des sozialen Feldes bisher nur selten zum Gegenstand wissenschaftlicher Untersuchungen, wie meine Literaturrecherche gezeigt hat. Janecke (2004) und Staguhn (2019) sind zwei der Autoren, die sich mit dem Thema aus soziologischer Perspektive auseinandergesetzt haben. Auch sie erwähnen, dass der Frisierberuf in ihrer Disziplin kaum wissenschaftlich untersucht wird, obwohl sich dort soziale Phänomene des alltäglichen Lebens von Menschen gut beobachten ließen. Andere Fachbereiche widmen sich Thematiken wie Mode oder sozialanthropologischen Schwerpunkten kultureller Praktiken und Trends des Körperkults.

Der Frisier-Beruf verfügt über ein paar Besonderheiten, die auch bei anderen körpernahen Dienstleistungen zu finden sind. Allerdings ist im Vergleich zu Behandlungen im Gesicht oder zu Massagen, der Kunde meist still und in einer Entspannung. Friseur*innen sind tagtägliche mit der Gefühlswelt anderer Menschen konfrontiert, und mit der Arbeit die sich daraus ergibt. Eine Arbeit, die in der wissenschaftlichen Literatur als „emotional labour", zu Deutsch: Emotionsarbeit, emotionale Arbeit oder Gefühlsarbeit bezeichnet wird (Braun 2010: 125). Das Besondere daran ist, dass diese emotionale Arbeit bei der erbrachten Leistung weder im Vordergrund steht, noch explizit erwähnt oder gar beworben wird.
Eine Friseurin oder ein Friseur agiert in vielen Fällen als „Psycholog*in", „Lebensberater*in", „Coach" oder „Freund*in" der Kund*innen. Es gilt als Grundvoraussetzung, stets emphatisch und gut gelaunt zu sein, den Kund*innen aufmerksam zuzuhören, sie aufzumuntern oder zu trösten und Ratschläge zu geben. Für viele Kund*innen ist der Besuch im Salon eine Auszeit vom Alltag. Sie setzen sich in den Stuhl vor dem Spiegel und wissen: „Jetzt kann ich mich entspannen – jetzt kümmert sich jemand um mich." Ich unterstelle manchen meiner Kund*innen, dass der Haarschnitt von mir nicht immer an erster Stelle steht und eher als positiver Nebeneffekt dieser „Ich-Zeit" gilt. Durch die Berührungen am Kopf stellt sich meiner Erfahrung nach bei vielen Kund*innen ein Entspannungs- und Plaudermodus ein. Dabei werden häufig über den Small-Talk hinaus Geschichten über das eigene private Leben erzählt. Es geht dabei um Jobs, Beziehungen und Krisen, um Liebeskummer, Familie und Freunde, um Wünsche und um Ängste. Und bei jedem weiteren Besuch werden Friseur*innen über aktuelle Geschehnisse und neue Entwicklungen dieser Geschichten informiert. Das Ausmaß der Interaktion im Salon kann bei Stammkund*innen auch von Besuch zu Besuch variieren, mal wird mehr – mal weniger gesprochen. Natürlich gibt es aber auch Kund*innen, die ein Schweigen bevorzugen oder sich wünschen, von den Stylist*innen unterhalten zu werden.

Wie bei einem Großteil derjenigen, die emotionale Arbeit leisten und in stark geschlechtsspezifisch geprägten Berufen arbeiten, spiegelt sich dieser Aufwand der

Friseur*innen nicht in der Bezahlung und den Arbeitsbedingungen wider. Die Kund*innen und ein fixer Stundenkamm sind außerdem eine wichtige ökonomische Grundlage (Braun 2010: 144). Der Beziehungsaufbau und die Zufriedenheit der Kund*innen ist wichtig für die langfristige Bindung und das Weiterempfehlen des Salons (ebd.).

Es gilt als professionell, in der Rolle als Friseur*in die eigenen Launen für die Zeit im Salon auszublenden. Vor allem zu Beginn der Lehrausbildung, wo sich der Großteil der angehenden Friseur*innen in der Pubertät, und damit oft selbst in einem emotionalen Chaos befinden, ist das ein schwieriges Unterfangen. Vermutlich ist das auch der Grund dafür, warum so viele diese Ausbildung abbrechen bzw. sie erst gar nicht beginnen. Laut Statistik Austria beträgt der Rückgang der Lehrlinge im betrachteten Zeitraum von 2010 bis 2020 -38,4% (Statistik Austria 2021). In der dreijährigen Berufsausbildung wird keine Methode für den Umgang mit diesen vielen Rollen gelehrt. Die Ausbildung ist lediglich auf das Handwerk ausgerichtet und die Tatsache, dass die Friseur*innen-Arbeit auch emotionale Arbeit ist, wird größtenteils ausgeblendet.

Auch abgesehen von der emotionalen Arbeit und den Gesprächen ist das Haareschneiden an sich schon ein sehr intimes und persönliches Unterfangen. Als Dienstleistung wird das Frisierhandwerk am Körper eines*einer Kund*in und mit dem Körper eines*einer Haarstylist*in vollbracht. Normalerweise gelten Berührungen unter Menschen die einander nicht kennen als gesellschaftliches Tabu und sind nur unter engen Vertrauten erlaubt. Bevor es im Frisiersalon zwischen Kund*in und Friseur*in das erste Mal zu einer Behandlung kommt, gilt es, Vertrauen aufzubauen. Ein wichtiges Werkzeug dazu ist das Beratungsgespräch. Auf die Besonderheit von Beratungsgesprächen wird in Kapitel 4 näher eingegangen, aber vorab soll gesagt sein, dass in diesem ersten Gespräch die Grundlage für die Vertrauensbasis gelegt wird. Hier tauschen sich zwei Personen über ihr Verständnis von Ästhetik und Schönheit aus und versuchen, den gemeinsamen Nenner – die Frisur – auszuhandeln. Bei Beratungsgesprächen geben Kund*innen häufig preis, womit sie an ihrem Erscheinungsbild nicht zufrieden sind oder was sie an sich (und an ihrer Frisur) verändern wollen. Haarstylist*innen stehen gemeinsam mit den Kund*innen im Zentrum dieser Überlegungen, und wirken bei diesen äußeren Veränderungsprozessen tatkräftig von der ersten Idee bis zur Umsetzung mit. Im Normallfall finden diese Veränderungen hinter den geschlossenen Türen eines Frisiersalons statt, ohne Publikum und Beobachter*innen.

Diese Veränderungen geschehen im öffentlichen Setting des Pop-Up-Salons von CATW auf eine gänzlich andere Art und Weise. Die Kund*innen zeigen sich dazu bereit, sich

ohne die Kontrolle eines Spiegels und vor Publikum diesem Veränderungsprozess zu unterziehen. Es war erstaunlich, wie viele Passant*innen sich für diese Haarschneideaktion interessierten und anhielten, um kurz zu verweilen und dabei Gespräche initiierten oder sich an laufenden Gesprächen beteiligten. Regelmäßig sprachen Menschen, die einander fremd waren, sich gegenseitig Mut zu oder stärkten diejenigen in Behandlung mit einem Lächeln oder einem Kompliment zum entstehenden Haarschnitt. Auffällig war die Offenheit, mit der die Menschen im Rahmen des Pop-Up-Salons miteinander um- und aufeinander zugingen.

Für mein Forschungshaben wollte ich herausfinden, welche Motivation diese Menschen antrieb, freiwillig als Teil des Projektes mitzuwirken. Mich interessierte außerdem, ob das gemeinsame Arbeiten des transnationalen Teams nach außen hin auch eine Wirkung auf die Passant*innen hatte und stellte mir folgende Fragen: *War der Pop-Up-Salon für die Kund*innen so etwas wie eine Charity-Aktion? War das Thema Flucht präsent oder für die Menschen relevant? Wie wirkt sich das gemeinsame Erleben im Pop-Up-Salon auf die Menschen aus?*

Bisher hatte ich beobachtet, dass die Zielgruppe von CATW durchaus als divers und vielfältig beschrieben werden kann. Menschen egal welchen Alters, welcher Klasse, Herkunftslandes oder Bildungsstandes begegnen einander auf Augenhöhe. Alle Beteiligten nehmen freiwillig teil und entscheiden völlig spontan, ob sie einen Haarschnitt in Anspruch nehmen oder nur zum Zusehen und Plaudern hier sind. Der Moment der Anwesenheit kann individuell sehr unterschiedlich sein und von einem kurzen Moment bis hin zu mehreren Stunden reichen. Nach ersten Beobachtungen und Reflexionen, zeigte sich das Thema Flucht als nebensächlich und wurde zum Querschnittsthema.
Aufgrund meiner obengenannten Überlegungen entschied ich mich im Laufe der Forschung zu folgender Fragestellung für meine Forschungsarbeit:

1. Inwiefern unterscheidet sich der Pop-Up-Salon vom klassischen Frisiersalon-Setting? Worin bestehen die jeweiligen Unterschiede?

2. Welche besonderen Formen von Interaktion und Miteinander entstehen im Pop-Up-Salon?
    - ⇒ Wie findet Begegnung statt?
    - ⇒ Warum nehmen Menschen daran Teil?
    - ⇒ Was nehmen sich die Beteiligten davon mit?

Zur genaueren Untersuchung des Projektes CATW ist es notwendig, einen Blick auf die Branche des Frisier-Handwerkes zu werfen. Das folgende Kapitel 4 *Frisieren und Haare als Praxis* widmet sich einerseits dem Haare-tragen auf individueller und gesellschaftlicher Ebene und andererseits dem Frisierhandwerk im Hinblick auf den sozialen Austausch im Frisiersalon.

4. Frisieren und Haare als Praxis

„Hair is perhaps our most powerful symbol of individuality and group identity - powerful first because it is physical and therefore extremely personal, and second because although personal, it is also public rather than private. Furthermore, hair symbolism is usually voluntary rather than imposed or 'given'. Finally, hair is malleable, in various ways, and therefore singular apt to symbolize both differentiations between, and changes in, individual and group identities." (Synott 1987: 381). Demnach ist das Frisierhandwerk in der Lage *„Menschen bei ihrer Selbstdarstellung in kunstfertiger Weise zu unterstützen."* (Dunkel 2006: 220).

Überall auf der Welt werden Haare gewaschen, gekämmt, gebunden, gefärbt und geschnitten. Bei der täglichen Körperpflege kümmert sich der Mensch um sein Aussehen und weil Haare wachsen, müssen sie immer wieder in Form gebracht werden. Aber warum der Mensch auf sein Kopfhaar so viel Wert legt, wird selten hinterfragt. Warum haben wir den Wunsch nach einer neuen Frisur? Ist es der bloße eigene Wille oder ist es doch der Wunsch gesellschaftlich zu entsprechen und nicht mit einer „ungeeigneten" Frisur aufzufallen? Vor allem in Zeiten der Corona-Pandemie zeigt sich, wie wichtig der Frisier-Beruf für viele Menschen sein kann. In sämtlichen Diskussionen um Öffnungen nach Lockdowns werden gesellschaftlich und medial am häufigsten die körpernahen Dienstleistungen thematisiert. Es ist ersichtlich, wenn Frisiersalons geschlossen haben und das Kopfhaar „aus der Form" gewachsen ist.

Trotz der langen Tradition und Existenz dieser Branche und der aktuellen Bedeutung des Frisier-Handwerks liegen sozialwissenschaftliche empirische Untersuchungen zu diesem Bereich nur vereinzelt vor. Beispiele sind die quantitativ ausgerichteten Studien zur Gefühlsarbeit (Parkinson 1991), eine ökonomische Analyse der Branche (Korpium 1988) sowie über die Aspekte der Körperarbeit von Frauen unter Gender-Gesichtspunkten (Gimli 2002). Auch im Kontext zu People of Color finden sich einige Publikationen zum Thema Haare (Ford 2015; Mbilishaka 2020; Wilson 2021).

Welche gesellschaftliche Relevanz hat Haar und welche identitätsstiftenden Aspekte werden Frisuren zugeschrieben? Dass zu diesem Thema nur wenig forschungsbasiertes Wissen vorhanden ist, begründet Janecke damit, dass ein spezieller Gegenstandsbereich, welcher sich beispielsweise vermeintlichen Normalitäten des Alltags widmet, fehle. (Janecke 2004: 5)

Der Beruf des*der Haarstylist*in ist ein Handwerk, welches direkt *am* Körper der Kund*innen *mit* dem Körper des*der Stylist*in erbracht wird. Neben den handwerklichen Fertigkeiten sind auch dienstleistungsbezogene Aspekte, wie Kommunikation mit Körperkontakt, relevant. (Fischer 2015: 25)
Bei genauerer Untersuchung der Branche und der Haar-Thematik werden unterschiedliche soziale Phänomene menschlicher Kommunikationsstrukturen sichtbar. Haare umrahmen unsere Gesichter und sind ein wesentlicher Faktor der Selbst- und Fremdwahrnehmung. Nicht nur wir selbst definieren uns über unser äußeres Erscheinungsbild (Haare, Mode, etc.), auch bei der Einschätzung und als Erkennungsmerkmal unseres Gegenübers spielen Haare eine entscheidende Rolle.
Auf persönlicher Ebene können Haare auch als Marker für Gesundheit eingesetzt werden. Laut der Weltgesundheitsorganisation (WHO) wird Gesundheit als Zustand des „vollständigen physischen, geistigen und sozialen Wohlbefindens“ definiert und nicht als „Abwesenheit von Krankheit und Gebrechlichkeit“ (Bergler in Trüeb 2003: 26). Demnach können Haare folgende Eigenschaften körperlicher und geistiger Aspekte zugeschrieben werden:

- „Haare sind Schlüsselreize für andere und für mich.
- Haare sind Signale für Krankheit und Gesundheit.
- Haare sind Symptome für Stress und Wohlbefinden.
- Haare sind Signale der Sympathie und Antipathie – Eindruckswirkung.
- Haare sind soziale Techniken der Selbstdarstellung des eigenen Charakters: Hair Language – Ausdrucksverhalten.
- Haare sind Determinanten des Selbsterlebens, des Selbstwertgefühls, aber auch der Selbstverunsicherung und Depression.
- Haare sind Auslöser sozialer Attraktivität oder sozialer Isolation.
- Haare sind integrierter Bestandteil einer Persönlichkeit. Hohe Haarsensibilität und Pflegewichtigkeit ist verbunden mit attraktiven Persönlichkeitseigenschaften – Leistungsmotivation, Selbstvertrauen, Emanzipation, Extraversion u.a.“. (ebd.)

Bergler in Trüeb (2003) beschreibt in seinem Artikel *Haare und Psyche* aus psychologischer Sicht die Mechanismen, Funktionen, Auslöser und Verhaltenskonsequenzen des ersten Eindrucks im Hinblick auf die Frisur: Haare sind „Schlüsselreize der Eindrucksbildung wie auch der Selbstpräsentation […] sie sind ein entscheidendes Element menschlichen Selbsterlebens, menschlicher Selbstdarstellung, aber auch und wesentlich menschlicher Fremdwahrnehmung und Fremdbeurteilung. In Haaren kommt für Menschen seelisches Erleben und Wollen, aber auch Krankheit und Wohlbefinden zum Ausdruck, es werden wünschenswerte Merkmale der eigenen Persönlichkeit vermittelt. Haare machen aber auch auf andere einen nachhaltigen Eindruck und führen dann zu Schlussfolgerungen in Bezug auf den Charakter des anderen, seine Befindlichkeit, seine Gesundheit, aber auch seine Krankheit. Haare sind ein zentrales Element der nonverbalen, symbolischen Kommunikation, d. h. des wechselseitigen Austauschs von verständlichen Informationen mit hoher Gefühlsaufladung.“ (Bergler in Trüeb 2003: 11). Trüeb untersucht die Schlüsselreize des ersten Eindrucks in Bezug auf Haare und benennt wesentliche Elemente einer „Hair Language“ (ebd.) – als Ausdruck der Persönlichkeit und definiert verschiedene Eindruckswerte für gepflegtes und ungepflegtes Haar. Das Fachpersonal, welches in den genannten Belangen konsultiert wird, sind Friseur*innen. Und obwohl deren Kompetenzen darauf schließen lassen, dass dieses Fachpersonal einen bedeutsamen Beitrag leistet, gibt es viele Vorurteile.

Der Friseur*innenberuf ist gesellschaftlich mit einer geringeren Wertschätzung, im Vergleich zu anderen Handwerksberufen, konfrontiert. Dieses mangelnde Ansehen des Berufes weist den Menschen, die in dieser Branche arbeiten, eine niedrige soziale Position zu (Fischer 2015: 12). Das ist insofern verwunderlich, da weltweit Menschen Frisier-Dienstleistungen in Anspruch nehmen, um den gesellschaftlich höchst unterschiedlichen und zeitlich wie räumlich sehr wandelbaren Standards eines passenden Erscheinungsbildes zu entsprechen, und um „angemessen“ auftreten zu können (Paul-Kohlhoff 2004: 49). Die Vorurteile und Mythen über die Branche sind vielseitig. McCracken (1997: 211ff) hat eine Auswahl zusammengefasst:

- Friseur*innen seien „unterbelichtet“, der Beruf wird nur ergriffen, wenn einem sonst keine andere Perspektive möglich ist.
- Friseur*innen seien oberflächlich, weil sie sich der äußeren Erscheinung widmen.
- Friseur*innen stammen aus der „Unterschicht“.
- Friseur*innen stellen mit theatralischem Verhalten Sexualität zur Schau.
- Die Persönlichkeit eines*einer Friseur*in ist durch Eitelkeit deformiert.

- Friseur*innen seien gefühlsmäßig labil und wankelmütig.
- Friseur*innen verbreiten Klatsch und Tratsch und betreiben gegenüber anderen aus ihrer Branche einen ständigen Konkurrenzkampf.
- Friseur*innen setzen sich gern theatralisch in Szene.

Die Sparte der Wirtschaftskammer für Friseur*innen in Österreich veröffentlichte im Jahr 2019 eine Umfrage, in der das schlechte Image der Branche, neben der schlechten Bezahlung und den unattraktiven Arbeitszeiten als eine zentrale Herausforderung bei der Suche nach Personal genannt wird (WKO 2020). Die Bereitschaft, Friseurlehrling zu werden, ist im Zeitraum von 2010 bis 2020 um 38,4 % gesunken (Statistik Austria 2021).

Ich werde mich nun folgenden Fragen widmen: *Warum gibt es eine Geringschätzung gegenüber der Frisier-Branche und worin liegt diese begründet? Welche Zuschreibungen lassen sich über bestimmte Frisuren vornehmen und welche Bedeutung wird dem Haar auf gesellschaftlicher sowie individueller Ebene zugeschrieben?*

4.1 Woher kommen die Stereotype gegenüber der Frisier-Branche?

Um die Hintergründe der Stereotype und Ressentiments in Bezug auf die Branche zu untersuchen, war es notwendig, einen Einblick in die Geschichte der Frisier-Branche vorzunehmen:

In der Menschheitsgeschichte gab es immer wieder verschiedene Methoden zur Präsentation und Umformung des Kopfhaares. Im alten Ägypten trugen Männer sowie Frauen kurz geschorenes Haar, um darauf Perücken zu setzen, die überaus komplizierte Frisuren ermöglichten. Das antike Griechenland und Rom waren geprägt von gefärbtem, geschnittenem und künstlichem Haar, welches mit Pomaden und Salben zurechtgemacht wurde. Auch die akribisch zurechtgestutzten Bärte sind prägend aus den Überlieferungen dieser Epoche. Schon vor Tausenden Jahren wurden solche Leistungen neben dem neuesten Klatsch an solchen Orten des Frisierens ausgetauscht – dazumal ausschließlich der Männerwelt vorbehalten. Mit dem Ende der Kultur der Antike wird auch ein Niedergang der Kultur der vorherrschenden Haarpflege verzeichnet. (Dunkel 2006: 220)

Im Mittelalter gab es sogenannte Bader und Barbiere. Sie gelten als Vorläufer des Frisier-Berufes und ihr Tätigkeitsbereich waren die öffentlichen Badestuben, welche als Orte der

Hygiene und gleichzeitig als Kultur- und Kommunikationszentren der mittelalterlichen Städte galten. (Paul- Kohlhoff in Janecke 2004: 52)

Schon auf Badern und Barbieren lastete der „Druck der Unehrlichkeit“ (Uttenthaler 1921: 7), nicht nur wegen der zum Teil ekelerregenden Dienstleistungen, sondern auch weil, „Bade- und Barbierstuben als Herbergen des Stadtklatsches und Leichtsinns galten.“ (ebd.). In den Badehäusern trafen sich alle Gesellschaftsklassen. Jeder war zugelassen, egal ob Mann, Frau, Knecht oder Herr – die Nutzung war weder geschlechter- noch hierarchiespezifisch beschränkt. Hier verbirgt ich laut Uttenthaler ein Argument für den schlechten Ruf der Branche. „Klatsch und Tratsch“ sind auch heute noch relevante Inhalte der Gespräche, die im Salon geführt werden. Damit sind beispielsweise Unterhaltungen über nicht anwesende Personen, das Wetter, Politik oder Prominente gemeint. Allerdings sind solche Unterhaltungen auch Teil des Smalltalks und ein angenehmes Mittel, um das Eis zwischen Menschen, die einander (noch) nicht kennen, zu brechen. Vor allem am Anfang einer Behandlung im Salon kann es zu Spannungen kommen – auch wegen des engen Körperkontaktes. Lockere Gespräche über das Wetter oder unwichtige Alltagsthemen helfen den Umgang miteinander angenehmer zu gestalten.

Die Ausübung dieses Handwerks, also das Arbeiten *am* und *mit* dem Körper, vermittelte nicht eine geistige, sondern körperliche Arbeit. Vermutlich wird sie daher auch als solche geringer entlohnt und als weniger ehrenwerte Leistung angesehen. Eine Berührung unter Menschen die einander nicht kennen, galt (und gilt auch heute noch) als gesellschaftliches Tabu, und daher wurden die Dienste, die Bader und Barbiere im 12. Jahrhundert gegen Geld anboten, als „entehrend, erniedrigend und sklavisch“ (Uttenthaler 1921: 7) bezeichnet. Hinzu kommt, dass diese Arbeit im Vergleich zu anderen Handwerken kein beständiges und dauerhaftes Produkt erzeugt.

Die dienende Funktion und Körperlichkeit werden außerdem auch mit Sexualität in Verbindung gebracht: „Haare kämmen, Haare bürsten, über den Kopf streichen – all das sind verborgene sexuelle Handlungen. Deswegen gilt ja auch das Haarewaschen durch den Friseur als (latent) sexuelle Handlung.“ (Burkart 2000: 63). Während der Wannenbäder gingen Männer und Frauen bis zur Trennung der Geschlechter im 15. Jahrhundert neben der Körperpflege dort auch ihren sexuellen Bedürfnissen nach – Dunkel sieht darin ein Argument für den Ruf eines unehrenhaften Handwerks, in dieser Zeit (Dunkel 2006: 220).

Neben der Schönheitspflege kümmerten sich Bader und Barbiere ursprünglich auch um medizinische Tätigkeiten wie Aderlass, Schröpfen, Zahnbehandlungen, Hautkrankheiten usw. (Paul- Kohlhoff in Janecke 2004: 52). Die Kombination von handwerklicher Dienstleistung und medizinischer Versorgung führte zu einer Gleichzeitigkeit von Auf- und Abwertung des Berufes, so Paul- Kohlhoff (Paul- Kohlhoff in Janecke 2004: 55). Denn die städtische Bevölkerung war auf die medizinischen Behandlungen der Bader und Barbiere angewiesen. Allerdings hatte die Tätigkeit im Umgang mit Krankheiten auch etwas Abstoßendes, „weil durch die Behandlungen in den Badestuben auch Krankheiten übertragen werden konnten“ (ebd.). Hinzu kam, dass die Behandlungen oftmals sehr schmerzhaft waren und die unzureichenden Hygienestandards häufig zu Wundbrand und Infektionen führte. Für Paul- Kohlhoff ist somit ein weiterer Grund für das niedrige Ansehen körperpflegender Berufe die Gleichzeitigkeit von Dienstleistung und Medizin (ebd.). Erst mit der Übernahme der medizinischen Tätigkeit durch akademisch ausgebildete Ärzte endete diese Gleichzeitigkeit, der schlechte Ruf jedoch blieb (ebd.). Obwohl sich das Berufsbild heute im Vergleich zu seinen Ursprüngen wesentlich verändert hatte, blieb die Geringschätzung jedoch gleich. „In den historischen Betrachtungsweisen wird deutlich, dass die Vorläufer des heutigen Friseurberufes immer um ihre Anerkennung gekämpft haben.“ (Weigl in Breuss 2018: 59).

Badestuben änderten sich mit dem soziokulturellen Wandel zum Barock schlagartig. Im 17. Jahrhundert entstand das Wort *Frisur,* welches sich vom französischen Verb *friser* ableitet, und dem damals gültigem Haartrend entsprach, nämlich dem gekräuselten Haar oder der Locke (auf französisch: *frisette)* (vgl. Staguhn 2019: 87).
Gewisse Modeerscheinungen waren in dieser Zeit nur einer bestimmten Klasse vorbehalten. Die gesellschaftliche und individuelle Bedeutung veränderte sich und das menschliche Kopfhaar war nicht mehr bloß Teil eines natürlichen Erscheinungsbildes. Haare wurden zum Ausdrucksmittel der Persönlichkeit und zeigten die Zugehörigkeit zu einer gesellschaftlichen Klasse. Typisch für diese Zeit waren die üppigen Perücken, welche von der Oberschicht und dem wohlhabenden Bürgertum getragen wurden (Paul-Kohlhoff in Janecke 2004: 56). Mit diesem historischen Übergang wurde der Stellenwert des Haare-tragens für die Menschen besonders wichtig, denn der gesellschaftliche Rang zeigte sich unweigerlich am Kopf der Person. „Haare wurden nicht mehr als natürlich zum Körper gehörig betrachtet, sondern durch möglichst kunstvolle und voluminöse Perücken sollte nun die Person aufgewertet bzw. ihre Position in der Gesellschaft deutlich gemacht werden.“ (ebd.). Das folgende Abbildung zeigt ein Bespielbild der Perücken, wie sie in dieser Zeit von Männern getragen wurden.

Abbildung 5: Beispielbild Barock

Für den Bader- und den Barbierberuf bedeutete dies das Aus, sie wurden langsam durch den Berufszweig der Perückenmacher ersetzt.
In Österreich wird mit Ende des 19. Jahrhunderts mit der Habsburger Monarchie die Gewerbefreiheit eingeführt, wodurch sich das Handwerk von der Zunft zu einem Massengewerbe entwickelte. Erst ab diesem Zeitpunkt wurde von einer Frisier-Branche oder einem Friseur*innen-Beruf gesprochen (Weigl in Breuss 2018: 99). Mit diesem Wandel wurde das Handwerk auch immer mehr für Frauen zugelassen und spezielle Herren- und Damensalons verbreiteten sich (ebd.).
Der Friseur*innen-Beruf zählt auch heute noch zur Niedriglohnbranche[4] und ist dennoch eine der beliebtesten Ausbildungen unter jungen Frauen. Im nächsten Abschnitt widme ich mich den Friseurinnen als „unsichtbare“ Arbeiterinnen in der Branche, um die Entwicklungen in diese Richtung zu beleuchten und etwaige Stereotype dahingehend zu lokalisieren.

Frisiersalons exklusiv für Frauen oder sogenannte Damensalons etablierten sich in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts in Österreich und wurden zu einem wichtigen Ort der Kommunikation. Das lag mitunter daran, dass die Frisuren der Frauen aufwendiger waren

[4] Heute beträgt das Vollzeit-Gehalt für eine ausgebildete Haar-Stylistin bzw. einen ausgebildeten Stylisten circa € 1500.- Brutto. Die Lehrlingsentschädigung kommt auf etwa € 560.- Brutto im ersten Lehrjahr (WKO 2020).

als jene der Männer und es im Salon zu längeren Aufenthalts- und Wartezeiten kam. Mitunter war auch die Erwerbstätigkeit der Frauen zu dieser Zeit relativ gering, weswegen viele Frauen den Salon auch aus Gründen der Unterhaltung und als gesellschaftliches Ereignis aufsuchten. (Paul- Kohlhoff in Janecke 2004: 56)

Bereits in den Fünfzigerjahren überstiegen die weiblichen Erwerbstätigen in der Branche die 50-Prozent-Marke. Mittlerweile gilt der Beruf in Österreich als typischer Frauenberuf. Der Satz: „Ich gehe zum Friseur“ bedeutet heute in knapp 90 % der Fälle, dass der Haarschnitt von einer Friseurin durchgeführt wird (Paul- Kohlhoff in Janecke 2004: 49). Im Sprachgebrauch hat sich das allerdings noch nicht durchgesetzt. Selbst die österreichische Interessensvertretung versendet monatlich ein Magazin an ihre Kammermitglieder mit dem Titel „Der österreichische Friseur“, obwohl ihre Zielgruppe hierzulande zu 86,7% weiblich ist (Statistik Austria 2021). Die Bereitschaft, eine gendersensible Sprache zu verwenden, wäre ein erster Schritt, um die vielen Frauen, die als Friseurinnen arbeiten, sichtbarer zu machen.

Zusammengefasst lässt sich festhalten, dass die verschiedenen Ursachen aus der Geschichte des Berufsbildes auch heute noch zu den Vorurteilen gegenüber der Branche beitragen. Es ist, als würde eine ambivalente Mischung existieren, in der Notwendigkeit und Vergnügen einer Geringschätzung der Dienstleistung, unter anderem bezogen auf die Körperlichkeit, sowie einer Sexualisierung der Tätigkeit gegenüberstehen. Aber auch die Wahrnehmung als typischer Frauenberuf und die schlechte Bezahlung spielen eine Rolle für die Geringschätzung von Friseur*innen. Lehrberufe in Österreich werden von der Bevölkerung immer weniger als attraktiv angesehen, der Trend geht immer mehr in Richtung akademische Ausbildung. Ein Fachkräftemangel drückt sich auch in vielen anderen Bereichen aus. Grundsätzlich sind auch andere körpernahe Berufe, wie beispielsweise Pflegeberufe, mit ähnlichen Stereotypen behaftet.

4.2 Trends und Frisuren als Spiegel der Gesellschaft

Haare bestehen aus Keratin und sind ein Produkt unseres Körpers, ohne selbst dieser Körper zu sein (Janecke 2004: 16). Haare werden durch die kulturelle Umformung, also dem Eingreifen des Menschen und seiner Manipulation, zu einer Frisur. Es ist kaum möglich, den menschlichen Körper in *Natürliches* bzw. *Kulturelles* aufzuteilen. Unser Körper ist immer beides – „natürlich Kultur“ (Breuss 2018: 52): „Den Körper zu schmücken und gestalterisch zu verändern gehört seit Anbeginn an zur menschlichen Kultur: Der

Homo sapiens ist in jeder Hinsicht ein Kulturwesen, auch im Umgang mit seinem Körper. Dessen Gestaltung gehört zu den anthropologischen Konstanten, ebenso wie die Sprache oder die Sexualität.“ (ebd.). Jahrtausende lang herrschte über viele Kulturkreise hinweg die Ansicht, dass sich im Haar der Sitz des Lebens befindet – ein Hort der Kraft und Ausdruck von Freiheit (Lindinger in Breuss 2018: 319).

Synott beschreibt die Dienstleistungsinteraktion im Frisiersalon, in Bezug auf Individualität und Gruppenzugehörigkeit, als zutiefst kulturell geprägt (Synott 1987: 381). Eine Frisur verrät Aspekte über die Persönlichkeit und lässt auf den Charakter schließen. Haare sind aber auch zweifellos abhängig von Mode und Trends (Allert in Janecke 2004: 100). Sie lassen aber auch Interpretationen über Beruf, Lebensstil, die politische Meinung oder musikalische Vorlieben über Menschen zu.
„Der Körper ist nicht einfach nur ein Stück Natur, sondern immer auch das Ergebnis kultureller Vorstellungen und Praktiken. Auf ihn wirken gesellschaftliche Interessen ebenso ein wie individuelle Bedürfnisse. Je nach historischen Rahmenbedingungen präsentiert er sich somit immer wieder anders“ (Breuss 2018: 13). Demnach sind zwischenmenschliche Wahrnehmungs- und Erkennungsmerkmale aufgrund unseres Äußeren als gesellschaftliche Symboliken zu verstehen, die je nach Sozialisierung und kulturellem Background variieren können. Es gibt einige Studien zur kulturspezifischen Interpretation zur Bedeutung bzw. Symbolik einzelner Frisuren und Trends (z. B.: Jedding-Gesterling/Brutscher 1988; McCracken 1996). Ich widme mich allerdings eher den Facetten der kommunikativen Funktion des Haares im gesellschaftlichen Kontext und zeige, wie Frisuren als Spiegel der Gesellschaft gesehen werden können.

Aufgrund der Frisur werden Zuschreibungen über eine Person vorgenommen. Diese Zuschreibungen sind mit der Tradition und Deutung von gesellschaftlichen Normen und Symboliken verbunden. Tiedemann beschreibt in diesen Zusammenhang die Symbolinteraktion als ein gemeinsames Erkennen, von einem Sender und einem Empfänger, über einen Sinnzusammenhang von Symbolen (Tiedemann 2007: 18ff). Meist laufen diese Symbolinteraktionen unterbewusst ab und können daher auch zu Fehlinterpretationen und zu Missverständnissen führen (Burkart 2000: 18).

Im Jahr 1845 verfasste der deutsche Arzt Heinrich Hoffmann das Kinderbuch *Struwwelpeter.* In diesem Werk wird aus einer bürgerlichen Sichtweise das „wilde Kind“ – mit viel zu langen Fingernägeln und einer überdimensionalen Wuschelfrisur – skizziert. In diesem Buch wird beschrieben, dass erst durch die Erziehung und Anpassung des äußerlichen Erscheinungsbildes der Mensch (Struwwelpeter) gesellschaftsfähig werden

kann (Pesata in Breuss 2018: 41). Dieses Beispiel soll zeigen, dass es sich nur vermeintlich um eine freie Entscheidung handelt, wie wir unser Haupthaar frisieren oder stylen lassen. Der „richtige“ Umgang mit dem eigenen Körper und seiner Gestaltung ist eng an gesellschaftliche Normen geknüpft.

Ein anderes Beispiel zeigt der Blick in Richtung verschiedener Religionen, wo das menschliche Kopfhaar einer besonderen Symbolik unterworfen wird –wie etwa die kahlgeschorenen Köpfe der Mönche oder die Verschleierung der Haare im Islam zeigen (Burkart 200: 64; Staguhn 2019). Haare gelten in vielen Religionen als Symbol für Sexualität und Lebenskraft. Die Bibel stellt beispielsweise die Gestalt von Maria Magdalena häufig nackt und mit auffällig langem Haar dar. In den Überlieferungen um ihre Person spielt insbesondere ihr langes Frauenhaar eine Rolle, wenn sie beide „[…] Männerfantasien ‚Heilige‘ und ‚Hexe‘ in ihrer Gestalt als Sünderin (‚Prostituierte‘) und Büßerin (‚Eremitin‘) vereint […]“. (Lindinger in Breuss 2018: 325). Breuss sieht in der Verherrlichung des langen Frauenhaars von Maria Magdalena den Ursprung für die teilweise enorme Sinnlichkeit, die der Haarlänge von Frauen allgemein zugeschrieben wird. (ebd.)

In der biblischen Geschichte wird auch von „Wasserfrauen“ mit langem Haar berichtet. Von diesen Frauen ging eine besondere Gefahr aus, denn – so wird beschrieben – verführen sie Männer zur Todsünde (*luxuria*, der Wollust/sexuellen Begierde). Um die Männer vor „solchen“ Frauen zu schützen, wurden Frauen Jahrhunderte lang unterdrückt, unter anderem indem man ihnen nur zwei Lebensmöglichkeiten bereithielt, nämlich die Ehe und das Kloster. (Lindinger in Breuss 2018: 325)

Mit dem Eintritt in die Ehe wird in Bezug auf die Frau auch heute noch der Ausdruck „unter die Haube kommen“ verwendet. Er beschreibt die Tatsache, dass ab dem Tag der Hochzeit das Haar der Frauen nicht mehr offen getragen, sondern verknotet unter einer Haube versteckt wird und nur vor dem Ehemann entblößt werden darf. Witwen schnitten ihre Haarzöpfe ab, denn das Symbol der Verführung wurde überflüssig. Der Witwenzopf wurde bis ins 20. Jahrhundert in ländlichen Regionen Österreichs als Haaropfer in die Kirche gebracht. Auch das heute noch zum Zopf geflochtene Brot gilt als symbolischer Rest dieser Haar- und Menschenopfer. (ebd.)

Menschliches Haar als kirchliche Opfergaben, geschorene Haare als Zeichen für Askese oder Unterwerfung oder als Sexsymbol – Haare hatten immer, vor allem auf das weibliche Geschlecht, eine enorme Zuschreibungskraft. Heute wie damals und in den unterschiedlichen Religionen. „Bei all dem findet sich der patriarchalisch geprägte Mann freilich in einem gehörigen Zwiespalt: Die Frau soll verhüllen, was ihm an ihr besonders verführerisch erscheint.“ (Staguhn 2019: 69).

Abbildung 6: Beispielfoto Sutherland Sisters

Die Idealfrau um 1900 war langhaarig. Das Beispielfoto in Abbildung 6 zeigt eine der US-amerikanischen „Sutherland Sisters“, die eigene Tourneen veranstalteten, um ihr außergewöhnlich langes Haar vor Publikum zur Schau zu stellen.
In verschiedenen Gemälden und Kunstwerken des Jugendstiles finden sich Belege für die Glorifizierung langer Haare bei Frauen, wie beispielsweise das folgende Gemälde von Gustav Klimt: *Die drei Gorgonen, Beethofenfries* (ebd. 327).

Abbildung 7: Beethofenfries

Erst ab dem ersten Weltkrieg veränderte sich der Langhaartrend bei den Frauen maßgeblich. Mit der Emanzipation der Frau etablierten sich auch neue Frisuren und kurze Haare wurden zum Zeichen moderner Weiblichkeit (Breuss 2018: 333). Bis hin zur

Industrialisierung waren die Mode und die Haarkunst eher feudal und durch ein starres und statisches Erscheinungsbild geprägt. Erst dann wurde Mode zu einer pluralistischen Angelegenheit und Haare gewannen immer mehr an Bedeutung. Es wurde zum „Ausdruck einer Teilhabe des Individuums an etwas Allgemeinem, das sich optisch am Körper des Menschen zu erkennen gibt.“ (Staguhn 2019: 109).

Das 20. Jahrhundert war geprägt von zahlreichen Frisurentrends, was Bilder und Aufzeichnungen dieser Zeit belegen. Die verschiedensten Trends zeigten, dass es einen Zusammenhang zu gesellschaftlichen Konventionen der zeitlichen Epochen gab. Das zeigt sich im Beispiel zum „Bubikopf“ *(*Abbildung 8), eine Kurzhaarfrisur für Frauen und Mädchen. Der „Bubikopf“ kam nach dem Ersten Weltkrieg in Mode und wurde später als Symbol der Emanzipation und Rebellion gegen gesellschaftliche Konventionen beschrieben (Briand 2011).

Abbildung 8: Beispielfotos „Bubikopf“

Einer der darauffolgenden Frisurentrends waren strenge Scheitelfrisuren in der Zeit des Nationalsozialismus, die nach Staguhn eine rabiate Männlichkeit symbolisieren sollten (Staguhn 2019: 111).
Mit dem Wunsch nach blondem Haar, welcher zu einem Boom in der Kosmetik-Industrie führte, und die Nachfrage nach Haarfarben im Allgemeinen steigerte, wurden Haare in periodischen Rhythmen immer mehr zum Spielfeld des Individuums. Marilyn Monroe wurde zur Ikone für den Trend vom „wasserstoffblonden Haar“ (siehe folgendes Beispielfoto).

Abbildung 9: Beispielfoto Marilyn Monroe

Zu Beginn der Sechzigerjahre entwickelte sich der Trend hin zu langem Haar sowohl für Männer als auch für Frauen – die sogenannten Hippies (Abbildung 10) haben ihren Modestil als kulturelle Gegenbewegung und gesellschaftlichen Protest definiert. Die Frauen lehnten sich gegen das Hausfrauendasein und die stets adrett gelegten Frisuren dieser Zeit auf. Der Haar-Stil der „Woodstock-Generation“ war durch möglichst langes ungebändigtes und scheinbar ungepflegtes Haar gekennzeichnet. Der Unterschied zwischen den Frisuren von Männern und Frauen schien zu schwinden und eine Umkehrung auch im Kleidungsstil wird erkennbar. Frauen tragen männertypische Kleidung und die Gleichheit der Geschlechter wird zum Ethos dieser Zeit. (Staguhn 2019: 112ff)

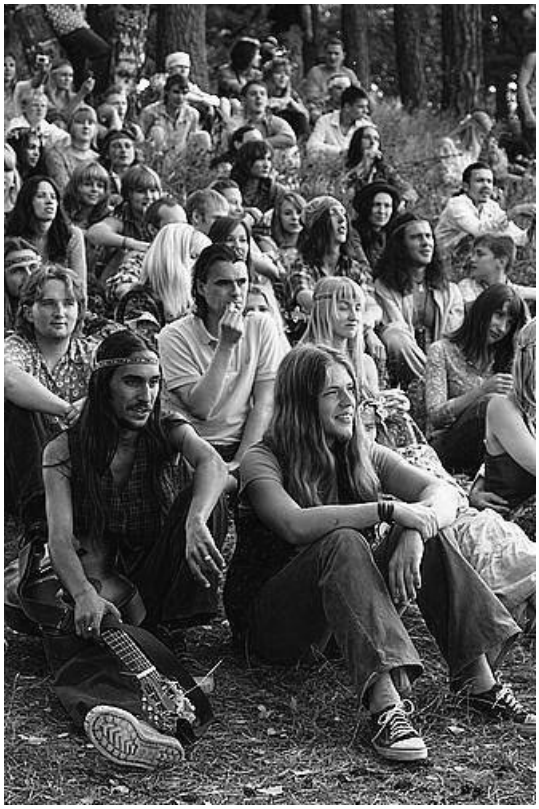


Abbildung 10: Beispielbild Hippie-Frisuren

In den Achtzigerjahren definierten auch „Punks“ und „Skinheads“ ihre politische und soziale Zugehörigkeit über Frisuren. Während im 20. Jahrhundert die Haarschur als Symbol der Demütigung und Stigmatisierung als öffentliche Strafe von den führenden Kräften eingesetzt wurde (Tiedemann 2007: 131), wird die Glatze der „Skins“ in den Achtzigerjahren zum Gegenstück der Langhaarfrisuren der Hippie-Bewegung und somit die kahlgeschorenen Köpfe zu einem Zeichen der rechtsextremen Bewegung.

Die Entstehung einer „Punk-Subkultur“, ausgehend von England, war zuerst eine Reaktion auf die rechtsextreme Bewegung, richtete sich dann aber auch gegen die immer höher werdenden Ansprüche in der Gesellschaft. Ihre Einstellung folgte politischen Ideologien, die sich mit Anti-Fashion, antikapitalistisch, antirassistisch, antimilitärisch, anarchisch und vegetarisch beschreiben lassen. (Briand 2011)

Eine typische Punkfrisur ist eine auf den Seiten abgeschorene (Halb-)Glatze mit einer in der Mitte des Kopfes übriggebliebenen Linie, zu einer Stehfrisur geformt wird, welche mit bunten und grellen Farben gefärbt wird. (Abbildung 11) Dank diesem ausdrucksstarken Auftreten erhielten die Punks unter anderem auch Aufmerksamkeit für ihre politischen Anliegen (ebd.).

Abbildung 11: Beispielfoto Punk-Frisur

Der Trend in den Neunzigerjahren kann als ein Zeitalter der „Unisex-Mode“ beschrieben werden. Das drückte sich beispielsweise auch in den Konzepten von Frisiersalons aus, wo immer mehr Männer und Frauen nebeneinander saßen. In dieser Phase waren es vor allem bekannte Persönlichkeiten aus der Populärkultur, die die aktuellen Frisurenstile und Trends vorgaben. Wie etwa der „Grunge Hairstyle“ von Kurt Cobain, welcher sich als strähnig und ungewaschen präsentierte, aber auch die Frisur der Schauspielerin Kate Moss, die den androgynen Style bei Frauen etablierte und salonfähig machte. Sehr populär in den Frisiersalons war auch die Vorlage eines Bildes von Jennifer Aniston, als „Rachel-Cut“ benannt, nach ihrer Rolle in der TV-Serie *Friends*. (Briand 2011)

Die angeführten Beispiele für Trends und Frisuren als Spiegel der Gesellschaft zeigen, dass bestimmte gesellschaftliche und politische Phasen sich auch im Erscheinungsbild der Menschen ausdrücken und interpretieren lassen. Auch wenn angenommen wird, dass das äußere Erscheinungsbild einer freien Entscheidung unterliegt, ist es dennoch auch strukturellen (Zivilisierungs-)Prozessen untergeordnet. Die Geschichte des *Struwwelpeters* dient hier als gutes Beispiel. Das Buch sollte den „richtigen“ Umgang mit dem Körper vermitteln und zeigen wie das heranwachsende Individuum sich zu kleiden und zu benehmen hat, um als „zivilisiert“ zu gelten. In den Achtziger- und Neunzigerjahren war das Buch eines der beliebtesten Kinderbücher im deutschsprachigen Raum. Mittlerweile wird es als kontrovers angesehen und sehr ambivalent diskutiert. Die schwarze Pädagogik, die darin vermittelt wird, wird heute als konservativ und nicht mehr kindgerecht empfunden. Kulturtheoretisch ist das Werk vor allem deshalb interessant, weil darin ganz bestimmte Normen vermittelt werden. Es stellt sich die Frage danach, wer oder was als „zivilisiert“ angesehen wird. Die einseitige Wahrnehmung, die sich außerdem darin

widerspiegelt, zeigt was gesellschaftlich als richtig oder falsch gelten soll. Dadurch werden beispielsweise Herrschaftsverhältnisse sichtbar, wenn ausgeblendet wird, dass nicht alle Menschen Zugang zu den vermittelten Standards oder Ressourcen (Zeit, Geld, etc.) haben.

Wie das Kapitel zeigt, gibt es übergeordnete strukturelle Ebenen, denen die Menschen in einer Gesellschaft unterliegen. Individuelle Wünsche bezüglich Mode, Kleidung und Frisur werden von diesen Strukturen sowie vom öffentlichen Diskurs immer auch mitgeprägt. Im folgenden Kapitel wechselt der Fokus von der gesellschaftlichen Meta-Ebene hin zur Bedeutung von Haar im Hinblick auf die persönliche non-verbale Kommunikation.

4.3 Haare-tragen auf individueller Ebene

Um das Haare-tragen auf individueller Ebene besser verständlich zu machen, gehe ich nun näher auf das Beziehungsdreieck Friseur*in – Haare – Kund*in ein, sowie auf die „transitorische Prominenz“ des Haares.

Das folgende Zitat von Allert beschreibt den Moment, indem die*der Friseur*in seiner*ihrer Kund*in über den Spiegel das Endresultat der neuen Frisur präsentiert: „Wer kennt sie nicht, die Mikrosekunde des scheuen Blicks in den Spiegel, der einem gegen Ende der Sitzung im Friseursalon [sic!] hinter dem Kopf gehalten wird, um das Werk […] zu beurteilen: […] Flüchtig und ungeduldig ist der Blick insbesondere deshalb, weil die Voraussetzungen für eine transitorische Prominenz geschaffen sind, hingegen die Bühne des Auftritts noch nicht betreten ist.“ (Allert in Janecke 2004: 99). Allert spricht aus der Perspektive eines Kunden und bringt in seiner Beschreibung die komplexen Kriterien einer ästhetischen Evaluation zwischen zwei Personen zum Ausdruck. Er spricht dabei auch von einer „Generalprobe“, und meint damit das unsichere Gefühl, das mit dem Zeitpunkt einhergeht, in dem der Frisiersalon verlassen wird und die neue Frisur einem Publikum präsentiert wird: „Es ist die Aufgeregtheit der Generalprobe, mit der der Kunde*die Kundin den Salon verlässt.“ (ebd.). Das spannende daran ist, dass Kund*innen diese Erfahrung immer wieder beim Frisier-Besuch bzw. beim Verlassen des Salons erleben.

Durch das Wachstum der Haare kommt bei den Menschen in unterschiedlichen Zyklen immer wieder auch die Auseinandersetzung mit dem eigenen Kopfhaar zum Tragen – diese gestalterischen Optionen bzw. Restriktionen werden als „transitorische Prominenz“ beschrieben (Allert in Janecke 2004: 99).

Das Haar verfügt über eine kommunikative Funktion, mit der unter anderem die beiden Dimensionen der Selbst- und Fremdbeurteilung zusammenhängen. „Haare […] werden Träger eines komplexen Verhältnisses von Identitätsentwurf und Identitätsratifikation in einer Gemeinschaft signifikant Anderer.“ (Allert in Janecke 2004: 100). Synott spricht in diesem Zusammenhang von sozialen Konstellationen, die hier zum Tragen kommen, und nicht wie vielleicht anzunehmen wäre, von Bewertungen im Sinne von Attraktivitätskriterien (Synott 1987). Frisuren und ihre transitorische Eigenschaft, die stetige Wiederveränderung, transportieren immer wieder auch Aussagen über die Person mit sich. Allert spricht deshalb auch vom Haar als „Medium der Selbstmitteilung“ (Allert in Janecke 2004: 102).

Das Haar als nonverbales Kommunikationsmittel führt mich zu einem Aspekt, der beim Haare-tragen auf individueller Ebene wesentlich ist: Der Mensch hat das Bedürfnis nach gesellschaftlicher Anerkennung. Auch das Zugehörigkeitsgefühl wird mit dem Zeigen der Frisur und des „eigenen“ Stils wirksam. Um eine Frisur zu erhalten, gehen die Menschen zu einem*einer Friseur*in, mit dem*der vor einem Haarschnitt das Beratungsgespräch stattfindet. Dort kommt es zwischen Kund*in und Haarstylist*in zu einer Aushandlung, und die Kommunikationsaspekte, die dabei zumTragen kommen, sind von wesentlicher Bedeutung für das Endergebnis. Es geht dabei um den Haarschnitt, mit dem sich der*die Kund*in in den darauffolgenden Wochen und Monaten identifizieren und wohlfühlen soll. Mit der Frisur drückt sich daher auch ein gewisses Bedürfnis nach sozialer Wertschätzung und Anerkennung aus.

Nach einem Besuch im Salon bekommt man meistens (und ohne explizit danach fragen zu müssen) die Meinung der Mitmenschen zur neuen Frisur zu hören. „Nur in Kommunikation zeigen sich Menschen als mit sich identisch – nur in Kommunikation artikulieren sie ihre Ansprüche auf Anerkennung, und nur kommunizierend erfahren sie etwas über den Erfolg ihres Bemühens um Anerkennung.“ (Allert in Janecke 2004: 103). Allert spricht von einer Prüfung bzw. Ratifikation von Authentizität an der immer mehrere Akteur*innen beteiligt sind. Und dabei handelt es sich immer um eine, je nach Zugehörigkeitskriterien zusammengesetzte Gemeinschaft, die den Anspruch auf Authentizität einer Person validiert und bekräftigt (ebd.).

„Wenn Menschen sich wechselseitig wahrnehmen, so gerät dabei besonders die äußere Ausdrucksgestalt, der Gesamthabitus der Person auf den Prüfstand. Alle zur ersten Natur zählenden Accessoires der menschlichen Gattung, die Bewegungselastizität des Körpers und der Extremitäten, das Verhältnis zur äußeren und inneren Schwere, sowie das

Gesamt seiner Verkleidung werden zum Material eines kontinuierlichen Prozesses der Identitätsartikulation oder genauer: Identitätsratifikation.“ (Allert in Janecke 2004: 103). Wenn Menschen einander fremd sind, können sie durch wechselseitige Beobachtung und die Interpretation nonverbaler Kommunikationsmittel (z. B. Habitus, Kleidung, Frisur etc.) das Gegenüber einschätzen und „beurteilen“.

Eine wichtige Rolle bei Haaren und ihren Transformationsprozessen spielt das Beziehungsdreieck Friseur*in – Haar – Kund*in. „Handwerklich gute Arbeit an der Sache allein genügt nicht – sie muss ergänzt werden durch die erfolgreiche Herstellung einer Kooperationsbeziehung zum Kunden, aber auch durch so etwas wie eine Kooperationsbeziehung zur Sache. […] Beide Seiten der Arbeit, die Arbeit an der Sache und die Kooperation mit dem ‚Besitzer‘ der Sache sind aufs engste miteinander verknüpft, beide Seiten bedingen sich wechselseitig.“ (Dunkel 2006: 225). Deshalb muss die Dienstleistungsbeziehung aus Sicht der Friseur*innen in der Auseinandersetzung mit dem Haar, sowie in der Auseinandersetzung mit dem*der Kund*in betrachtet werden. Die Folge daraus ist eine doppelte Anforderung für die Beschäftigten der Branche: Friseur*innen müssen auch einen kommunikativen Umgang mit Kund*innen beherrschen. (Dunkel 2004: 224)

Haarstylist*innen schlüpfen im Rahmen ihrer Arbeit und im Austausch mit ihren Kund*innen in unterschiedliche Rollen: Sie sind gefordert, therapeutische sowie handwerklich-gestalterische Kompetenzen unter Beweis zu stellen (Janecke 2004: 36). Eine wesentliche Komplexität der Kommunikationsleistungen im Salon besteht darin, dass sich zwei Menschen auf eine gemeinsame Vorstellung von Ästhetik und Schönheit einigen müssen (Allert in Janecke 2004: 101). Allert beschreibt die Frisiertätigkeit als eine handwerklich-technische Kompetenz, deren Kerntätigkeit die „Charismatisierung“ von Individuen ist (ebd.). „Die Friseur*innen müssen in der Lage sein, sich auf Kund*innen und deren ‚jeweils andere Logik‘ einzulassen. Dies schließt eine Inszenierung von Beziehungen, eine ‚Inszenierung von Freundschaft‘ ein, wobei soziokulturelle und geschlechterdifferenzierende Aspekte relevant werden. […] Über die Interaktion mit Kund*innen werden Anerkennung und Selbstwertgefühl vermittelt.“ (Fischer 2015: 25)

Der Friseur*innen-Salon ist daher nicht nur als ein öffentlicher, sondern auch intimer Ort zu verstehen. Zwischenmenschliches Vertrauen und die Kooperationsbereitschaft zwischen zwei einander fremden Menschen, spielt im Frisiersalon eine besondere Rolle. (Staguhn 2019: 115) Menschen übergeben die Modifizierung ihres äußeren Erscheinungsbildes an Haarstylist*innen, und damit an jemanden den sie nicht kennen,

natürlich ist damit auch immer ein Risiko für Missverständnisse gegeben. Eine misslungene Frisur kann im schlimmsten Fall sogar bis zu einer Anzeige wegen Körperverletzung (laut § 1325 ABGB) führen. Der*die Haarstylist*in muss sich beim Kennenlern- oder Beratungsgespräch daher besonders um das Vertrauen seiner Kund*innen bemühen.

Friseur*innen befinden sich täglich im intensiven Austausch mit verschiedenen Lebensbiographien und Alltagsgeschichten. Kund*innen, die in den Salon kommen, sitzen manchmal mehrere Stunden vor dem Spiegel und führen auch zuweilen mehr oder weniger Selbstgespräche mit sich beziehungsweise mit ihrem Spiegelbild. Nur selten haben Menschen in ihrem oftmals hektischen Alltag die Gelegenheit, so ausführlich über längere Zeit mit jemanden, den sie (noch) nicht kennen, über sich zu sprechen. Der Vergleich zur Psychotherapie als einem der Orte, wo dies sonst noch möglich ist, ist meiner Meinung nach hier sehr passend.

Als Friseurin stelle ich immer wieder fest, dass der wesentliche Teil meiner Arbeit aus dem Zuhören und den Gesprächen mit meinen Kund*innen besteht. Für deren Zufriedenheit ist es für mich zunächst wichtig zu verstehen, welche Vorstellung ihrer neuen Frisur sie im Kopf haben.

Ein*e Friseur*in erlebt regelmäßig, wie sich ihm*ihr Menschen, die ihnen fremd sind, anvertrauen und ihr Leid oder Unwohlsein über Haare oder ihr Aussehen schildern. Es ist Teil der Arbeit als Haarstylist*in, sich den Wünschen zu widmen und „in die Kund*innen hineinzuhören“, um zu verstehen, wie genau sie sich ihre neue Frisur vorstellen. Sensible Kommunikation und Einfühlungsvermögen sind wichtige Eigenschaften, die von Friseur*innen verlangt werden.

Aber auch die Auseinandersetzung mit Menschen und ihren Gedanken, Wünschen, Ängsten usw. ist Teil der Frisier-Arbeit. Durch die besondere Nähe zu Kund*innen, wie sie in sonst kaum einem anderen Beruf erkennbar ist, wird Haarstylist*innen auch eine psychologische Funktion nachgesagt. Meistens kommen Kund*innen von der Arbeit oder nach Erlebnissen im Alltag in den Salon, und wenn sie dann im Friseursessel ruhig sitzen müssen, stellt sich der Moment der Entspannung ein. Dann beginnen die meisten von den Dingen zu erzählen, die sie gerade beschäftigen. Diese Gespräche können vielseitig sein und reichen von Smalltalk über Alltägliches hin bis zu privaten und intimen Geschichten. Dann geht es plötzlich um menschliche Bedürfnisse, wie Wertschätzung, dem Wunsch, gesehen und gehört zu werden sowie darum, Anerkennung zu erfahren.

Die Gespräche im Frisiersalon spielen sich größtenteils vor oder sogar über einen Spiegel ab, weswegen ich nun wesentliche Aspekte des Spiegels erläutern möchte.

Exkurs über den Blick in den Spiegel

Durch die Betrachtung des eigenen Spiegelbildes und der Behandlung am Kopf kann es zu einer Innenschau und Wahrnehmung aber auch zur Reflexion der eigenen Gefühlswelt kommen. Kund*innen haben während ihres Aufenthalts im Salon nichts weiter zu tun, als in der Bewegung still vor dem Spiegel zu sitzen. Und manche von ihnen werden dadurch angeregt, ihre Gedanken zu teilen. Der Blick auf den eigenen Körper kann als eine Mischung aus andächtiger Selbstwahrnehmung und strenger Überprüfung der modernen Körperwahrnehmung bezeichnet werden – „im Spiegel tritt man sich selbst als Kritiker gegenüber, zugleich ist er Stellvertreter des fremden Auges, das wir mitdenken." (Breuss 2018: 64).

Ein Spiegel ist eine reflektierende Fläche, die es Menschen ermöglicht, ihr Abbild wahrzunehmen. Das deutsche Wort *Spiegel* leitet sich vom lateinischen *speculum* ab und wurde im Mittelhochdeutschen oft als Synonym für Wasser verwendet. Noch bevor der Spiegel erfunden wurde, konnten Menschen sich abbildvermittelt über Wasseroberflächen selbst wahrnehmen. Der Spiegel ist eines der ältesten, vom Menschen produzierten Gebrauchsgegenstände, und schon in der Antike ein beliebtes Toilettenutensil. Im 17. Jahrhundert wurde der Metallspiegel vom Glasspiegel abgelöst. Nach und nach konnte der Spiegel nicht nur als kleiner Handspiegel, sondern auch in größeren Dimensionen erzeugt werden. Damit wurde er in den oberen Gesellschaftsschichten zu einem wichtigen Einrichtungsgegenstand und mit der industriellen Massenproduktion zum Alltagsgegenstand breiter Bevölkerungsschichten. Der Blick in den Spiegel gehörte von nun an zum Alltag, die äußere Erscheinung konnte nun ständig einer Begutachtung und Kontrolle unterzogen werden. (Breuss 2018: 61f)

„Mit der Urbanisierung und zunehmender Anonymisierung des sozialen Lebens wurde zudem das Äußere für die Einschätzung fremder Menschen immer wichtiger, ebenso wie sich die Mode zu einem Massenphänomen zu entwickeln begann." (ebd.). Der Spiegel wurde zu einem unverzichtbaren Hilfsmittel für die Menschen. Er bekam als Wohnaccessoire und Toilettengegenstand eine große Bedeutung und wurde auch in öffentlichen und halb-öffentlichen Bereichen des urbanen Lebens eingerichtet. Der Blick in den Spiegel war von nun an jederzeit möglich. Die Bedeutung des eigenen Spiegelbildes zeigte sich auch in der Namensgebung der sognannten „Psyche", welches ein Möbelstück mit einem großen Ankleidespiegel war. Es kam in den Vierziger- und Fünfzigerjahren im häuslichen Bereich in Mode und war ab sofort in vielen privaten Räumlichkeiten zu finden (ebd. 63).

5. Salon-Konzepte – Räume der Begegnung

Wie im Kapitel 4 beschrieben, sind Frisiersalons Orte, an denen persönliche „Verschönerungsprozesse“ verhandelt und ausgeführt werden. Die Interaktionen in Frisiersalons werden von vielen Menschen als intim empfunden, da Berührungen am Kopf und am oberen Körper (Schulter, Nacken, etc.) stattfinden. Aber auch, weil Vertrauen bei Veränderungsprozessen eine wichtige Rolle spielt. Friseur*innen sind Menschen, die sich um eine*n Kund*in kümmern und der Salon ist der professionelle Raum, in dem dieses Kümmern stattfindet.

Ein Haarschnitt bedarf immer eines persönlichen Treffens zweier Menschen, nämlich zwischen Friseur*in und Kund*in. Zu Beginn so eines Treffens, sind sich beide Menschen einander (noch) fremd. Als *Räume der Begegnung* werden die Räume und Orte beschrieben, in denen eine zwischenmenschliche Interaktion und ein damit verbundenes gegenseitiges Wahrnehmen beim Haarschneiden entsteht. Mit dieser Forschungsarbeit möchte ich mich nun diese Begegnungen ins Zentrum der Untersuchung rücken.

Der Besuch bei der Friseurin oder beim Friseur wird als Abwechslung im Alltagsleben und als Erlebnis beschrieben: „[D]ieses sich für einen gewissen Zeitraum in die Hände von jemanden Begeben, dieses Ausklinken für zwei Stunden aus der Außenwelt. Dieses Eintauchen in eine Welt der freundlichen Geschäftigkeit, mit dem Geräuschpegel aus Stimmen, aus dem Brummen von Föhnen und dem Klicken der Scheren. All das auch versehen mit der Hoffnung, ‚verschönt‘, mit einem anderen Lebensgefühl wieder herauszukommen.“ (Lukacsek in Breuss 2019: 198) Exemplarisch zeigt ihr Statement, mit welcher Erwartungshaltung Kund*innen den Salon betreten.
Neben dem Haarschnitt kann im Friseursalon auch die zwischenmenschliche Auseinandersetzung zwischen Friseur*in und Kund*in beobachtet werden. Es ist ein Sehen und Gesehen-werden, sowie ein Hören und Gehört-werden. Das menschliche Bedürfnis nach Wertschätzung und Anerkennung wird nicht nur gegenüber der Kund*in sondern auch wechselseitig zwischen Kund*in und Haarstylist*in erlebt. Vor allem in aktuellen Zeiten, wo es durch Digitalisierung zu einer Art der Entfremdung zwischen Menschen und der Welt kommt, bekommt die Face-to-Face Interaktion einen neuen Stellenwert.

Die Räume der Begegnung, welche beim Haareschneiden entstehen, können unterschiedliche Formen annehmen, und reichen vom klassischen Frisiersalon[5] in Österreich bis hin zu Haarschneide-Projekten, welche Weltweit realisiert werden.
In der Folge nehme ich eine Kategorisierung vor, um die zentralen Unterschiede verschiedener Salon-Konzepte herauszuarbeiten.

5.1 Der klassische Frisiersalons in Österreich

Die folgende Beschreibung basiert auf meiner persönlichen Erfahrung als angestellte sowie selbstständige Haarstylistin in den unterschiedlichen Salon-Settings in Österreich. Als klassische Frisiersalons in Österreich bezeichne ich die Orte, an denen das Friseur*innen-Handwerk als offizielles Gewerbe ausgeführt wird. Viele dieser Salons zeichnen sich durch ihre individuellen Salonkonzepte aus, die sie nach außen hin über ihre Schaufenster und Schilder kommunizieren. Diese Konzepte beziehen sich auf die Atmosphäre im Salon, den Standort sowie die Preisgestaltung, wodurch eine bestimmte Zielgruppe angesprochen werden soll. In Wien gibt es daher zahlreiche sogenannte „Friseure", „Coiffeure" und „Barbershops", etc. die sich in den hippsten virteln der Stadt regelrecht aneinanderreihen. Unterschiedliche Communities zeigen sich durch individuelle Auftritte, wie beispielsweise die Afro-Shops in der Burggasse, chinesische Frisiersalons im 4. und 5. Bezirk oder die orientalischen und türkischen Salons am Brunnenmarkt, welche allesamt auf eine ganz bestimmte Klientel abzielen.

RÄUMLICHE GEGEBENHEIT
Ein klassischer Frisiersalon tritt nach außen hin mit einer Werbefläche in Form einer Auslage auf. Viele Salons versuchen mit kreativen Namen die Aufmerksamkeit potentieller Kund*innen zu gewinnen: *Haarmonie, Haarscharf, Kammbodscha, Haircules, Hairgott* oder *GesmbHaar,* um nur einige Beispiele zu nennen. Der klassische Frisiersalon ist meist in einem Gewerbelokal ansässig und ein abgegrenzter Raum, der durch eine Eingangstür zu betreten ist. Zur typischen Saloneinrichtung gehören Stühle, die meistens vor großen Spiegeln platziert sind. Dazu kommen Utensilien wie Haartrockner, Fön, Schneide- bzw. Farbwaagen, Haarschneidemaschinen, Scheren und sämtliche Haarprodukte, die als Arbeitsgegenstände und zugleich als dekorativer Teil dienen. Die Kund*innen sitzen mit dem Blick zum Spiegel gerichtet und der oder die Friseur*in bewegt sich bei der Ausübung seiner/ihrer Arbeit hauptsächlich hinter oder neben der Kundin bzw. dem Kunden. Die

[5] Mit Bezeichnung „klassischer Frisiersalon in Österreich" beziehe ich mich auf meine Erfahrungen in Frisiersalons in Österreich und auf mein gewohntes Arbeitsumfeld.

Kommunikation zwischen Kund*in und Haarstylist*in wird hauptsächlich über den Spiegel abgehandelt. Wobei das (Erst-) Beratungsgespräch auch im Face-to-Face Modus mit direktem Augenkontakt abgehalten werden kann. Der Spiegel ist allerdings immer wichtiges Hilfsmittel, um die Beschreibung der neuen Frisur zu veranschaulichen und zu kontrollieren.

AKTEUR*INNEN & INTERAKTIONSEBENE

Die handelnden Akteur*innen im klassischen Salon sind die/der Friseur*in und die/der Kund*in. Im Frisiersalon dreht sich alles um die Dienstleistung, die von einer Person erhalten (Kund*in) und einer anderen Person gegeben wird (Friseur*in). Im Salon befinden sich diese zwei Akteur*innen während der gesamten Dienstleistung in einer Art Zweier-Interaktion, wobei Teamkolleg*innen des Salons oder andere Kund*innen kurzfristig mit in ein Gespräch verwickelt werden können, oder mindestens als Personen im selben Raum wahrgenommen werden. Das Haareschneiden wird als eine Dienstleistung von den Kund*innen eingekauft und durch eine Terminvereinbarung im Vorfeld in Anspruch genommen. Viele Kund*innen suchen meist nach vertrauenswürdigen Haarstylist*innen. Sie recherchieren im Vorfeld nach dem passenden Salon oder Stylist*innen. Manche kommen auf Empfehlung von Freund*innen bzw. sind durch den Online-Auftritt oder die Auslage auf den Salon aufmerksam geworden. Während der*die Kund*in im Frisierstuhl vor dem Spiegel sitzt kann er*sie der bzw. dem Haarstylist*in bei der Arbeit zusehen. Dabei komm es mehr oder weniger zu einer Auseinandersetzung mit dem eigenen Spiegelbild. Durch das vom Spiegel reflektierte Gesehene, schweifen die Gedanken und manchmal davon werden mit der/dem Haarstylist*in geteilt. So können sich im weiteren Verlauf Gespräche abseits des bekannten Small-Talks entwickeln. Der Spiegel vor dem der/die Kund*in sitzt, gibt ihr/ihm Kontrolle darüber, was mit der eigenen Frisur passiert und ein Gefühl von Sicherheit.

Der klassische Frisiersalon, wie er in Österreich praktiziert wird, ist für die Haarstylist*innen der Ort, an dem sie ihrer Arbeit nachgehen können und das Friseur*innen-Gewerbe offiziell ausgeübt werden darf. Menschen kommen als Kund*innen in den Salon um sich von Profis die Haare schneiden, färben und stylen zu lassen und kaufen damit diese Dienstleistung ein. Dabei kann der Besuch im Frisiersalon für manche Freude und Entspannung, für andere ein notwendiges Übel, dem in regelmäßigen Intervallen nachgegangen werden muss, sein.

Abseits von klassischem Dienstleistungs-Gewerbe gibt es, wie bereits erwähnt, auch Projekte, die sich dem Haareschneiden aus einer anderen Perspektive widmen. Es folgt nun eine Beschreibung solcher Projekte.

5.2 Soziale Haarschneide-Projekte weltweit[6]

In den letzten Jahren haben sich weltweit Frisier-Projekte entwickelt, die das Handwerk des Haareschneidens für wohltätige Zwecke einsetzen. Diese sozialen Haarschneide-Projekte präsentieren sich hauptsächlich über soziale Netzwerke und berichten über ihre Erfahrungen sowie über die Beweggründe ihres Einsatzes. In diesen Projekten treten Friseur*innen als Freiwillige auf, die unentgeltlich hilfsbedürftigen Menschen, wie beispielsweise Obdachlosen, die Haare zu schneiden. Zentral dabei ist der gesellschaftliche und soziale Beitrag, zu dem es für eine bestimmte Menschengruppen kommt.
Ich möchte nun drei ausgewählte Projekte vorstellen, um zu veranschaulichen, wie die Aktivitäten von sozialen Haarschneide-Projekten aussehen können. Es handelt sich dabei um Privatpersonen oder Vereine, die Zusammenkünfte freiwilliger Friseur*innen organisieren. Die Zielgruppe sind immer hilfsbedürftige und/oder obdachlose Menschen. Die öffentliche Wirkungsmacht dieser Projekte besteht darin, dass sie beispielsweise die Verwandlung dieser Menschen vom Vorher zum Nachher dokumentieren und in sozialen Netzwerken veröffentlichen. Die Bedeutung eines Haarschnitts für das Individuum, unter anderem in Bezug auf das Zugehörigkeitsgefühl zur Gesellschaft, wird dadurch deutlich.
Teilweise sind die Verwandlungen so erheblich, dass die Menschen nach dem Haarschnitt kaum wieder zu erkennen sind. Die Bilder zeigen aber auch, dass die Menschen sich nicht nur eine neue Frisur von diesen Treffen mit den Friseur*innen mitnehmen. Sie bekommen dort Aufmerksamkeit geschenkt, werden wahrgenommen, erfahren Berührungen und sind sichtlich glücklich über das Erlebte und den neuen Haarschnitt, den sie als Souvenir mitnehmen.

RÄUMLICHE GEGEBENHEIT

Die hier untersuchten Haarschneide-Aktionen finden meistens auf offener Straße und öffentlichen Plätzen statt. Der Soziale Haarschneidesalon ist nur an wenige Gegebenheiten gebunden, es braucht eine Sitzmöglichkeit für die*den Kund*in,

[6] Die angeführten sozialen Haarschneide-Projekte wurden anhand einer Internet-Recherche untersucht. Das Projekt *Barberangels Brotherhood* habe ich zusätzlich persönlich bei einer ihrer Aktionen in Wien 2019 besucht und teilnehmende Personen befragt.

Haarschneidemäntel, Scheren und anderes Styling-Werkzeug. Der Vorteil dieses Handwerks kommt hier zum Ausdruck, denn lediglich eine Schere und ein Kamm reichen aus, um einen Frisiersalon zu imitieren.
Der Standort kann variieren und tritt mit den für Pop-Ups typischen Eigenschaften auf (ist zeitlich begrenzt, wird immer wieder auf- und abgebaut, ist an örtliche Gegebenheiten angepasst). Es gibt keine großen Frisierspiegel, sondern kleine Handspiegel, die nur selten zum Einsatz kommen und eher am Ende des Haarschnittes beim Abgleich der neuen Frisur behilflich sind.

AKTEUR*INNEN & INTERAKTIONSEBENE
Die Akteur*innen am Set sind die Friseur*innen und ihre Kund*innen bzw. Klient*innen. Letztere sind nachweislich von Armut oder gesellschaftlicher Ausgrenzung betroffene Menschen, die über eine soziale Einrichtung zu der Haarschneide-Aktion eingeladen werden. Neben den Friseur*innen sind oft auch Helfer*innen, Fotograf*innen und Organisator*innen vor Ort, die das Projekt freiwillig unterstützen. Bei diesen Projekten gibt es Geber*innen und Nehmer*innen: Während die Einen eine Dienstleistung geben, nehmen sie die Anderen entgegen. Dabei ist der persönliche Kontakt zu anderen Menschen während des Haareschneidens für die Zielgruppe von besonderer Bedeutung. Die Haarstylist*innen treten als freiwillige Helfer*innen auf und leisten durch ihr Handwerk einen gesellschaftlichen Beitrag.

5.2.1 Barber Angels Brotherhood

Der Verein *Barber Angels Brotherhood* wurde in Deutschland 2017 gegründet und besteht aus ehrenamtlichen Haarstylist*innen. Sie nennen sich *Barber Angels* und bieten modische Haarschnitte für Menschen an, die sich aufgrund ihrer finanziellen Situation keinen Besuch bei einem*einer Friseur*in leisten können. Das Markenzeichen des Frisier-Vereins ist die einheitliche Biker-Kluft, die sie bei jedem ihrer Einsätze als eine Art Uniform tragen. Sie waschen und schneiden Haare und Bärte und manchmal ist auch ein*e Visagist*in für Make-Up vor Ort. Fotograf*innen dokumentieren das Geschehen, wobei die Kund*innen frei entscheiden können, ob sie abgelichtet werden wollen. Nach dem Styling gibt es die Möglichkeit, Passbilder und professionelle Fotos anfertigen zu lassen. Die sogenannten *Barber Angels* wissen, dass ihre Kund*innen im Alltag häufig wenig körperliche Nähe erleben und kommen dem Wunsch nach einer Umarmung gerne nach (Abbildung 12). Diese Momente der Berührung und Begegnungen in diesem Haarschneide-Setting sind oft sehr emotional, vor allem wenn mit dem abschließenden

Blick in den Spiegel das neue Styling präsentiert wird. „Ein Haarschnitt bedeutet Würde“ (Kopfsache 2019) lautet das Statement von Claus Niedermaier, dem Chef des Vereins und er erklärt weiter, dass sie mit dem Haarschnitt den Menschen auch neues Selbstbewusstsein schenken. (Kopfsache: 2019)

Die *Barber Angels* arbeiten mit sozialen Einrichtungen zusammen, die diese Einsätze organisieren und auch die Zielgruppe einladen. Mittlerweile gibt es in ganz Europa Einsätze des Vereins und sie sind immer wieder auf der Suche nach freiwilligen Friseur*innen, die sie begleiten wollen.

Abbildung 12: Barber Angels Brotherhood, Umarmung einer Kundin

Abbildung 13: Haarschneideaktion von Barber Angels Brotherhood

5.2.2 Beauty 2 the streetz

„Not all Queens live in castles, some live on the streets“, schreibt Shirley Rhines, die Gründerin von *Beauty 2 the streetz* über ihr Projekt in Los Angeles, bei dem sie sich gemeinsam mit einem Team aus freiwilligen Helfer*innen nicht nur dem Haareschneiden widmet: „Recognizing that the lack of a home does not mean a lack of humanity, Beauty 2 The Streetz aims to serve the homeless by providing necessities alongside the things that make us feel inherently human: a hot shower, a hearty meal, the hope-inducing feeling of looking in the mirror and loving what you see. We are building friendships based on equality and compassion and it is this, more than simply the hair and makeup, that brings beauty to the streets.” (beauty2thestreetz: 2020)

Beauty 2 the streetz kümmert sich einen Tag pro Woche um obdachlose Menschen an einem fixen Standort auf der Straße in Los Angeles. Die Zielgruppe sind Frauen und explizit auch Transfrauen aus der schwarzen Community. Dieses Projekt zielt darauf ab, den Kundinnen ein gutes Selbstwertgefühl durch die Pflege ihres äußeren Erscheinungsbildes zu vermitteln, sowie freundschaftliche Begegnungen zu ermöglichen. Shirley Rhines bringt zu ihren Einsätzen Wasser in großen Behältern, um den Menschen auch die Möglichkeit zum Duschen zu bieten. *Beauty 2 the Streetz* schneidet und färbt Haare, bietet den Frauen auch Make-up an und gibt darüber hinaus Essen und Getränke sowie Sachspenden in Form von Kosmetikartikeln und Kleidung aus. Shirley Rhines teilt ihre Erfahrungen mit ihren Kund*innen von der Straße auf sozialen Netzwerken via Instagram (Abbildung 14). In ihren Videotagebüchern spricht sie sich gegen die Diskriminierung dieser Menschengruppe aus und setzt sich für dafür ein, dass ihre Kundinnen Bedürfnissen wie der regelmäßigen Hygiene und Körperpflege nachkommen können.

Abbildung 14: Beispielbild von Beauty 2 the streetz

5.2.3 Do Something for Nothing

Josh Coombes ist ein Friseur aus London und bietet Menschen, die er auf der Straße antrifft, gratis seine Dienste als Friseur an. Bei ihm sind vor allem seine Vorher- und Nachher-Bilder (Abbildung 16) ein Instrument, um Aufmerksamkeit für das Projekt zu erhalten. Das Statement und Projekt *Do Something for Nothing* hat sich mittlerweile zu einer Online-Bewegung entwickelt. Er fordert auf, freundlich und offen auf seine Mitmenschen zuzugehen und dort Hilfe anzubieten, wo man kann. Das Team um Coombes hat über Social Media (Instagram und Twitter) eine philanthropische Community kreiert, die engagierten Menschen als Netzwerk dienlich sein soll. „Josh Coombes, hair stylist and leader of the philantropic movement #DoSomethingForNothing speaks on giving dignity to the homeless and how pushing past stereotypes and preconceptions allows us to find real connection with people.“ (Creative Mornings 2017)

Abbildung 15: Beispielbild von Do something for nothing

Abbildung 16: Beispielbild von Do something for nothing, Vorher- Nachher Foto eines Kunden

5.2.4 Der Pop-Up-Salon CATW

Der Pop-Up-Salon ist als mein persönliches Haarschneide-Projekt Gegenstand dieser Forschungsarbeit.

RÄUMLICHE GEGEBENHEIT

Der Pop-Up-Salon orientiert sich an den Elementen des klassischen Frisiersalons und erinnert in Bezug auf die räumliche Ebene an die bereits oben genannten sozialen Salon Konzepte. Das Projekt CATW findet nicht in einem eigens dafür angemieteten Gewerbelokal statt, sondern im Rahmen einer öffentlichen Veranstaltung. Dieser Pop-Up-Salon ist räumlich nicht durch Wände oder andere Begrenzungen gekennzeichnet, sondern auf einer offenen Fläche von mehreren Seiten frei zugänglich. Je nachdem ob sich gerade Menschen im Pop-Up-Salon befinden, wird der Salon durch die Tätigkeit des Frisierens erkenn- und identifizierbar. Bisher wurde der Pop-Up-Salon hauptsächlich Open-Air realisiert, wobei Witterungsverhältnisse berücksichtigt werden mussten.

CATW wird an die räumliche Gegebenheit des von den Veranstalter*innen zugewiesen Platzes angepasst und, wie so typisch für Pop-Up-Geschäfte, immer wieder neu auf- und abgebaut. Es gibt einen Infotisch auf dem Flyer und die Projektbeschreibung aufliegen, einen Ablagetisch für das Werkzeug (Scheren, Kämme, Maschinen, Fön, etc.) und Stühle für die Kund*innen, die in unterschiedlichen Formationen (im Kreis, Halbkreis, auf einer Linie etc.) angeordnet werden können. Die Friseur*innen und ihre Arbeit an den Kund*innen bilden das Zentrum des Settings. Im Gegensatz zum gewohnten klassischen Salonsetting befindet sich kein Spiegel vor den Bedienungsplätzen der Kund*innen. Im Pop-Up-Salon können sich die Menschen gegenseitig beim Haarschnitt zusehen, oder während sie am Frisier-Sessel sitzen ihre Blicke auf die Ereignisse in ihrem Blickfeld richten. Sehr oft kommt es dadurch zu Blickkontakten und Gesprächen mit den anderen Personen, die sich in Reichweite befinden (Abbildungen 17 und 18).

Abbildung 17: CATW am Straßenkunstfest 2015

Abbildung 18: CATW am Straßenkunstfest 2015

AKTEUR*INNEN UND INTERAKTIONSEBENE

Es gibt drei zentrale Akteur*innen es Pop-Up-Salons: jeweils ein*e Haarstylist*in, ein*e Kund*in und mindestens ein*e Beobachter*in.

„Ich brauche gar keinen Spiegel hier, wenn Leute vorbeigehen und mich anlächeln, weiß ich, dass alles gut ist.“ Dieses Statement einer Kundin, wurde von einer meiner Co-Forscherinnen im Gespräch aufgefasst. Die Kundin beschreibt, wie sie sich mit dem Frisier-Setting im Pop-Up-Salon arrangierte.

Dadurch, dass die Blicke der Kund*innen nach außen gerichtet und nicht auf einen Spiegel fixiert sind, kommen sie von selber und gewissermaßen zwangsläufig in Kontakt mit vorbeispazierenden Passant*innen und/oder Besucher*innen, welche sich im Bereich des Pop-Up-Salons aufhalten. Die Kund*innen können also selbst auch

andere Menschen beobachten bzw. anderen Kund*innen dabei zusehen, wie deren Haare geschnitten werden. Ihr Blick fällt auf die Geschehnisse der näheren Umgebung, auf Passant*innen, Performances der Veranstaltung, Künstler*innen und Aussteller*innen aber auch auf die anderen Pop-Up-Salon Besucher*innen sowie Kund*innen, die (wie sie selbst) gerade die Haare geschnitten bekommen.
Die Funktion des Spiegels als Kommunikations- und Kontrollinstrument, wie Kund*innen es aus dem gewohnten klassischen Frisiersalon kennen, fällt im Pop-Up-Salon zur Gänze weg. Das Besondere an der Interaktion zwischen den Akteur*innen ist die Position der Beobachter*innen, die die Spiegelfunktion ersetzen.
Beobachter*innen können außerdem gleichzeitig auch Kund*in sein, indem sie während sie selbst einen Haarschnitt erhalten mit anderen Kund*innen Blickkontakt halten und so in Interaktion treten.
Das rege Kommen und Gehen im Pop-Up-Salon ist Zeichen für die freiwillige Partizipation und Möglichkeit mitzumachen. Zeitlich ist die Anwesenheit für die Kund*innen durch die Dauer des Haarschnittes begrenzt, während Beobachter*innen auch nur einen Augenblick verweilen können. Die Atmosphäre am Set wird von jedem Individuum beeinflusst und die Gruppendynamik verändert sich dadurch stetig.

Der Pop-Up-Salon war für mich als Haarstylistin und Initiatorin des Projekts ein Experiment, um die unterschiedlichen Räume des Haareschneidens zu erkunden. In der Folge wurde das Experiment zu einem soziokulturellen und partizipativen Projekt. Auch, um geflüchteten Menschen eine Plattform für den Austausch mit anderen zu bieten. Im Laufe meiner Forschung und während der Arbeit mit dem CATW-Team hat sich der Fokus immer mehr auf die Ebene zwischenmenschlicher Interaktion und Begegnung konzentriert. Der Pop-Up-Salon zeigt sich als Ort, an dem Menschen sich auf Augenhöhe begegnen und unabhängig von Alter, Herkunft oder Bildung miteinander in Austausch treten können. Durch das persönliche Treffen der Menschen vor Ort werden Erfahrungen ausgetauscht und ein Perspektivenwechsel angeregt.
Die folgende Tabelle stellt die unterschiedlichen Salonkonzepte[7] zusammengefasst gegenüber:

[7] Andere Salonkonzepte, wie beispielsweise mobile Frisiersalons, sind bei dieser Untersuchung nicht inkludiert**.** Sie verfügen über keine eigene Geschäftsfläche und führen ihre Dienstleistung im eigenen privaten Raum oder in den Wohnungen ihrer Kund*innen durch. Auch auf die Konzepte von *Stuhlmieter*innen* bzw. *Stylists in Residence* wird nicht weiter eingegangen, beide sind im Salonsetting mehr oder weniger eingebettet und in Österreich eine sehr kleine Gruppe an selbstständigen Unternehmer*innen.

Tabelle: Vergleich verschiedener Salonkonzepte

	Klassische Salonkonzepte	Soziale Salonkonzepte	Pop-Up-Salon
Professionelle Stylist*innen	x	x	x
Geschlossener Raum	x		
Öffentlich zugänglich	(x)	x	x
Private Atmosphäre	x		
Interaktion eher auf Kund*in und Stylist*in beschränkt	x		
Interaktion zwischen mehreren Personen erwünscht		x	x
Entgeltliche Dienstleistung	x		
Gemeinnützigkeit		x	x
Kund*in sitzt vor Spiegel	x		

Abbildung 19: Vergleich verschiedener Salonkonzepte, Quelle: Eigene Darstellung

6. Empirie

Die vorliegende empirische Untersuchung erfolgte mit Hilfe der *Reflexive Grounded Theory Method* (RGTM) (Breuer et al. 2019, 2019; Brandner 2020). Ausgangspunkt dieser Methodik ist ein allgemeines und eher unscharf formuliertes Untersuchungsanliegen, welches sich auf alltagsweltliche Kontexte bezieht (Breuer et al. 2019: 131). Breuer spricht von der *theoretischen Offenheit* (ebd.), die sich unter anderem auf meine subjektive Erfahrungswelt als Forscherin bezieht. Mittels verschiedener Präkonzepte und weiten Datenbegriffen wird selbstreflexiv, bewusst spielerisch und dezentral gearbeitet. Die Beobachtungen und Erfahrungen im Feld, werden als Datensatz erhoben und in Bezug zueinander gesetzt. Im Verständnis der verwendeten RTGM beschreibt Soeffner das Verstehen als Forscher*in als „Vorgang, der sich auf meine eigene Bewusstseinsleistung bezieht“ (Soeffner 2012: 165). Im Sinne von Soeffner wird versucht, zwischenmenschliche Vorgänge im Pop-Up-Salon in Beziehung zueinander zu setzen, um Sinnzusammenhänge zu erkennen. Aber auch ein Fremdverstehen soll im Sinne des *Symbolischen Interaktionismus (ebd.)* berücksichtigt werden, denn Verstehen und Fremdverstehen bedingen sich nach Soeffner gegenseitig (ebd.). Das Einbeziehen des eigenen Subjektcharakters und die reflexive Eigenschaft der Akteur*innen sind wesentlicher Teil in der Entwicklung meiner Theorieskizze, „indem das Wissen, die Erfahrungen, die Erzählungen, Interaktion und Reflexionsprozesse der Beteiligten als heuristische Grundlage für das Entwickeln neuer Theorien verwendet werden können“ (Brandner 2020: 38).

Ein wesentlicher Teil der RGTM ist das Konzeptualisieren oder Kodieren der erhobenen Daten, welches die Formulierung von neuen Begriffen und Ideen abstrakter Natur beinhaltet (ebd.). Die RGTM verfügt über eine Erkenntnisphilosophie, die dem Prinzip der Hermeneutik bzw. einer zirkulären und spiralförmigen gedanklichen Bewegung zugrunde liegt (ebd. 133). Erst im Verlauf der Forschung wurde die zentrale Forschungsfrage fort- bzw. weiterentwickelt bis zur Fokussierung auf das eigentliche Forschungsthema.

Diese Arbeit widmet sich folgender Fragestellung:

1. *Inwiefern unterscheidet sich der Pop-Up-Salon vom klassischen Frisiersalon-Setting? Worin bestehen die jeweiligen Unterschiede?*

2. *Welche besonderen Formen von Interaktion und Miteinander entstehen im Pop-Up-Salon?*
   → *Wie findet Begegnung statt?*
   → *Warum nehmen Menschen daran Teil?*
   → *Was nehmen sich die Beteiligten davon mit?*

Die RGTM erlaubt es, relativ offen ins Feld zu gehen, um unvoreingenommen auf vorherrschende Phänomene eingehen zu können und diese zu ergründen. Das systematische Prinzip der RGTM liegt begründet im kreativen Erfinden und Entwickeln einer Theorie, die aus lebensweltlichen Erfahrungen bzw. empirischer Daten herausgearbeitet wird (ebd.). Diese Methodik ermöglich ein analytisches sowie konsequentes Nachdenken über soziale Phänomene, basierend auf den Daten, die im Forschungsfeld erfasst wurden (Brandner 2020: 29f).

Mit dem Fokus auf die zwischenmenschlichen Aspekte beim Haareschneiden, habe ich mein Erkenntnisinteresse auf die Erfahrungen und Sichtweisen der Menschen im Pop-Up-Salon gelenkt. Da ich bei meinen Recherchen zu diesem Untersuchungsfeld keine vertiefende wissenschaftliche Literatur gefunden habe, hat sich die Methode der RGTM als nützliches Instrument gezeigt. Sie erlaubt es, den Einzelfall in den Fokus der Forschung zu stellen, wie in diesem Fall auf den Pop-Up-Salon und Menschen, die sich darin bewegen. Durch einen intensiven Auseinandersetzungsprozess mit den Daten der Einzelfälle und mit der Arbeit der Forschenden emigiert die Theorie bzw. die Theorieskizze aus den Daten (Breuer et al. 2019: 8).

Bevor die empirische Arbeit und die verwendeten Elemente der RGTM in Kapitel 6.2 vorgestellt werden, werden im nächsten Kapitel die zwei Fallstudien vorgestellt, bei denen die Datenerhebung stattfand.

6.1 Beschreibung der Fallstudien

Die Feldforschung fand im Rahmen zweier Fallstudien bei Veranstaltungen statt, die beide dem Thema Flucht gewidmet waren.

Team-Bildung und Aufbau der Fallstudien

Auf Facebook wurde eine CATW-Gruppe gegründet, in welcher der Großteil der Kommunikation mit den Friseur*innen verlief, die sich freiwillig zur Mitarbeit im CATW-Team meldeten. Die Facebook-Gruppe bestand teilweise aus dem Stylist*innen-Team, mit dem bereits am *Akademie Wintermarkt* zusammengearbeitet wurde.

Das erste Treffen mit den Interessent*innen fand am 5. September 2017 im *Atelier Peph* im 16. Wiener Gemeindebezirk statt. Zu diesem Treffen kamen auch meine Co-Forscherinnen und eine Fotografin, die für den visuellen Teil der Datenerhebung zuständig sein sollte. Das Team bekam Informationen zum Ablauf des Pop-Up-Salons sowie zu den Rahmenbedingungen bezüglich des Forschungsvorhabens.

Um mich auf die Forschung konzentrieren zu können war es notwendig, mich als Friseur*in aus dem Geschehen im Pop-Up-Salon zurückziehen. Plan war, meine Rollen als Friseurin, Teamleiterin und Initiatorin des Projektes während der Datenerhebung „still" zu legen und mich als Beobachterin zurückzuziehen. Daher wurde ein Handout[8] für die jeweiligen unterschiedlichen Bereiche vorbereitet (Haarstylist*innen, Co-Forscher*innen und Fotografin). Das Handout sollte den Beteiligten im Umgang mit der der neuen Forschungssituation im Pop-Up-Salon als Forschungsfeld behilflich sein.

6.1.1 Fallstudie 1

Am 23. September 2017 veranstaltete *Vienna WE* in Kooperation mit *Younited Cultures* und der MA 17 Integration und Diversität *Die Lange Nacht des Interkulturellen Dialogs*[9] im Rathaus Wien. Die Veranstaltung verfolgte das Ziel, Wien als Zentrum kultureller Vielfalt zu zeigen und präsentierte sich mit folgendem Text: „Die erstmals stattfindende Veranstaltung will Menschen verbinden, die im Alltag wenig Berührungspunkte haben.

[8] Siehe dazu Anhang 1: Auszug Handout
[9] Siehe dazu Anhang 2: Flyer Vienna WE

Themen zum Mitmachen wie Kunst, Genuss und Freizeit zeigen, welche Vorteile kulturelle Vielfalt mit sich bringt.“ Der Pop-Up-Salon wurde zu diesem Event eingeladen. CATW wurde im Arkadenhof des Wiener Rathauses positioniert und als ein soziales Start-Up angekündigt.

Räumlichkeit und Setting

Der Platz für den Pop-Up-Salon war etwa 30 bis 40 m² groß, wobei es keine ersichtliche Begrenzung nach außen hin gab. Die sieben Frisier-Stühle wurden im Halbkreis und mit dem Blick nach außen, in Richtung Bühne, aufgestellt. Durch diese Positionierung wurden die Friseur*innen und ihre Kund*innen den vorbeikommenden Besucher*innen gegenübergestellt. Es gab außerdem noch zwei Tische, die für das Werkzeug und für Information bzw. als „Rezeption“ für den Pop-Up-Salon dienen sollten.

An diesem Tag war es bewölkt, und zeitweise regnete es leicht. Die Überdachung des Wiener Rathauses im Arkadenhof, worunter sich der Pop-Up-Salon befand, reichte nicht aus, um die Haarschneideaktion gänzlich vor Wind und Regen zu schützen.

Dies hielt jedoch die Besucher*innen nicht davon ab, sich bei CATW die Haare schneiden zu lassen. Dies zeigte sich durch die große Nachfrage und die Präsenz zahlreicher Kund*innen. Insgesamt war das CATW-Team circa sieben Stunden mit Haareschneiden beschäftigt. Die folgenden Abbildungen zeigen Impressionen[10] aus dem CATW-Pop-Up-Salon im Rathaus, bei der Fallstudie 1:

Abbildung 20: CATW im Rathaus Wien 2017

[10] Siehe dazu Anhang 3: Einverständniserklärung Fotoverwendung

Abbildung 21: CATW im Rathaus Wien 2017

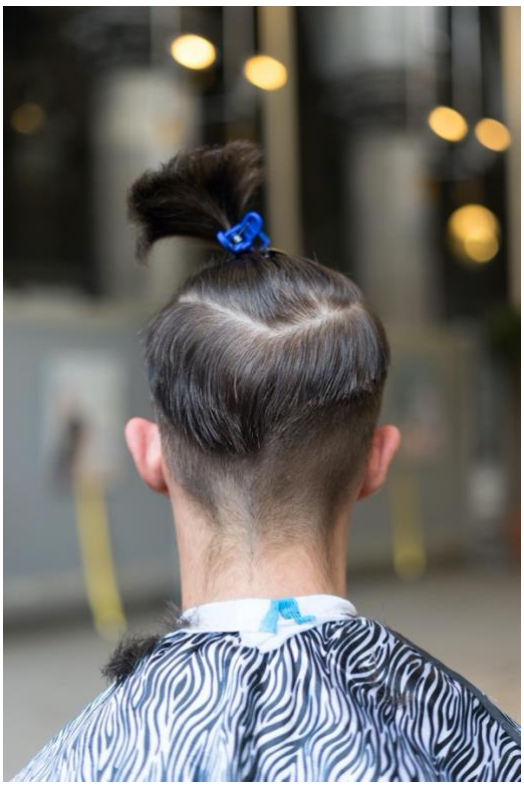


Abbildung 22: CATW im Rathaus Wien 2017

Friseur*innen-Team

Insgesamt bildeten sieben freiwillige Friseur*innen an diesem Tag das Team von CATW. Ein Teil des Teams kannte sich bereits von einer früheren Haarschneideaktion von CATW. Nachdem alle Kolleg*innen eingetroffen und an ihrem Arbeitsplatz eingerichtet waren, gab es ein kurzes Briefing zum Ablauf. Es erfolgte eine Einteilung in Zweier- bzw. Dreierteams, um sich während des Arbeitens gegenseitig zu unterstützen. Diese Unterstützung betraf im Allgemeinen die Termineinteilung und Zuweisung der Kund*innen, das Saubermachen nach jeder*jedem Kund*in, Hilfe bezüglich Verständigung und Sprache, das Teilen und Zeigen von Haarschneide- und Haarstyling-Techniken sowie das Einhalten von Pausen.

Co-Forscherinnen

Bei dieser Veranstaltung waren zwei Co-Forscherinnen anwesend. Sie führten mit den Besucher*innen der Veranstaltung Forschungsgespräche, um beispielsweise ihr Interesse zu der Haarschneide-Aktion oder ihren Eindrücken festzuhalten. Diese Gespräche wurden mit Einverständnis der Interview-Partner*innen aufgezeichnet. Da ich als Forscherin bzw. Initiatorin des Projektes ebenfalls vor Ort war und sich dadurch Gespräche mit Kund*innen ergaben, habe ich neben meiner Rolle als teilnehmende Beobachterin ebenfalls vereinzelt Interviews geführt. Auch die Fotografin war vor Ort.

6.1.2 Fallstudie 2

Am 29. September 2017, circa eine Woche nach der ersten Fallstudie im Rathaus, fand zum sechsten mal der von der UNHCR veranstaltete *Langer Tag der Flucht* im *Museumsquartier* Wien statt. Das UN Flüchtlingskommissariat organisiert jährlich Aktionen in ganz Österreich, die dem direkten Austausch mit Geflüchteten gewidmet sind: „Über Flüchtlinge und die Themen Asyl und Integration wird im politischen Diskurs zumeist problemhaft diskutiert. Mit dem ‚Langen Tag der Flucht' wollen wir einen anderen Akzent setzen und bei Kunst, Kultur, Sport oder Workshops das Gemeinsame vor das Trennende stellen". (UNHCR 2021)

Auch bei dieser Veranstaltung gab es gegenüber dem Pop-Up-Salon eine explizite Einladung.

Räumlichkeit und Setting

Der Pop-Up-Salon bekam an diesem Tag einen Platz zwischen dem Kindermuseum *Zoom* und dem Theater *Dschungel Wien* zugewiesen. Die bereitgestellte Fläche betrug circa 20 m² und war mit einem Teppich ausgelegt und gekennzeichnet. Zum räumlichen Setting

zählten vier Stühle sowie zwei Tische, wovon einer als Infotisch für die Besucher*innen und der andere als Ablagefläche für die Haarstylist*innen genutzt werden konnte. Der Pop-Up-Salon wurde so aufgebaut, dass die Blicke der Kund*innen, in einer Linie und mit Blick Richtung Bühne gerichtet waren. Bevor die Veranstaltung um 13:00 Uhr offiziell startete, wurde mit Passant*innen gesprochen, um sie auf die Haarschneideaktion von CATW aufmerksam zu machen. Auffällig war an diesem Tag das sehr große Interesse von Besucher*innen, an dem Konzept des Pop-Up-Salons. Das war auch der Grund, warum ich zwischendurch meine externe Rolle als Forscherin unterbrach und als Friseur*in mit meinem Team gemeinsam arbeitete.

An diesem Tag war es bewölkt und zeitweise windig und kalt, was die Arbeit für das Friseur*innen-Team erschwerte. Für die Besucher*innen war das eher kalte Wetter kein Problem, sie konnten sich nach ihrem Haarschnitt in warme Innenräume begeben und wieder aufwärmen. Insgesamt waren wir an diesem Tag sechs Stunden im Einsatz. Die folgenden Abbildungen zeigen einige Eindrücke der Haarschneideaktion im MQ Wien:

Abbildung 23: CATW im MQ Wien 2017

Abbildung 24: CATW im MQ Wien 2017

Abbildung 25: CATW-Team im MQ Wien 2017, ©Stefanie Steindl, UNHCR

Friseur*innen-Team

Bei dieser zweiten Fallstudie am *Langen Tag der Flucht* waren fünf Stylist*innen vor Ort. Sie kannten sich bereits von vergangenen Veranstaltungen. Aufgrund des großen Ansturms an Kund*innen entschloss ich mich kurzerhand, meinem Team an diesem Tag als Stylistin unter die Arme zu greifen und arbeitete mit ihnen.

Co-Forscherinnen

Für die Interviews war eine Co-Forscherin zuständig, welche das Projekt CATW schon seit Beginn an kannte. Sie führte Gespräche und hielt außerdem forschungsrelevante Beobachtungen schriftlich fest.

Auch die Fotografin war wieder dabei, mittlerweile war sie bei den Friseur*innen bekannt und trat nach außen hin auch als Teil des CATW-Teams auf, in dem sie mit den Menschen am Set interagierte und bei der Termin-Koordination behilflich war.

6.2 Methodologische Elemente

Der folgende Abschnitt widmet sich den methodologischen Bausteinen, mit denen die Daten bei den Fallstudien erhoben wurde. Die folgende Abbildung zeigt die durchgeführten Schritte der Datenerhebung, Datenauswertung sowie Theoriebildung.

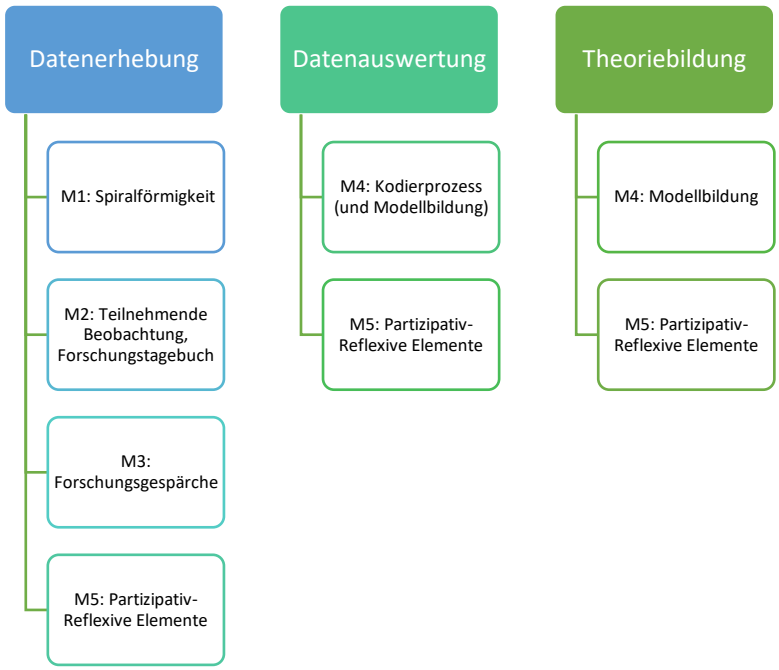


Abbildung 26: Darstellung methodologische Elemente

- **Methodologisches Element 1**: Spiralförmigkeit und hermeneutischer Zirkel (Gadamer 1965, Breuer et al. 2019)
- **Methodologisches Element 2:** Teilnehmende Beobachtung, Forschungstagebuch (Brandner 2020, Breuer et al. 2019)
- **Methodologisches Element 3:** Forschungsgespräche (Breuer et al. 2019) und Gruppendiskussion (Breuer et al. 2019, Loos & Schäffer 2001; Kruse 2014)

- **Methodologisches Element 4**: Kodierprozesse und Modellbildung (Breuer et al. 2019, Brandner 2020, Charmaz in Gibbs 2013)
- **Methodologisches Element 5:** Partizipativ-Reflexive Elemente (Breuer et al. 2019)

6.2.1 Spiralförmigkeit und hermeneutischer Zirkel

Das vorliegende Forschungsdesign bestand aus sich ständig wiederholenden Aktions- und Reflexionsmomenten, um im Sinne der RGTM eine Verknüpfung aus Theorie und Praxis zu gewährleisten. Diese Methodik geht zurück auf Gadamer (1965) und wurde von Breuer (Breuer et al. 2019) in die RGTM integriert. Der spiralförmige Erkenntnisgewinn ist als methodologisches Prinzip in der qualitativen Sozialforschung bekannt und wird auch als Prozess in der RGTM im Sinne des *hermeneutischen Zirkels* beschrieben (Breuer et al. 2019: 48). In abwechselnden Zyklen wurden im Forschungsprozess die erhobenen Daten mit neuen Erkenntnissen in Verbindung gebracht. Die Theorieentwicklung folgte einem spiralförmigen, hermeneutischen Prozess. Dieser Kreisprozess ist eine zyklische und dynamische Tätigkeit zwischen Vor- und Verständnis. So empfiehlt auch Brandner: „Mit einer entsprechenden Kombination von Handwerk und Erkenntnistheorie gilt es, beweglich und flexibel zu bleiben, um das eigene forschende Handeln immer wieder an konkrete Bedingungen anzupassen.“ (Brandner 2020: 30)
Diese Herangehensweise ermöglichte es, mittels neuer Erkenntnisse die Erfahrungswerte im Feld stetig aufzubauen. Außerdem erlaubt diese Methode den Forscher*innen, sich und ihre Handlungen als Subjekt im Erkenntnisprozess zu wahrzunehmen und zu verorten.
In der Tabelle des Forschungsdesigns[11] beschreibe ich den genauen Ablauf meiner Forschungstätigkeit. Dabei habe ich zwischen der eher praktischen Arbeit und Datenerhebung im Feld immer wieder Theorie- und Reflexionsmomente eingeplant: So wurde beispielsweise zwischen Fallstudie 1 und Fallstudie 2 eine erste Einsicht in die Daten vorgenommen. Mittels Transkription bzw. Reflexion der 1. Fallstudie konnten erste Erkenntnisse in die nächste Datenerhebung der Fallstudie 2 miteinbezogen werden. Mit dieser konstanten Berücksichtigung vorhergehender Erkenntnisse, im Sinne des generativen Prozesses, wurde der Themenschwerpunkt nach und nach gebündelt präzisiert. Die spiralförmigen Aktions- und Reflexionsmomente wurden bis hin zur Bildung der Theorieskizze beibehalten.

[11] Siehe Anhang 4: Tabelle Forschungsdesign

6.2.2 Teilnehmende Beobachtung, Forschungstagebuch

Im Werkzeugkasten der RGTM findet sich Aspekte der teilnehmenden Beobachtung (Breuer et al. 2019: 230) wieder. Als Forscherin des Untersuchungsgegenstandes und Initiatorin des Projektes CATW war ich bei allen Fallstudien persönlich anwesend und konnte so die Ereignisse im Feld sowie die Interaktionen der Akteur*innen beobachten und miterleben. Teilweise habe ich sogar selbst als Akteur*in aktiv im Forschungsfeld agiert. Die RGTM ermöglicht eine selbstreflexive Herangehensweise, wodurch es mir als Forscherin erlaubt war, mich im Feld zu verorten. So entstand neben den Transkripten eine ausführliche Dokumentation in Form von Feldnotizen und Beobachtungsprotollen.
Für die Reflexion und den adäquaten Umgang mit meiner Rollenvielfalt bzw. dem persönlichen Involvement, zeigte sich das Führen eines Forschungstagebuches (Breuer et al. 2019, Brandner 2020) als hilfreiches Instrument. Darin fanden alle meine Gedanken, Ideen und Überlegungen sowie Notizen nach (informellen) Gesprächen Platz. Das Forschungstagebuch entwickelte sich als Dokumentations- und, während der Phase der Verschriftlichung, als nützliches Reflexionswerkzeug. Fortwährend wurden darin der Forschungsprozesses und neue Erkenntnisse festgehalten. Auch als Fallstudienprotokoll für die teilnehmende Beobachtungen im Forschungsfeld war das Forschungstagebuch hilfreich, um vergleichbare Erkenntnisse der Vorgänge im Pop-Up-Salon zu erhalten. Die praktische Erfahrung aus meiner langjährigen Praxis als Friseurin konnte dadurch ebenfalls in die Theoriebildung miteinfließen.

6.2.3 Forschungsgespräche

Dieser Abschnitt beschreibt das Format der Einzel- sowie Gruppengespräche. Insgesamt wurden 23 Einzelgespräche und ein Gruppengespräch geführt.

Einzelgespräche
Bei beiden Fallstudien wurden die Einzelgespräche von meinen Co-Forscherinnen durchgeführt und aufgezeichnet. Die befragten Personen waren Menschen, die den Pop-Up-Salon an diesen Tag besuchten. Ob als Zuseher*in, Kund*in oder Passant*in, es sollten möglichst viele Eindrücke, Erfahrungen und Gedanken der Menschen zum Pop-Up-Salon von CATW gesammelt werden. Die Co-Forscherinnen wurden angeleitet, Gespräche nicht in eine bestimmte Richtung zu lenken, sondern Themen, die die Personen ansprechen wollen, im Sinne der theoretischen Offenheit zur Sprache kommen zu lassen. Diese Forschungsgespräche (Breuer et al. 2019: 238f) sind ähnlich dem Format

narrativer Interviews und bewusst als Gespräch deklariert. Sie sollen in einem möglichst natürlichen Kommunikationsformat stattfinden und auf inhaltliche Offenheit verweisen. Die befragten Personen wurden von den Co-Forscherinnen ausgewählt, vor dem Interview begrüßt und gefragt, ob sie für ein Gespräch im Rahmen der Forschungsarbeit bereit wären und ob das Gespräch aufgezeichnet werden darf. Meine Co-Forscherinnen erhielten die Vorgabe folgenden Satz als Einstieg nach der Begrüßung in das Gespräch zu verwenden: „Ich würde mich freuen, wenn du über deine Erfahrungen und Beobachtungen des hier stattfindenden Pop-Up-Salons berichtest." Die freien Erzählungen der Besucher*innen fielen unterschiedlich lange und detailliert aus.

Folgende Fragen sind weitere Beispiele, welche den Co-Forscherinnen bei den Gesprächen mit den Akteur*innen im Feld behilflich sein sollten:

- Warum bist du heute hier?
- Würdest du dir im Pop-Up-Salon die Haare schneiden lassen?
    - Warum? Warum nicht?
- Was ist für dich das Besondere am Haare schneiden in dieser Form? (auf öffentlichem Platz, von einer Friseur*in mit nicht-deutsch als Muttersprache, etc.)
- Wie lässt sich die zwischenmenschliche Interaktion beim Haareschneiden beschreiben?
- Welche Rolle spielt das internationale Haarschneide-Team?

Gruppendiskussion

In Anlehnung an Loos und Schäffer (2001: 12) wurde eine *Gruppendiskussion*[12] geführt. Im Gegensatz dazu gibt es das *Gruppengespräch* (ebd.), worunter ein natürlich zustande kommendes Gespräch zwischen mehreren Menschen, verstanden wird. Da die zu besprechende Thematik (der Pop-Up-Salon) eindeutig vorgegeben war und die Personen zu diesem Vorhaben explizit eingeladen wurden, spreche ich hier von einer *Gruppendiskussion* (ebd. 13). Es geht dabei um den Austausch einer Gruppe zu einem bestimmten Thema – möglichst ohne den Eingriff einer Gesprächsleitung. Das Format für die Gruppendiskussion wurde entsprechend dem Thema und der Fragestellung mit der Co-Forscherin abgesprochen, welche die Diskussion leitete. Die individuelle Gestaltung der Diskussion in Bezug auf das Thema orientiert sich nach Kruse (2014: 197). Das

[12] Der Begriff Gruppendiskussion wird auch von Bohnsack (vgl. dazu Bohnsack 2012) verwendet, und ist eine Anlehnung an die hier verwendete Form.

Gruppengespräch dauerte etwa zwei Stunden, während die Einzelgespräche der Fallstudien etwa drei bis 15 Minuten dauerten.

Für die Gruppendiskussion wurde ein Treffen mit dem Friseur*innen-Team und den Co-Forscher*innen veranstaltet. Es waren drei Stylist*innen sowie eine Co-Forscherin und die Fotografin anwesend. Die Gruppendiskussion leitete eine andere neue Co-Forscherin. Ziel war es, die Erfahrungsebenen und Geschichten der Friseur*innen sowie der Co-Forscherinnen im Pop-Up-Salon zu erheben. Bei diesem Gruppengespräch nahm ich eine beobachtende und zunächst stille Rolle ein. Das Format sollte sich, wie auch schon die Einzelgespräche, an der Offenheit, bezogen auf die persönlichen Eindrücke der Gesprächspartner*innen, orientieren. Dem Erfahrungsaustausch im CATW-Team sollte als relevantes Element genug Raum im Gruppengespräch gegeben werden.

Bei den Gruppendiskussionen dienten Fotos als Impulse. Die Bilder der Haarschneide-Aktionen von Fallstudie 1 und 2 wurden im Gruppeninterview eingesetzt, um die Erlebnisse aus dem Pop-Up-Salon wieder in das Bewusstsein der Stylist*innen zu holen. Mit dieser Form eines *Bildimpulses* wird auch bei der *Generativen Bildarbeit* (Brandner 2020) gearbeitet. Die Teilnehmer*innen wurden aufgefordert, sich aus einem Pool von Bildern, ein- bis zwei Fotografien auszuwählen und von diesem Bild ausgehend ihre Erinnerung mitzuteilen. Diese fotografisch inspirierte Gesprächsrunde am Ende der Gruppendiskussion war sehr aufschlussreich, da sich hier vor allem die Co-Forscherinnen zu Wort meldeten und mit ihren Erfahrungen als Außenstehende teilweise ganz neue Eindrücke mitteilten.

6.2.4 Kodierprozess

Die Transkription der Einzelgespräche sowie der Gruppendiskussion erfolgte mit dem Datenverarbeitungsprogramm MAXQDA. Mit diesem Programm wurde auch das gesamte Kodierverfahren abgewickelt. Als *Kodieren* wird in der RGTM der Prozess der Datenauswertung bezeichnet. Im Forschungsstil der RGTM wird vom rekursiven Dreischritt gesprochen, eine Herangehensweise, die es ermöglicht *offenes, axiales* und *selektives Kodieren* zu verbinden (vgl. dazu Breuer et al. 2019: 248ff). Durch dieses Kodierverfahren wird es möglich, die erhobenen Daten mittels der Bildung von Kategorien zu abstrahieren. Durch eine Umbenennung bzw. durch ein Zusammenführen der Daten in diese Kategorien werden Denkmuster aufgebrochen und wieder neu zusammengestellt. Im Sinne von „Renaming something is changing the relationship to it.“ (Charmaz in

Brandner 2020: 163) gestaltete sich das gesamte Kodier-Vorhaben. Ziel des Kodierprozesses sind Definierung zentraler Aspekte und Konzepte aus den Daten (Breuer et al. 2019: 151). Basierend auf diesen Erkenntnissen kommt es dann zu dem Entwurf einer Theorieskizze (Kapitel 7), welche die erhobenen empirischen Daten als Konzept zusammenfasst und die einzelnen Kategorien miteinander in Beziehung setzt. Bei diesem durchaus kreativen Prozess vergleicht Breuer die Forschenden mit Bildhauer*innen, die anhand von Rohdaten eine theoretische Gestalt skulpturieren. (Breuer et al. 2019: 250)

Offenes, Axiales und Selektives Kodieren

Die Auswertung der Daten startet mit einer offenen Kodier-Arbeit. Dabei werden die empirischen Daten aus den transkribierten Interviews Wort für Wort analysiert. Ausgehend von der Frage – Was ist hier der Fall? – wurden Beobachtungen gemacht und „theoriegenerierte W-Fragen" (Böhm in Brandner 2020: 165) an die Daten gestellt. Das vorliegende Transkript wird beim offenen Kodieren in Sinn-Einheiten aufgeteilt. Dabei wird versucht die Daten aufzubrechen, um zugrunde liegende Phänomene zu benennen (Breuer et al. 2019: 271). Breuer betont den kreativen Zugang, der es den Forscher*innen ermöglicht, Begriffe und Konzepte zu erfinden und mittels „abduktiver Denkmuster" (ebd. 269) zu arbeiten. Das Ziel ist, Kodes, zentrale Konzepte und Kategorie-Ideen zu bilden und zu benennen (ebd. 269).

Zur Veranschaulichung des offenen Kodierprozesses folgt nun ein Beispiel für den Vorgang, in Form einer Aussage einer Beobachterin, die ihre Eindrücke als Begleitung ihres Mannes (eines Kunden), schilderte[13]:

„Also ich finde das super, und auch mein Mann hat gerade gesagt, er findet das super, dass es das gibt und das lebt aber davon, dass man mitmacht und halt nicht nur zuschaut und (…). Aber ich find's total mutig, sich da hin zu setzen (lacht) Echt! Also nicht wegen des Friseurs, sondern weil alle schauen. Es ist wie in der Auslage! (lacht) Ganz ungewohnt, weil ich denk' grad, ein Haarschnitt – das ist ja auch was Intimes! Und so öffentlich, ja." (Interview Rathaus: R09_0002 – 0:00:04-0:00:43)

[13] Alle Gespräche in dieser Arbeit wurden so transkribiert wir von den Gesprächspartner*innen gesprochen wurde, um möglichst Nahe an den Aussagen der Beteiligten zu bleiben.

Beispiel für den Kodierprozess

Ausschnitt	***Codes***
Also ich finde das super, und auch mein Mann hat gerade gesagt, er findet das super	(positives) Feedback
und das lebt aber davon, dass man mitmacht und halt nicht nur zuschaut und (…).	gemeinsam etwas machen, Selbsterfahrung, Beziehung
Aber ich find's total mutig, sich da hin zu setzen (lacht) Echt!	sich überwinden, Vertrauen schenken, Spontanität, Bewunderung
Also nicht wegen des Friseurs, sondern weil alle schauen.	Sehen und Gesehen-werden
Es ist wie in der Auslage! (lacht) Ganz ungewohnt,	öffentlicher Raum, Abwechslung vom Alltag, Sehen und Gesehen-werden, ausgesetzt sein, mutig-sein
weil ich denk' grad, ein Haarschnitt – das ist ja auch was Intimes! Und so öffentlich, ja.	Vertrauen schenken, sich überwinden, neugierig sein, öffentlicher Raum

Abbildung 27: Beispiel für den Kodierprozess, Quelle: eigene Darstellung

Dieser Ausschnitt verdeutlicht, dass kurze Gesprächs-Passagen bereits viele forschungsrelevante Informationen beinhalten können. Aus den Phasen des offenen Kodierens entstanden Ideen und Vorschläge für Kategorien wie Sehen und Gesehen-werden, mutig-sein, spontan-sein, welche nach und nach weiter gedacht und verarbeitet wurden. Die nächste Abbildung verbildlicht einen Ausschnitt des Kodier-Prozesses, in dem die verschiedenen Codes mittels Code-Wolke dargestellt werden.

Abbildung 28: Einblick in den Kodierprozess mittels Code-Wolke, Quelle: eigene Darstellung

Die beim *offenen* Kodieren aufgebrochenen Daten werden beim *axialen* Kodieren wieder auf eine neue Art zusammengesetzt. Dabei wird die Aufmerksamkeit auf Verbindungen zwischen Kategorien und deren Subkategorien ermittelt (Strauss & Corbin 1996: 76). In dieser Phase der Systematisierung, Herausarbeitung und In-Beziehung-Setzung von kausalen Zusammenhängen wird auf das Kodier-Paradigma von Strauss und Corbin verwiesen (vgl. Strauss & Corbin 1996). Mit dem Kodier-Paradigma wird ein, durch eine Handlung charakterisiertes Phänomen ins Zentrum der Betrachtung gestellt. Breuer spricht vom Kodier-Paradigma als Wegweiser (Breuer et al. 2019: 290), welcher das Zusammenführen der Kodes und Kategorien unterstützt und Anregungen zu Denkanstößen liefern kann.
Ich habe mit dem erwähnten Kodier-Paradigma gearbeitet, aber während der Arbeit festgestellt, dass es für mich in seiner reinen Form nicht anwendbar ist. Die einzelnen Komponenten der Modellogik des Kodierparadigmas waren nicht auf meine Daten übertragbar. Infolgedessen wurde ein eigenes Modell (in Anlehnung an das Kodier-Paradigma) entwickelt. Auf dieses Modell wird später noch genauer eingegangen.

Als Abschluss dient das *selektive* Kodieren, um den Blick aufs Ganze zu rücken. Es wird ein Theorie-Entwurf entwickelt, in dessen Zentrum die Schlüsselkategorie steht, um sie werden dann die relevanten Kategorien angeordnet und zueinander in Beziehung gesetzt (Breuer et al. 2019: 284f). Mit der Wahl der Schlüsselkategorie entsteht der rote Faden

der Theorie. Diese Weiterentwicklung der Daten ist gleichzeitig ein Prozess der „Verabschiedung“ von Kategorien, die für diese Fokussetzung irrelevant wurden. (ebd. 285)

Am Ende des gesamten Kodierprozesses konnte folgende Schlüsselkategorie bzw. das zentrale Phänomen formuliert werden: *Wunsch nach Anerkennung durch Interaktion – Sehen und Gesehen-werden*. Dieses Phänomen wird in der Theorieskizze weiter ausgeführt.

6.2.5 Kooperativ-Reflexive Elemente

Als Kooperativ-Reflexive Elemente bezeichne ich einerseits die *Selbstreflexivität* im Sinne der RGTM (Breuer et al 2019: 2) und andererseits die gemeinsamen Reflexionsprozesse mit anderen Forschenden bzw. meinen Co-Forscherinnen.
Die Verwendung der RGTM ermöglicht, dass sich die Person der*des Forschenden und deren*dessen Interaktion im Forschungsfeld verortet. Der*die Forscher*innen verschwinden nicht als vermeintlich objektive Instanz, viel mehr schreibt ihnen die RGTM eine „eigene kreative Potenz“ (Breuer et al. 4ff) zu. Dies erfordert reflektierende Prozesse um sich über den eigenen Einfluss auf die Forschung bewusst zu werden. Diese reflexiven Erkenntnisse können in die Theorieentwicklung miteinbezogen werden. (ebd.)
Als Forscherin und Verfasserin dieser Arbeit und durch meine verschiedenen Rollen im Setting des Untersuchungsgegenstandes CATW, sehe ich mich als aktiven Bestandteil des Forschungsprojektes und nicht als objektive oder neutrale Forscherin, die kaum Einfluss auf das Ergebnis hat. Meine Biographie als Friseurin beeinflusste die Themenauswahl und mein Vorwissen, sowie meine Werte und Haltungen üben einen Einfluss auf meine Arbeit aus. Die bewusste Reflexion des eigenen Standpunktes hilft dabei, sich über diese Einflüsse bewusst zu werden. Diese Erkenntnisse darüber können ebenso in den Forschungsprozess einfließen.

Aber auch der Austausch und die kooperative Reflexion mit Kolleg*innen und Forscher*innen war für mich ein wichtiger Teil und essentiell für den Lerneffekt bei dieser Masterarbeit. Die Zusammenarbeit mit Co-Forscher*innen erfolgte von der Ideenentwicklung über die Zielsetzung bis hin zur Theorievalidierung. Vor allem bei den Kodierprozessen wurde ein regelmäßiger Austausch besonders wichtig, um Erkenntnisse außerhalb meiner persönlichen Erfahrungswelt, als Friseurin, erheben zu können. Meiner

persönlichen Berührtheit zur Thematik konnte ich nur im Austausch mit anderen auf den Grund gehen, sie reflektieren und so in die Arbeit mit einfließen lassen.

6.3 Reflexion des Forschungsprozesses

In diesem Abschnitt möchte ich meine Gedanken und meine eigene Perspektive des Forschungsprozesses offenlegen. Das Forschungstagebuch zeigte sich über mehrere Monate hinweg als essenzielles Werkzeug, um meine Standpunkte während der Forschung festzuhalten.

Relativ zu Beginn meiner Datenerhebung gab es einen Schlüsselmoment, der sich auf meinen Forschungsschwerpunkt auswirkte. Wodurch das Thema Flucht zu von einem zentralen Thema zu einem Querschnittsthema der Untersuchung wurde. Dadurch, und mitten im Forschungsprozess, wurde mir das Ausmaß dieser Arbeit bewusst. Breite Themenkomplexe mit sozialwissenschaftlichen Inhalten wie transkulturelle Kommunikation, Interaktion im öffentlichen Raum, Inklusion und Migration, aber auch die Untersuchung des Berufsstandes der Friseur*innen öffneten sich und schienen mir allesamt interessant und forschungsrelevant. Aber ich musste mich fokussieren und wählen, womit ich mich in dieser Forschung auseinandersetzen wollte. Vor allem eine kritische Analyse und die theoretische Auseinandersetzung mit dem von mir initiierten Projekt, welches gleichzeitig auf meinen praktischen Arbeitsalltag zurückzuführen ist, waren große Herausforderungen, welche ich nur im Austausch mit meinen Co-Forscherinnen und meiner Betreuerin bewältigen konnte.

Vor dem Beginn der Datenerhebung der Haarschneide-Aktionen mit CATW (bspw. am *Akademie Wintermarkt*, Kapitel 2), die einen Einfluss auf den Forschungsprozess hatten. Durch Beobachtungen und den Erkenntnisgewinn vor und während der Konzeptionsphase haben sich sowohl meine Forschungsfrage als auch der wissenschaftliche Fokus verändert bzw. weiterentwickelt. Zu Beginn der Untersuchung stand das gemeinsame Arbeiten im Pop-Up-Salon eines transkulturellen Frisier-Teams aus geflüchteten und nicht-geflüchteten Stylist*innen im Zentrum. Erste Überlegungen dahingehend zeigten aber keine besondere Relevanz in den Daten. Die Zusammenarbeit im transkulturellen Friseur*innen-Team von CATW war für Außenstehende entweder nicht erkennbar oder nicht von besonderer Relevanz. Der Flucht- bzw. Migrationshintergrund bleibt als biographische Gegebenheit vereinzelter Akteur*innen ein Faktum und somit als Querschnittsthema bestehen. Dass sich der Fokus des Schwerpunkts bzw. auch die

Essenzen der Forschungsfragen im Prozess verändern, ist typisch für die RGTM. Das Phänomen rund um Anerkennung und soziale Interaktion, zieht sich implizit durch das gesamte Datenmaterial, weshalb ich mich letzten Endes für diesen Schwerpunkt entschieden habe. Die Theorieskizze ist eine Symbiose aus den gebildeten Kategorien des empirischen Vorgangs und den Forschungsfragen.

Während der Fallstudien war ich als Forscherin vor Ort. Meine Team-Kolleg*innen von CATW waren es aber gewohnt, dass ich gemeinsam mit ihnen Haare schneide bzw. interessierte Kund*innen über das Projekt aufklärte und die Koordination vor Ort durchführte. Es war schwierig, mich als Friseurin völlig aus dem Geschehen zurückzunehmen und in die Rolle als Forscherin und in eine eher beobachtende, passive Rolle zu schlüpfen. Mit mir wurde immer wieder das Gespräch gesucht, was dazu führte, dass ich mich zwischen meinen Rollen als Stylistin und als Forscherin hin- und hergerissen fühlte. In Pausen sowie vor und nach den Veranstaltungen, habe ich mir Notizen gemacht und meine Eindrücke festgehalten. Meine Rolle als Friseurin bei CATW zeigte sich als wesentlich für die Koordination und den Verlauf des Projektes. Neben den Stylist*innen braucht es eine Person, die für Gespräche mit Interessierten bzw. die Termin-Koordination am Setting des Pop-Up-Salons zuständig ist.

Nach der Datenerhebung im Forschungsfeld kam es zur Auswertung der Daten. Dieser Teil war durch den Kodierprozess bzw. von Kooperativ-Reflexiven Elementen geprägt. Die RGTM verfügt über ein relativ „fluides“ Repertoire an methodologischen Zugängen zu den Daten. Die Freiheit und Kreativität im Forschungsprozess der RGTM wurde phasenweise zur Überforderung. Der gesamte Forschungsprozess dieser Methode war begleitet von zahlreichen Zwischenschritten, die von „Abkürzungen und Umwegen, durch Hüpfen und Springen zwischen den Etappen, durch mannigfaltiges Hin und Her“ gekennzeichnet waren (Breuer et al. 2019: 139). Aus meiner persönlichen Perspektive versteckten sich zahlreiche Geschichten in den Daten, die erzählt werden wollten. Es erforderte immer wieder mehrere Schritte eines Vor- und Zurückblickens, um meine Erkenntnisse anhand meiner Daten zu überprüfen, zu vergleichen und neu zu lesen. Hier fokussiert zu bleiben, und sich nicht von anderen Erzählsträngen beirren zu lassen, fiel mir schwer. Immer wieder musste ich mich auf meinen Fokus besinnen.
Ein wesentlicher Teil der methodologischen Elemente lief parallel ab. Während der Auswertung der ersten Interviews, wurden neue Daten produziert, relevante Literatur gesichtet und gelesen, sowie Erkenntnisse und Ideen miteinander verknüpft. Das Forschungstagebuch war ständiger Begleiter und wichtiges Dokumentationsobjekt.

Auch die überwältigende Datenmenge der Erhebungen löste ein Gefühl von Erschöpfung aus, welches sich durch längere Phasen des Pausierens zeigte. Allerdings ermöglichte das Forschungstagebuch schnell einen Wiedereinstieg in die Daten und eine Verbindung mit allen Aspekten des Forschungsprozesses. Im Austausch mit meiner Betreuerin und meinen Co-Forscherinnen konnte ich die schwerfälligen Prozesse der Gleichzeitigkeit als Teil der Forschung und als Lernprozess erkennen.

Grundsätzlich war das Nachdenken über die mir so vertraute Haarthematik aus wissenschaftlicher Perspektive die größte Herausforderung. Ich stellte mir viele Fragen zu meiner „biografische Berührtheit" (Brandner 2020: 168). Die Tatsache, dass ich seit vielen Jahren im Untersuchungsfeld beruflich tätig bin, vermischte sich ständig mit meinen Erwartungen an das Forschungsprojekt, an mein Team sowie an mich selbst und erschwerte das Fokussiert-bleiben auf den eigentlichen Forschungsprozess. Ich wechselte zwischen den Rollen als Friseurin, Teamleiterin, Initiatorin und Forscherin. Auch das sich ständig zu verändernde Untersuchungsinteresse führte zu Momenten der Überforderung, welche in einem immer weiteren Hinauszögern der Arbeit endete. Der Großteil meiner Einträge in das Forschungstagebuch handelt von der Notwendigkeit, meinen Forschungsbereich einzuschränken und meine Forschungsfrage zu formulieren. Brandner (2020: 168) schreibt von einem *undisziplinierten und theoretischen Wildern*, durch das es möglich wird, aus unterschiedlichen Perspektiven auf die Ergebnisse und den Forschungsgegenstand zu blicken. Der Fokus auf einen Themenschwerpunkt zu legen, ergibt sich laut RGTM als Prozess. Im Sinne von „der Weg ist das Ziel" fordert der empirische Vorgang ein hohes Maß an Geduld und ein ständiges vor und zurück in der Erkenntnisentwicklung.

Um den Wesenskern der RGTM-Theorieskizze zu überprüfen und zu validieren halfen die Phasen der Reflexion mit meiner Betreuerin und meinen Co-Forscherinnen. Erst durch diese kooperativ-reflexiven Diskussionsrunden entstand der rote Faden zu meiner Theorieskizze und letztendlich der finale Modellentwurf dieser Arbeit. Dieser Entwurf der Theorieskizze wird im nächsten Kapitel beschrieben.

7. Theorieskizze

Dieses Kapitel stellt die Theorieskizze[14] vor, welche mittels der RGTM entwickelt wurde. Ihr liegt vor allem der zweite Teil der Forschungsfrage zugrunde:

[14] Die folgenden Ergebnisse beziehen sich ausschließlich auf die Akteur*innen des Pop-Up-Salons von CATW, und die vorliegenden Fallstudien, welche in Wien durchgeführt wurden. Dieser Modellentwurf skizziert ein Abbild der

Welche besonderen Formen von Interaktion und Miteinander entstehen im Pop-Up-Salon?

→ *Wie findet Begegnung statt?*

→ *Warum nehmen Menschen daran Teil?*

→ *Was nehmen sich die Beteiligten davon mit?*

Als zentrales Phänomen meiner Theorieskizze wurde das Bedürfnis bzw. der Wunsch nach *Anerkennung durch Interaktion - Sehen und Gesehen-werden*, formuliert.
Dieses Modell stützt sich auf das Kodierparadigma (bzw. Paradigmatische Modell) von Strauss und Corbin (1998) welches auch von Breuer (et al. 2019) in der RGTM verwendet wird. Das Kodierparadigma ist eine Strukturierungshilfe bei der Gründung der Theorie und wird von Strauss als Teil der Grundausstattung für die Denkprozesse der Forschenden beschrieben (Strauss 1991: 57).
Das Kodierparadigma nach Strauss und Corbin folgt einer handlungstheoretischen Modellogik, welche verschiedene Komponenten miteinander verknüpft (Breuer et al. 2019: 288). Nachdem ich prozessorientiert mit dem Kodierparadigma gearbeitet habe, stellte sich heraus, dass diese Komponenten sich nicht 1:1 auf meine Daten anwenden ließen. Deswegen wurden, in Anlehnung an das von Strauss und Corbin (1998) vorgeschlagene Kodierparadigma, die Modellkategorien und Komponenten an meinen Datensatz angepasst. Bevor die Theorieskizze im Detail präsentiert wird, stelle ich die einzelnen Komponenten vor:

- ➔ Phänomen: beschreibt den übergeordneten Wesenskern der Problemfokussierung und lautet: Anerkennung durch Interaktion – Sehen und Gesehen-werden
- ➔ Akteur*innen: Friseur*innen mit und ohne Fluchterfahrung, Kund*innen, Beobachter*innen
- ➔ Persönliche Indikatoren: Prädispositionen, die sich auf den persönlichen und biographischen Kontext der Akteur*innen beziehen (bewusst/unterbewusst)
- ➔ Setting: Wo befinden sich die Akteur*innen? Wie erleben sie den Pop-Up-Salon? Das Setting beschreibt den Raum der Begegnung von CATW.
- ➔ Beweggründe: Warum sind die Akteur*innen hier? (Frage nach der Motivation mitzumachen)
- ➔ Auswirkungen: Was nehmen sich die Akteur*innen mit?

zwischenmenschlichen Begegnungen und der sozialen Interaktion, welche sich vor Ort beobachten ließen. Alle Erkenntnisse sind an die räumliche Gegebenheit und das Setting einer sozio-kulturellen bzw. öffentlichen Veranstaltung gebunden.

In Abbildung 29 wird die Theorieskizze anhand einer stark vereinfachten Illustration dargestellt. Diese graphische Form ermöglichte es, im Forschungsverlauf die Szenen und Interaktionen im Pop-Up-Salon darzustellen und nach-empfindbar zu machen. Die Illustration zeigt die wesentlichen Protagonist*innen – die Akteur*innen – des Untersuchungsfeldes: Friseur*in[15] – Kund*in – Beobachter*in. Im Pop-Up-Salon stehen sie im Zentrum. Die vorliegende Theorieskizze bezieht sich demnach stark auf die subjektiven Erfahrungswelten der Akteur*innen im Feld. Danach (Abbildung 30) werden die einzelnen Kategorien der Theorieskizze anhand einer Tabelle aufgeschlüsselt. Diese werden in Kapitel 7.1 bis Kapitel 7.5 genauer beschrieben.

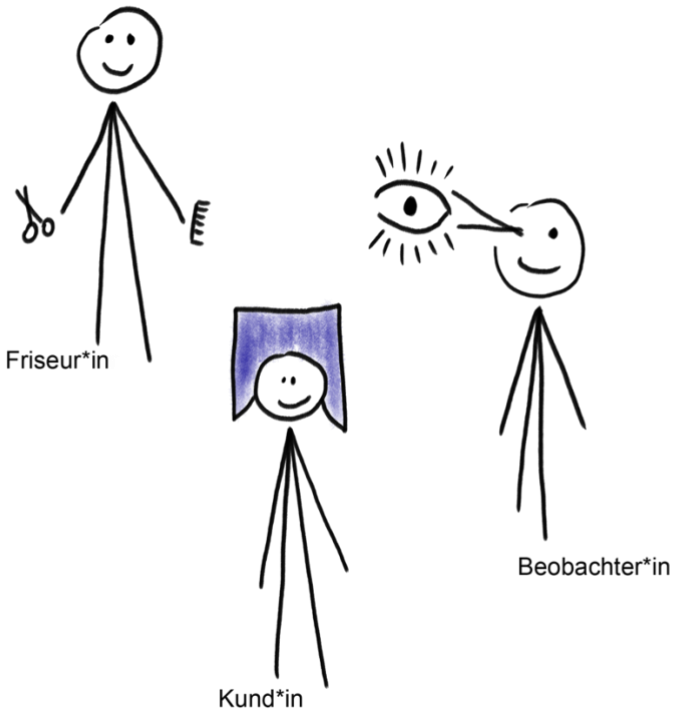


Abbildung 29: Theorieskizze als illustrierte Darstellung, Quelle: eigene Darstellung

[15] In der grafischen Darstellung wird die Fluchterfahrung nur dann erwähnt, wenn sie relevant ist. Der Terminus „Stylist*in“ oder „Friseur*in“ bezeichnet beide Gruppen, also jene mit und jene ohne Fluchterfahrung.

Theorieskizze:

Phänomen: Anerkennung durch Interaktion - Sehen und Gesehen-werden				
	persönliche Indikatoren Prädisposition: Welchen biographischen Kontexte bringen die Akteur*innen mit?	**Setting** Wo befinden sich die Akteur*innen? Wie erleben sie den Pop-Up-Salon?	**Beweggründe** Warum sind die Akteur*innen hier?	**Auswirkungen** Was nehmen sich die Akteur*innen mit?
Friseur*in OHNE Fluchterfahrung	ausgebildete Friseur*in, lebt und arbeitet in Wien, Erfahrung mit Geringschätzung & Vorurteilen gegenüber Beruf	Projekt als Arbeitsplatz, Performance	Projekt unterstützen, Abwechslung vom Arbeitsalltag, Charity performen	Arbeitstätigkeit wird als Herausforderung und Erlebnis wahrgenommen, mutig-sein, positive Erfahrung durch Selbstüberwindung
Friseur*in MIT Fluchterfahrung	ausgebildete Friseur*in, keine Arbeitserlaubnis im Asylverfahren, Erfahrung Vorurteilen gegenüber Beruf & Herkunft,	Projekt statt Arbeitsplatz, Wien als Ort des laufenden Asylverfahrens	Kontakt mit Menschen, Sprache üben, einer Arbeit nachgehen dürfen	Hat sich Herausforderung gestellt, mutig-sein, positive Erfahrung in der eigenen Selbstüberwindung
Kund*innen	divers	Frisurenshow, aktive Teilnahme an(Haarschneide-) Projekt, Unterhaltung	neue Frisur, Abwechslung vom Alltag, Projekt unterstützen, Charity performen, spontan sein und Bereitschaft "mitzumachen", für andere Spiegel sein	Den Blicken anderer ausgesetzt sein, spontan und mutig-sein, positive Erfahrung in der eigenen Selbstüberwindung, Frisierbesuch wird als Erlebnis wahrgenommen, Erinnerung: Haarschnitt
Beobachter*innen	divers	Frisurenshow, (Haarschneide-) Projekt, Unterhaltung	zusehen bzw. beobachten, für andere Spiegel sein	den Blicken anderer ausgesetzt sein, Unterhaltung bei „Frisurenshow“

Abbildung 30: Theorieskizze, Quelle: eigene Darstellung

7.1 Phänomen: Anerkennung

Im theoretischen Konzept meiner Analyse stehen die Begriffe *Anerkennung* und *Interaktion* im Zentrum. Im Folgenden werden diese zwei Begriffe anhand der erhobenen Daten beschrieben. Später, in Kapitel 8, werden mit Hilfe der Theorien von Goffman (2009) und Honneth (1994) diese Begriffe in einen theoretischen Diskurs eingebettet.

Der Wunsch nach Anerkennung drückt sich bei CATW in folgenden zwei Aspekten aus: In der *Anerkennung durch die Teilnahme am Projekt* und in der *Anerkennung durch den Beruf.*

Eine *Anerkennung durch Teilnahme am Projekt* zeigt sich vor allem bei den Kund*innen, die sich auf einer Veranstaltung vor den Augen Anderer die Haare schneiden lassen. Es gibt nämlich im Vorfeld ein paar Ungewissheiten im Pop-Up-Salon: Die Akteur*innen sind sich untereinander fremd und auf den ersten Blick ist unklar, ob es sich bei den frisierenden Künstler*innen überhaupt um ausgebildete Friseur*innen handelt. Die Kategorie des Mutig-seins kommt in diesem Kontext zum Ausdruck: Die Kund*innen überwinden sich selbst und bekommen dafür Zuspruch von anderen Menschen. Die Kund*innen sind somit auch Teil einer Performance, ohne dass sie sich davor darauf vorbereiten konnten. Mutig, aber auch neugierig lassen sie sich spontan auf eine Haar-Transformation vor einem Publikum ein, ohne die Selbst-Kontrolle eines Spiegels. Dabei sind sie den Blicken anderer Akteur*innen oder Passant*innen, die zufällig vorbeispazieren, ausgesetzt. Nicht nur, aber vor allem deshalb erhalten die Kund*innen Komplimente und positives Feedback –auch freundliche Blicke und ein Lächeln machen die Erfahrung für die Kund*innen zu einem positiven Frisier-Erlebnis.
Auch die anderen Akteur*innen erfahren Anerkennung durch die Teilnahme am Projekt.
Die Friseur*innen bei CATW werden als Perfomer*innen wahrgenommen, die ihr Handwerk vom Salon auf die Straße transferieren und vor einem Publikum vorführen. Die Arbeit der Haarstylist*innen im Projekt erhält durch die Öffentlichkeit einen performativen Charakter und öffnet den Raum für Begegnung. Die gewöhnlichen Traditionen, wie sie aus einem klassischen Salon-Setting bekannt sind, werden gebrochen. Anerkennende Kommentare, Zuspruch und freundliche Blicke werden ausgetauscht und als positive Erfahrung wahrgenommen.

Eine *Anerkennung durch den Beruf* zeigt sich auf der Ebene der Friseur*innen. Wie in Kapitel 4 beschrieben, ist der Frisier-Beruf ein von Vorurteilen behaftetes Handwerk. Anerkennung in Bezug auf die berufliche Tätigkeit spielt für Individuen und deren Identität

eine Rolle, darauf wird in Kapitel 8 genauer eingegangen. Viele Menschen identifizieren sich mit ihren Jobs und streben deshalb nach gesellschaftlicher Wertschätzung für ihr Tun. So streben auch die Friseur*innen im Pop-Up-Salon danach zu zeigen, was sie können. Die Motivation bei CATW als Friseur*in mitzumachen besteht zu einem Teil auch darin, durch ihre Partizipation am Projekt Menschen dazu einzuladen, ihre Vorurteile gegenüber der Berufsgruppe zu hinterfragen. Für die Stylist*innen mit Fluchterfahrung kommt noch eine weitere Ebene der Anerkennung durch den Beruf hinzu: Ihnen ist nicht erlaubt in Österreich zu arbeiten, deshalb zeigen sie durch ihr freiwilliges Engagement, dass sie – entgegen vieler Vorurteile dahingehend – arbeitswillig sind. Hier drückt sich auch der Wunsch nach einer politischen Anerkennung, im Sinne eines positiven Asylbescheids und einer Aufenthaltsbewilligung in Österreich, aus.

Interaktion: Sehen und Gesehen-werden

Die Akteur*innen begegnen sich im Pop-Up-Salon und interagieren miteinander. Die Forschungsergebnisse der Interaktion bei CATW konzentrieren sich im Wesentlichen auf Blickkontakte. Die visuellen Aspekte dieser Interaktion, das Sehen und Gesehen-werden, spielen eine große Rolle.

Alle Akteur*innen müssen Vertrauen in das neuartige Setting schöpfen, um sich darauf einlassen zu können. Auch hier wird die Kategorie des Mutig-seins relevant. Um Vertrauen mit dem neuartigen Setting des Haareschneidens zu schöpfen, wird vorerst beobachtet. Die Menschen nähern sich dem Pop-Up Salon als Passant*innen und schauen zuerst eine Weile lang zu, bis sie sich entscheiden, in die Rolle einer*eines Kund*in zu schlüpfen oder in der Rolle der*des Beobachter*in zu bleiben. Manche von ihnen begleiten das Projekt, indem sie Blickkontakt aufnehmen und sich an Gesprächen beteiligen. Sie lächeln sich zu, beraten sich gegenseitig zu Frisuren, sprechen Komplimente aus oder beschreiben während des Haarschnitts den Kund*innen, was auf ihren Köpfen passiert – sie übernehmen die Funktion des Spiegels und werden durch die Interaktionen mit der Situation immer vertrauter und können sich letzten Endes darauf einlassen.

Grundsätzlich lässt sich daraus erkennen, dass die Interaktionen bei CATW durch wechselseitiges Sehen und Gesehen-werden nicht nur entstehen, sondern der wechselseitige Blick im gesamten Interaktionsverlauf wesentlich ist.

7.2 Persönliche Indikatoren

Diese Kategorie bezieht sich auf den sozialen bzw. politischen Status der Akteur*innen. Dazu gehören beispielsweise Fluchterfahrungen, Migrationshintergrund oder Faktoren wie die Berufswahl bzw. Vorurteile, denen die Akteur*innen diesbezüglich begegnen. Die Frage, der hier nachgegangen wird lautet: *Welchen biographischen Kontext bringen die Akteur*innen mit bzw. wie kommt dieser im Pop-Up-Frisiersalon zum Ausdruck?*

Die Kategorie *persönliche Indikatoren*[16] beschreibt die persönlichen und biographischen Kontexte, welche bewusst bzw. unbewusst durch die Akteur*innen mit in den Pop-Up-Salon getragen werden. Es handelt sich dabei um Verhaltensmuster, die die Menschen durch ihre Sozialisierung und ihr bisheriges Leben geprägt haben. Solche Prädispositionen der Teilnehmenden wirken sich auch auf ihre Gefühlswelt und somit auf das Verhalten in der Interaktion aus, weshalb diese Kategorie hier Relevanz hat. Die Aspekte, die im Folgenden zum Tragen kommen, sind jene, die im Zusammenhang mit der Analyse und der Auswertung aus dem Datenmaterial ermittelt wurden. Vor allem der Zusammenhang mit den Vorurteilen gegenüber der Frisier-Branche, sowie jenen, die zusätzlich auf die Friseur*innen mit Fluchterfahrung entfallen, kam hier zum Ausdruck. Beide Gruppen werden gesellschaftlich verkannt. Nun treten im Rahmen eines Haarschneide-Projektes beide Gruppen gemeinsam öffentlich auf.

7.3 Setting

Hier wird der räumliche Kontext beschrieben, der das Geschehen oder Ereignis rund um das Phänomen prägt und beeinflusst. Das genannte Setting bezieht sich hier auf die Räumlichkeit des Pop-Up-Salons im halb-öffentlichen Raum, wie es in Kapitel 5 ausführlich beschrieben wurde. Bei der Analyse dieser Kategorie kommt hinzu, dass das Setting aus der Perspektive der einzelnen Akteur*innen beschrieben wird. In dieser Kategorie wird folgende Frage gestellt: *Wo befinden sie die Akteur*innen? Wie erleben sie den Pop-Up-Salon?*

Diese Kategorie bezieht sich auf die Akteur*innen, die sich im Pop-Up-Salon aufhalten. Anders als im klassischen Frisiersalonsetting sind bei CATW mehrere Menschen am Haarschnitt einer Person beteiligt. Nicht nur die Friseur*innen und Kund*innen spielen eine Rolle, auch die Beobachter*innen übernehmen einen essentiellen Part. Hier kommt eine

[16] Diese Indikatoren beziehen sich auf die Daten, welche im Rahmen der Forschung erhoben wurden.

Gruppendynamik im Rahmen der Interaktion hinzu, welche im konventionellen und klassischen Frisier-Setting unüblich ist.
Die Perspektiven der unterschiedlichen Akteur*innen sind relevant bei der Beschreibung des Settings, da jeder der anwesenden Menschen aus seiner persönlichen Konstitution und Gefühlswelt den Pop-Up-Salon betritt, erlebt und Interaktionen darauf beruhend ausführt. Die verschiedenen Perspektiven des Settings werden nun genauer ausgeführt.

Verschiedene Akteur*innen – verschiedene Perspektiven

Etwa die Hälfte des Haarschneideteams sind Friseur*innen mit Fluchterfahrung, die ihre Heimat verlassen mussten. Sie haben in ihrem Heimatland eine Ausbildung als Friseur*in absolviert und bringen unterschiedliche Erfahrungslevels als Haarstylist*innen mit. Der Pop-Up-Salon in Wien bieten ihnen eine Möglichkeit, ihrem Beruf nachgehen zu dürfen – was ihnen während der Dauer ihres Asylverfahrens in Österreich verwehrt bleibt. Sie sind Teil eines Teams und können sich fachspezifisch untereinander austauschen und dazulernen. Ihre Teilnahme bei CATW nehmen sie temporär als Arbeitsplatz wahr.

Die Gruppe der Friseur*innen ohne Fluchterfahrung besteht ebenfalls aus ausgebildeten Haarstylist*innen, die als Angestellte bzw. selbstständig als Friseur*in in Wien arbeiten. Sie sind hier aufgewachsen, kommen aus einem anderen Bundesland Österreichs oder sind Migrant*innen, die bereits seit mehreren Jahren in Wien ihren Lebensmittelpunkt haben. Sie nehmen das Projekt nicht als Ersatz für ihren Arbeitsplatz wahr, sondern als Ort, an dem sie sich mit ihren fachspezifischen Kenntnissen solidarisch für Geflüchtete einsetzen können.

Die Ebene der Kund*innen im Pop-Up-Salon beschreibt diejenigen, die sich einen Haarschnitt vom CATW-Team vor Publikum machen lassen. Der Großteil der Menschen hatte sich spontan dazu bereit erklärt teilzunehmen. Nur wenige kannten das Projekt bereits und sind gezielt wegen dieser Haarschneide-Aktion zur Veranstaltung gekommen. Da es im Pop-Up-Salon keine Terminvergabe gibt, verweilen die Kund*innen am Setting, bis sie an der Reihe sind. Anfangs sind die Menschen noch verhalten und schauen eine Weile beim Haareschneiden zu. Sie müssen vorerst Vertrauen in das Projekt sowie den Friseur oder die Friseurin aufbauen. Durch das Verweilen und Beobachten werden sie allmählich mit der Situation vertraut und fassen Mut, um sich weiter auf die Situation einzulassen. Die Entscheidung, zu welchem*welcher Stylist*in sie gehen, treffen einige intuitiv bzw. entscheidet die Reihenfolge. Andere warten auf den*die Stylist*in, welche*r sie mit Haarschneidekünsten überzeugte. Für die Kund*innen wird der Pop-Up-Salon als Unterhaltung mit der Option zur Begegnung mit Anderen wahrgenommen. Sie

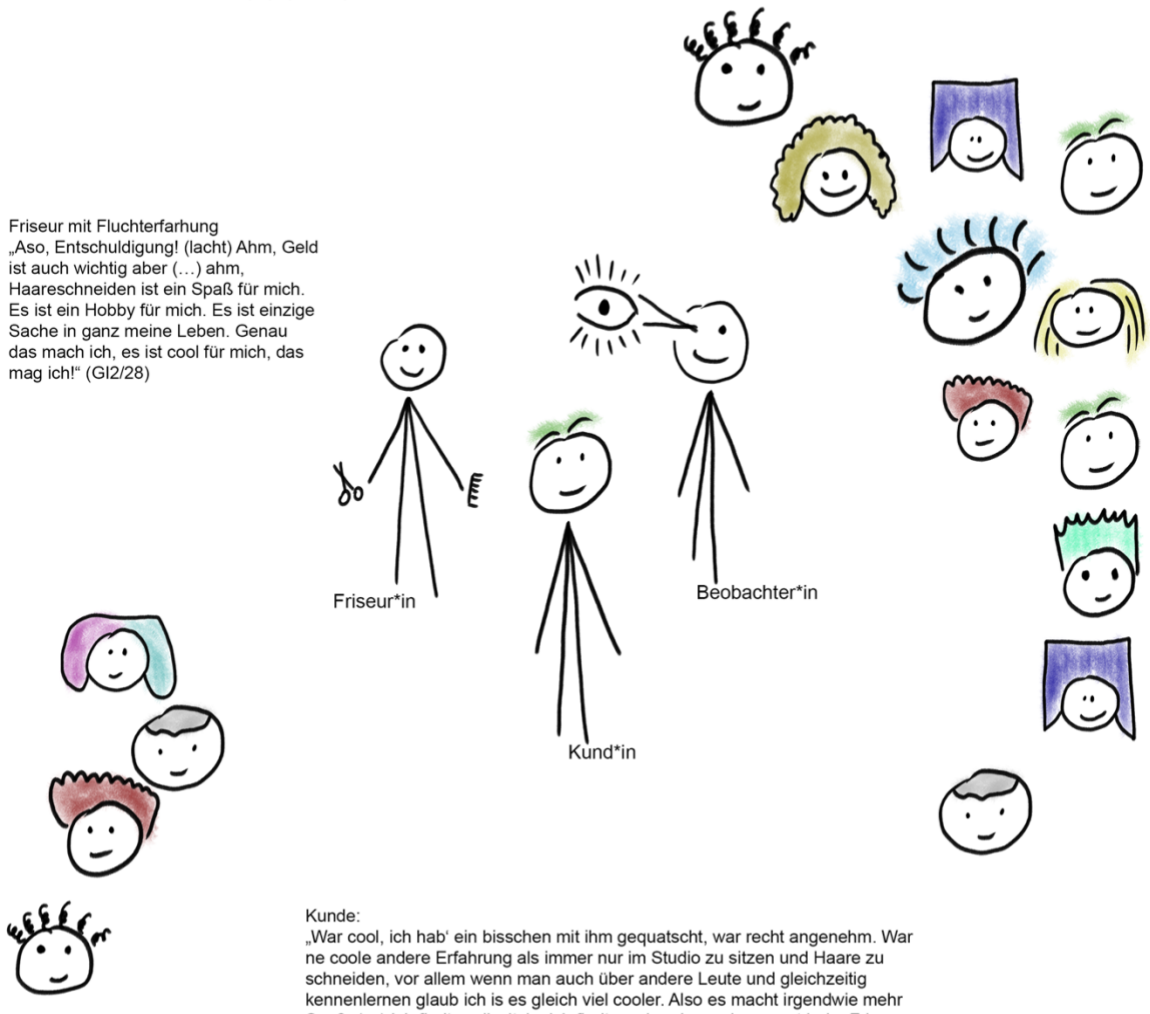
beschreiben CATW als performative Aktion und sie haben Spaß daran, bei der Entstehung neuer Frisuren und der Verwandlung von anderen Personen zuzusehen. Die Kund*innen sind außerdem auch neugierig auf die eigene Veränderung – sie freuen sich und sind gespannt auf den neuen Haarschnitt auf ihren Köpfen. Kund*innen, die nach ihrem Haarschnitt noch im Setting des Pop-Up-Salons verweilen, werden zu Beobachter*innen.

Die Beobachter*innen sind die Gruppe Menschen, die sich als Zuschauer*innen am Pop-Up-Salon beteiligen und selbst keinen Haarschnitt bekommen (oder zuvor bereits Kund*in waren). Viele von ihnen sind in Begleitung einer Kund*in vor Ort. Manche sind aber auch alleine und zufällig vorbeigekommen und für eine Zeit lang geblieben. Sie kommunizieren zuerst nonverbal, über Blicke, aber auch mittels Gestik und Körperhaltung. Durch das wechselseitige Sehen und Gesehen-werden können sich Gespräche entwickeln. Sie bekunden ihre Neugier, aber auch die Option zur Begegnung mit Anderen. Offensichtlich haben sie Spaß am Projekt und an der Interaktion. Das zeigt sich vor allem durch ihre offene Körperhaltung, ihr Lächeln und den freundlichen Umgang miteinander.
Manche Beobachter*innen entscheiden sich nach einer Weile sogar um, und wollen doch einen Haarschnitt. So werden Beobachter*innen zu Kund*innen. Auf die Frage, ob sie sich nicht auch die Haare schneiden lassen wolle, antwortete eine Beobachterin: *„Ja, also. Wenn‘s die richtig Mutigen vormachen, dann schon (lacht) aber ich glaub ich bin eher die, die schaut und das gut findet, so! Genau.“ (RH/R09_0002/7)*. Auch hier zeigt sich die zentrale Kategorie des Mutig-seins wieder und belegt, dass die Menschen über das Zusehen Mut fassen und sich trauen, selbst einen Haarschnitt entgegen zu nehmen.
Aber auch Kund*innen übernehmen punktuell die beobachtende Rolle, wenn sie vor oder nach ihrem Haarschnitt im Pop-Up-Salon verweilen und bei den Haarschnitten anderer Kund*innen zusehen.
Die folgende Abbildung 30 skizziert das Setting im Pop-Up-Salon mit Auszügen der Statements von Akteur*innen.

Friseurin mit Fluchterfahrung
„Bis jetzt ich hab' nicht gearbeitet auf den Straße aber ein oder zweimal ja, auf den Straße gearbeitet und dann überrascht mich (…) alle Leute kommt dann Haareschneiden oder Flechten (…) ja, das ja. Geld egal (…) weil wir haben kein Bescheid bis jetzt, wenn (…) wir ahm gut Deutsch lernen dann sprechen, dann Geschäft (…)" (GI2/24)

Kundin:
„Das Projekt finde ich super, da es Leuten die Möglichkeit gibt, ihren Beruf auszuüben, ja. Die den sonst vielleicht nicht ausüben könnten, das find' ich schon, das find ich sehr toll."
(MQ/REC008/8)

Friseur mit Fluchterfarhung
„Aso, Entschuldigung! (lacht) Ahm, Geld ist auch wichtig aber (…) ahm, Haareschneiden ist ein Spaß für mich. Es ist ein Hobby für mich. Es ist einzige Sache in ganz meine Leben. Genau das mach ich, es ist cool für mich, das mag ich!" (GI2/28)



Kunde:
„War cool, ich hab' ein bisschen mit ihm gequatscht, war recht angenehm. War ne coole andere Erfahrung als immer nur im Studio zu sitzen und Haare zu schneiden, vor allem wenn man auch über andere Leute und gleichzeitig kennenlernen glaub ich is es gleich viel cooler. Also es macht irgendwie mehr Spaß. (…) Ich find's voll witzig, ich find's mal anders, wie gesagt beim Friseur zu sitzen, ich find's ganz witzig wenn die Leute vorbeischau'n und bisschen skeptisch schauen und bisschen interessiert schauen. Ich find's eigentlich ganz lustig." (RH/R09/0003)

Abbildung 30: Theorieskizze Setting, Quelle: eigene Darstellung

7.4 Beweggründe

Dieser Teil der Theorieskizze beschreibt die Beweggründe und widmet sich der Frage: *Warum sind die Akteur*innen hier?*

Beide Fallstudien wurden im Rahmen von Veranstaltungen in öffentlich zugänglichen Gebäuden in Wien abgehalten. Sie waren beide dem Thema Flucht gewidmet. Daher kann angenommen werden, dass den meisten Besucher*innen bewusst war, mit diesem Thema in Berührung zu kommen. Vielleicht war aber genau diese Thematik der Beweggrund, die Veranstaltung zu besuchen. Diejenigen, die sich bei diesen Veranstaltungen für den Pop-Up-Salon interessierten, äußerten sich zum Thema Flucht grundsätzlich positiv und aufgeschlossen. Manche von ihnen waren selbst Betroffene und fühlten sich aufgrund des eigenen Migrations- oder Fluchthintergrundes mit den Friseur*innen mit Fluchterfahrung solidarisch und verbunden. Weil es sich um Veranstaltungen für geflüchtete Menschen handelt, kann auch angenommen werden, dass die alleinige Anwesenheit der Besucher*innen als Interesse und solidarischer Akt verstanden wird. Dafür erfahren sie soziale Wertschätzung und Anerkennung durch Andere (aber auch durch sich selbst). In Anbetracht der zentralen Flucht-Thematik konnte sich die Kategorie *Charity performen* bilden lassen. Darunter wird verstanden, dass Menschen, wenn sie sich für Andere solidarisch einsetzen, auch auf eine Gewisse Art und Weise selbst davon profitieren. Das konnte beim selbstlosen und freiwilligen Einsatz der Friseur*innen beobachtet werden – und indem sie dafür Anerkennung und Wertschätzung erfahren. Die zentrale Thematik der *Anerkennung durch die Teilnahme am Projekt* bzw. die Anerkennung *den Beruf*, wie bereits weiter oben beschrieben, bestätigen diese Annahme.

Verschiedene Akteur*innen - verschiedene Beweggründe

Für die Friseur*innen mit Fluchterfahrung war das Projekt CATW vorranging ein Ort, an dem sie ihren erlernten Beruf ausüben konnten. Der Pop-Up-Frisiersalon wird von ihnen aber nicht als Arbeitsplatz im Sinne ihrer regulären Lohnarbeit wahrgenommen, sondern als Zeitvertreib und Ort an dem sie, mit den Menschen außerhalb ihrer Geflüchteten-Unterkünfte, in Berührung und in Austausch kommen können. Sie beteiligen sich freiwillig an dem temporären Projekt und erhoffen sich durch die gemeinsame Arbeit im Team Kontakte knüpfen zu können und die deutsche Sprache üben und besser lernen zu können. Ihr Fluchthintergrund spielt insofern eine Rolle, weil sie aufgrund ihres rechtlichen Status in Österreich nicht arbeiten dürfen, und sich damit in einer vom Staat abhängigen Situation befinden. Diese Situation ermöglicht es ihnen nicht, unabhängig und selbst ihr Leben in Österreich zu gestalten. Sie leben größtenteils in Flüchtlingsunterkünften, haben

kaum Kontakt zur österreichischen Bevölkerung und daher wenig Chancen die Sprache zu lernen oder Freunde zu finden. Der Pop-Up-Salon ist für diese Akteur*innen eine Abwechslung vom Alltag ihrer derzeitigen Lebenssituation.

Für die Friseur*innen ohne Fluchterfahrung ist *CATW* eine willkommene Abwechslung im Vergleich zum Alltag im Frisiersalon. Als Hauptmotiv für die Beteiligung am Projekt wurde aber auch die Möglichkeit, geflüchtete Menschen zu unterstützen, angegeben. Die Kategorie *Charity performen* kommt hier zum Ausdruck: Durch die gemeinsame Arbeit im Team zeigten sie sich mit den geflüchteten Friseur*innen solidarisch, wie aus folgendem Auszug aus dem Gruppeninterview hervorgeht:

*Friseur*in ohne Fluchterfahrung:*
„Ich find‘s cool, dass ma Leid in unserer Gruppe aufnehmen, die wir fördern können dadurch. Das wir ihnen eben eine Plattform bieten wos (…) erna, ahm (…) wos, halt das Haareschneiden ausüben können und ja (…)“ (GI2/5/5)
Co-Forscherin:
„Und welche Leute sind das, die man aufnimmt?“ (GI/zweiter Teil/6)
Friseurin:
„Ahm, in erster Linie, Leute, die ausm Ausland zu uns gekommen sind und (…) ahm nu ned gleich die Möglichkeit haben, dass sie arbeiten gehen, weil‘s halt vielleicht auch diese sprachliche Barriere haben und vielleicht ah nur keine Genehmigung haben zu arbeiten, weil‘s am Anfang einfach ned so easy is (…) genau.“ (GI2/6-7)

Die Beweggründe der Kund*innen sind, neben dem Bedürfnis nach Anerkennung, vor allem mit dem Wunsch nach einem Haarschnitt in Verbindung zu bringen. Manche von ihnen nehmen dafür auch längere Wartezeiten in Kauf. Sie stört es nicht zu warten, denn die Zeit kann mit Beobachtung und Gesprächen verbracht werden. Wie schon in Kapitel 4 erwähnt, liegt bereits im Wunsch nach einem Haarschnitt das Bedürfnis nach Anerkennung und sozialer Wertschätzung. Dafür sind die Kund*innen auch bereit, sich den verschiedenen Herausforderungen des öffentlichen und ausgesetzten Settings zu stellen. Für manche ist der Pop-Up-Salon eine willkommene Gelegenheit, um mit anderen Menschen in Austausch zu kommen. Sie sind offen für die Begegnungen mit Menschen, die ihnen fremd sind. Ein Kunde zeigt sich durchaus erfreut, dass er mit seinem Stylisten in seiner arabischen Muttersprache kommunizieren kann (siehe dazu Abbildung 31).

Für die Beobachter*innen ist der Unterhaltungsfaktor am Setting von CATW zentraler Beweggrund. Sie wollen den Geschehnissen im Pop-Up-Salon beiwohnen, ohne selbst

im Zentrum zu stehen. Während ihres Aufenthalts am Setting, der zwischen wenigen Minuten und ein bis zwei Stunden dauern kann, beobachten sie still die Geschehnisse beim Frisieren, oder kommen mit Menschen ins Gespräch. Sie übernehmen aber auch einen aktiven Part, indem sie Kund*innen ihre Frisuren beschreiben oder ihnen Komplimente für ihren Mut oder die neue Frisur aussprechen.

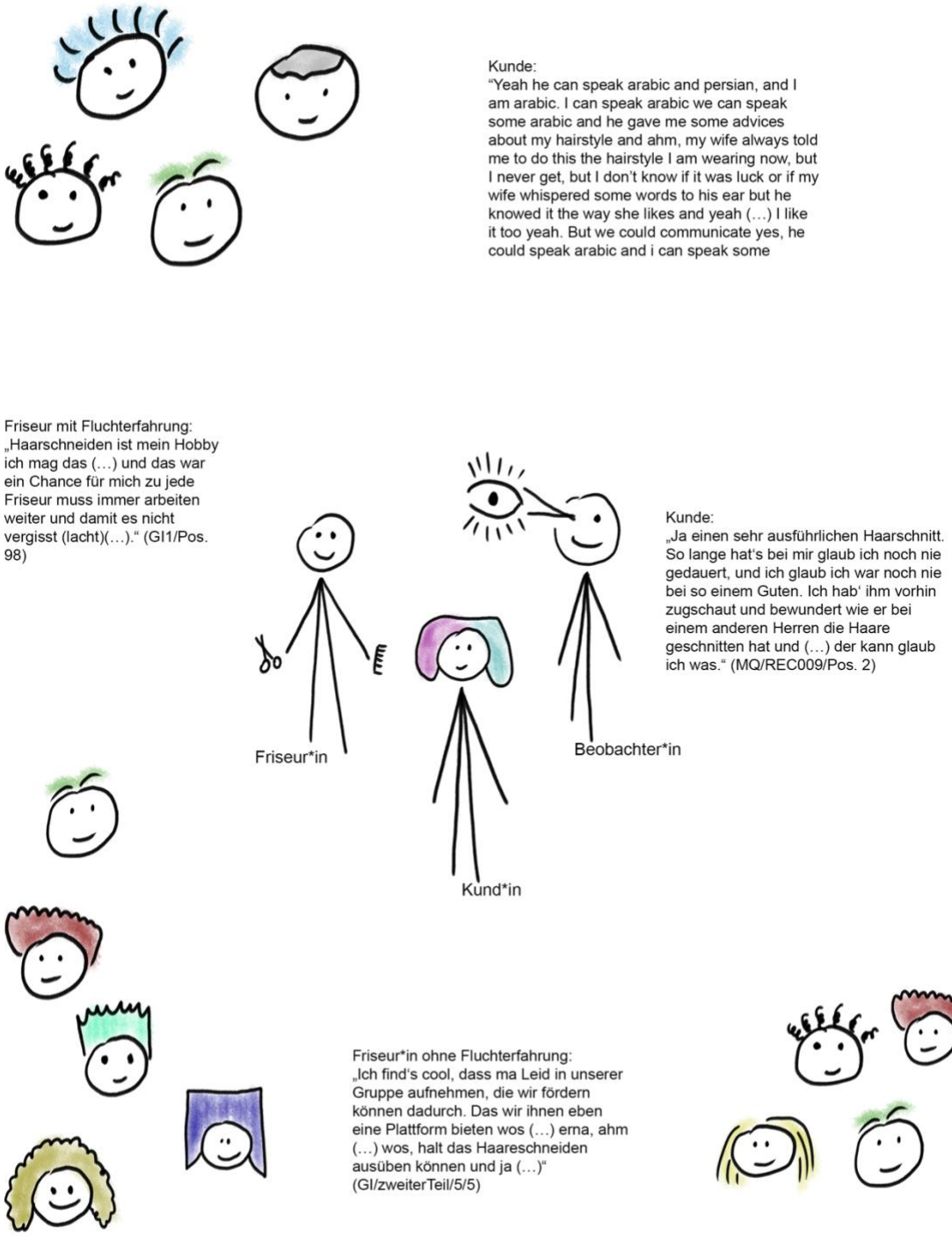


Abbildung 31: Skizze Beweggründe, Quelle: eigene Darstellung

7.5 Auswirkungen

Die Dimension *Auswirkungen* beschreibt die individuellen Erlebnisse und widmet sich der Frage: *Was nehmen sich die Akteur*innen mit?*

Verschiedene Akteur*innen - verschiedene Auswirkungen

Der Pop-Up-Salon wird von den Friseur*innen (mit und ohne Fluchthintergrund) als Spielfeld wahrgenommen, in dem sie ihren Job unter anderen Bedingungen erleben können. Die Haarschnitte entstehen nicht in der gewohnten „Zweier-Bubble“ zwischen Kund*in und Haarstylist*in, sondern involvieren ein Publikum. Die Friseur*innen beschreiben, dass sie im Pop-Up-Salon gefordert sind, ihre Arbeitsschritte möglichst präzise und genau auszuführen. Viele Blicke folgen ihrem Handwerk und ihrem Tun. Zuschauer*innen kommentieren den Prozess des Haarschneidens oder geben eine Bewertung zum Endergebnis ab. Auch hier wird die Kategorie des Mutig-seins wieder zentral, denn das Arbeiten vor Publikum wird als Herausforderung erlebt, unter der sie sich *beweisen* müssen. Nachdem sie sich auf die Situation eingelassen haben, erleben sie eine positive Erfahrung in der eigenen Selbstüberwindung und die Arbeitstätigkeit wird als Erlebnis empfunden. Innerhalb dieser Akteur*innen-Gruppe entwickelte sich außerdem ein sehr respektvolles Teamgefüge, welches auch über die gemeinsame Arbeit im Pop-Up-Salon hinausging. Während der gemeinsamen Zeit im Pop-Up-Salon nutzten die Stylist*innen das fachliche Knowhow ihrer Kolleg*innen und führten regen Austausch, indem sie sich gegenseitig Schneide-Techniken zeigten oder gemeinsam mit Kolleg*innen einen Haarschnitt an einer Kund*in durchführten.

Für die Stylist*innen mit Fluchterfahrung kommt hinzu, dass sich die Kategorie *mutig-sein* auch auf ihre sprachliche Barriere bezieht. Obwohl ihr deutsches Sprachniveau noch relativ gering war, waren sie mutig in der Kommunikation mit den Anderen am Setting und trauten sich vor allem mit ihren Kund*innen und Kolleg*innen auf Deutsch zu interagieren.

Den Kund*innen bei CATW, geht es im Hinblick auf die Kategorie *mutig-sein* ähnlich wie den Stylist*innen. Während sie einen Haarschnitt bekommen, sind sie den Blicken Anderer ausgesetzt. Auch die Kategorie der *Spontanität* drückt sich als Auswirkung aus, wenn die Kund*innen ihre Teilnahme als positive Erfahrung in der eigenen Selbstüberwindung verzeichnen. Auch der Haarschnitt wirkt als Erinnerung auf das Haarschneide-Erlebnis im Pop-Up-Salon nach.

Allgemein kann gesagt werden, dass das gesellige Beisammensein im Pop-Up-Salon von den Akteur*innen hauptsächlich positiv beschrieben und vermittelt wurde. Das zeigte sich auch an ihrer offenen Körperhaltung, nachdem die ersten Unsicherheiten und Zweifel überwunden waren. Die Menschen wechselten freundliche Blicke und gingen sehr einladend mit jeder Person um, die neu ans Setting kam. Die Leute, die sich bei CATW wohl fühlten, blieben auch gerne für längere Zeit am Setting, oder kamen (nachdem sie auf der Veranstaltung waren) wieder zurück, um weiter zu verweilen.
Dieses Gefühl von Beisammensein kann auch als ein Wir-Gefühl beschrieben werden. Die Menschen sind einander fremd sind, werden aber durch das Haare schneiden miteinander vertraut, und nehmen diese Erinnerung von Gemeinsamkeit als Erfahrung mit.

Reflexion über die Zusammenarbeit mit geflüchteten Friseur*innen

Die Zusammenarbeit des transkulturellen Teams von CATW war nach außen hin nicht sichtbar. Die Passant*innen und Kund*innen, die das Setting des Pop-Up-Salons betreten, erkundigen sich nach dem Motiv des Projektes. Erst dann wurde klar, dass es sich um professionelle Friseur*innen handelt, und dass ein Teil davon Friseur*innen mit Fluchterfahrung sind, die erst seit kurzem in Wien leben. Über die Zusammenarbeit des transkulturellen Teams äußern sich Besucher*innen hauptsächlich positiv. Manche Kund*innen sind neugierig und interessieren sich für die Geschichten der geflüchteten Menschen. Vereinzelt entstehen aus diesem Interesse auch Gespräche mit den Geflüchteten.
Intern hatte das gemeinsame Arbeiten von Stylist*innen mit und ohne Fluchterfahrung keine besondere Relevanz. Die einzelnen Teammitglieder zeigten sich respektvoll im Umgang miteinander und entwickelten schnell eine fürsorgliches Teamgefüge. Schon beim ersten Zusammentreffen tauschten sie sich aus und sprachen auch offen über das Thema Flucht. Sie interessierten sich wechselseitig für ihre Geschichten und tauschten sich auch auf einer freundschaftlichen Ebene aus, was oft über die gemeinsame Arbeit im Pop-Up-Salon hinausging. Manche von ihnen waren bzw. sind auch heute noch in Kontakt.

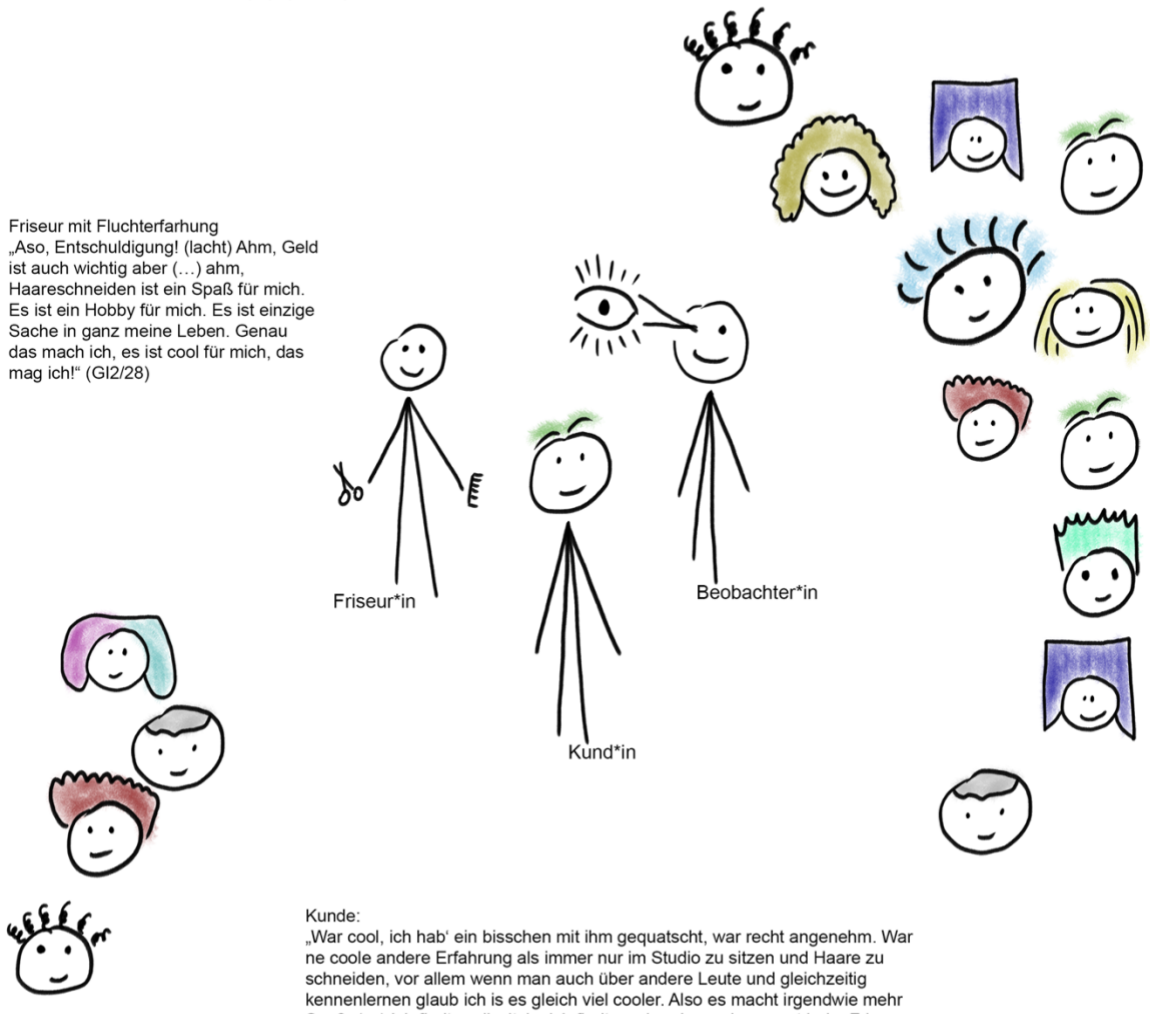
Einer der geflüchteten Friseure beschreiben seinen Beruf als „die einzige Sache in seinem Leben“ (Abbildung 32). Dass geflüchtete Menschen während ihrer teilweisen langjährigen und emotional aufwendigen Asylverfahren, keinen Zugang zum österreichischen Arbeitsmarkt haben, stellt für diese eine prekäre Lebenssituation dar. Sie haben dadurch kaum die Möglichkeit ihr Leben in Österreich selbstständig zu organisieren.

Sie sehen den Pop-Up-Salon als eine Gelegenheit ihrer Profession nachzugehen, sich fachlich mit Kolleg*innen auszutauschen, die Sprache zu lernen und gleichzeitig eine Beschäftigung im Alltag zu haben.
Die prekäre Situation der Friseur*innen mit Fluchthintergrund war insofern gegenwärtig, weil genau diese Diskriminierung von Menschen im Asylverfahren am Arbeitsmarkt auch ein wesentlicher Beweggrund für dieses Projekt des Pop-Up-Salons war und die Teilnehmer*innen dahingehend sensibilisiert waren.

Friseurin mit Fluchterfahrung
„Bis jetzt ich hab' nicht gearbeitet auf den Straße aber ein oder zweimal ja, auf den Straße gearbeitet und dann überrascht mich (…) alle Leute kommt dann Haareschneiden oder Flechten (…) ja, das ja. Geld egal (…) weil wir haben kein Bescheid bis jetzt, wenn (…) wir ahm gut Deutsch lernen dann sprechen, dann Geschäft (…)" (GI2/24)

Kundin:
„Das Projekt finde ich super, da es Leuten die Möglichkeit gibt, ihren Beruf auszuüben, ja. Die den sonst vielleicht nicht ausüben könnten, das find' ich schon, das find ich sehr toll."
(MQ/REC008/8)

Friseur mit Fluchterfarhung
„Aso, Entschuldigung! (lacht) Ahm, Geld ist auch wichtig aber (…) ahm, Haareschneiden ist ein Spaß für mich. Es ist ein Hobby für mich. Es ist einzige Sache in ganz meine Leben. Genau das mach ich, es ist cool für mich, das mag ich!" (GI2/28)



Kunde:
„War cool, ich hab' ein bisschen mit ihm gequatscht, war recht angenehm. War ne coole andere Erfahrung als immer nur im Studio zu sitzen und Haare zu schneiden, vor allem wenn man auch über andere Leute und gleichzeitig kennenlernen glaub ich is es gleich viel cooler. Also es macht irgendwie mehr Spaß. (…) Ich find's voll witzig, ich find's mal anders, wie gesagt beim Friseur zu sitzen, ich find's ganz witzig wenn die Leute vorbeischau'n und bisschen skeptisch schauen und bisschen interessiert schauen. Ich find's eigentlich ganz lustig." (RH/R09/0003)

Abbildung 32: Skizze zum Thema Flucht, Quelle: eigene Darstellung

8. Theoretischer Diskurs

Die Ergebnisse aus meiner Untersuchung des Pop-Up-Frisiersalons beziehen sich auf zwei Begriffe welche in den Daten als zentrales Phänomen entwickelt und wurden: *Anerkennung* und *Interaktion*. Im vorherigen Kapitel wurden beide Begriffe anhand meiner Daten erläutert und nun in den aktuellen theoretischen Diskurs gestellt.

8.1 Interaktion: Sehen und Gesehen-werden im Pop-Up-Salon

Der Begriff *Interaktion* stützt sich auf Goffman (2009) und bezieht sich auf sein Verständnis von *sozialer Interaktion,* welche sich an öffentlichen bzw. halb-öffentlichen Orten abspielt. „Der Austausch von Worten und Blicken zwischen zwei Individuen, die einander begegnen, ist eine allgemein verbreitete soziale Übung, und doch sind die charakteristisch kommunikativen Eigenschaften dieses Austauschs nur schwer auszumachen." (Goffman 2009: 29). Grundsätzlich beschreibt Goffman zwischenmenschliche Interaktion als Informationsaustausch zwischen Sender*in und Empfänger*in. Diese Information wird anhand diverser Mittel (Sprache, Schrift, bildliche Zeichen, Gesten, etc.) übermittelt (ebd. 30). Im Falle meiner Untersuchung ist die verkörperte Information, die von einem Menschen ausgesendet wird, wesentlich, denn im Pop-Up-Salon ist neben der verbalen Sprache die Interpretation der Körpersprache bzw. der körperlichen Kommunikationsmittel (Haare, Frisur) zentral. „Obwohl ein Mensch aufhören kann zu sprechen kann er nicht aufhören zu kommunizieren; er muss damit entweder das Richtige oder das Falsche sagen, kann aber nicht gar nichts sagen." (Goffman 2009: 51). So beschreibt Goffman einen konventionellen Diskurs um Körpersprache, welchen er außerdem als normativ klassifiziert (ebd.). Im Zusammensein mit Anderen gibt es die Verpflichtung, bestimmte Informationen zu geben oder bestimmte Erwartungen zu erfüllen (ebd.). Diese Erwartungen betreffen beispielsweise auch das äußere Erscheinungsbild oder einen höflichen Umgang mit Mitmenschen. Goffman schlägt eine umfassende Definition des Begriffs Interaktion vor, welchem ich hier nur in einem eingeschränkten Rahmen nachkommen kann, aber der Begriff wird später im Diskussionskapitel noch einmal etwas ausführlicher aufgegriffen. (Goffman 2009: 51ff)

In der Soziologie wird der Mensch nur in Beziehungen zu anderen gedacht. Die Werke von Erving Goffman (2009) zählen zu den soziologischen Klassikern, wenn es um die Frage geht: Was passiert, wenn sich zwei oder mehrere Menschen gemeinsam zur selben Zeit am selben Ort befinden? Sehr oft wird diese Frage in Bezug auf strukturelle Merkmale, wie Klassenzugehörigkeit oder Status beantwortet. Goffman richtet seinen Blick aber

darüber hinaus auch auf andere Interaktionsmechanismen, die sich abseits struktureller Faktoren befinden. (Goffman 2009: 12)
Grundsätzlich sind es sehr komplexe Regeln, die das Verhalten auf Straßen, in Parks, Theatern, Restaurants, Geschäften und anderen Treffpunkten der Öffentlichkeit prägen, sie sagen eine Menge über die diffuse Form sozialer Organismen aus (ebd. 20).
Sind zwei oder mehrere Personen an einem Ort, an dem sie sich gegenseitig wahrnehmen können, spricht Goffman von einer *sozialen Situation*. Denn Menschen nehmen mit ihren Körpern in der Öffentlichkeit Raum ein, welchen sie durch ihre Interaktion strukturieren. Die Öffentlichkeit wird als ein von wechselseitigen Erwartungen und Interaktion erfüllter Raum definiert. (ebd. 13)
Öffentlichkeit ist demnach die „Instanz sozialer Kontrolle, die den Einzelnen auf der elementarsten Ebene seiner körperlichen Präsenz in die Sozialität einbindet. Öffentlichkeit in Goffmans Sinne besteht dort, wo sich Akteure gegenseitig wahrnehmen und miteinander interagieren." (ebd.). Der Fokus der Untersuchung des Pop-Up-Salons liegt auf der Interaktion von Angesicht zu Angesicht, dem Sehen und Gesehen-werden.

Im Verständnis des *öffentlichen* Raums*,* oder wie im Pop-Up-Salon von *halb-öffentlichen* Räumen die Rede ist, gibt es Normen, die diese öffentliche Ordnung aufrechterhalten. Es handelt sich um eine Reglementierung zwischen Mitgliedern einer Gemeinschaft, die nicht so sehr vertraut miteinander sind und sich an *öffentlichen* Orten – die frei zugänglich sind – befinden (Goffman 2009: 25). Der Pop-Up-Salon kann als *Zusammenkunft (gathering)* gesehen werden (ebd.). Hier kommen mehrere, sich zumeist unbekannte Menschen als Gruppe zusammen und interagieren miteinander. Das Verhalten in öffentlichen Räumen verweist auch auf Etikette und gutes Benehmen. Die öffentliche Ordnung gibt demnach vor, dass sich Menschen, die einander fremd sind, respektvoll und höflich nähern sollen.
Goffman spricht auch davon, dass es soziale Schauplätze gibt, die Personen ohne bestimmten Status verwehrt sind (ebd.). Ihre Anwesenheit kann als ungehörige Handlung verstanden werden. Störungen durch unerwünschte Personen und physische Bedrohungen gilt es zu verhindern (Goffman 2009: 26). Verhaltensregeln für bestimmte Situationen sind daher immer auch als exklusiv zu betrachten, weil sie den Beteiligten vorschreiben, *dazu zupassen*. „Die Person soll sich dem Geist oder Ethos der Situation entsprechend verhalten; kein Zuviel und kein Zuwenig." (Goffman 2009: 27). Bei sozialen Gruppierungen geht es immer auch um ein *Hineinpassen,* und dieses *Hineinpassen* verweist auf einen Aspekt des gesunden Menschenverstandes: „Was in der einen Situation richtig sein mag, kann in einer anderen durchaus unangemessen sein." (ebd.) Auch in Bezug auf Anerkennung und soziale Wertschätzung, spielt das Zugehörigkeitsgefühl eine wesentliche Rolle.

Im Sinne meiner Beforschung des Projektes CATW hat sich die Frage nach dem WARUM gestellt: Warum nehmen die Menschen daran Teil? (Wenn es nicht der Haarschnitt ist, was ist es dann?)
Wie meine Forschung ergeben hat, sind die Menschen auf der Suche nach Anerkennung bzw. haben ein Bedürfnis nach sozialer Wertschätzung. Und der Pop-Up-Salon bietet eine Möglichkeit, Anerkennung durch Interaktion zu erfahren. Dies wurde in Kapitel 7, anhand der Theorieskizze und dem Phänomen *Anerkennung durch Interaktion* (durch Sehen und Gesehen-werden) bereits diskutiert.

In der theoretischen Beantwortung auf die Frage findet sich bei Goffman der Begriff der *sozialen Veranstaltung (social occasion)* (Goffman 2009: 4). Der Pop-Up-Salon bzw. die Veranstaltung, in die die Haarschneide-Aktion eingebettet ist, kann als soziale Veranstaltung verstanden werden. Personen, die einander fremd sind, finden sich zusammen, um gemeinsam an etwas teilzunehmen. Es handelt sich um „einen großen sozialen Anlass, eine Unternehmung oder ein Ereignis, zeitlich und räumlich begrenzt und jeweils durch eine eigens dafür bestimmte Ausstattung gerahmt. Eine soziale Veranstaltung liefert den strukturellen sozialen Kontext, in dem sich viele Situationen und Zusammenkünfte bilden, auflösen und umformen, in deren Verlauf sich ein Verhaltensmuster als angemessen und (häufig) offiziell oder als beabsichtigt herausbildet und anerkannt wird“ (Goffman 2009: 34). Bei solchen sozialen Veranstaltungen gibt es bestimmte Handlungsabläufe, die an eine Aktivitätskurve und an Höhepunkte gebunden sind. Sie besitzen ihr eigenes Ethos und eine emotionale Struktur und die Teilnehmer*innen spüren, dass sie sich an der Angelegenheit beteiligen müssen (ebd. 35).
So hat es sich auch im Pop-Up-Salon ergeben, dass ich ein Gespräch zwischen einem Kunden und einem Beobachter mitgehört habe: Dem Kunden wurde, während er seine Haare von mir schneiden ließ, ein Kompliment ausgesprochen – für seinen Mut, bei der Aktion mitzumachen. Worauf der Kunde erwiderte, dass die Haarschneideaktion von CATW nur dann funktioniert, wenn es Freiwillige gibt, die mitmachen und sich zum Beispiel die Haare schneiden lassen. Der Pop-Up-Salon ist abhängig davon, dass sich Menschen der sozialen Veranstaltung anschließen. Aber die Akteur*innen machen das nicht ausschließlich, ohne einen Selbstzweck damit erfüllen zu wollen, sie haben auch Bedürfnisse, sie wollen gesehen werden und hegen den Wunsch nach Anerkennung.

Die von Goffman (2009) erwähnten Punkte einer sozialen Veranstaltung treffen auf den Pop-Up-Salon zu. Ohne die Beteiligung der Akteur*innen, allen voran den Friseur*innen

und Kund*innen, kann die Haarschneideaktion in dieser Form nicht stattfinden. Sie alle sind Teil dieser sozialen Veranstaltung und kennen die Handlungsabläufe *(behaviour settings).* Sie wissen, wie der Ablauf des Haareschneidens im Salon aussieht, und dieselbe Abfolge ergibt sich im Pop-Up-Salon: Warten (Zusehen) – Platz nehmen – Haare schneiden lassen – aufstehen und gehen. Dabei findet bei jedem dieser einzelnen Handlungsschritte Interaktion statt. Sollte eine Person den Ablauf im Frisiersalon nicht kennen, kann dieser durch Beobachtungen schnell erfasst und umgesetzt werden. Außerdem kann auf die Erfahrungswerte der Handlungsabläufe aus klassischen Frisiersalons zurückgegriffen werden, demnach ist die Situation für die Beteiligten nicht vollkommen neu. Die Interaktion, die über den wechselseitigen Blickkontakt abläuft, wird im Laufe dieses Kapitels noch explizit erläutert.

Goffman spricht davon, „dass Menschen in ihrer wechselseitigen Gegenwart nicht nur als körperlich vorhandene, sondern auch als kommunikative Instrumente fungieren können." (Goffman 2009: 39). Diese Aussage kann angeknüpft werden, an die in den Daten so präsente Kategorie des Mutig-seins. Die Akteur*innen im Pop-Up-Salon lassen sich auf die Herausforderung des Haareschneidens vor Publikum ein. Sie werden beim Haareschneiden von Menschen, die ihnen fremd sind, beobachtet und sind gleichzeitig selbst in einer Position des Beobachtens. Über diese Wechselseitigkeit des gegenseitigen Sehen und Gesehen-werdens drückt sich die Form der Kommunikation im Pop-Up-Salon aus.

Die kommunikativen Möglichkeiten scheinen in jeder Gesellschaft streng normativen Regelungen zu unterliegen, dadurch wird eine Art „Kommunikations-Verkehrsordnung" (ebd.) geschaffen, die *situativen Anstandsformen.* Diese sind in der Situation des Pop-Up-Salons davon geprägt, dass die Menschen sich höflich begegnen und sehr oft zum Einstieg ein Kompliment für den Mut, oder einen Kommentar zu einer Frisur oder zur Entstehung einer Frisur aussprechen.

Goffman analysiert das kommunikative Verhalten von Menschen anhand zweier Schritte, die *nicht-zentrierte* und die *zentrierte Interaktion.* Die *zentrierte Interaktion* ist die Form der Interaktion, die im Pop-Up-Salon stattfindet, wenn sich Menschen „versammeln und offensichtlich so kooperieren, dass ihre Aufmerksamkeit ganz bewusst auf einen gemeinsamen Brennpunkt gelegt ist." (Goffman 2009: 40). Der gemeinsame Brennpunkt liegt auf jenen Personen, die sich als Teil einer Performance, die Haare schneiden lassen, und damit auch auf der Arbeit der Stylist*innen, die auf den Köpfen der Kund*innen ausgeführt wird.

Interaktion spielt aber auch bei der Entstehung von Frisuren (zwischen Stylist*in und Kund*in) eine wichtige Rolle. Die Frisur selbst kann als non-verbales Kommunikationsmittel und Medium in der Interaktion gesehen werden. Wie auch schon in Kapitel 4 beschrieben, ist der erste Eindruck wesentlich für die Identität einer Person. Das Erscheinungsbild kann auch Informationen für die Bereitschaft zur Interaktion aussenden. Goffman beschreibt die non-verbalen Kommunikationsmittel einer Person als „disziplinierte Handhabung ihrer persönlichen Erscheinung, oder ihrer ‚persönlichen Fassade', das heißt des Komplexes von Kleidung, Aufmachung, Frisur und anderen Oberflächendekorationen" (Goffman 2009: 41). Goffman beschreibt weiter, dass wenn jemand „gut frisiert" und „gut gekleidet" ist, also in gepflegter Erscheinung auftritt, dies als Angebot und die Bereitschaft zu einem Gespräch gesehen werden kann (ebd. 42). Die disziplinierte Anordnung der persönlichen Erscheinung, ist eine Möglichkeit, um der Umwelt seine Aufgeschlossenheit zu vermitteln (Goffman 2009: 44). An dieser Stelle möchte ich auch erwähnen, dass es sehr wohl auch Menschen mit dem Wunsch nach einer eher „unüblichen" Frisur und/oder Haarfarbe gibt. Eine Person mit unüblicher Frisur will vielleicht sogar dadurch auffallen oder angesprochen werden.
Im Pop-Up-Salon sieht man nicht mehr, wie die Kund*innen gekleidet sind. Sie haben, ähnlich einer Verkleidung, einen Schneide-Mantel (im Zebramuster) um die Schultern und den gesamten Oberkörper. Die Haare sind teilweise zu lustigen Frisur-Skulpturen gebunden, während der*die Haarstylist*in an der Kreation der neuen Frisur arbeitet. Sie befinden sich in einem transformativen Prozess ihrer äußeren Erscheinung. Diese doch eher unterhaltsame Aufmachung ist für viele vorbeigehende Passant*innen ein Eyecatcher und eine Einladung, sich dem Pop-Up-Salon zu nähern. Meine Untersuchungen haben ergeben, dass die Passant*innen scheinbar auch eine Art von Dilemma erkennen, indem sich die Kund*innen (vermeintlich) befinden. Sie haben keine Ahnung, was auf ihren Köpfen gerade geschieht – ihnen fehlt die Kontrolle des Spiegels. Der Blick der Kund*innen streift durch die Menge, und wenn er auf eine andere Person trifft, dann gibt es meistens eine positive Geste, ein Grinsen oder gar ein Kompliment von dieser Person. Durch diese positive Gestik und freundliche Begegnung fühlen sich die Kund*innen aber auch andere Akteur*innen am Setting wohl und als Teil des sozialen Gefüges im Pop-Up-Salon.

Die Kund*innen signalisieren mit ihrer Teilnahme bei CATW, dass sie bereit sind, sich ansprechen zu lassen. Nach Goffman zeigen Personen in exponierten Positionen eine gewisse Offenheit, was den Einzelnen das Recht gibt, sich den bisher Unbekannten zu nähern und sie anzusprechen (Goffman 2009: 139ff). Denn schon im Platz nehmen, inmitten des ausgesetzten Settings, ergibt sich eine „Lizenz zum Ansprechen (Goffman

2009: 139). Auch dass der Pop-Up-Salon als ein geselliges Beisammensein (ebd. 147) empfunden wird, erlaubt es, Andere anzusprechen.
„Bezogen auf Interaktionen kann man den Wunsch nach Anerkennung so interpretieren: Das Individuum möchte in seinem Verhalten, seinem Status und überhaupt in seiner Identität erkannt und anerkannt werden. Das heißt, dass jeder Teilnehmer voraussetzt und erwartet, als Person *wahrgenommen* zu werden und dass die Anderen ihr Verhalten einer *angemessenen Reaktion* würdigen. Wenn niemand von einem Notiz nimmt oder wenn die Anderen zu allem, was man sagt, schweigen, kann keine Interaktion auf Dauer funktionieren.“ (Abels 2020: 45)

Sehen und Gesehen-werden

Das *Sehen und Gesehen-werden* nimmt bei Interaktionen eine spezielle Rolle ein. Denn eine Interaktion ist immer eine Auseinandersetzung zwischen Selbst und Fremd. Das Selbst kann somit nie losgelöst vom Anderen diskutiert werden. Es konstituiert sich durch das Andere. „Jeder Mensch kann *sehen*, dass er in einer bestimmten Weise erfahren wird, und er wird zumindest einige seiner Verhaltensweisen an der wahrgenommenen Identität und der ursprünglichen Reaktion derer, die ihn beobachten, ausrichten“ (Goffman 2009: 32) Was Goffman dabei anspricht ist die Wechselseitigkeit, welche bei einer unmittelbaren sozialen Interaktion (und darüber hinaus die Identität, wie bei der Anerkennung) entsteht. Die Wahrnehmung der äußerlichen Fassade eines Gegenübers erfolgt über gegenseitiges Sehen und Gesehen-werden, so wie es auch im Pop-Up-Salon stattfindet. Das Haar und die Frisur sind non-verbale Kommunikationsmittel und der Spiegel ist ein wichtiges Studienobjekt (ebd. 81). Im Pop-Up-Salon, wo kein Spiegel vorhanden ist, übernehmen Menschen diese Spiegelfunktion. Im klassischen Salonalltag läuft die Kommunikation zwischen Kund*in und Stylist*in hauptsächlich über den Spiegel, welcher vor den Kund*innen platziert ist, ab. Bei der Haarschneideaktion auf halb-öffentlichen Plätzen wird die Interaktion direkt von Angesicht zu Angesicht abgehalten und nicht über einen Spiegel „gefiltert“. Die Menschen sitzen im Frisierstuhl und schauen von dort aus den Passant*innen beim Vorübergehen zu oder interagieren mit anderen, die sich am Set des Pop-Up-Salons befinden.

Das Gespräch zwischen Stylist*in und Kund*in gerät dadurch, dass die Kund*innen mit dem Blick nach außen sitzen, in den Hintergrund. Während im klassischen Salon-Setting die Beziehung zwischen Kund*in und Stylist*in in einer Zweier-Konstellation vor einem Spiegel stattfindet, ist im Pop-Up-Salon eine Gruppendynamik mit unterschiedlichen Interaktionspartner*innen erkennbar. Ohne die Auseinandersetzung mit dem eigenen

Spiegelbild scheinen die Kund*innen offener für ein Gespräch zu sein und suchen via Blicken nach Kommunikationspartner*innen. Der Kern einer (zentrierten) Interaktion ist der *Blickkontakt* bzw. die *Begegnung.* Wie weiter oben bereits ausgeführt wurde, können und dürfen sich demnach alle Personen, die sich gemeinsam im Pop-Up-Salon befinden, gegenseitig in ein Gespräch verwickeln, weil es die Etikette der Situation erlaubt, aber auch vorgibt. Auch Personen „von extrem ungleicher sozialer Position" (ebd. 102) können von der wechselseitigen Aktivität der Situation Gebrauch machen. Was sich auch im Pop-Up-Salon abgezeichnet hat war, dass sich Menschen, die sonst im öffentlichen Raum kaum oder tendenziell selten in Kontakt treten (beispielsweise Geflüchtete und Arbeiter*innen, Obdachlose und Studierende, etc.) plötzlich eine Gelegenheit geboten hat, sich wechselseitig wahrzunehmen und/oder miteinander ins Gespräch zu kommen. Über diese zwischenmenschlichen Erfahrungen in der Begegnung mit einer marginalisierten oder durch Vorurteile geprägten Gruppe, können Vorurteile hinterfragt werden.

Goffman beschreibt weiter, dass sich in der wechselseitigen Aktivität Smalltalk ergeben kann und führt dort konkret das Beispiel von Dienstleistungen an (ebd. 103). Bei der Haarschneide-Aktion des Projektes, aber auch im Salon, kann beobachtet werden, dass zusätzlich der körperliche Kontakt einen Gesprächsmodus bzw. Gesprächsbedarf einleitet. Oftmals sind solche Gespräche im Small-Talk-Format auch dazu da „um mit der Situation fertig zu werden" (Goffman 2009: 148). Im Frisiersalon sind da beispielsweise die zwischenmenschlichen Spannungen zu erwähnen, die sich während des Haareschneidens bei der stillen, gegenseitigen Beobachtung über den Spiegel ergeben. Im Salon können Kund*innen und ihre Stylist*innen ohne weiteres über den Spiegel ein Gespräch beginnen, das ist in der Form im Pop-Up-Salon nicht möglich. Der Blick der Kund*innen geht nach „außen" und ist somit auf die nähere Umgebung gerichtet. Im Pop-Up-Salon beobachten die Kund*innen nicht sich selbst und ihre*n Friseur*in, sondern sie beobachten das Geschehen um sich, die Veranstaltung, und sind dabei vermutlich auch auf der Suche nach Blickkontakt. Wird der Blickkontakt von Passant*innen erwidert, kann eine Begegnung als eröffnet angesehen werden (Goffman 2009: 105). Augenkontakt zielt auf eine gegenseitige Verbindlichkeit ab, soll eine Begegnung hingegen vermieden werden, unterbleibt der wechselseitige Blick normalerweise (ebd.).
Sind mehrere Personen involviert und haben diese Personen einander bekundet, dass sie sich wechselseitig für eine Kontaktaufnahme zur Verfügung stehen, „entsteht meist ein Gewirr von Blicken im Raum, das die Chancen der Beteiligten stark erhöht, die wechselseitigen Wahrnehmungen zu kontrollieren." (ebd. 109) Dieses Gewirr konnte auch beim Pop-Up-Salon beobachtet werden. Demnach kommt es zu einem gemeinsamen *Brennpunkt* (ebd.), der in diesem Fall das Haareschneiden ausmacht. „Eine gemeinsame

Definition der Situation herrscht vor. Das schließt Übereinstimmung im Hinblick auf Relevanz und Irrelevanz des Wahrgenommenen ein und einen ‚Arbeitskonsensus', der ein gewisses Maß an gegenseitiger Rücksichtnahme, Sympathie und ein Dämpfen von Meinungsverschiedenheiten bedeutet." (Goffman 2009: 110). Diese Gruppenatmosphäre beschreibt das Wir-Gefühl, mit dem die Akteur*innen die Begegnungen im Pop-Up-Salon beschreiben. Es kommt zu einem gesteigerten Gefühl von moralischer Verantwortung für die eigenen Handlungen, und dem Bewusstsein, dass die Akteur*innen hier, im Kontext von CATW, etwas Gemeinsames tun (ebd.).

„In einer konkreten Interaktion ist Identität aus der Sicht des Einzelnen einerseits das Bild, das er von sich selbst hat, und wofür er sich ausgibt, also die Form, in der er dieses Bild von sich vor Anderen zum Ausdruck bringt, und andererseits das Bild, das die Erwartungen der Anderen spiegelt, d. h. als wer er sich von den Anderen angesehen fühlt, und die Form, mit diesen Erwartungen in konkreten Interaktionen des Alltags umzugehen. Aus der Sicht der Anderen ist seine Identität das, was sie ihm zuschreiben." (Abels 2020: 259).

Dieses gemeinsame Erleben der Haarschneideaktion erzeugt bei allen Akteur*innen ein Zugehörigkeitsgefühl zu einer Gruppe – wenn auch nur für den Moment des Verweilens, oder aber auch darüber hinaus. Zwischenmenschliche Begegnung in dieser Form (face to face) und im öffentlichen Raum ist in unserer schnelllebigen, anonymisierten Zeit eher selten, und doch so wichtig für den gesellschaftlichen Zusammenhalt und die Identität. Etwaigen Vorurteilen gegenüber einer bestimmten Menschen- oder Berufsgruppe können in der Begegnung und im gemeinsamen Austausch hinterfragt werden.
Auch, dass sich bei diesem Projekt zwei marginalisierte Gruppen, die mit unterschiedlichen Vorurteilen zu kämpfen haben (Friseur*innen und Geflüchtete), öffentlich als Team zeigen, ist von Relevanz. Status und Motivation beider Gruppen sind zwar nicht unbedingt deckungsgleich wie im vorigen Kapitel gezeigt wurde, dennoch nutzen beide das Setting von CATW, um ihrem Bedürfnis nach sozialer Wertschätzung und Anerkennung nachzukommen.

8.2 Wunsch nach Anerkennung und sozialer Wertschätzung im Pop-Up-Salon

Zum Begriff *Anerkennung* beziehe ich mich auf die Anerkennungsform von Axel Honneth aus seinem Buch „Kampf um Anerkennung" (1994). Darin differenziert er drei Sphären der Anerkennung: Liebe, Recht und soziale Wertschätzung. Diese Sphären beschreiben

Aspekte der Anerkennung, für die Menschen auf unterschiedliche Weise Bestätigung für ihre Person erfahren können.

In der ersten Sphäre, der Liebe, geht es um die Beziehungsstruktur zu Anderen, dass eine Person über den „Spiegel des Anderen“ (Honneth 1994: 192) lernt sich selbst zu erkennen bzw. das eigene Selbst zu definieren. In anderen Worten geht es darum, durch Andere in den eigenen elementarsten Bedürfnissen erkannt, anerkannt und positiv bestätigt zu werden. Dadurch entsteht (Grund-)Vertrauen in sich selbst und in die eigenen Bedürfnisimpulse sowie die Sicherheit, als Mensch an sich einen Wert zu haben. (ebd.)
In der zweiten Sphäre des Rechts beschreibt Honneth (1994: 180) Anerkennung im Sinne eines Rechtsanspruches bzw. der kognitiven wechselseitigen Achtung für alle Mitglieder des Gemeinwesens. Den Mitgliedern einer Gesellschaft werden demnach Rechte zugeschrieben welche Aspekte wie Leistung, Einkommen und Charakter vernachlässigen. (Honneth 1994: 181)
Die dritte Sphäre beschreibt Honneth als jene der sozialen Wertschätzung und Solidarität, auf welche sich Menschen positiv auf sich selbst, mit ihren Eigenschaften und Charakteristika, beziehen können (ebd.). Die soziale Wertschätzung, wird als Kernmechanismus der Interaktionsform im Zeichen von Solidarität beschrieben. Dies zeichnet sich dadurch aus, „dass Subjekte wechselseitig an ihren unterschiedlichen Lebenswegen und -projekten teilnehmen. Nach Honneth kann diese Anerkennungsform nur unter der Voraussetzung begriffen werden, dass ein Wertehorizont hinzugedacht wird, […] ansonsten wäre es gar nicht möglich zu bestimmen, was eine wertvolle Leistung bzw. als gesellschaftlicher Beitrag gelten könne.“ (Stojanov 2006: 141). Bei gelingender Anerkennung entwickelt sich ein positives Selbstverständnis, was Selbstvertrauen, Selbstachtung und Selbstschätzung zur Folge hat. „Durch das Gefühl, für konkrete Eigenschaften anerkannt zu werden, die als gesellschaftlich wertvoll erachtet werden, entsteht im Individuum das praktische Selbstverhältnis der Selbstschätzung (oder auch des Selbstwertgefühls)“ (Pilarek 2007: 47).

Für die vorliegende Arbeit ist besonders diese dritte Sphäre, Anerkennung durch soziale Wertschätzung zentral, wobei alle drei Sphären in Wechselbeziehung zueinander stehen und nicht gänzlich voneinander abgegrenzt werden können. (ebd.)

Soziale Wertschätzung beschreibt Anerkennung als eine Leistung, die zum Erhalt gesellschaftlicher Normen und Ziele beiträgt. Diese Normen und Ziele sind an die jeweilig ausgehandelten „kulturellen Standards“ (Honneth 1994: 209) einer Gesellschaft gebunden (ebd.). Diese Form der Anerkennung ist für die Entwicklung der sozialen Identität einer

Person zentral. Soziale Wertschätzung kann als relationales Beziehungsverhältnis und damit auch im Anerkennungsverhältnis verstanden werden. Die relationalen Wechselwirkungen aus Anerkennen und Anerkannt-Werden (Fischer 2015: 13) zeigen sich in meiner Untersuchung des Pop-Up-Salons in der Wechselseitigkeit des Sehen und Gesehen-werdens zwischen den Akteur*innen im Feld. Das zeigt auch anhand des anerkennungstheoretischen Diskurses in Anlehnung an Hegel, Marx und auch Mead (Honneth 1994: 114ff), in dem beschrieben wird, dass Subjektivität streng intersubjektivitätstheoretisch zu denken ist, was konkret bedeutet: Das Ich entwickelt und erlernt sich selbst erst durch andere (ebd). Die Identitätsstiftung eines Individuums basiert auf Interaktion *mit* bzw. *in* einem sozialen Gefüge. „Die wechselseitige Beziehung zwischen den signifikanten Anderen eines sozialen Gefüges bzw. dem sozialen Gefüge als Ganzem und dem Subjekt ist nun der Schlüssel zum Verständnis des Zusammenhangs zwischen der Stiftung von Identität und der (gesellschaftlichen) Anerkennung.“ (Sorgo: 2012)

Als menschliches Bedürfnis ist Anerkennung eng mit sozialer Wertschätzung verbunden und daher nur im Rahmen zwischenmenschlicher Interaktion erfahrbar (Honneth 1994: 181). Das zeigte sich auch begründet im Phänomen *(Anerkennung durch Interaktion – Sehen und Gesehen-werden)* der vorliegenden Forschungsarbeit.
Der Wunsch nach Anerkennung ist die zentrale Motivation und verbindendes Element aller Akteur*innen im Pop-Up-Salon. Diesem Wunsch nach Anerkennung gehen sie nach, indem sie sich den Herausforderungen des Settings stellen und sich auf die neue Situation des Haareschneidens einlassen. Sie sind mutig und erhalten dafür positives Feedback von ihren Mitmenschen, welches durch freundliche Blicke, Gesten und Komplimente vermittelt wird. Darüber hinaus kann schon im Tragen einer (neuen) Frisur der mögliche Wunsch nach Anerkennung und sozialer Wertschätzung liegen. Menschen versuchen gruppen-, milieu- und kulturspezifisch dazuzupassen, also Anerkennung zu bekommen und zumindest als gleichwertiges Mitglied der Gruppe oder Gemeinschaft gesehen zu werden. Das wird auch über das äußere Erscheinungsbild vermittelt.
Über die drei Anerkennungsformen Liebe, Recht und Wertschätzung können gemeinsam soziale Bedingungen geschaffen werden, „unter denen menschliche Subjekte zu einer positiven Einstellung gegenüber sich selbst gelangen können; denn nur dank des kumulativen Erwerbs von Selbstvertrauen, Selbstachtung und Selbstwertschätzung […] vermag eine Person sich uneingeschränkt als ein sowohl autonomes wie auch individuiertes Wesen zu begreifen und mit ihren Zielen Wünsche zu identifizieren.“ (Honneth 1994: 271)

Bei der Untersuchung des Pop-Up-Salons hat sich außerdem gezeigt, dass sich der Wunsch nach Anerkennung auch auf den Beruf bzw. die professionelle Tätigkeit zurückführen lässt. Dies betrifft in diesem Fall die Friseur*innen des Pop-Up-Salons, eine Berufsgruppe die von gesellschaftlicher Geringschätzung betroffen ist. Denn Menschen definieren sich auch über ihre Arbeit, weswegen Anerkennung in Anbetracht der beruflichen Identität gesehen werden muss: „Die Anerkennung Anderer ist eine wesentliche Voraussetzung für die Entwicklung von Identität und Selbstwertschätzung. Zugleich müssen sich Identitäten gegenüber Missachtungserfahrungen behaupten und in einem Kampf um Anerkennung für sich Anerkennung einfordern. Die Arbeit ist in einer sich immer mehr durchsetzenden Arbeitsgesellschaft von zentraler Bedeutung für die Anerkennung und damit die Identitätsentwicklung der Menschen“ (Voswinkel 2011: 47).
Weiter stellen sich hier folgende Fragen: Warum erhält nicht jede Form von Arbeit dasselbe Maß an Anerkennung? Und welche Faktoren (wie bspw. die Assoziation mit Schmutz, Krankheit, Mangel an Bildung, etc.) sind es, die einer Arbeit weniger oder keine Anerkennung entgegenbringen? (Pilarek 2007: 45)
Es wird schwierig, diese Fragen zu beantworten, denn soziale Anerkennung wird als höchst variabel begriffen. Das ist eine Tatsache und zugleich das Problem: „Der auf Arbeit basierten Anerkennung wohnt oftmals ein prekäres Moment inne, weshalb dieses Feld stets ein umkämpftes und von Spannungen gekennzeichnetes ist.“ (Pilarek 2007: 46)
Anerkennung richtet sich nicht nach einem Leistungsprinzip, denn ansonsten müsste jeder nützlichen Arbeit angemessene Anerkennung gebühren. Die Sphäre sozialer Wertschätzung kann als umkämpfte Dimension der sozialen Anerkennung verstanden werden, „da das kulturelle Selbstverständnis einer Gesellschaft und damit auch die von ihr postulierten normativen Ziele ebenso variabel sind wie die Interpretation anerkennenswerter Arbeit.“ (ebd. 47)

Zusammengefasst kann gesagt werden, dass Anerkennung für Menschen deshalb von Bedeutung ist, weil sich darüber soziale Identität herausbilden lässt: „Die soziale Identität einer Person wird […] als ein relationales Beziehungs- und wechselseitiges Anerkennungsverhältnis verstanden“ (Schäffter in Mörchen, Tolksdorf 2009: 171). Deswegen kann Anerkennung nur im Wechselspiel mit einem Gegenüber und somit in Interaktion mit Anderen stattfinden (ebd.). Im Pop-Up-Salon ist die Form der Interaktion von dem wechselseitigen Sehen und Gesehen-werden bestimmt. In diesem Kontext zeigt sich, dass das empirisch erhobene Phänomen und der Wunsch nach *Anerkennung durch Interaktion,* auch im vorliegenden theoretischen Diskurs die Dimensionen Anerkennung und Interaktion miteinander verbindet. Gleichzeitig bedingen sich in diesem Verständnis Anerkennung und Interaktion gegenseitig, sind also voneinander abhängig. Anerkennung

kann oder soziale Wertschätzung und ohne Interaktion nicht stattfinden. Auch eine Interaktion bedarf der Anerkennung, wobei diese nicht immer so positiv vermittelt werden muss wie im Beispiel des Pop-Up-Salons.

9. Zusammenfassung

Das Haareschneiden ist für die meisten Menschen eine universelle Erfahrung. In Österreich findet diese Dienstleistung grundsätzlich im privaten und intimen Rahmen eines Frisiersalons statt. Diese Forschungsarbeit untersucht das soziale Haarschneideprojekt und den Pop-Up-Salon CATW, welcher sich aus einem transkulturellen Team von Friseur*innen mit und ohne Fluchterfahrung zusammensetzt. Durch die Verschiebung des Haarschneideprozesses weg aus einer bekannten, vertrauten und intimen Salonatmosphäre hin zu einem performativen Setting, indem das Haareschneiden vor Publikum stattfindet, kommt es zu sozialen Interaktionen.
Diese Forschungsarbeit untersucht die Auswirkungen dieser Verschiebung hin zum Haareschneiden als Performance im öffentlichen Setting auf die Akteur*innen.

Im Prozess der Forschung hat sich der Themenschwerpunkt verschoben, das Thema Flucht bzw. die Zusammenarbeit eines transkulturellen Friseur*innen-Teams rückte in den Hintergrund und wurde zum Querschnittsthema. Die empirische Studie hat ergeben, dass im halb-öffentlichen Setting des Pop-Up-Salons Menschen, die einander fremd sind, miteinander in Interaktion treten. Diese zwischenmenschliche Interaktion der Akteur*innen – Friseur*innen, Kund*innen und Beobachter*innen – wurde zum Beobachtungsgegenstand dieser Forschungsarbeit.

Der Pop-Up-Salon bzw. die Veranstaltungen, in die die Haarschneide-Aktionen eingebettet waren, können als soziale Veranstaltungen betrachtet werden, gemäß der Definition von Erving Goffman (2009). Einander unbekannte Personen fanden in einer zeitlich und räumlich begrenzten Veranstaltung zusammen. Soziale Veranstaltungen, im Rahmen derer der Pop-Up-Salon aufgebaut wurde, lieferten den „strukturellen sozialen Kontext, in dem sich viele Situationen und Zusammenkünfte bilden, auflösen und umformen, in deren Verlauf sich ein Verhaltensmuster als angemessen und (häufig) offiziell oder als beabsichtigt herausbildet und anerkannt wird“ (Goffman 2009: 34). Diese Verhaltensmuster wurden von einem interdisziplinären Forschungsteam observiert und analysiert.

Das Haareschneiden als Dienstleistung am Körper des*der Kund*in und mit dem Körper eines*einer Haarstylist*in ist an sich ein eher intimes und persönliches Unterfangen, da Berührungen von nicht vertrauten Personen in unserem gesellschaftlichen Gefüge eher unüblich sind. Das Haareschneiden an sich beinhaltet darüber hinaus deutlich mehr, als die reine Dienstleistung und Arbeit am Körper der Kund*innen. Zugleich lässt sich auch eine Vielzahl an komplexen zwischenmenschlichen sowie gesellschaftlichen Dynamiken beobachten, die mit dieser Thematik verbunden sind. Neben dem eigentlichen Haarschnitt findet in vielen Fällen eine weitere Dienstleistung statt, die in der wissenschaftlichen Literatur als „emotionale Arbeit" bezeichnet wird (Braun 2010: 125). Im Rahmen eines Haarschnitts bekommen Kund*innen Aufmerksamkeit geschenkt, werden wahrgenommen und erfahren Berührungen. In vielen Fällen wirken die Stylist*innen für die Zeit des Haarschnitts als „Psycholog*in", „Lebensberater*in", „Coach" oder „Freund*in" der Kund*innen. Es gilt als Grundvoraussetzung, in diesem Beruf stets emphatisch und gut gelaunt zu sein, den Kund*innen aufmerksam zuzuhören, sie aufzumuntern oder zu trösten und Ratschläge zu geben.
Friseur*innen sind tagtäglich mit der Gefühlswelt der Kund*innen und der emotionalen Arbeit, die sich daraus ergibt, konfrontiert. Das Besondere daran ist, dass diese emotionale Arbeit bei der erbrachten Leistung weder im Vordergrund steht, oder explizit erwähnt oder gar beworben wird. Wie bei einem Großteil körpernaher Dienstleister*innen oder in ähnlichen Berufsgruppen, die emotionale Arbeit leisten, und in stark geschlechtsspezifisch geprägten Bereichen arbeiten, spiegelt sich dieser Aufwand der Friseur*innen nicht in der sozialen Wertschätzung, der Bezahlung oder den Arbeitsbedingungen wider, wie in Kapitel 4 ausgeführt wurde. Die Kund*innen und ein fixer Kundenstamm sind außerdem eine wichtige ökonomische Grundlage (Braun 2010: 144). Der Beziehungsaufbau und die Zufriedenheit der Kund*innen sind wichtig für die Kund*innen-Bindung.

Weiters ist die Dienstleistungsinteraktion im Frisiersalon zutiefst von kulturellen Werten und Vorstellungen geprägt, die einem stetigen Wandel unterliegen (Synott 1987: 381). Dies wird besonders in der Auswahl einer bestimmten Frisur oder eines Haarschnitts in Verbindung mit Themen wie Individualität und dem Ausdruck einer Gruppenzugehörigkeit sichtbar. Der Haarschnitt als zwischenmenschliches Wahrnehmungs- und Erkennungsmerkmal orientiert sich an gesellschaftlichen Normen und Symboliken, die je nach Sozialisierung und kulturellem Background variieren können. Aufgrund der Frisur können Zuschreibungen über eine Person vorgenommen werden, wie in Kapitel 4.3 dargelegt wurde. Der Auswahl eines Haarschnitts liegt damit auch in der Regel der Wunsch nach Anerkennung und sozialer Wertschätzung zugrunde. Menschen versuchen

gruppen-, milieu- und kulturspezifisch dazuzupassen. Also Anerkennung zu bekommen und zumindest als gleichwertiges Mitglied der Gruppe oder Gemeinschaft gesehen zu werden – wie in Kapitel 4.3 beschrieben wird. In vielen Fällen wird diese Zugehörigkeit über das äußere Erscheinungsbild vermittelt.

Als wichtiges menschliches Bedürfnis ist Anerkennung eng mit sozialer Wertschätzung verbunden und nur im Rahmen zwischenmenschlicher Interaktion erfahrbar (Honneth 1994: 181). Die soziale Anerkennung ist für die Entwicklung der sozialen Identität einer Person zentral. Aus dem Erfahren von Anerkennung durch Mitmenschen entwickelt sich ein positives Selbstverständnis, was Selbstvertrauen, Selbstachtung und Selbstschätzung zur Folge hat. Die relationalen Wechselwirkungen aus Anerkennen und Anerkannt-werden (Fischer 2015: 13) zeigen sich in meiner Untersuchung des Pop-Up-Salons in der Wechselseitigkeit des Sehen und Gesehen-werdens zwischen den Akteur*innen im Feld. Der Wunsch nach Anerkennung drückt sich bei CATW sehr deutlich in den folgenden zwei Aspekten aus: In der Anerkennung des Berufes und in der Anerkennung durch die Teilnahme am Projekt.

Der Wunsch nach beruflicher Anerkennung des Friseurhandwerks resultiert aus dessen gesellschaftlichen Geringschätzung, auch im Vergleich zu anderen Handwerksberufen. Dieses mangelnde Ansehen des Berufes weist den Menschen, die in dieser Branche arbeiten, eine niedrige soziale Position zu, deren historische Entwicklung in Kapitel 4. nachskizziert wurde. Um dieses Phänomen der Anerkennung zu untersuchen, wurde eine Theorie-Skizze entworfen, welche die Interaktion zwischen den Akteur*innen des Pop-Up-Salons ins Zentrum stellt und in Beziehung setzt. Dem formulierten sozialen Phänomen sind Dimensionen wie *persönliche Indikatoren, Beweggründe und Auswirkungen* untergeordnet, welche zugleich das Phänomen begründen.

Menschen definieren sich in vielen Fällen über ihre berufliche Tätigkeit. Die Anerkennung Anderer ist eine wesentliche Voraussetzung für die Entwicklung von Identität und Selbstwertschätzung (Honneth 1994: 271). Indem das Handwerk des Haareschneidens auf eine Bühne geholt wird, wird dem „Wunsch zu zeigen, was man kann“ nachgegangen. Die Friseur*innen beschreiben, dass sie im Pop-Up-Salon gefordert sind, ihre Arbeitsschritte möglichst präzise und genau auszuführen. Viele Blicke folgen ihrem Handwerk und ihrem Tun. Für die Stylist*innen mit Fluchterfahrung kommt zu dem noch eine weitere Ebene der Anerkennung hinzu, welche Honneth (1994: 192) als die Sphäre des Rechts bezeichnet: Ihnen ist nicht erlaubt, in Österreich zu arbeiten, deshalb zeigen sie durch ihr freiwilliges Engagement, dass sie arbeitswillig sind. Hier drückt sich

beispielsweise der Wunsch nach einer politischen Anerkennung, im Sinne eines positiven Asylbescheids und einer Aufenthaltsbewilligung in Österreich, aus. Diese öffentliche und bewusste Zusammenarbeit in einem transkulturellen Team resultiert in weiterer Folge auch in Anerkennung für Stylist*innen ohne Fluchterfahrung für ihren solidarischen Einsatz.

Die Kund*innen erfahren Anerkennung durch ihre Partizipation am sozialen Haarschneideprojekt, aber auch durch ihren Mut, sich auf das neue ungewohnte Setting beim Haareschneiden einzulassen. Die Kund*innen müssen sich zuerst überwinden, und mit der neuen Situation vertraut machen. Vertrauen in die zunächst unbekannte und damit ungewohnte Situation bekommen sie durch Beobachtung und die Interaktionen mit anderen Akteur*innen vor Ort. Für ihre Spontanität und ihren Mut erhalten sie positives Feedback von ihren Mitmenschen, welches durch freundliche Blicke, Gesten und Komplimente vermittelt wird.

Beantwortung der Forschungsfragen

1.) Inwiefern unterscheidet sich der Pop-Up-Salon vom klassischen Frisiersalon? Worin bestehen die jeweiligen Unterschiede?

Im Vergleich zum klassischen Frisiersalon, gibt es im Pop-Up-Salon nicht zwei, sondern drei Akteur*innen: Friseur*in, Kund*in und Beobachter*in. Diese drei Akteur*innen sind wesentlicher Gegenstand der Beobachtung der zwischenmenschlichen Dynamik, die sich bei CATW ablesen lässt.
Während der klassische Frisier-Besuch im Salon in privater Atmosphäre abgehalten wird, werden im Pop-Up-Salon auf einer öffentlichen Veranstaltung vor Publikum freiwilligen Kund*innen die Haare geschnitten. Bei dieser performativen Form des Haareschneidens entwickelt sich immer wieder eine Gruppendynamik, an der sich soziale Phänomene ablesen lassen. Menschen, die einander fremd sind, sind mutig und entscheiden sich spontan zu einem Haarschnitt oder nehmen als Beobachter*innen eine wichtige Funktion ein. Die Intimität, die normalerweise im Salon zwischen Kund*in und Stylist*in vorherrscht, ist im Pop-Up-Salon nicht mehr gegeben. Es gibt außerdem keinen Spiegel im Pop-Up-Salon, weswegen die Kund*innen über Blickwechsel mit Anderen interagieren oder darüber hinaus miteinander ins Gespräch kommen.

Der Pop-Up-Frisiersalon CATW besteht aus einem transkulturellen Friseur*innen-Team mit Menschen mit und ohne Fluchterfahrung. Letzteren wird aufgrund ihrer aktuellen Asyl-

Situation der Zugang zum Arbeitsmarkt in Österreich verwehrt. Aber auch die Veranstaltungen in denen CATW eingebettet war, waren dem Thema Flucht gewidmet. Geflüchtete stellen eine soziale Randgruppe in Österreich dar, ihnen gegenüber gibt es Vorurteile, und zwar auch dahingehend, dass sie sich nicht am Arbeitsmarkt integrieren „wollen". Mit ihrer Teilnahme am Projekt, präsentierten sich diese Stylist*innen als arbeitswillig und zeigten, dass sie sich an den gesellschaftlichen Prozessen beteiligen und somit als Teil der Gemeinschaft angesehen werden wollen.
Aber auch das Handwerk der Friseur*innen wird gesellschaftlich als geringwertig eingestuft. Und obwohl das Haare schneiden eine Normalität des Alltags darstellt, lassen sich dabei die komplexen Mechanismen zwischenmenschlicher Interaktion und soziale Phänomene beobachten.

2.) Wie findet Interaktion im Pop-Up-Frisiersalon statt?

- ***Warum nehmen die Menschen daran teil?***
- ***Was nehmen sich die Beteiligten davon mit?***

In der zwischenmenschlichen Interaktion im Pop-Up-Salon zeigten sich unterschiedlichen Verhaltensmuster, die allesamt einem bestimmten Ablauf folgten. Eine große Rolle spielte dabei der Blickkontakt. Das Sehen und Gesehen-werden war die „Initialzündung" für die Interaktion, gleichzeitig wurde die gesamte Interaktion durch diesen wechselseitigen Blick getragen. Anfangs wurden noch etwas zögerlich und verhalten freundliche Blicke ausgetauscht, darauf folgte meistens eine Geste oder ein Lächeln – und damit war meist der erste Impuls gesetzt, um miteinander in ein Gespräch zu kommen. Die Forschungsergebnisse zeigten, dass diejenigen, die sich zu einem Verweilen bei CATW entschieden, rasch Strategien im Umgang miteinander entwickelten. Ängste und Unsicherheiten lösten sich bei den meisten Akteur*innen schnell auf. Dabei war die Interaktion bzw. Kommunikation über Blicke ein wichtiger Schlüssel, um Vertrauen zu gewinnen und Unsicherheiten loszuwerden.
Die Menschen im Pop-Up-Salon berieten einander, gaben Tipps zum Styling oder Komplimente zur (neuen) Frisur. Ein Beispiel zeigte sich darin, dass die Beobachter*innen, meist unaufgefordert, den Kund*innen den Spiegel ersetzten und ihnen beschrieben wie sie aussahen. Sie begleiteten sich gegenseitig in ihren Transformations-Prozessen.
Vor allem die Kund*innen zeigten Mut, indem sie sich auf das ungewohnte Setting des Pop-Up-Salons einließen und dabei mit den gewohnten Traditionen des Frisierens im Salon brachen.

Es gab verschiedene Gründe, warum die Menschen bei CATW mitmachten – sie unterschieden sich je nach ihrer individuellen Rolle. Kund*innen und Beobachter*innen waren zufällig vor Ort, um eine neue Frisur zu bekommen, das Projekt zu unterstützen, Kontakt mit Menschen zu suchen oder bei der Haar-Transformation Anderer zuzusehen. Die Friseur*innen ohne Fluchterfahrung partizipierten beispielsweise, weil sie eine Abwechslung vom Arbeitsalltag im Salon und ihr Handwerk in einem neuen Setting ausprobieren wollten. Sie zeigten sich dabei aber auch solidarisch mit den geflüchteten Kolleg*innen ihres Teams. Das gemeinsame Arbeiten im transkulturellen Team war ein wesentlicher Motivator, auch für die Friseur*innen mit Fluchthintergrund. Diese wünschten sich durch ihre Teilnahme beispielsweise Kontakt mit Menschen aus Österreich und darüber hinaus, Praxis im Lernen der deutschen Sprache bzw. fachtechnischen Austausch mit Kolleg*innen.

In der empirischen Datenerhebung hat sich außerdem gezeigt, dass den beschriebenen Beweggründen ein soziales Phänomen übergeordnet ist, nämlich das Bedürfnis nach Anerkennung und sozialer Wertschätzung. Diesem Bedürfnis kamen die Akteur*innen nach, indem sie sich in Interaktion miteinander begaben.
Der Wunsch nach Anerkennung findet sich außerdem im Tragen einer (bestimmten) Frisur wieder. Das führte dazu, dass sich im Pop-Up-Salon eine wesentliche Kompetenz des Haareschneidens bzw. -tragens als Identitätsprojekt interpretieren lässt. Der gemeinsame Austausch über Frisuren im Setting des Pop-Up-Salons ist darüber hinaus ein Treffpunkt für Menschen aus unterschiedlichen Herkunfts- oder Bildungsmilieus, welche sonst im öffentlichen Raum kaum aktiv miteinander interagieren.

Die Auswirkungen auf die Akteur*innen kennzeichneten sich vor allem in Bezug auf das Mutig-sein. Die Friseur*innen und Kund*innen begaben sich in das öffentliche Setting des Haareschneidens und brachen dabei mit den gewohnten Traditionen eines klassischen Frisiersalons. Die Herausforderungen der neuen Situation bewältigten sie in der Interaktion gemeinsam mit den Anderen im Setting des Pop-Up-Salons. Dadurch entwickelten sie das Gefühl der Zugehörigkeit, welches sich im weiteren Verlauf als positive Erfahrung in der eigenen Selbstüberwindung beschreiben lässt.

10. Ausblick

Wie die vorliegende Forschungsarbeit zeigt, ist das zentrale beobachtbare Phänomen im Projekt und Pop-Up-Salon CATW als Bedürfnis nach *Anerkennung durch Interaktion - Sehen und Gesehen-werden* beschreibbar. Der transkulturelle Pop-Up-Salon öffnet den Raum für zwischenmenschliche Interaktion über das gemeinsame Haareschneiden vor einem Publikum. Menschen, die einander fremd sind, begeben sich in wechselseitigen Austausch.

In der konstruktivistischen Theorie wird davon gesprochen, dass bei der Auseinandersetzung zwischen Selbst und Fremd, dass das Selbst nie losgelöst vom Anderen diskutiert werden kann. Es konstituiert sich durch das Andere. Anerkennung durch Interaktion ist somit eng mit der Konstruktion der (eigenen) Identität verbunden. Hier könnten auch Erkenntnisse aus der Psychoanalyse von Lancan zur Anwendung kommen. Im Konstruktivismus von Lancan, bildet sich das Bewusstsein für das Selbst, durch die Auseinandersetzung mit Anderen. Das *Spiegelstadium* eines Kleinkinds beschreibt, dass erst durch das Sehen und Wahrnehmen des eigenen Körpers über das Spiegelbild Menschen zu Dialogwesen werden. (Bühler 2009)

In Kontext des untersuchten Sachverhalts wäre es auch spannend, den Pop-Up-Salon aus einer Perspektive der Raumtheorie zu untersuchen. Eine Möglichkeit wäre dazu die Theorie des *dritten Raumes* nach Homi Bhabba (2004). Das Konzept des Dritten Raums (ebd. 55) könnte ein theoretischer Zugang sein, indem sich Individuen in einem Raum begegnen können ohne auf ihren „biographischen Rucksack“ reduziert zu werden. „Es geht hier nach Bhabha um die Erschließung eines Artikulationsraums, in dem das Eigene und das Fremde […] immer wieder aufs Neue ausgelotet, gedeutet und verhandelt werden können.“ (Brandner 2020: 246). Dieses Projekt, oder andere soziale Haarschneide-Projekte, wären als Untersuchungsgegenstand geeignet im Hinblick auf die Konstruktion eines hybriden Raums geeignet.

Neben den sozialen Phänomenen und zwischenmenschlichen Interaktionen, die dem Haare-schneiden bzw. dem Haare-tragen innewohnen, könnte auch ein detaillierter Blick auf die sozioökonomischen genderspezifischen Aspekte des Berufs-Feldes geworfen werden. Wie kann es sein, dass bei etwa 90% weiblicher Arbeiter*innen in der Branche, in der Sprache der offensichtlichen Branchenvertretung Österreichs, der hohe weibliche Anteil unsichtbar bleibt? (Monatliches Branchen-Magazin mit dem Namen „Der österreichische Friseur“).

Auf wissenschaftlicher Ebene eröffnen sich Fragen in Bezug auf die Stereotype und Ressentiments gegenüber der Branche, wo doch weltweit Menschen Frisier-Dienstleistungen entgegennehmen, um den unterschiedlichen Standard eines passenden Erscheinungsbildes zu entsprechen. Nicht zuletzt im Zeitalter einer globalen Pandemie, wo Frisiersalons geschlossen, und Rufe nach der Wiedereröffnung der Salons medial sehr präsent wurden. Wieso die Menschen sich so sehr nach einem Haarschnitt sehnen? Dies kann unter anderem, wie diese Forschungsarbeit gezeigt hat, mit dem Wunsch nach Anerkennung aber auch mit dem Bedürfnis nach zwischenmenschlicher Interaktion in Verbindung gebracht werden.

Literatur

Abels, H. (2020): Soziale Interaktion. Eine verständliche Einführung in interpretative Theorien der Soziologie. Springer Verlag.

Bergler, R.; Hoff, T. (2001): Psychologie des ersten Eindrucks: die Sprache der Haare: eine empirische Analyse der Psychologie des Alltagsverhaltens in den baltischen Staaten, Deutschland, Rumänien, Russland, der Türkei und Ukraine. Dt. Inst.- Verlag. Köln.

Beauty to the streetz (2019): Instagram: https://www.instagram.com/beauty2thestreetz/?hl=de [Zugriff 31.Juli 2019]

Bohnsack, R. (2012): Gruppendiskussion. In: Flick, U. (Hg.): Qualitative Forschung. Ein Handbuch. Reinbeck bei Hamburg. Rowolt. S. 369 – 184.

Brandner, V. (2020): Die Bilder der Anderen erforschen. Generative Bildarbeit. Das Transformative Potential fotografischer Praxis in Situationen kultureller Differenz. Lüneburg: Leuphana Universität (Dissertation).

Braun, S. (2010): Niemand geht hier mit einem schlechten Gefühl weg! Eine ethnographische Studie zu emotionaler Arbeit als Dienstleistung in einem Friseursalon. In: Götz, I.; Huber, B.; Kleiner, P. (Hrsg.): Arbeit in „neuen Zeiten". Ethnografien und Reportagen zu Ein- und Aufbrüchen. München. S. 125 – 145.

Briand, G. (2011): The History of the Hairs World. http://thehistoryofthehairsworld.com [Zugriff: 21. Mai 2020]

Breuer, F.; Muckel, P.; Dieris, B. (2019): Reflexive Grounded Theory. Eine Einführung für die Forschungspraxis. 4. Auflage. Wiesbaden: Springer Fachmedien.

Breuss, S. (HG.) (2018): Mit Haut und Haar. Frisieren, Rasieren, Verschönern. Wien Museum. Metro Verlag.

Burkart, G. (2000): Zwischen Körper und Klasse. Zur Kulturbedeutung der Haare. In: Koppetsch, Cornelia (Hg.) Körper und Status. Die Soziologie der Attraktivität. UVK Universitätsverlag. Konstanz. S. 61 – 98.

Bühler, P. (2009): Jacques Lacan (1901–1981), Das Spiegelstadium (1949). *KulturPoetik, 9*(2), 252-260. Retrieved May 9. 2021. https://www.jstor.org/stable/26422504?seq=1 [Zugriff 9.5.2021]

Choe, S. H. (2005): Gehirnschädigend. Korea sagt langhaarigen den Kampf an. https://www.spiegel.de/panorama/gehirnschaedigend-korea-sagt-langhaarigen-den-kampf-an-a-339676.html [Zugriff: 22. Mai 2020]

Creative Mornings (2017): Josh Coombes. Do Something For Nothing - A Philantrophic Movement. Link: https://creativemornings.com/talks/do-something-for-nothing-s-josh-coombes [Zugriff: 13.09.2019]

CSR Hannover 69 (2019): Ein Haarschnitt bedeutet Würde. In: Kopfsache. Ausgabe 04, April 2019, S. 31-37. Hannover. Link:

https://www.hannover96.de/fileadmin/Kopfsache_epaper/Kopfsache_Ausgabe_04/index.html - 30 [Zugriff: 13.09.2019]

Dunkel, W. (2006): Interaktionsarbeit im Friseurhandwerk – Arbeit am Menschen und Arbeit am Gegenstand. In: Böhle, F.; Glaser, J. (Hrsg.): Arbeit in der Interaktion – Interaktion als Arbeit. Arbeitsinteraktion und Interaktionsarbeit in der Dienstleistung. Wiesbaden S. 219 - 234.

Fischer, G. (2015): Anerkennung - Macht - Hierarchie. Praktiken der Anerkennung und Geschlechterdifferenzierung in der Chirurgie und im Friseurhandwerk. Transkript Verlag. Gesellschaft der Unterschiede. Bielefeld.

Fischer-Lichte, E.; Kolesch, D. (HG.) (1998): Kulturen des Performativen. Paragrana, Internationale Zeitschrift für Historische Anthropologie. Band 7. Heft 1. Berlin.

Ford, T. C. (2015): Liberated Threads: Black Women, Style, and the Global Politics of Soul. Chapell Hil, NC. University on North Carolina Press.

Gadamer, H. (1965): Wahrheit und Methode. Grundzüge einer philosophischen Hermeneutik. Tübingen: Mohr.

Gibbs, G. (2013): A discussion with Kathy Charmaz on grounded theory. BPS Qualitive Social Psychology Conference. https://www.youtube.com/watch?v=D5AHmHQS6WQ [Zugriff 6.8.2020]

Glaser, B. (2001): The grounded theory perspective. Conceptualization contrasted with description. Mill Valley: Sociology Press.

Goffman, E. (2009): Interaktion im öffentlichen Raum. Campus Bibliothek. Frankfurt am Main.

Honneth, A. (1994): Kampf um Anerkennung. Zur moralischen Grammatik sozialer Konflikte. Suhrkamp. Frankfurt am Main. 10. Auflage 2018.

Janecke, Ch. (2004): Haar tragen. Eine kulturwissenschaftliche Annäherung. Böhlau Verlag. Köln. S.

Junge, M. (2015): Zum Scheitern transkultureller Identität in Joshua Sobols Die Palästinenserin In: Dawidoswski, Christian/Hoffmann, Anna R./Walter, Benjamin (Hrsg.): Interkulturalität und Transkulturalität in Drama, Theater und Film. Literaturwissenschaftliche und -didaktische Perspektiven. Frankfurt am Main: Peter Lang GmbH. S. 171-190.

Kruse, J. (2014): Qualitative Interviewforschung. Ein integrativer Ansatz. Weinheim und Basel: Beltz Juventa.

La France, M. (2001): First Impressions and Hair Impressions. An Investigation of Impact of Hair Style on First Impression. Yale University. Department of Psychology. Yale.

Lier, D.; Trüeb, R. M. (2002): Hauptsache Haar. Das Haar im Spiegel von Medizin und Psychologie. Rüffer & Rub. Zürich.

Loos, P.; Schäffer, B. (2001): Das Gruppendiskussionsverfahren. Theoretische Grundlagen und Empirische Anwendungen. Opladen: Leske und Budrich.

Mbilishaka, A. etal. (2020): 'No toques mi pelo' (don't touch my hair): decoding Afro-Cuban identity politics through hair. Routledge.

McCracken G. (1997): Big Hair. Der Kult um die Frisur. Dtv premium. München.

Pilarek, P. (2007): Dimensionen der Anerkennung. Rekonstruktion und Kritik der Sozialphilosophie Axel Honneths. Magisterarbeit. Philologische, Philosophische und Wirtschafts- und Verhaltenswissenschaftliche Fakultät der Albert-Ludwigs-Universität Freiburg. Sommersemester 2007. Wissenschaftliche Politik. https://www.freidok.uni-freiburg.de/fedora/objects/freidok:7552/datastreams/FILE1/content [Zugriff: 24.2.2021]

Ricken, N. in Alkemeyer, T. et al. (2013): Selbst-Bildung. Soziale und kulturelle Praktiken der Subjektivierung. Bielefeld. Transkript Verlag. S. 69-99. https://www.researchgate.net/profile/Norbert-Ricken/publication/318094640_Anerkennung_als_Adressierung_Uber_die_Bedeutung_von_Anerkennung_fur_Subjektivationsprozesse/links/5b7d4b09299bf1d5a71bd894/Anerkennung-als-Adressierung-Ueber-die-Bedeutung-von-Anerkennung-fuer-Subjektivationsprozesse.pdf [Zugriff: 24.2.2021]

Schäffter, O. in Mörchen, A.; Tolksdorf, M. (Hrsg.) 2009: Lernort Gemeinde. Ein neues Format der Erwachsenenbildung. EB Buch 29. Bielefeld (Bertelsmann). S.171-182.

Sorgo, F. (2012): Charles Taylors Philosophie des Multikulturalismus – Eine Kritik. Diplomarbeit. Uni Wien, Philosophie. https://core.ac.uk/download/pdf/11599406.pdf [Zugriff: 24.2.2021]

Soeffner, H.-G. (2012): Sozialwissenschaftliche Hermeneutik. In: Uwe Flick (Hg.): Qualitative Forschung. Ein Handbuch. Reinbeck bei Hamburg: Rohwohlt, 164 - 175.

Statistik Austria (2021): Branchendaten Friseure. Wirtschaftskammer Österreich, Abteilung für Statistik. http://wko.at/statistik/branchenfv/b_124.pdf [Zugriff: 8. Februar 2021]

Stojanov, K. (2006): Bildung und Anerkennung. Soziale Voraussetzungen von Selbst-Entwicklung und Welt-Erschließung. Wiesbaden.

Strauss, A. L.; Corbin, J.M. (1996): Grounded Theory. Grundlagen qualitativer Sozialforschung. Weinheim: Beltz Psychologie Verlags-Union.

Strübing, J. (2004): Grounded Theory. Zur sozial-theoretischen und epistemologischen Fundierung des Verfahrens der empirisch begründeten Theoriebildung. Qualitative Sozialforschung. Band 15. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften

Stojanov, Krassimir (2006): Bildung und Anerkennung. Soziale Voraussetzungen von Selbst-Entwicklung und Welt-Erschließung. Wiesbaden.

Synott, A. (1987): Shame and glory: a sociology of hair. In: British Journal of Sociology, Nr. 38, S. 381-413.

Taylor, C. (1992): Die Politik der Anerkennung. In: C. Taylor (1997). Multikulturalismus und die Politik der Anerkennung. Frankfurt a. M.: Fischer Taschenbuch.

Tiedemann, N. (2007): Haar-Kunst. Zur Geschichte und Bedeutung eines menschlichen Schmuckstücks. Böhlau Verlag. Köln.

Trüeb, R. M.; Lier, D. (2002) Hauptsache Haare. Das Haar im Spiegel von Medizin und Psychologie. Rüffer & Rub Sachbuchverlag. Zürich.

UNHCR (2021): Langer Tag der Flucht. https://www.langertagderflucht.at/ [Zugriff: 9.5.2021]

Uttenthaler, M. (1921): Das Münchner Friseurgewerbe. Historische, wirtschaftliche und soziale Studie. München.

Voswinkel, S. (2011): Zum konzeptionellen Verhältnis von „Anerkennung“ und „Interesse“. AIS-Studien, 4(2), 45-58. https://www.ssoar.info/ssoar/handle/document/64763 [Zugriff 24.2.2021]

Weigl, A. (2018): Vom Barbier zum Perückenmacher zum Friseur. Metamorphosen eines Dienstleistungsgewerbes. In: Breuss, S. (HG.) (2018): Mit Haut und Haar. Frisieren, Rasieren, Verschönern. Wien Museum. Metro Verlag.

Welsch, W. (2010): Was ist eigentlich Transkulturalität? In: L. Darowska, T. Lüttenberg & C. Machold (Hrsg), Hochschule als transkultureller Raum? Kultur, Bildung und Differenz in der Universität (S. 39–66). Bielefeld: Transcript Verlag.

Welsch, W. (2011): Transkulturalität – neue und alte Gemeinsamkeiten. In: Welsch, W. (2011): Immer nur der Mensch? – Entwürfe zu einer anderen Anthropologie. Berlin, S. 294–322.

Wilson, N. (2021): „I like my baby their with baby hair and afros”: Black majesty and the fault-lines of colonialism. Women's studies international forum, 2021-01. Vol.84. Elsevier LTD.

WKO (2020): Kollektivvertragliche Mindestlöhne und Lehrlingsentschädigungen im Friseurgewerbe ab 1.4.2020: https://www.wko.at/service/kollektivvertrag/brutto-netto-loehne-friseur-2020.html [Zugriff 11.2.2021]

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: CATW am Straßenkunstfest 2016 ©Helena Manhartsberger

Abbildung 2: CATW am Akademie Wintermarkt, Wien Semperdepot 2016 ©Fariba Mosleh

Abbildung 3: CATW am Akademie Wintermarkt, Wien Semperdepot 2016, ©Fariba Mosleh

Abbildung 4: CATW am Akademie Wintermarkt, Wien Semperdepot 2016, ©Fariba Mosleh

Abbildung 5: Beispielbild Barock Männer, Retrochicks: https://www.retrochicks.de/barock-frisuren-mode-schoenheit-bei-ludwig-xiv/ [Zugriff: 30. April 2021]

Abbildung 6: Beispielfoto Sutherland Sisters, https://historydaily.org/the-sutherland-sisters [Zugriff: 23. März 2021]

Abbildung 7: Beethofenfries, Secession https://www.secession.at/presstype/beethovenfries/ [Zugriff: 2. April 2021]

Abbildung 8: Beispielfotos Bubikopf, Pinterest: https://www.pinterest.de/pin/20181762702172653 1/visual-search/ [Zugriff: 30. April 2021]

Abbildung 9: Beispielfoto Marilyn Monroe, Retrochicks https://www.retrochicks.de/wp-content/uploads/2015/10/Marilyn-makeup.jpg [Zugriff: 30. April 2021]

Abbildung 10: Beispielbild Hippie-Frisuren, Pinterest https://www.pinterest.at/pin/396246467216640611/ [Zugriff: 1. Mai 2021]

Abbildung 11: Beispielfoto Punk-Frisur, Pinterest https://i.pinimg.com/originals/4e/68/77/4e6877a62f3b42f0d99536203d3f27c8.jpg [Zugriff: 1. Mai 2021]

Abbildung 12: Barber Angels Brotherhood Umarmung einer Kundin, https://www.hannover96.de/fileadmin/Kopfsache_epaper/Kopfsache_Ausgabe_04/index.html#30 [Zugriff: 1. Mai 2021]

Abbildung 13: Haarschneideaktion von Barber Angels Brotherhood, https://www.hannover96.de/fileadmin/Kopfsache_epaper/Kopfsache_Ausgabe_04/index.html#30 [Zugriff: 1. Mai 2021]

Abbildung 14: Beauty 2 the streetz, Instagram https://www.instagram.com/p/ByQQKDRhaeD/ [Zugriff: 1. Mai 2021]

Abbildung 15: Beispielbild von Do something for nothing, https://regalgentleman.com/blogs/blog/helping-without-expectation-joshua-coombes [Zugriff 1. Mai 2021]

Abbildung 16: Beispielbild von Do something for nothing, Vorher- Nachher Foto eines Kunden, https://regalgentleman.com/blogs/blog/helping-without-expectation-joshua-coombes

Abbildung 17: CATW am Straßenkunstfest 2015, ©Helena Manhartsberger

Abbildung 18: CATW am Straßenkunstfest 2015, ©Helena Manhartsberger

Abbildung 19: Vergleich verschiedener Salonkonzepte, Quelle: Eigene Darstellung

Abbildung 20: CATW im Rathaus Wien 2017 ©Ira Grünberger

Abbildung 21: CATW im Rathaus Wien 2017 ©Ira Grünberger

Abbildung 22: CATW im Rathaus Wien 2017 ©Ira Grünberger

Abbildung 23: CATW im MQ Wien 2017 ©Stefanie Steindl

Abbildung 24: CATW im MQ Wien 2017 ©Stefanie Steindl

Abbildung 25: CATW-Team im MQ Wien 2017 ©Stefanie Steindl

Abbildung 26: Darstellung methodologischer Elemente, Quelle: eigene Darstellung

Abbildung 27: Beispiel für den Kodierprozess, Quelle: eigene Darstellung

Abbildung 28: Einblick in den Kodierprozess mittels Code-Wolke, Quelle: eigene Darstellung

Abbildung 29: Theorieskizze als illustrierte Darstellung, Quelle: eigene Darstellung

Abbildung 30: Theorieskizze, Quelle: eigene Darstellung

Abbildung 31: Skizze Beweggründe, Quelle: eigene Darstellung

Abbildung 32: Skizze zum Thema Flucht, Quelle: eigene Darstellung

Anhang 1: Auszug Handout

Worum es geht...

... Haareschneiden an öffentlichen Plätzen gemeinsam in einem Team aus internationalen Stylist*innen.

Ziel dieses Projektes ist es, Friseur*innen und Kund*innen ganz unabhängig von ihrer Herkunft zu vereinen, um voneinander zu lernen aber auch um Freundschaften zu knüpfen, kurz: Durch das Angebot des Haareschneidens im öffentlichen Raum wird eine Begegnungszone geschaffen. Cut Around The World ermöglicht es, durch das Friseurhandwerk zwischenmenschliche Beziehung in den Mittelpunkt zu rücken. (Diese Aussage soll im Rahmen meiner Forschung untersucht werden).

Die Kunden*innen werden wie im normalen Salonalltag bedient, der große Unterschied: Das Haareschneiden geschieht auf einer „Bühne" und man ist öffentlich den neugierigen Blicken von Passanten & Passantinnen ausgesetzt. Dies ist für die Stylisten aber auch für die Kunden eine neue Situation, was bewegt die Menschen hier mitzumachen?
Die subjektiven Lebenswelten der Teilnehmer*innen stehen im Mittelpunkt von Cut Around The World.

Sozialwissenschaftliche Ethnografie

Das Forschungsinteresse meiner Masterarbeit liegt vor allem darin die Begegnung und die Interaktion der Menschen vor Ort zu untersuchen. Als Teil meines Forschungsteams bist du vor Ort für die Befragung der Menschen zuständig. Es soll bei diesem ersten Termin meiner Forschung am 23. September noch sehr offen, in der Form eines Gespräches, befragt werden (Induktiver Forschungsprozess).

Folgende Überlegungen interessieren mich hierbei besonders, sollen aber nicht als Fragen von dir gestellt werden. Sie sollen dir dabei dienen, sensibel auf das Thema einzugehen, insofern es im Gesprächsverlauf von deinem Gesprächspartner/deiner Partnerin aufgegriffen wird:

Einstiegsfragen

Folgende Fragen sollen dir helfen um in das Gespräch einzusteigen. Es sind Empfehlungen die vor Ort gerne adaptiert werden können, dazu bitte ich dich in Rücksprache mit deiner Forschungspartnerin (Fariba/Lisi) die Fragen je nach Situation zu adaptieren.

Ihr seid als 2er Team vor Ort und werdet euch auf folgende 2 Zielgruppen aufteilen.

1. **Zuschauer, Angehörige, Passantinnen & potentielle Kunden (alle die sich für das Projekt interessieren, aber noch keinen Haarschnitt bekommen haben)**
2. **Kunden & Kundinnen nach einem Haarschnitt**

1) Als Einstiegsfrage bzw. Eröffnungsfrage für Zielgruppe 1 (Zuschauer...) können dir folgende Impulsfragen dienen (nach deiner Vorstellung)

- Beschreibe kurz was du hier beobachten kannst.
- Was siehst du da gerade, beschreib mir bitte mal das Geschehen.
    - Was ist das Besondere daran?
- Würdest du dir die Haare schneiden lassen?
    - Ja/Nein: Warum bzw. Warum nicht?
- Beschreibe die Kommunikation, sprechen die Leute miteinander?
    - Ja/Nein
    - Welche Sprache?
    - Welche Gestik & Mimik kannst du beobachten?
    - Berührungen?

- **Was ist das Besondere beim Haareschneiden auf öffentlichen Plätzen?**
  - Menschen begegnen einander
  - Internationale Stylist*innen mit Migrations-, Fluchthintergrund
  - Gespräche, Begegnungen, Berührungen
- **Welchen Stellenwert hat das Thema Flucht/Migration?**
  - Wird darüber geredet? Ja/Nein – in welchem Kontext?
  - Spielt es eine Rolle, woher die Stylisten kommen & welche Sprache sie sprechen?
- **Wie zeigt sich diese Begegnung der Teilnehmer*innen im Pop-Up Salon?**
  - neugierige Kunden, Stylisten, Zuschauer
  - Wer interagiert mit wem?
- **Was passiert bevor sich Menschen dazu entscheiden sich im Pop-Up Salon die Haare schneiden zu lassen?**
  - Neugier, Beobachten, ...
- **Was passiert beim Haare schneiden?**
  - ohne Spiegel, wie nehmen Kunden/ Kundinnen sich wahr (Gespräche mit Beobachter)
  - beobachten und beobachtet werden,...
  - Körperliche Nähe beim Haareschneiden
- **Wie zeigt sich zwischenmenschliche Umgangsweise?**
  - Gesten, Mimik, Gespräche, Berührungen, ...
  - Gefühle (Vertrauen, Misstrauen, Angst, Neugier,...)
- **Eignet sich der Pop-Up Friseursalon um fremde Menschen einander näher zu bringen?**
  - Vorurteile?
  - Offen aufeinander zugehen
- **Wie lässt sich das Gefühl von „Zugehörigkeit" erkennen? – Wo werden „kulturelle Differenzen" sichtbar?**

2) Als Einstiegsfrage bzw. Eröffnungsfrage für Zielgruppe 2 (Kunden & Kundinnen...) können dir folgende Impulsfragen dienen (nach deiner Vorstellung)

- Beschreibe mir kurz dein Erlebnis beim Haareschneiden im Pop-Up-Salon?
  - Was war das Besondere für dich?

- Mit welchem Gefühl(en) würdest du das erlebte beschreiben?
  - Warum kommt dieses Gefühl bei dir auf?

- Beschreibe die Kommunikation mit deinem Stylisten
  - Sprache?
  - Wer hat dich bedient?
  - Wie hat es sich angefühlt?

- Würdest du wieder in den Pop-Up-Salon kommen?
  - Ja/Nein - Warum

Anhang 2: Flyer Vienna WE

KONZERT.
AUSSTELLUNG.
STYLING.

Noor Eli Khoury, Amjad Khaboura & Almonther Alshoufi sind die ***Basalt Band.*** *(Song „Small House"/Conchita.) Neben der Station* ***Cut Around the World*** *und weitere* ***soziale Startups*** *gibt es die* ***Ausstellung 99 MigrantInnen*** *Nach dem Motto „Ich reiche dir die Hand, reiche du sie auch mir" lädt Younited Cultures zum Kennenlernen der Menschen hinter dem Wort „Migrant" und zur Vernetzung ein. Mach ein Selfie mit unseren Porträts, nimm das Band in die Hand und lass uns unter den Hashtags* ***#ViennaWe*** *und* ***#younitedcultures*** *auf Instagram eine Bewegung für mehr Sichtbarkeit der positiven Seite der Migration schaffen. Für Vienna. Für uns alle!*

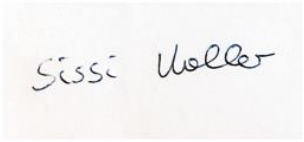
Anhang 3: Einverständniserklärung Fotoverwendung

EINVERSTÄNDNISERKLÄRUNG

Fotoverwendung für Forschungsarbeit

Ich bin damit einverstanden, dass Carmen Subota bei ihrer Masterarbeit mit dem Titel: *Cut around the World – Anerkennung durch Interaktion im Pop-Up-Frisiersalon*, im Studium der Internationalen Entwicklung an der Universität Wien, dieses Foto von mir als Kundin beim Haareschneiden verwenden darf.

NAME: Sissi Koller
Datum: 8. Mai 2021



Unterschrift

Anhang 4: Tabelle Forschungsdesign

Datum	Aktivität	Dauer	Ort	Teilnehmer*innen	Notiz
15.-16.10.2016	ipsum Vereins Klausur		Wien	Verein ipsum	Erste Überlegungen zum Konzept, Notizen/Forschungstagebuch (FT)
Oktober & November 2016	Organisation für das Event am 17.12.				Konzeptarbeit, erster Kontakt zu den freiwilligen Friseur*innen
17.12.16	Erster CATW Pop-Up-Salon am Wintermarkt mit einem Friseur*innen-Team	8 h	Semperdebot, Wien	CATW- Team	FT
19.12.16	Reflexion Wintermarkt mit ipsum	1 h	Wien	Verein ipsum	Feedback zum Konzept, FT
12.01.17	Präsentation Forschungsvorhaben im MA-Kurs, Internationale Entwicklung	0,5 h	Wien		Feedback von Gruppe, FT
21.4.-2.5.2017	ipsum Vereins Klausur		Salzburg	Verein ipsum	Exploration meines Forschungsfeldes: Wie kann ich meinen Beruf und mein Projekt wissenschaftlich untersuchen? Konkretisierung meines Vorhabens, Kontakt zu Betreuerin, etc.
20.05.17	CATW Pop-Up-Salon ohne Team, Straßenkunstfest	6 h	Wien, Brunnenmarkt, Brunnenpassage		Werbung für Projekt, FT
28.05.17	CATW Pop-Up-Salon mit Team, Donaukanaltreiben	5 h	Wien, Donaukanal in Kooperation mit ADRIA	CATW- Team	Gruppengefühl und Teamzusammengehörigkeit stellt sich ein, FT
Juni 2017	Vorbereitung Fallstudien & Feldforschung				Suche nach freiwilligen Friseur*innen, FT
09.07.17	ipsum Forschungsgruppe	1 h	Wien	Verein ipsum	Themenschwerpunkt Masterarbeit: Migration? Andere/neue Themen werden sichtbar, FT
08.08.17	Treffen mit ipsum-Praktikantin Ira (Fotografin für mein Forschungsprojekt)	1 h	Wien PEPH-Atelier	Verein ipsum	Abklärung der Fotografischen Dokumentation, FT

August 2017	Organisation Fallstudie & Feldforschung				Fixieren des Teams, Emails, Telefonate, Suche nach Sponsoren, Flyer, Kontakt zu Veranstalter, FT
05.09.17	Besprechung mit CATW-Team	2,5 h	Wien PEPH-Atelier		Abklären letzter Fragen zu meinem Forschungsvorhaben, Organisation des Teams und Infos zum Event, Handouts für Stylist*innen, Forscher*innen, Fotografin; FT
08.09.17	CATW Pop-Up-Salon ohne Team, MQ Theater Dschungel Wien	5 h	Flohmarkt Fundus in Kooperation mit Dschungel Wien		Werbung für Projekt: UNHCR Langer Tag der Flucht am 29.9
13.09.17	ipsum Forschungsgruppe	1 h	Wien PEPH-Atelier	Verein ipsum	Vorbereitung meiner Forschungstätigkeit - meine Rollen im Forschungsfeld, FT
23.09.17	*DATENERHEBUNG FALLSTUDIE 1: Lange Nacht des Interkulturellen Dialogs*	*7 h*	*Rathaus Wien, Arkadenhof*	CATW Team, Co-Forscher*innen	*Ablauf Pop-Up-Salon in Kombination mit Forschung: Teilnehmende Beobachtung, Interviews, Bildmaterial, Feedback und Beobachtungsprotokoll der Forscher*innen, Datenarchiv anlegen, FT*
24.9.2017-28.9.2017	Analyse & Nachbereitung Fallstudie 1				Daten anhören, Sensibilisierung auf Themen
29.09.17	*DATENERHEBUNG FALLSTUDIE 2: UNHCR Langer Tag der Flucht*		*Hof MQ Wien, in Kooperation mit UNHCR und Dschungel Wien*	CATW Team, Co-Forscher*innen	*gleicher Prozess wie 23.9.; inkl. anschl. Theatervorstellung für das gesamte Team und 20.30 Vorstellung des Projekts im Dschungel Wien mit Hadi, FT*
Oktober 2017	Analyse & Nachbereitung Fallstudie 2				Daten transkribieren, Max QDA, Kodieren (offenes Kodieren (allein), Gruppenkodieren, Axial Kodieren), Planung Gruppendiskussion mit CATW-Team

28.10-29.10.2017	ipsum Vereins Klausur		Wien	Verein ipsum	Reflexion bisherige Erkenntnisse, FT
03.12.17	*DATENERHEBUNG 3: Gruppendiskussion mit CATW-Team*	*3,5 h*	*Wien PEPH-Atelier*	*Moderation: Clara;* CATW Team *CO-Forscher*innen*	*Reflexive Gruppendiskussion, Bildimpulse (Bilddialog), Audioaufnahme*
Jänner 2018 - Mai 2018	Transkribieren, Kodieren				Datenerhebung 1-3, Max QDA
06.06.18	Ausstellung mit Haut und Haar		Wien Museum		Aktuelles zum Thema Haare, Literaturrecherche
22.6.-24.6.2018	ipsum Vereins Klausur		Oberösterreich	Verein ipsum	Präsentation Forschungsfrage(n), Feedback, FT
11.07.18	Offenes Kodieren im Gruppengespräch		Wien, PEPH-Atelier	Verein ipsum, F.	FT
14.06.18	Modellieren - Axiales Kodieren, Selektives Kodieren in alten und neuen Daten				
ab Oktober 2018	Interpretation und Verschriftlichung				

Anhang 5: Deutsches Abstract

Sich die Haare schneiden zu lassen ist für viele Menschen eine Alltagserfahrung. Die Erforschung dieser, als gewöhnlich wahrgenommene Erfahrung, und die damit in Verbindung stehenden Interaktionen und sozialen Phänomene, birgt jedoch auch das Potenzial für neue Beiträge und Verknüpfungen für den wissenschaftlichen Diskurs.

Die vorliegende Masterarbeit hat als Untersuchungsgegenstand und Forschungsfeld ein Projekt, in dessen Rahmen zwischen 2017 und 2018 Pop-up-Frisiersalons (cut around the world, CATW) im öffentlichen Raum in Wien, Österreich, als Orte der Begegnung und der Interaktion geschaffen wurden. Zudem werden das Frisierhandwerk, sowie einige der damit verbundenen sozialen und gesellschaftlichen Dynamiken und Interaktionen nachskizziert.
Durch das Angebot eines Haarschnitts im öffentlichen Raum und vor Publikum, anstelle der vertrauten Intimität und Privatheit eines klassischen Friseursalons, wurde Menschen - neben dem Angebot eines Haarschnitts durch ein transkulturelles Friseur*innen Team - weiters auch die Möglichkeit gegeben, miteinander in Interaktion zu treten.
Von besonderem Interesse war dabei die Frage, was Menschen dazu motiviert bei diesen Haarschneide-Aktionen vor bzw. als Publikum mitzumachen, sowie die Frage nach den vielfältigen Formen der Interaktion die sich dabei beobachten lassen. Daher wurden folgende Forschungsfragen formuliert: Inwiefern unterscheidet sich der Pop-Up-Salon vom klassischen Frisiersalon-Setting? Worin bestehen die jeweiligen Unterschiede? Welche besonderen Formen von Interaktion entstehen im Pop-Up-Salon?
Um diesen Fragen nachzugehen wurden angelehnt an Franz Breuers Reflexive Grounded Theory Methode (Breuer et al. 2019) im Rahmen von zwei Fallstudien Daten erhoben und ausgewertet. Im Vergleich zum klassischen Frisiersalon gibt es im Pop-Up-Salon nicht zwei, sondern drei Akteur*innen: Friseur*in, Kund*in und Beobachter*in. Die Ergebnisse der empirischen Forschung zeigen, dass sich bei den Akteur*innen das Bedürfnis nach gesellschaftlicher bzw. sozialer Anerkennung und damit auch Wertschätzung zum einen in der Teilnahme des Projekts, aber auch im Haare-tragen selbst ausdrückt. Anerkennung ist nur im Rahmen zwischenmenschlicher Interaktion erfahrbar und hat ein wechselseitiges Sehen und Gesehen-werden als Grundlage. Um dieses Phänomen der Anerkennung zu untersuchen, wurde eine Theorie-Skizze entworfen welche die Akteur*innen bzw. deren Interaktionen im Pop-Up-Salon ins Zentrum stellt und zueinander in Beziehung setzt. Dem formulierten sozialen Phänomen sind Dimensionen wie Persönlichen Indikatoren, Beweggründe und Auswirkungen untergeordnet, welche

zugleich das Phänomen begründen. Die empirisch gewonnenen Erkenntnisse werden in weiterer Folge in einen theoretischen Rahmen eingebettet, der sich aus den Erving Goffmans (2009) Verständnis sozialer Interaktionen und Teilen der Anerkennungstheorie nach Axel Honneth (1994) zusammensetzt.

Mit dem veränderten Setting des Pop-Up-Salon geht ein Verlust der Intimität und Privatsphäre einher, welche beim Haareschneiden im Salon als wesentlich gilt. Bei CATW sitzen die Kund*innen vor einem Publikum, während sie sich selbst einer äußerlichen Transformation ohne die Selbstkontrolle eines Spiegels, unterziehen.
Über das Haareschneiden im öffentlichen Raum kommen folglich Menschen, die zunächst einander unbekannt sind, miteinander ins Gespräch oder nehmen als Beobachter*innen eine wichtige Funktion ein. Sie beraten einander, geben Tipps zum Styling oder Komplimente zur (neuen) Frisur. Beobachter*innen ersetzen meist unaufgefordert den Kund*innen den Spiegel und beschreiben wie sie aussehen.

Im öffentlichen Setting des Haareschneidens vor einem Publikum müssen die Akteur*innen sich zuerst überwinden und Vertrauen in die Situation, sowie in ihre Stylist*innen und die anderen Menschen am Setting gewinnen. Dabei zeigten sie sich mutig, spontan und mit der Bereitschaft zur Selbstüberwindung. Die Akteur*innen im Pop-Up-Salon stellen sich den verschiedenen Herausforderungen, welche mit der unvertrauten Situation einhergehen. Dabei ist die Interaktion bzw. Kommunikation über Blicke ein wichtiger Schlüssel, um Vertrauen zu gewinnen und Unsicherheiten loszuwerden.
Bei dieser performativen Form des Haareschneidens entwickeln sich Formen der Gruppendynamik, an der sich soziale Phänomene ablesen lassen.

Anhang 6: Englisches Abstract

For many people, getting a haircut is a kind of everyday experience. Yet, this seemingly ordinary experience and the interactions and social phenomena associated with it holds the potential for researchers to uncover new scientific insights. This master thesis examines a project, as a part of which a pop-up hairdressing salon (“cut around the world”) was set up in public spaces in Vienna, Austria, in 2017 as a means to create a place of encounter and interaction. Additionally, a light is shown on the art, the history and the complex social and societal dynamics and interactions of hairdressing.

By offering a haircut in a public, busy, bustling market atmosphere, in lieu of the familiar intimacy and privacy of a typical Central European hair salon, people were not only offered (the entertainment of) a haircut by a transcultural team of hairdressers in front or as part of an audience, but were also given the opportunity to interact with each other. Compared to the classic hair salon, there are not two but three protagonists in the pop-up salon: hairdressers, customers and observers. Of particular interest was the question of what motivates people to participate in these haircutting actions, as well as which forms of interaction and encounters are facilitated. Consequently, the following research questions were formulated: How does the pop-up salon differ from the traditional hair salon setting? What special forms of interaction arise in the pop-up salon?
In order to answer these questions, data from two case studies was collected and analysed based on the Reflexive Grounded Theory Method (Breuer et al. 2019). The results of the empirical research show that the protagonists need for social and societal recognition, particularly in regards to self-esteem, is the underlying driving force. This desire for recognition is expressed on the one hand in the protagonists’ participation in the project and in their willingness to interact, but also in the choice of a hairstyle or haircut itself. Recognition can only be experienced within an interaction and is based on the mutuality of seeing and being seen. In order to investigate this phenomenon of recognition, a theoretical framework was developed that focuses on the protagonists and their interactions in the pop-up salon, containing dimensions such as personal indicators, motivations and effects, which at the same time substantiate the phenomenon. The empirically gained insights are subsequently embedded in a theoretical discourse, which is composed of Erving Goffman's (2009) understanding of social interactions and Axel Honneth's (1994) recognition theory.

The exclusive intimacy between a customer and a hairdresser in a typical Central European hair salon no longer prevails in the pop-up salon, which is the most striking

difference. This is also due to the absence of a mirror, over which a big part of the conversation between the customer and the hairdresser would usually take place. Through this offer of a haircut in a public space in front of passers-by and the missing mirror, people get into contact with each other or take on an important function as observers. They advise each other, give tips on styling or compliments on the (new) hairstyle. Observers usually replace the customer's mirror by describing to them their new looks.

For most of the protagonists initial fears and uncertainties stemming from the unfamiliar situation quickly dissolve. In this performative form of haircutting, forms of group dynamics develop that can be used to analyse social phenomena.