

Bildraum Stadt

Vom Nutzen einer Webapplikation
am Beispiel Bremerhaven

die eigene GESCHICHTE

Bildraum Stadt

Vom Nutzen einer Webapplikation am Beispiel Bremerhaven

HafenCity Universität Hamburg
Universität für Baukunst
und Metropolenentwicklung

Bachelorthesis

1. Betreuer: Prof. Dr. Michael Koch
2. Betreuer: Dipl.-Ing. Jakob F. Schmid

Immo Hüls | Matrikelnummer 3010174
Stephan Strittmatter | Matrikelnummer 3010418
Studiengang Stadtplanung Bachelor

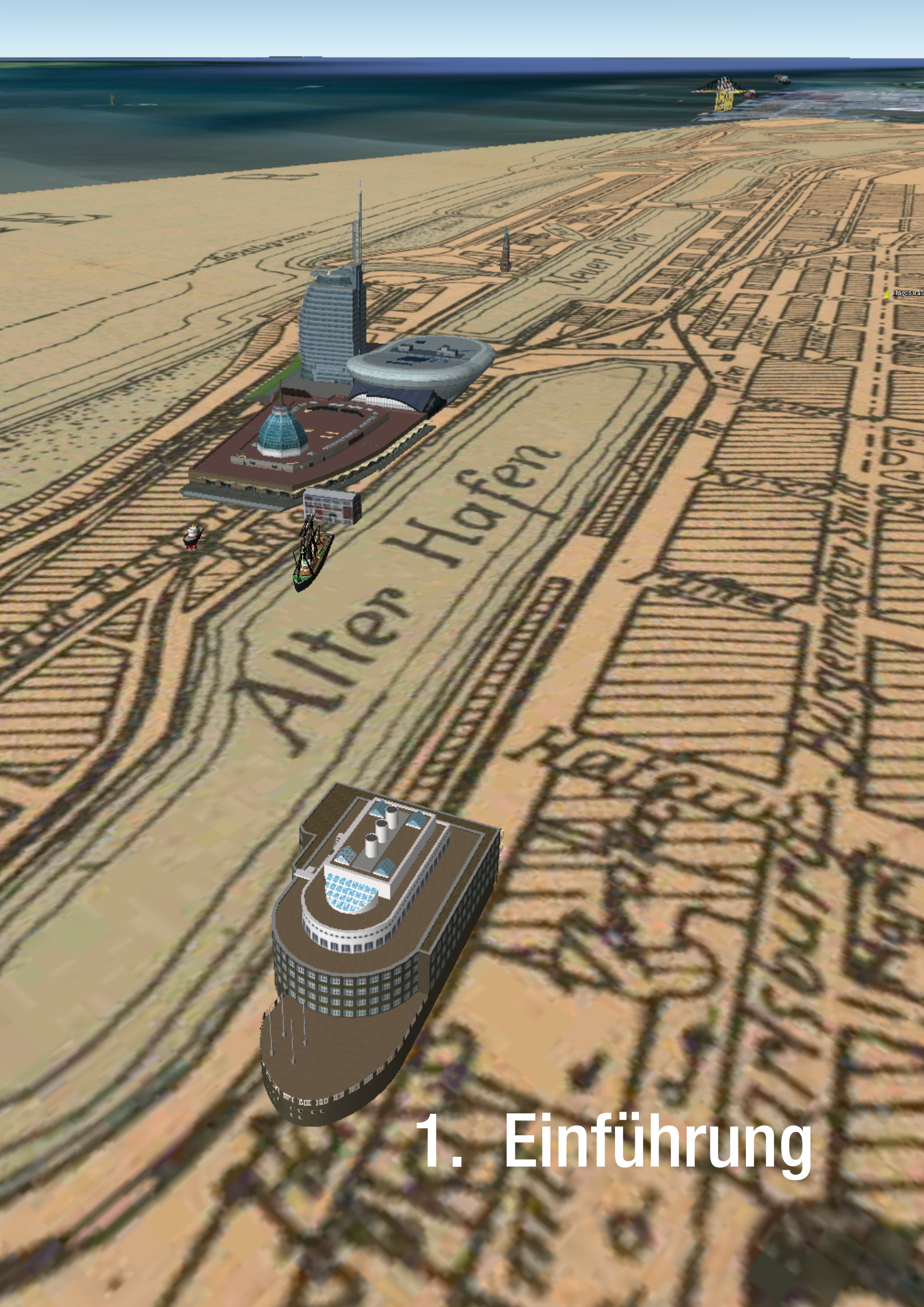
Abgabedatum: 30.08.2013

Inhalt

1. Einführung	6
1.1 Problemstellung und Motivation	7
1.2 Zielsetzung	7
1.3 Methodisches Vorgehen und Aufbau der Arbeit	8
2. Die Relevanz von Bildern für die Stadtentwicklung	10
2.1 Die Macht der Bilder – und ihre wachsende Bedeutung in der digitalen Welt	11
2.2 Städtische Diskurse um das Bild der Stadt	15
2.3 Bewahrung des kulturellen und kollektiven Gedächtnis‘ als Voraussetzung für nachhaltige Stadtentwicklung	25
2.4 Die Bedeutung von Bildern für das kollektive und kulturelle Gedächtnis	30
3. Zwischenfazit I: Die Stadt als „Bildraum“	33
4. Das Beispiel Bremerhaven	36
4.1 Die geschichtliche Entwicklung der Stadt	37
4.1.1 Späte Gründung als Bremer „Kolonie“	37
4.1.2 Wirtschaftlicher Aufstieg im Zeichen von Auswande- rung und industriekapitalistischer Hafenwirtschaft	38
4.1.3 Zerstörung, Wiederaufbau und Nachkriegsboom	40

4.1.4	Ökonomischer Strukturwandel und Arbeitsplatzabbau	41
4.1.5	Demographischer Wandel, Suburbanisierung und städtebaulicher Verfall	43
4.2	Der „Bildraum“ Bremerhaven	45
4.2.1	Physische Gestalt: Geringe historische Substanz, schwer lesbare Strukturen und neue Landmarken	45
	Exkurs: Das Stadtarchiv Bremerhaven	54
4.2.2	Mentale Vorstellungen: Potentieller „Bilderreichtum“, aber Mangel an Identifikationsangeboten	54
4.2.3	Mediale Repräsentation: Diskrepanz zwischen intendiertem und tatsächlichem Fremdbild	60
4.3	Zwischenfazit II: Mängel und Potentiale des „Bildraums Bremerhaven“	64
5.	Konzept	68
5.1	Konzeptidee: Erweiterung des „Bildraums“ durch ubiquitäre Verfügbarkeit historischer Fotos und Karten	69
5.2	Konkretisierung: Entwicklung einer Webapplikation zur mobilen, georeferenzierten Darstellung des Bildmaterials	69
5.3	Technische Grundlagen und Vorgehen	70
5.3.1	Erstellung von .kml-Karten und Overlays in Google Earth	70
5.3.2	Darstellung durch embedded kml-viewer	71
5.3.3	Kommentarfunktion auf einer Blogplattform	73

5.3.4	Mögliche Nutzung von QR-Codes	73
5.3.5	Mögliche Integration in das Portal www.bildservice.bremerhaven.de	74
5.3.6	Administration	74
5.4	Praktische Anwendung	75
5.4.1	Funktionsumfang	75
5.4.2	Beteiligung durch Crowdsourcing	75
5.4.3	Potentielle Nutzer	77
5.4.4	Anknüpfungspunkte zu bestehenden Angeboten und Marketing	78
6.	Der Nutzen der Webapplikation für die Stadtentwicklung	80
	Abbildungsverzeichnis	84
	Literatur- und Quellenverzeichnis	86



1. Einführung

1.1 Problemstellung und Motivation

Ob es um Arbeitslosigkeit, Bevölkerungsrückgang, Verschuldung oder Kriminalität geht – immer taucht Bremerhaven in Statistiken entweder in der Spitzengruppe oder bei den Schlusslichtern auf, zumindest unter den ehemals westdeutschen Kommunen. Hinzu kommt der eher unattraktive optische Eindruck, den die Stadt vermittelt: Zwar liegt Bremerhaven am Meer beziehungsweise direkt an der Wesermündung, doch das Bild prägt etwas anderes: Die weitgehend gesichtslose, wenig urbane Innenstadt etwa. Und wenn man sie verlässt, größtenteils gering verdichtete Siedlungsgebiete, in denen die Orientierung schwerfällt: Mischnutzung, durchzogen von überdimensionierten Straßen, weite Kreuzungen, nur ganz vereinzelt mal „echte“, städtische Plätze, wenig Historisches, kaum markante Orte – typische „Zwischenstadt“ also.

Am Wasser allerdings, im ehemaligen Hafen, stellt sich die Stadt seit einigen Jahren auf eine ganz neue Weise dar: Hier drängen sich gleich mehrere futuristische Gebäude, die hin und wieder auch mal in den Medien auftauchen. Oder angezeigt werden, wenn man nach „bremerhaven“ googelt. Einerseits weckt dieses waterfront redevelopment-Projekt die Neugierde, andererseits stellt man befremdet fest: Irgendetwas passt hier (noch) nicht recht zusammen.

In der Öffentlichkeit findet Bremerhaven – trotz seines bedeutenden Hafens, trotz der Tatsache, dass es die einzige deutsche Großstadt an der Nordseeküste ist – nur relativ wenig Beachtung. Bei denen, die doch etwas mit der Stadt verbinden, weckt sie normalerweise überwiegend negative Assoziationen. Ihr Image ist alles in allem ziemlich schlecht.

Im Rahmen eines studentischen Projekts beschäftigten sich die Verfasser dieser Arbeit eingehend mit Bremerhaven. Bei der Foto-recherche zeigte sich, dass das Angebot an historischen Bildern relativ begrenzt ist. Zwar stellt das Stadtarchiv auf seiner Website zahlreiche Fotos bereit, doch kann dieses Angebot im Hinblick auf Umfang, Qualität und Benutzerfreundlichkeit nicht überzeugen.

Zu dieser primär persönlichen Motivation trat im Verlauf des Projekts die Erkenntnis: Mit der aktuellen, in erster Linie von den städtischen Eliten getragenen Zukunftsorientierung Bremerhavens geht offenbar eine Vernachlässigung der Vergangenheit einher. Durch diese allzu einseitige Ausrichtung aber werden die gegenwärtigen städtischen Probleme eher noch verschärft. Daraus ergibt sich die zentrale These dieser Arbeit:

Nachhaltige Stadtentwicklung braucht den Bezug auf die Geschichte. Die ubiquitäre digitale Verfügbarkeit historischen Bildmaterials trägt dazu bei, diesen herzustellen.

1.2 Zielsetzung

Ziel dieser Arbeit ist es, eine internetbasierte Anwendungssoftware („Webapplikation“) zu entwickeln, die es ermöglicht, historische Fotos und Karten einer Stadt ortsbezogen darzustellen und sinnvoll mobil nutzbar zu machen. Im Sinne einer verstärkten Bürgerbeteiligung werden dabei auch Möglichkeiten der Partizipation berücksichtigt.

Darüber hinaus beansprucht die Arbeit, am Beispiel Bremerhavens darzulegen, welche positiven Effekte auf die Stadtentwicklung von einer optimalen Verfügbarkeit historischen Bildmaterials voraussichtlich zu erwarten sind. Dies geschieht in mehreren Schritten: Am Anfang steht der Nachweis, dass – über den physischen Raum hinaus – so etwas wie ein „Bildraum Stadt“ existiert und dass dieser heutzutage planerisch höchst relevant ist. Danach sollen die Ungleichgewichte im „Bildraum Bremerhaven“ herausgearbeitet werden, um schließlich aufzeigen zu können, welcher konkrete Mehrwert mit der selbst entwickelten Webapplikation verbunden ist. Ziel ist es, in diesem Zusammenhang auch die Übertragbarkeit auf andere Städte und damit die generelle stadtplanerische Relevanz zu verdeutlichen.

1.3 Methodisches Vorgehen und Aufbau der Arbeit

Die Arbeit lässt sich grob in drei Teile gliedern: einen allgemeinen, in dem die theoretischen Grundlagen gelegt werden (Kapitel 2 und 3), einen auf Bremerhaven bezogenen (Kapitel 4) sowie einen Konzeptteil (Kapitel 5).

Am Beginn steht die Frage, welche Bedeutung Bilder für den Menschen generell haben und in welchem Maße ihr Einfluss im Zuge von Medialisierung und Digitalisierung weiter zunimmt (Kapitel 2.1). Methodisch stützten sich diese Überlegungen vor allem auf Erkenntnisse aus den Bild- und Medienwissenschaften. Daran anschließend verengt sich der Fokus auf das Bild der Stadt (Kapitel 2.2). Dabei werden zunächst die einzelnen Akteure identifiziert, die am städtischen Bilddiskurs grundsätzlich beteiligt sind. Im Folgenden werden dann verschiedene Dimensionen unterschieden, auf denen das Bild der Stadt verhandelt wird: die physische, die mentale und die mediale.

Auf jeder dieser drei Ebenen finden bestimmte Teildiskurse statt; die wichtigsten davon werden jeweils kurz dargestellt, inklusive einiger wichtiger analytischer Ansätze. Im Zusammenhang mit der physisch-baulichen Gestalt sind dies Kevin Lynchs Untersuchungen zum Bild der Stadt, die Diskussion um symbolische Orte sowie der Streit um Erhaltung bzw. Rekonstruktion von baukulturellem Erbe. Auf der mentalen Bildebene sind die Begriffe beziehungsweise theoretischen Konzepte „Image“ und „Imaginäres“ zentral; die wesentlichen Erkenntnisse dazu stammen aus der sozialwissenschaftlichen und der psychologischen Forschung. Im Kontext des medialen Bildes schließlich sind aufgrund ihrer herausgehobenen Bedeutung die Bereiche Stadtmarketing und Tourismus von besonderem Interesse.

In Kapitel 2.3 wird die These diskutiert, dass ein ausgeprägtes kulturelles und kollektives Gedächtnis für eine nachhaltige Stadtentwicklung unverzichtbar sind. Dazu soll zunächst kurz dargelegt werden, was unter Nachhal-

tigkeit in der Stadtentwicklung überhaupt zu verstehen ist. Eine entscheidende Rolle spielt hierbei der Gedanke der „Identität“, der wiederum aus der Psychologie und den Sozialwissenschaften entlehnt ist. Danach geht es darum, die ursprünglich aus der Anthropologie und den Geschichtswissenschaften stammenden Konzepte „kulturelles“ und „kollektives Gedächtnis“ näher zu bestimmen, um daraufhin ihre Bedeutung für die Stadtentwicklung erörtern zu können. Kapitel 2.4 ist dann der Frage gewidmet, inwiefern Gedächtnis und Erinnerung auf Bilder und Orte angewiesen sind. Hier werden also die vorhergehenden Abschnitte zum Bild der Stadt und zum „kollektiven“ und „kulturellen Gedächtnis“ zusammengeführt. Ein erstes Zwischenfazit (Kapitel 3) rundet schließlich den einleitenden, theoretischen Teil der Arbeit ab: Sämtliche zuvor eingeführten bildbezogenen Aspekte vereinigen sich in der Vorstellung von einem „Bildraum Stadt“.

Auf ein konkretes Beispiels angewendet werden die theoretischen Erkenntnisse in Kapitel 4. Die Stadt Bremerhaven bietet sich dabei aus zwei Gründen besonders an: Einerseits verlief ihre Entwicklung in mancherlei Hinsicht höchst außergewöhnlich, wie ein historischer Abriss (Kapitel 4.1) zeigen wird. Andererseits jedoch teilt sie viele ihrer Probleme mit zahlreichen anderen deutschen Städten. Die Untersuchung des „Bildraumes“ (Kapitel 4.2) besitzt daher zum Teil auch exemplarischen Charakter, was unter anderem in Hinblick auf die Relevanz des Konzepts entscheidend ist. Wieder werden die drei Bilddimensionen physische Gestalt (4.2.1), mentale Vorstellungen (4.2.2) und mediale Repräsentationen (4.2.3) getrennt voneinander betrachtet. Ein Exkurs ist zudem dem Stadtarchiv Bremerhaven gewidmet.

Das räumliche und bauliche Erscheinungsbild der Stadt wurde im Zuge mehrerer Ortsbegehungen fotografisch dokumentiert. Der so entstandene umfangreiche Bestand an

eigenen Aufnahmen dient als Grundlage der Analyse. Diese nimmt unterschiedliche Maßstabsebenen in den Blick: neben der Gesamtstadt vor allem die wichtigsten Teilräume, das heißt Innenstadt und „neue Mitte“. Bei der Betrachtung einzelner Gebäude wird neben der architektonischen Gestaltung auch ihre semiotische Ebene untersucht, also Symbolik und Ikonographie.

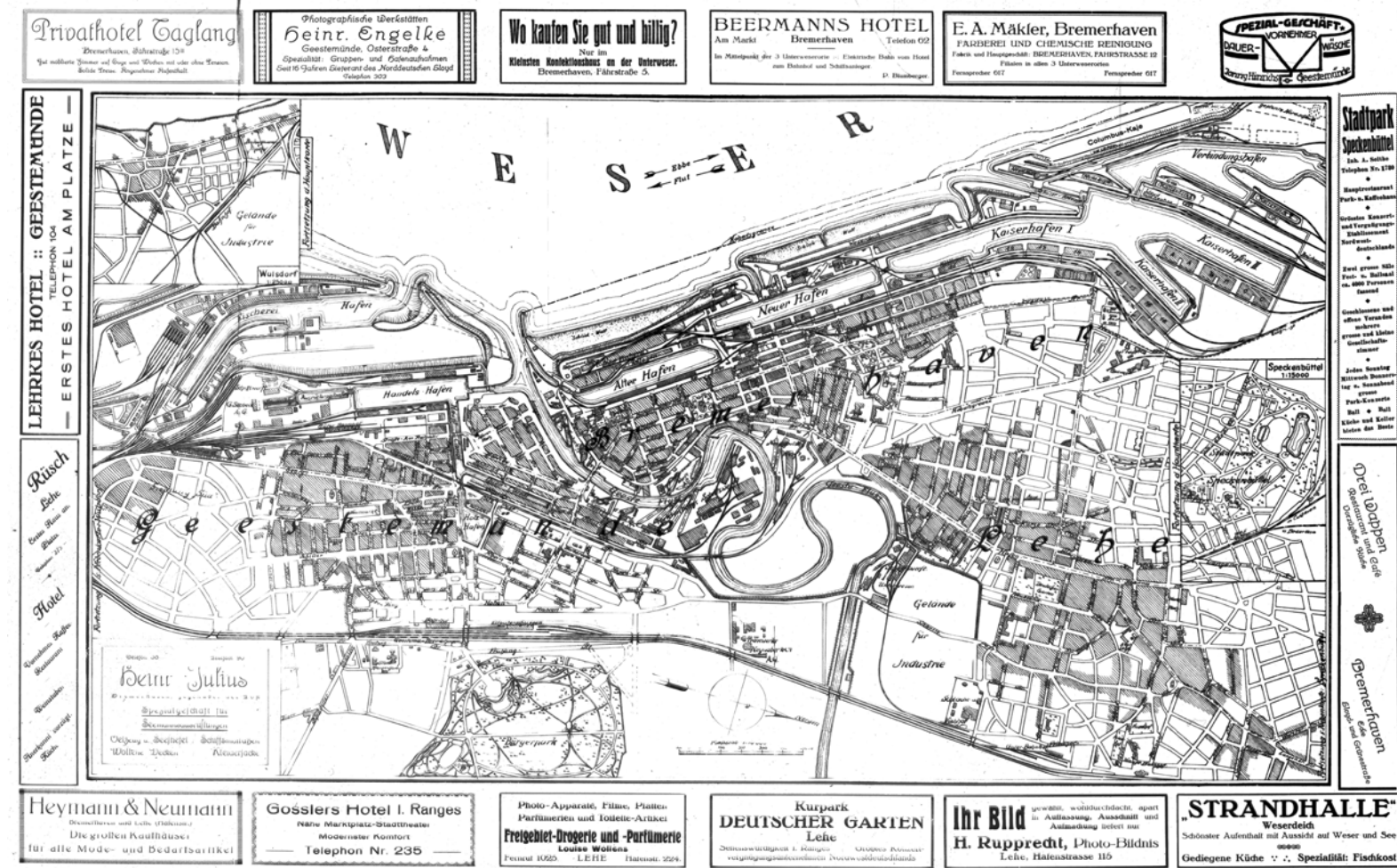
Methodisch relativ schwierig ist die Erforschung mentaler Vorstellungen über eine Stadt: Eine statistisch tragfähige empirische Befragung von Einwohnern, Besuchern oder anderen Raumbild-Konsumenten und -Produzenten ist extrem aufwändig und war im Rahmen dieser Arbeit leider nicht möglich. Alternativ bietet sich die Auswertung medialer Darstellungen an. Diese spiegeln zwar, je nach regionaler Verortung, die diversen Image-Facetten (Fremdbild, Selbstbild, intendiertes Fremdbild etc.) wider. Allerdings ergibt sich wiederum das Problem mangelnder Repräsentativität – zumal, wenn es sich um individuelle, nicht-kollektive mentale Bilder handelt, wie sie etwa in Internet-Diskussionsforen zum Ausdruck kommen. Statt also bei der Untersuchung der mentalen Ebene des „Bildraums Bremerhaven“ auf begrenzt relevantes, anekdotisches Material aufzubauen, wurde versucht, einige der Erkenntnisse aus dem theoretischen Teil der Arbeit auf Bremerhaven zu übertragen. Methodologisch beruht dieses Vorgehen auf stadthethnografischen und stadtsociologischen Forschungsansätzen.

Das mediale Bild der Stadt wird anhand von zwei Raumbildquellen analysiert: der offiziellen städtischen Website, erstellt vom Bremerhavener Stadtmarketing, sowie überregionalen Pressemedien. Da die Medienrepräsentanz Bremerhavens, wie bereits angedeutet, für eine statistisch aussagekräftige Textkorpusanalyse zu gering ist, beschränkt sich die Untersuchung darauf, die thematischen Kontexte zu benennen, in denen die Stadt in ausgewählten Print-Publikationen auftaucht. Ergänzend dazu werden einige beispielhafte Artikel und ein Fernsehbeitrag herausgegriffen und kurz besprochen. Die Analyse der Online-

Öffentlichkeitsarbeit der Stadt Bremerhaven bezieht sowohl bildliche als auch textliche Elemente ein; gefragt wird insbesondere nach der Darstellung geschichtlicher Aspekte.

Die wichtigsten Stärken und Schwächen des „Bildraums Bremerhaven“ werden in einem zweiten Zwischenfazit (Kapitel 4.3) noch einmal klar benannt. Darauf aufbauend wird die Konzeptidee entwickelt (Kapitel 5.1) und weiter konkretisiert (5.2). Im Folgenden werden dann die wesentlichen technischen Grundlagen der vorgeschlagenen Webapplikation sowie die einzelnen Schritte zu ihrer Realisierung beschrieben (Kapitel 5.3). Danach soll die praktische Anwendbarkeit diskutiert werden (5.4). Zur Sprache kommen dabei neben Funktionsumfang und potentiellm Nutzerkreis der „App“, die Möglichkeit einer intensiven Bürgerbeteiligung durch „Crowdsourcing“ sowie die eventuelle Anbindung an bestehende Angebote.

Abschließend wird der Nutzen der Applikation für die Stadtentwicklung noch einmal kritisch hinterfragt (Kapitel 6.). Zum einen soll dabei aufgezeigt werden, wie gerade Bremerhaven von einer besseren Verfügbarkeit historischen Bildmaterials profitieren würde. Zum anderen geht es darum, ob dieses spezifische Beispiel auch auf andere Städte übertragbar ist. Also: Kann dieses Instrument auch andernorts dazu beitragen, eine nachhaltige städtische Entwicklung zu befördern?



2. Die Relevanz von Bildern für die Stadtentwicklung

2.1 Die Macht der Bilder – und ihre wachsende Bedeutung in der digitalen Welt

„Davon muss ich mir selbst ein Bild machen“. So drücken wir aus, dass wir uns über einen berichteten Sachverhalt Gewissheit verschaffen möchten. Um anschließend sagen zu können, nun „voll im Bilde“ zu sein, ein „klares Bild von der Sache“ gewonnen zu haben. Auch wenn solche Ausdrücke heute zumeist metaphorisch gebraucht werden, steht dahinter die Überzeugung, dass man nur das wirklich beurteilen kann, was man mit eigenen Augen gesehen hat; dass die eigene Anschauung genauere Informationen liefert als die verbale Beschreibungen durch andere. Daneben prüfen wir aber auch Nahliegendes, höchst Vertrautes immer wieder aufs Neue, zum Beispiel wenn wir täglich (mehrmals) unser Spiegelbild betrachten. Kurz, der Mensch scheint ein Wesen zu sein, „das sich seiner selbst, der anderen und der Welt wesentlich über Bilder vergewissert“ (Zirfas 1999, 159).

Diese offensichtliche anthropologische Grundkonstante macht auch René Magritte mehrfach zum Thema seiner Werke. Die Beschaffenheit des Menschen (Abb. 1) etwa ist kein bloßes Spiel mit den Wirklichkeitsebenen. Wie auch der Titel nahelegt, drückt das Gemälde vielmehr die Ansicht aus, dass menschliche Wahrnehmung per se über das Bild stattfindet und dass somit unser Blick immer ein bildhafter Ausschnitt der Realität ist.

Neue Darstellungsformen bzw. -medien in der Kunst haben immer wieder dazu geführt, dass das „Wesen des Bildes“ grundlegend diskutiert und in der Folge neu bestimmt wurde. Den größten Einschnitt bedeutete in diesem Zusammenhang wohl das Aufkommen der Fotografie ab Mitte des 19. Jahrhunderts: Die vermeintliche Objektivität dieser bildgebenden Technik ließ vor allem die Frage nach dem Verhältnis von Realität und (Ab-)Bild in einem vollkommen neuen Licht erscheinen (vgl. z.B. Walter Benjamin, Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit, 2002).

Im 20. Jahrhundert rückten dann statt der Kunst verstärkt die (elektronischen) Massenmedien in den Mittelpunkt der Diskussion. Der Bilddiskurs drehte sich damit nun weniger um kunsttheoretisch-philosophische als vielmehr um praktische kognitions- und kommunikationswissenschaftliche Aspekte (vgl. z.B. Neil Postman, Wir amüsieren uns zu Tode. Urteilsbildung im Zeitalter der Unterhaltungsindustrie, 1985).

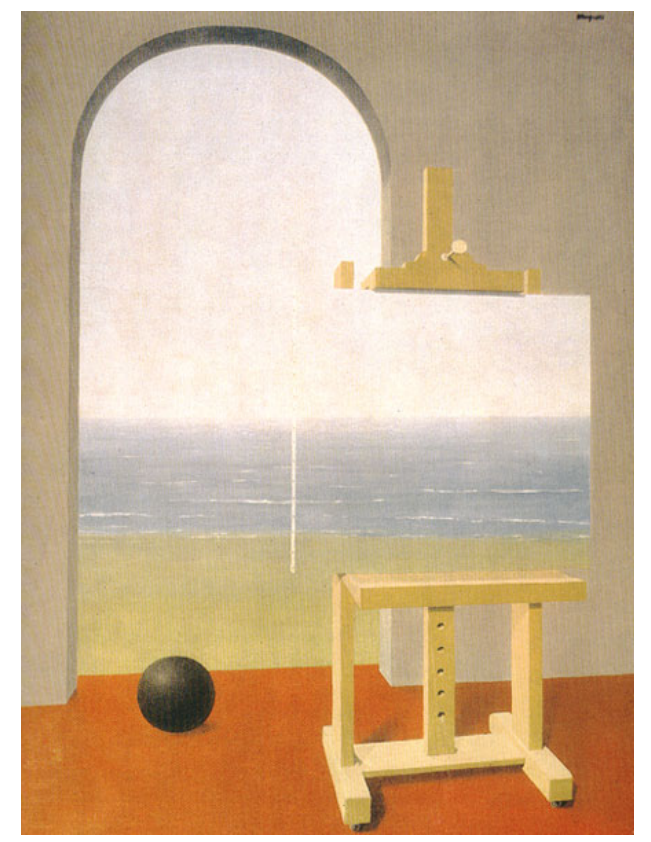


Abb. 1: René Magritte, Die Beschaffenheit des Menschen

Seit Beginn des 21. Jahrhunderts schließlich erlebt unsere Kultur in Bezug auf das Bild eine wahre Revolution – ausgelöst und angetrieben durch eine beispiellose **Zunahme der technologischen Möglichkeiten**:

- Was **Speicherung, Darstellung und Widergabe** anbelangt, müssen an erster Stelle natürlich Computer und Internet genannt werden, die sämtliche zuvor entwickelten visuellen Formate in sich vereinen. Nachhaltigen Einfluss auf unseren Umgang mit dem Bild und unsere Sicht auf das Bild hatten dabei vor allem drei Faktoren:

1. Die verlustfreie Speicherung von Bildern und die günstige Verfügbarkeit beinahe unbegrenzter Speichermedien.
2. Die Möglichkeit, Bilder unendlich oft und ohne Qualitätsverlust zu reproduzieren.
3. In Zeiten des (mobilen) Internets: Der ubiquitäre Zugriff auf eine unüberschaubare Zahl von Bildern.

- Umwälzende Folgen für die **Bildproduktion** hatte neben der Digitalisierung der Fotografie insbesondere die Allgegenwart von Mobiltelefonen bzw. Smartphones: Während früher im Alltag nur professionelle Fotografen und Touristen mit Kameras ausgerüstet waren, verfügt heute praktisch jeder immer und überall über ein solches Gerät (das zudem meist noch direkt an das Internet angebunden ist). Damit ergibt sich die Möglichkeit, von nahezu jedem Punkt der Erde aus in Echtzeit eigene Bildinhalte ins Internet einzuspeisen. Was vor Jahren noch unter dem Stichwort Web 2.0 als revolutionäre Entwicklung diskutiert wurde, ist inzwischen als wesentlicher Bestandteil von *social media* längst zur Selbstverständlichkeit geworden.

- Im Bereich der **Bildbearbeitung** fanden und finden zwei, im Grunde gegensätzliche Entwicklungen statt: Einerseits kam es zu einer immer stärkeren Professionalisierung der sogenannten „visual content industry“ (Frosh 2003); andererseits verfügen heute selbst Laien dank ausgereifter, einfach zu bedienender digitaler Bildbearbeitungsprogramme über Möglichkeiten, die vor wenigen Jahren nicht einmal Spezialisten zur Verfügung standen.

Zwar weisen Schade und Wenk zu Recht darauf hin, „dass nicht erst das Internet, sondern bereits die Fotografie, die Telegrafie und das Fernsehen zu einer beschleunigten Zirkulation von Bildern (...) beigetragen haben“ (Schade/Wenk 2011, 37). Andererseits steht jedoch außer Frage, dass – zum Teil infolge oben beschriebener Entwicklungen – die Bedeutung von Bildern innerhalb von kommunikativen und kulturellen Prozessen in den vergangenen Jahren noch einmal enorm zugenommen hat.

Empirisch nachweisen lässt sich dieser **Trend zur Visualisierung** in nahezu allen Bereichen:

- **Seriöse Print-Informationsmedien**, etwa Die Zeit oder die Frankfurter Allgemeine Zeitung, die bis Anfang, Mitte der 1990er-Jahre grafische Elemente nur sehr beschränkt eingesetzt haben, ergänzen heute ihre Artikel durchgehend mit Fotos, Abbildungen, Infografiken, Schaubildern etc.
- Im **Boulevardjournalismus**, der schon immer stark bildlastig war, ist – ebenfalls seit Mitte der 1990er-Jahre – das Phänomen des „Leserreporters“ zu beobachten. Dieser beliefert „seine“ Zeitung (und vor allem in den USA auch TV-Nachrichtensender wie CNN) mit Fotos, die zumeist mit einer Handy- bzw. Smartphone-Kamera aufgenommen wurden.
- In der **Printwerbung** – ebenfalls seit jeher sehr stark visuell ausgerichtet – findet unverkennbar eine immer weiter zunehmende Verdrängung des Textes zugunsten von Bildern statt.
- **Webseiten** können dank schneller Datenübertragung weitaus mehr und vor allem deutlich umfangreichere Bilddateien darstellen als noch vor wenigen Jahren.
- **Medizin und Naturwissenschaften** vertrauen bei Diagnostik bzw. Forschung einer immer größeren Anzahl bildgebender Verfahren (Ultraschall-, Röntgen- und Nuklearmedizin, Magnetresonanztomographie und Computertomografie etc.).

- Immer höher auflösende **Satellitenaufnahmen** dienen heute einer ständig wachsenden Zahl wissenschaftlicher Disziplinen als Grundlage; auch zivile wie militärische Überwachungsvorgänge werden in einem bislang ungekannten Ausmaß ermöglicht.
- **Politische Kampagnen** instrumentalisieren in immer professionellerer Weise „starke“ Bilder, die ihren Interessen dienen und sich dank der Massenmedien und des Internets innerhalb weniger Stunden weltweit verbreiten lassen: Ob Klimaschützer, die auf die suggestive Kraft eines vermeintlich hilflosen Eisbären (vgl. Abb. 2) setzen, oder Politiker, die mittels gefälschter Bilder von Massenvernichtungswaffen einen Krieg legitimieren – für alle gilt: ein Bild überzeugt mehr als tausend Worte.
- Nicht zuletzt in **Planungsdokumenten** sowie in der städtischen PR- und Öffentlichkeitsarbeit hat die Bildzentriertheit immens zugenommen, wie etwa am Beispiel Wiens durch die detaillierte Auswertung einer umfangreichen Materialsammlung nachgewiesen wurde (vgl. Grubbauer 2011, 193).



Abb. 2: Ikone des Klimawandels

Aufgrund all dieser Symptome scheint es gerechtfertigt, die zeitgenössische Kultur mit dem Begriff „visuelle“ oder „Bildkultur“ zu belegen. Analog dazu wurde in zahlreichen Wissenschaftsdisziplinen ein „pictorial turn“ (Mitchell 1994), „iconic turn“ (Boehm 1994) oder „visualistic turn“ (Rehkämper/Sachs-Hombach 1998) ausgerufen.

Gegenüber dieser Bedeutungszunahme des Bildes lassen sich zwei sehr gegensätzliche Reaktionen beobachten: Auf der einen Seite stehen jene, die diese Entwicklung euphorisch feiern, auf der anderen jene, die der Dominanz der Bilder mit Ablehnung und zum Teil Angst begegnen. Die Vertreter einer solchen „Ikonophobie“ bemühen apokalyptische Metaphern wie die der „Bilderfluten“ (Flusser 2002) oder befürchten eine „generelle(...) visuelle(...) Kontamination“ (Gleiter 2007, 9), eine Überforderung des Menschen durch den „total flow der Bilder“ (ebd., 10).

Dieser kulturkritischen Haltung entgegen gesetzt findet sich vielfach das Phänomen der „Ikonophilie“, deren Vertreter die Vorteile der „visuellen Zeitenwende“ hervorheben. Die überlegene Leistungsfähigkeit von Bildern wird untermauert mit Argumenten wie:

- **Bilder dienen der Beschleunigung der Kommunikation.** Was zunächst einmal unbestreitbar richtig ist, wird relativiert durch die Tatsache, dass die Vielzahl an Bildern zugleich einen neuen Modus der visuellen Wahrnehmung fördert wie auch erfordert: An die Stelle der formalisierten Betrachtung ist – notwendigerweise – häufig der kursorische, flüchtige, suchende, „scannende“ Blick getreten, der „glance“ (Frosh 2003, 109). Eventuell geht also mit der zunehmenden Geschwindigkeit von Kommunikation eine abnehmende „Tiefe“ einher.
- **Bilder erhöhen die Informations-effizienz.** Das heißt, dank einem hohen Maß an „Ikonizität“ (verstanden „Ähnlichkeit zwischen einem ikonischen Zeichen und seinem Referenzobjekt“; Michel 2006, 57) sind Bilder, zumindest tendenziell, universell verständlich.
- **Bilder fördern die Emotionalisierung.** Diesem von vielen eher kritisch bewerteten Argument lassen sich im Kontext dieser Arbeit auch positive Aspekte abgewinnen:

Unerlässlich sind Emotionen etwa bei der Identifikation mit einem Ort, also bei der Herausbildung einer starken Identität (vgl. Kapitel 2.2 und 2.3)

Nicht zuletzt wird von „Ikonophilen“ die enorme Zunahme von Bildern im Zuge der neuen „visuellen Kultur“ als Ausdruck einer Demokratisierung der Bildproduktion begrüßt: Dank Twitter & Co unterliegt die Verbreitung von Bildern in immer geringerem Maße hierarchisch begründeten Zwängen und Begrenzungen.

Bei der **Analyse von Bildern** kann – dank des oben erwähnten „pictorial turn“ in vielen Wissenschaftsdisziplinen – auf ein ständig wachsendes Repertoire an Methoden zurückgegriffen werden. Neben der Kunstgeschichte, der Philosophie, den Medien- und Kommunikationswissenschaften sowie den Kulturwissenschaften hat sich dabei mit den Visual Studies oder Bildwissenschaften inzwischen sogar ein eigenes Forschungsgebiet etabliert. Einige der Fragestellungen, die in diesem stark interdisziplinär ausgerichteten Feld diskutiert werden, sind auch im Rahmen dieser Arbeit relevant.

1. Wie bereits erwähnt, bieten Bilder zwangsläufig nur einen Ausschnitt der Wirklichkeit. Darüber hinaus stellt sich im konkreten Fall aber immer die Frage, „ob die Exklusion bestimmter Inhalte bewusst mitgedacht wird, ob also das Nicht-Zeigen Auftrag und eigentlicher Sinn der gezeigten Bilder ist“ (Prosek 2009, 16). Allemal gilt dies im Bereich der (Tourismus-)Werbung, die natürlich die „Schokoladenseite“ einer Ware, einer Stadt oder Region präsentiert. Hinzu kommt, dass es sich bei den dort eingesetzten Bildern um „dezidiert zweckgerichtete Produkte“ (Grubbauer 2011, 71) handelt, deren Ziel es ist, „trotz der kurzen Aufmerksamkeitsspannen, Botschaften zu transportieren. Weil diese Bilder selektiv und flüchtig wahrgenommen werden, wird dies nur durch die Zuspitzung und gleichzeitige Reduktion von Inhalten sowie den effektiven Einsatz visueller Mittel erreicht. (...) Diese Fotos müssen unweigerlich etablierte Sehgewohnheiten bedienen und

bekanntes Bildformeln folgen, um vom Betrachtenden binnen kürzester Zeit erfasst und verarbeitet zu werden“ (ebd.).

2. Eng mit der (zweckgerichteten) Selektivität von Bildern hängt ein weiteres Themenfeld zusammen: die Konstruktion gesellschaftlicher Realität durch Bilder. Das heißt, obwohl fotografische Abbildungen den Eindruck von Objektivität, Unmittelbarkeit und „Realität“ vermitteln, sind sie tatsächlich keineswegs eindeutig und selbstverständlich. Vielmehr gilt, „dass die Bildmedien nicht nur Abbilder liefern, sondern in erheblicher Weise daran beteiligt sind, kulturelle Selbstverständnisse überhaupt erst zu formen“ (Naumann/Pankow 2004, 7). Bei der Analyse muss daher immer die Frage im Vordergrund stehen, welcher Akteur mit welcher Absicht ein Bild produziert bzw. verbreitet.
3. Ebenfalls zu beachten ist bei der Analyse von visuellen Bildern grundsätzlich ihre Eigenständigkeit gegenüber dem Text und der gesprochenen Sprache (vgl. Boehm 2004). Falsch wäre es daher, sie als bloß „illustrierendes und kommentierendes und letztlich abhängiges Beiwerk ‚des Diskurses‘“ (Miggelbrink/Schlottmann 2009, 182) zu begreifen. Andererseits stehen sie jedoch immer in einer Beziehung zum Text, sprachliche und bildliche Aussagen sind meist eng verwoben (vgl. Maasen/Böhler 2006).
4. Grundsätzlich wird in den Bildwissenschaften (seit den grundlegenden Arbeiten von William J. Thomas Mitchell) zwischen materiellen *pictures* und immateriellen, mentalen *images* differenziert. Das Bildverständnis dieser Arbeit wird in den folgenden Kapiteln Stück für Stück entwickelt und im ersten Zwischenfazit („Bildraum Stadt“) konkret umrissen.

2.2 Städtische Diskurse um das Bild der Stadt

Die Frage nach dem Bild der Stadt ist vermutlich so alt wie die Stadt selbst. Zwar war dieses Bild immer schon Ergebnis diskursiver Aushandlungsprozesse, doch im Unterschied zu heute blieb die Zahl der daran beteiligten Akteure über viele Jahrhunderte hinweg relativ beschränkt: Wie sich eine Stadt nach außen hin „darstellte“, wie sie gesehen wurde, blieb meist einer kleinen Elite einflussreicher Bürger, zum Teil auch einem einzelnen Herrscher vorbehalten – beispielsweise im Falle Potsdams, das zunächst durch und durch, bis ins Detail hinein Ausdruck der Vorstellungen Friedrichs II. war.

Heute dagegen ist eine Vielzahl von Akteuren an städtischen Diskursen beteiligt. Folgt man den diskurstheoretischen Schriften von Laclau und Mouffe, besteht ein solcher Diskurs nicht nur aus der sprachlich-symbolischen Ebene, also aus Äußerungen mündlicher und schriftlicher Art (vgl. z. B. Mouffe 2007). Vielmehr „werden alle Objekte, alle sozialen Phänomene als Objekte eines Diskurses gefasst“ (Glasze/Mattisek 2009, 43).

Einige der wichtigsten **Akteure**, die – explizit oder implizit – an diesem Diskurs um das „Bild der Stadt“ teilnehmen, sind:

- **Kommunale Entscheidungsträger**, ausgestattet mit gesetzlich reglementierten Planungsbefugnissen sowie mit anderen Instrumenten (z.B. städtischen Leitbildern), die wesentlichen Einfluss auf die (bauliche) Entwicklung einer Stadt haben.
- Weitere offizielle Repräsentanten der Stadt wie etwa die Vertreter des **Stadtmarketings**, die zumeist auch für den Internetauftritt verantwortlich sind.
- **Lokale Wirtschaftsvereinigungen**, deren primäres Interesse der Stadt als „Standort“ gilt.

- **Vereine** und andere Bevölkerungsgruppen mit mehr oder weniger starker Außenwirkung, die normalerweise am deutlichsten bei Stadtfesten etc. zum Tragen kommt; generell sämtliche **Nutzer des Stadtraums**.
- **Hausbesitzer, Bauherren, Investoren, Architekten, Planer** etc. – das heißt alle, deren Entscheidungen die physische Gestalt einer Stadt dauerhaft verändern und damit ihr Bild prägen
- Vertreter des **Denkmalschutzes**, die diese Veränderungen zu verhindern, zu reglementieren oder zumindest in ihrem Sinne zu lenken versuchen.
- Der **Tourismus** in all seinen Facetten: Reiseführer, die ein bestimmtes Bild der Stadt transportieren; Reiseveranstalter, die bemüht sind, ihren Kunden dieses Bild zu bieten; Touristen, die bestimmte Bilder erwarten, diese suchen und anschließend selbst reproduzieren.
- **Regionale und überregionale Medien**, die die Rezeption eines Diskurses um eine bestimmte Stadt widerspiegeln wie auch beeinflussen.
- Die **Stadtforschung**, die – etwa im Zuge des „pictorial turn“ – immer wieder neue Sichtweisen auf das Phänomen Stadt eröffnet.

Dank der Vielzahl von Akteuren ist der Diskurs um das Bild einer Stadt also in hohem Maße pluralistisch angelegt. Andererseits existieren aber auch hegemoniale Strukturen, die diese Pluralität wesentlich einschränken – wie im weiteren Verlauf der Arbeit auch das Beispiel Bremerhaven zeigen wird. Zum einen ist das häufig der Tatsache geschuldet, dass die

verschiedenen Akteure nicht alle ein ähnlich ausgeprägtes Interesse an dem zu verhandelnden Gegenstand besitzen. Zum anderen jedoch verfügen die am Diskurs Beteiligten normalerweise schlicht über unterschiedlich großes Potential, ihre Interessen in der Öffentlichkeit zu vertreten und sichtbar zu machen. Neben der finanziellen Ausstattung ist dabei die mediale Reichweite ein entscheidender Faktor, wobei natürlich beides meist eng miteinander zusammenhängt. Einerseits gilt daher: „Hegemoniale Tendenzen erfordern Wachsamkeit, weil sie Ausschlussmechanismen in Gang setzen“ (Prosek 2009, 39). Andererseits darf nicht vergessen werden, dass Diskurse per se „stets im Fluss“ sind (Glasze/Mattisek 2009, 12), dass also die Vorrangstellung bestimmter Positionen nicht dauerhaft ist, sondern ständig neu bestimmt wird.

Um zu erörtern, auf welchen Ebenen das „Bild der Stadt“ verhandelt wird, ist es notwendig, zunächst die unterschiedlichen Bilddimensionen zu bestimmen. Die bereits getroffene Unterscheidung in materielle pictures und mentale images (vgl. 2.1) soll hierzu im Folgenden weiter ausdifferenziert werden. Die drei – in einem engen Wechselverhältnis stehenden – Kategorien, die dafür vorgeschlagen werden, sind: physische Gestalt, mentale Repräsentation und mediale Darstellung (vgl. Abb. 3).

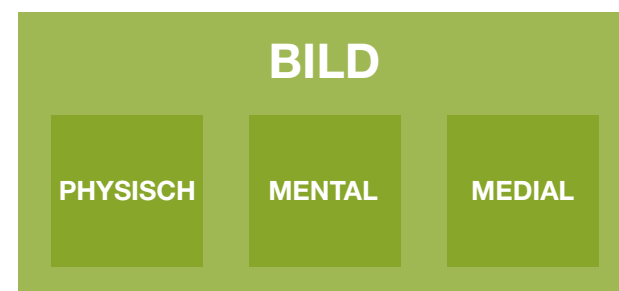


Abb. 3: Bilddimensionen

Physisches Bild

Kevin Lynch kommt das Verdienst zu, sich als erster eingehend mit den physisch-baulichen Gestaltqualitäten von Stadt beschäftigt zu haben. Vor allem seine Arbeit *The Image of the City* nimmt nach Einschätzung Kirsten Wagners bis heute einen singulären Rang in der Forschung zum Thema Bild der Stadt ein (vgl. Wagner 2008). Ins Zentrum des planerischen Denkens rückt Lynch dabei die Frage: Wie nimmt der Einzelne den Raum visuell wahr und in welcher Weise dienen gebaute Strukturen der Orientierung in der alltäglichen räumlichen Umgebung? Ziel seiner empirisch-anwendungsorientiert angelegten Studien ist es, aus eigenen Beobachtungen und den gesammelten Erfahrungen von Nutzern des Stadtraumes das zeitlose Konzept einer „guten“ städtebaulichen Gestalt abzuleiten (vgl. Lynch 1989). Seine Grundthese hierbei lautet: Je klarer die gebauten Formen und Strukturen, desto höher die legibility und imageability, desto größer die visuelle Qualität einer Stadt. Bestimmt werden „Lesbarkeit“, Prägnanz und Klarheit des environmental image Lynchs Ansicht nach vor allem durch das Vorhandensein von fünf Elementen: *paths, edges, nodes, districts und landmarks* (vgl. Lynch 1989). Letztere sind zweifellos die markantesten und prägen häufig nicht nur ihre Umgebung, sondern zugleich auch das Stadtbild als Ganzes sowie die Silhouette eines Ortes (vgl. auch Koetter/Rowe 1997, deren Arbeit *Collage City* in der Nachfolge Lynchs steht). Dass sich aus den seinerzeit bahnbrechenden Überlegungen Lynchs bis heute wichtige Erkenntnisse für die Analyse der physisch-baulichen Dimension des Bildes der Stadt gewinnen lassen, wird auch das Beispiel Bremerhaven zeigen.

Unbestritten gilt heute: Ein physisch starkes Bild einer Stadt bildet die Voraussetzung für ein starkes Image. Allerdings wird daraus in den vergangenen Jahren häufig ein Primat des Bildes abgeleitet, das heißt, das Bild „definiert“ die Stadt, wie im Folgenden noch näher ausgeführt werden soll. Ein Phänomen, das in diesem Zusammenhang im Brennpunkt der Diskussion steht, ist die Errichtung von Auf-

sehen erregender Architektur an exponierter Stelle. *Landmark buildings, signature buildings* oder „ikonische Bauwerke“ fungieren dabei im Sinne der Semiotik als Zeichenträger, die „**symbolische Orte**“ kreieren (vgl. Abb. 4). Darunter werden physische Orte verstanden, die stellvertretend für einen anderen, nicht unmittelbar wahrnehmbaren Sachverhalt stehen, also einen „Überschuss an Bedeutung“ (Altrock u.a. 2010, 7) aufweisen. Im Idealfall stellen sie eine symbolische Verdichtung des städtischen Charakters dar und regen so die Auseinandersetzung mit der eigenen Identität an. Häufig jedoch erfüllen sich selbst die weit schlichteren Hoffnungen, die mit solchen Gebäuden verbunden sind, nicht: Statt für „Sichtbarkeit“ und Profilierung zu sorgen – insbesondere in Umbruchsituationen, wie sie sich im Zuge von postindustriellem Wandel, ökonomischen Restrukturierungsprozessen und „neu-alter Städtekonkurrenz“ (Altrock u.a. 2010, 7) vielerorts ergeben – erscheinen Landmarken häufig banal und austauschbar. Was ursprünglich als „Alleinstellungsmerkmal“ gedacht war, erweist sich dank ähnlicher Gestaltungsmuster und Formensprache nicht selten als eine „permante[n] Wiederholung des gleichen Prinzips“ (Grubbauer 2011, 57).



Abb. 4: Symbolischer Ort in Hamburg: Die „Hafenkrone“

Dennoch sollte die bewusste Schaffung symbolischer Orte nicht als „geradezu obsessive(...) Besetzung(...) von bildhaften Strategien“ (Löw 2008, 150) grundsätzlich abgelehnt werden. Vielmehr muss es der Anspruch kluger Stadtentwicklungspolitik sein, durch die Analyse gelungener wie misslungener Beispiele herauszufinden, unter welchen Bedingungen solche Strategien erfolgreich sein können. Also: Welche Voraussetzungen müssen erfüllt sein, damit sich Menschen mit einem neu kreierten symbolischen Ort identifizieren?

Wie müssen die Prozesse hin zu diesem Ziel folglich ausgestaltet werden? Und vor allem: Was ist überhaupt das Eigene einer Stadt bzw. eines Stadtteils, das ein symbolischer Ort sichtbar zum Ausdruck bringen soll?

Ein weiteres Thema, das in den vergangenen Jahren und Jahrzehnten immer wieder im Zentrum des Diskurses um Bild und Gestalt der Stadt steht, ist der Umgang mit dem jeweiligen baukulturellen Erbe. In diesem Zusammenhang ist es hilfreich, sich die Stadt einmal als urbanes **Palimpsest** zu vergegenwärtigen.

Palimpsest

(von griech. palímpsistos: das Wiedergeschabte)
„In Antike und Mittelalter verbreitete Methode der Überschreibung. (...) [B]ezeichnet eine ‚zweite Schrift‘ auf Papyrus oder Pergament, von dem die vorgehende abgewaschen oder abgeschabt wurde. (...) Neues kann nur auf Kosten von Altem eingespeichert werden (Selektion). In vielen Fällen wurde dabei der ursprüngliche Text nicht vollständig gelöscht, sodass er mit Hilfe moderner technischer Mittel wieder sichtbar gemacht werden kann.“ (Csáky, 2010, 96)

Häufig wird der Begriff Palimpsest verwendet als „philologische Metapher, die Parallelen zur geologischen Metapher der Schichtung aufweist. Die Architektur der Stadt lässt sich als geronnene und geschichtete Geschichte beschreiben und somit als ein dreidimensionaler Palimpsest aufgrund wiederholter Umformungen, Überschreibungen, Sedimentierungen.“ (A. Assmann 2009, 18)

Vgl. Abb. 5, nächste Seite

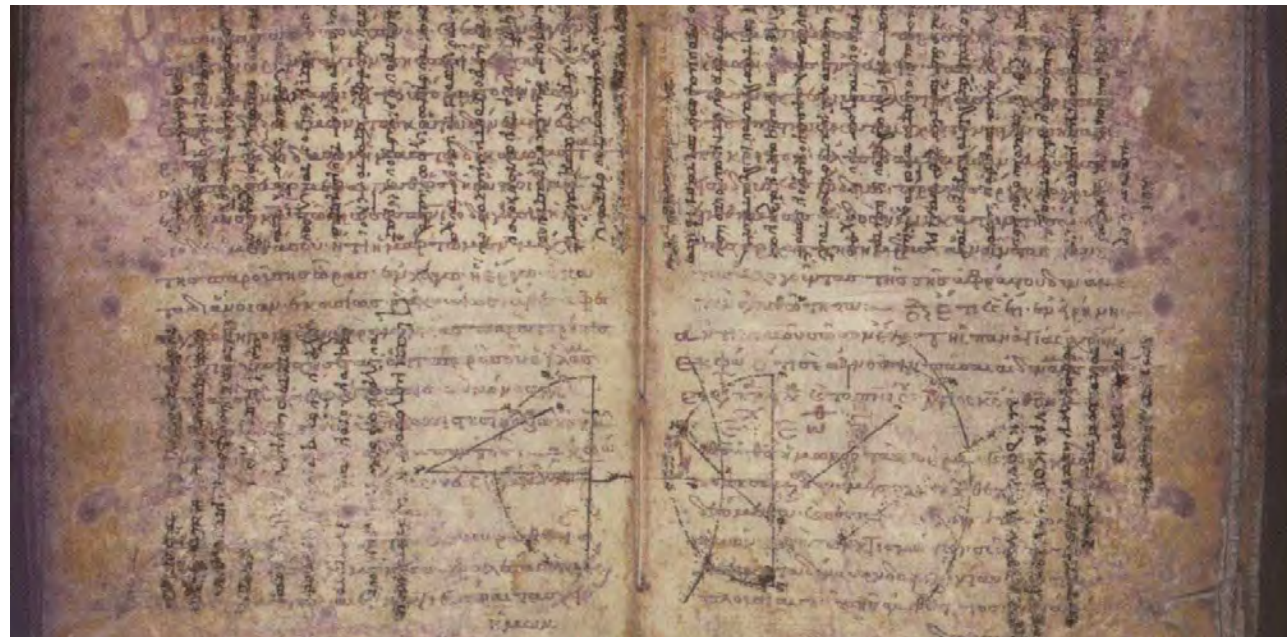


Abb. 5: Mittelalterliches Palimpsest

Vor diesem Hintergrund werden die zum Teil erbittert geführten Debatten um Konservierung, Abriss oder **Rekonstruktion** einzelner Gebäude – gelegentlich auch ganzer Quartiere, Ensembles oder bestimmter Plätze – besser verständlich. Sie erklären sich aus der Tatsache, dass mit jeder städtebaulichen Entscheidung eine Interpretation des Palimpsests einhergeht, das heißt eine Deutung des historischen Erbes. So stellt sich zum Beispiel immer die Frage, welche Schicht des jeweiligen Stadtgrundrisses herangezogen wird, welche darin verborgene Geschichte profiliert werden soll? Und führt nicht die Aufwertung der einen Schicht zwangsläufig zur Abwertung der anderen? (Vgl. hierzu auch das Themenheft der Zeitschrift „Bauwelt“ zum Thema „Rekonstruktion“, Ausgabe 01/2004. Bauwelt [2004]. Außerdem das Themenheft der Zeitschrift „Der Architekt“ zum Thema „Gegenwart der Geschichte“, Ausgabe 04/2005. Architekt [2005].)

Während die Nachkriegsjahrzehnte in Deutschland weitgehend durch Fortschrittsoptimismus und Geschichtsvergessenheit geprägt waren, markiert spätestens das Europäische Denkmaljahr 1975 einen „Paradigmenwechsel in der öffentlichen Auseinandersetzung um Stadt und Geschichte“ (Klein/Sigel 2006, 20). Zum einen dehnte in der Folgezeit die **Denkmalpflege** ihr Aufgabengebiet vom ehemals rein objektbezogenen Schutz hin zur städtebaulichen Erhaltung aus, was zu einem enormen Anstieg des Denkmalbestandes führte. Zum anderen nahm auch in der Bevölkerung die Wertschätzung für das eigene bauliche Erbe signifikant zu.

Seither erlebt Deutschland eine regelrechte Flut von Rekonstruktionsvorhaben. Aktuell besonders in der Diskussion stehen beispielsweise die Pläne für das ehemalige preußische Berliner Stadtschloss oder die zukünftige Gestaltung der historischen Mitte der Hauptstadt. Prominente Fälle aus den vergangenen Jahrzehnten, die die Fachwelt wie auch die breite Öffentlichkeit bewegt haben, sind etwa die historisierende Neugestaltung des Frankfurter Römer oder in Braunschweig der Neubau eines Kaufhauses hinter der rekonstruierten Fassade des zerstörten Schlosses.

Hier wie dort lässt sich beobachten, dass sich in der Bevölkerung die sogenannte „Vedutenarchitektur“ großer Beliebtheit erfreut, also die Rekonstruktion (vermeintlich) historischer Fassaden, hinter denen sich moderne Substanz, ahistorische Raumfluchten und willkürliche Funktionen verbergen. „Fassaden, die zeichenhaft die Bedeutung ‚alt und damit intim vertraut‘ sowie ‚zeitlos und damit klassisch‘ ausstrahlen“ (Siebel 2004, 166), scheinen zu genügen, wie Siebel irritiert feststellt.



Abb. 6: Frankfurter Römer

Befürworter dieser Praxis argumentieren, dass „Rekonstruktion ein Teil architektonischer Normalität sei, weil in der Geschichte schon immer weiter- und umgebaut wurde“ (A. Assmann 2009, 24 f.). Zudem sehen sie darin eine – bzw. häufig die einzige ökonomisch realisierbare – Chance bedeutende Kulturgüter wiederherzustellen. Und im Fall der barocken Dresdner Frauenkirche räumen selbst ehemalige Gegner des Wiederaufbaus den „architektonischen, städtebaulichen, aber auch stadtpsychologischen Erfolg“ (Klein/Sigel 2006, 15) ein, durch den die „Reflexion über die künstlerischen, aber auch ethischen Möglichkeiten und Grenzen der Rekonstruktion eine völlig neue Qualität erhalten“ (ebd.) habe.

Von solchen Sonderfällen einmal abgesehen, bemängeln Kritiker der Rekonstruktion, dass dadurch einzelne Gebäude wie auch die Stadt als Ganzes auf ihren Bildcharakter reduziert

würden. An die Stelle des heterogenen städtischen Raumes träten „Stadtstrukturen“, die „als bereinigte und musealisierte Stadt- und Erinnerungsräume oder aber als historisch nobilitierte Bühnen für die performative Inszenierung von Öffentlichkeit dienen“ (Klein/Sigel 2006, 29).

Weitaus positiver wird in Fachkreisen das Leitbild der „**Kritischen Rekonstruktion**“ bewertet. Maßgeblich entwickelt wurde es von Josef Paul Kleihues als Strategiekonzept für die West-Berliner IBA von 1984 und erfuhr in der Folge unter Architekten und Stadtplanern, auch international, viel positive Resonanz. Wichtige Grundlagen für diese neue Art des Umgangs mit der Geschichte legte Aldo Rossi bereits in den 1970er Jahren: Während er sich in der Theorie auf die Suche nach der „Textur der Stadt“ machte, die er als archäologisches Artefakt und Resultat geschichtlicher Prozesse betrachtete, wandte er sich in der Praxis einem tradierten, ja beinahe klassischen Formen- und Typen-Repertoire zu (vgl. Klein/Sigel 2006, 23).

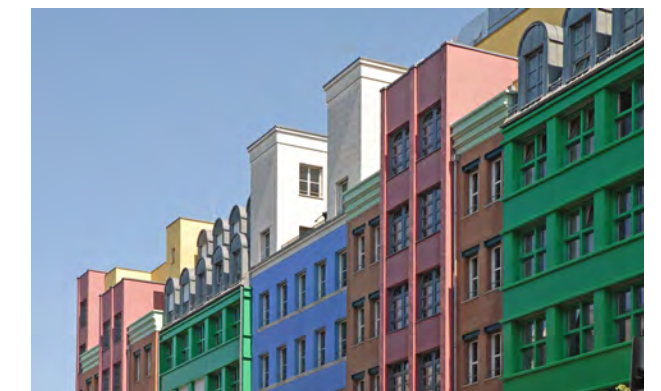


Abb. 7: Aldo Rossi, Quartier Schützenstraße, Berlin

Ebenso fand auch im Zuge der Berliner IBA eine Auseinandersetzung mit ortstypischen, historischen Bautypologien statt: Einzelne Gestaltungs- und Stilelemente der Vorbilder wurden übernommen und dabei zeitgenössisch interpretiert. Darüber hinaus lag der Fokus auf der Annäherung an vormoderne Straßengrundrisse sowie der Orientierung an Maßstäben und Kubaturen vorangegangener Bebauungen (vgl. Stark 1992). An diesem

Punkt setzt allerdings die Kritik insbesondere der Denkmalpflege an. Denn wie bereits oben angedeutet, ist es normalerweise keineswegs ausgemacht, welcher „Schicht“ des urbanen Palimpsests der Vorzug gegeben werden soll. Immer führt die Konzentration auf eine historische Epoche zur Benachteiligung, eventuell gar völligen Auslöschung einer anderen. Geschichte wird unter diesen Voraussetzungen „zu einer plastischen Verfügungsmasse, über deren Gestalt die jeweilige Gegenwart entscheidet“ (A. Assmann 2009, 24). Eindrückliches Beispiel hierfür ist die historische Mitte Berlins, wo die praktisch nicht mehr vorhandene mittelalterliche Altstadtstruktur mit den Resten des barocken Rastergrundrisses der Friedrichstadt und der Hochhausbebauung des spätmodernen DDR-Städtebaus kollidiert.

Einen Ausweg aus diesem Dilemma bietet eine Position, die darauf setzt, das Palimpsest ganz bewusst zu erhalten und authentische Bausubstanz – gleich welcher Epoche – zu pflegen. Ein solches Konzept ist in hohem Maße pluralistisch, differenziert und subjektiv angelegt, so dass es die Auseinandersetzung mit der jeweiligen Identität einer Stadt erfordert und fördert. Die Vorteile dieser Art der Aneignung für eine nachhaltige Stadtentwicklung sollen in den folgenden Kapiteln verdeutlicht werden.

Mentales Bild

Als weitere Dimension, die im Diskurs um das Bild der Stadt eine Rolle spielt, wurde bereits die mentale Ebene identifiziert. Diese lässt sich mit dem Begriff **Image** fassen.

Im Kontext dieser Arbeit besonders relevant sind hierbei folgende Aspekte:

- **„Images entstehen im Medium der Kommunikation“** (Weichhart u.a. 2006). Oder anders ausgedrückt: „Images werden permanent von allen mit produziert, vermittelt, empfangen, die am Diskurs beteiligt sind“ (Altrock u.a. 2010, 32 f.). Die klassische Einteilung in professionelle Ima-

Image

(von lat. imago: Bild, Bildnis, Abbild, Vorstellung)
Erstmals verwendet wurde der Begriff im englischsprachigen Raum in den 1920er Jahren in der Sozialpsychologie. Später, in den 1950er Jahren, fand er Eingang ins Marketing sowie in die Markt- und Werbepsychologie. Zu jener Zeit wurde Image noch als ein „Abbild der Wirklichkeit“ gesehen, als eine „Kopie des Originals“, die von einem Unternehmen an die Rezipienten weitergegeben wird (vgl. Wübbels 2010, 12). In der Folge verschob sich der Fokus allerdings hin zur Perspektive der Rezipienten, so dass man heute davon ausgeht, dass ein Image „die subjektiven Ansichten und Vorstellungen von einem Gegenstand“ (Kroeber-Riel/Weinberg 2003, 197) wiedergibt. Das heißt, ein Gegenstand wird individuell – vor dem Hintergrund persönlicher Erfahrungen, Emotionen, Meinungen etc. – reflektiert, so dass im Ergebnis eine subjektive Projektion der Wirklichkeit steht (die häufig auch Elemente enthält, die auf falschen Informationen oder Vorurteilen beruhen). Über ein Imageobjekt existiert also nie ein einheitliches Image, sondern stets eine Vielzahl von Einzelimages.

gesender und Imageträger bzw. -empfänger, wie sie sich etwa bei Stegmann (1997, 17) findet, ergibt so gesehen wenig Sinn. Als weitere Quelle speziell des Stadtimages identifiziert Prosek das „Raumerleben (...), welches die Existenz vorgestellter Bilder bestätigen, festigen oder auch revidieren kann“ (Prosek 2009, 19).

- **Images sind relational.** Auf die räumliche Ebene übertragen heißt das: Das Image einer Stadt (wie auch eines Stadtteils) wird

Bildet man aus ihnen sozusagen den kleinsten gemeinsamen Nenner, erhält man *public images* oder *group images*. In der Psychologie werden diese unter anderem auch mit dem Begriff „kollektiv-mentale Repräsentationen“ beschrieben (vgl. Seifert 2011, 23), im Marketing bezeichnet man die Summe der subjektiven Einzelimages bzw. die daraus resultierende „Gesamtmeinung“ als Reputation. Im Hinblick auf die Stadt spricht Kevin Lynch vom „*composite city image*“ (Lynch 1989).

Schließlich wird in Bezug auf soziale Gruppen, das heißt auch Städte, unterschieden zwischen dem **Selbstbild** oder **Binnenimage** und dem **Fremdbild** oder **Außenimage**. Städtische Selbstbilder entstehen in einem Prozess von Selbstbeobachtung und Fremdeinschätzung sowie durch Mutmaßungen über das Bild, das andere von einem haben – das vermutete Fremdbild (vgl. Häcker/ Stapf 1995, 775). Dieses wiederum lässt sich weiter unterteilen in das nahe und das ferne Fremdbild, je nachdem, ob der Betrachter im Umland oder in weiter entfernten Städten angesiedelt ist (vgl. Weichhart u.a. 2006).

nicht nur gebildet durch das Feststellen empirisch beobachteter Eigenschaften, sondern auch durch die Benennung von Analogien und Abgrenzungen zu anderen Städten (bzw. Stadtteilen).

- **Images sind dynamisch.** Bedeutungszuschreibungen weisen grundsätzlich nicht nur eine zeitliche, sondern auch eine gruppenspezifische Dynamik auf: Je nachdem,

welche Akteursgruppen die „Imagepolitik“ (Altrock u.a. 2010, 51) dominieren, werden die „Bedeutungen neu im Raum verteilt[t]“ (ebd.).

- **Images sind beständig und langlebig.** Trotz aller Dynamik: Hat sich ein Bild einer Stadt erst einmal verfestigt, ist es meist über Jahrzehnte hinweg stabil und wird nicht selten zum Stereotyp.
- **Images – wie alle kognitiven Bilder – vereinfachen die reale Welt.** Konkret bedeutet das: Einzelne Elemente aus dem städtischen Ganzen stehen meist für die Stadt als Ganzes (pars-pro-toto-Logik).

Erinnert werden muss im Kontext von „Image“ auch an zwei oben bereits erwähnte Phänomene: „symbolische Orte“ sowie das „Primat des Bildes“ in der Stadtentwicklung. Selbstverständlich ist, dass die physischen Strukturen, insbesondere *landmark buildings*, das Image einer Stadt ganz wesentlich prägen. Umgekehrt jedoch kann auch das Image einer Stadt Einfluss auf ihre bauliche Gestalt ausüben. Im Zusammenspiel mit medialen Bildern dient es entweder als Beschleuniger von (auch ökonomisch relevanten) Entwicklungen oder als retardierendes Element. Damit zeigt sich: „Mentale Bilder sind (...) Kapital für Städte und Regionen. Sie müssen gepflegt und entwickelt werden“ (Prosek 2009, 19). Als Instrument für diese Aufgabe steht seit geraumer Zeit das so genannte **„City-branding“** zur Verfügung. Dabei wird – ähnlich wie beim Leitbildprozess – durch strategische Imagegestaltung ein Image kreiert, das nicht das Resultat einer bereits durchgeführten städtebaulichen Maßnahme ist, sondern zu Beginn lediglich eine Wunschvorstellung wiedergibt, der die reale Entwicklung idealerweise folgen soll.

Vielfach wird Branding jedoch auch sehr kritisch gesehen. Beklagt wird die Oberflächlichkeit dieser Methode, die keinen wirklichen symbolischen Gehalt aufweise (vgl. z. B. Matthiesen 2005). Dieser Kritik begegnet eine Strategie, für die die Stadtethnologin Alexa

Färber den Begriff „urbanes imagineering“ (vgl. z.B. Färber 2008) geprägt hat. Sie bezieht sich dabei auf die von Rolf Lindner entwickelte Idee des „**Imaginären**“, welches sie in einem komplexen Zusammenspiel mit dem städtischen Image sieht.

Ihr und anderen ist unbedingt darin zuzustimmen, dass ein gezielt eingesetztes Bild der Stadt sich erst dann als plausibel erweist, wenn es mit diesem Imaginären der Stadt korrespondiert.

Das Imaginäre

Aus grundsätzlichem Unbehagen über den Begriff des Stadtimages, den er als Produkt (kurzfristiger) stadtpolitischer und ideologischer Ziele betrachtet, propagiert Rolf Lindner im Gegensatz dazu die Vorstellung eines historisch tief verwurzelten „Imaginären“ (vgl. Lindner 1997). Darunter versteht er einen „Erfahrungsraum Stadt“, der „durchdrungen ist von Symbolisierungen materieller wie immaterieller Art: Architektur, Literatur, Werbung, aber auch Erzählungen über die Stadt“ (ebd., 289). Deutlich erkennbar sind die Parallelen zum Konzept der „kumulativen Textur“ (Suttles 1984): Nach Berking das „Bedeutungsgewebe“ einer Stadt (Berking/Schwenk 2011, 21), bestehend aus einer „Textur aus materialen und immateriellen Artefakten: aus Denk- und Mahnmalen, Gründungsmythen, Texten, Redeweisen und Bildern jedweder Art“ (ebd.). An beide Ideen knüpfen in den letzten Jahren auch Martina Löw und andere mit ihren Überlegungen zur „Eigenlogik“ der Städte an.

Mediales Bild

Die dritte und letzte Bild-Ebene – die sich selbstverständlich nicht von den anderen beiden trennen lässt – ist die mediale. Konkret: Wie eine Stadt sich physisch darstellt und wie sie mental, als Image, in den Köpfen der Betrachter verankert ist (bzw. wie bestimmte Akteure sie gerne nach außen repräsentiert sehen möchten), findet seinen Ausdruck in den unterschiedlichsten Medien. Darunter sind:

- **Städtische Werbe- und Informationsmaterialien** (Broschüren, Videos, Websites, Leitbilder, Pläne etc.)
- **Touristische Angebote** (Stadtführer, Bildbände, Prospekte von Reiseveranstaltern etc.)
- **Presseerzeugnisse** (Zeitungen, Zeitschriften, Filmdokumentationen etc.)
- **Nutzergenerierte Formate** (Blogs, Diskussionsforen, Fotodatenbanken etc.)

Dass die mediale Vermittlung der städtischen Gestalt im Grunde kein neues Phänomen ist, wird ersichtlich, wenn man etwa die historischen Stadtansichten und Veduten (vgl. Abb. 8) betrachtet, die, so Berking „spätestens seit dem 16. Jahrhundert pop culture“ sind (Berking/Schwenk 2011, 261). Zugleich jedoch steht natürlich außer Frage, dass der Diskurs um das mediale Bild der Stadt zu Beginn des 21. Jahrhunderts hinsichtlich seiner Quantität wie auch seiner Qualität auf einer völlig anderen Ebene stattfindet. Diskutiert werden soll dies an zwei ausgewählten Feldern, die eng miteinander verquickt sind: der Selbstdarstellung der Stadt (im Internet) sowie der Tourismusindustrie.

Grundsätzlich lässt sich zunächst festhalten: Die „kalkulierte Konstruktion“ von städtischen Selbstbildern „im Sinne von **Stadtwerbung** (...) wurde (...) erst im 20. Jahrhundert üblich“ (Kiecol 2001, 87). Die wohl größte Relevanz besitzt in diesem Zusammenhang heute für



Abb. 8: Bernardo Bellotto, Dresden, ca. 1750

fast jede Stadt das eigene Interportal, was primär dessen enormer Reichweite geschuldet ist. Hier kann man demonstrieren, wie man sich selbst sieht und wie man von anderen – der lokalen Bevölkerung wie „der Welt“ – gerne gesehen werden möchte. (Welche Probleme sich ergeben, wenn konstruiertes Binnenimage und Fremdbild zu weit auseinanderklaffen, soll im Folgenden noch thematisiert werden.) Entsprechend hoch ist der Gestaltungsaufwand, den Städte jeder Größe heute bei ihrem Webauftritt betreiben. Und da insbesondere mit visuellen Mitteln schnell und direkt kommuniziert werden kann, kommen Layout, Bildauswahl und Bildgestaltung meist besondere Aufmerksamkeit zu: Nichts ist zufällig ausgewählt, nichts willkürlich platziert, mit jedem Bild ist eine dezidierte Botschaft verbunden. In der täglichen Medienarbeit hingegen greifen offenbar selbst Millionenstädte aus Kostenrunden auf ein begrenztes Repertoire an (urheberrechtsfreien) Fotos zurück, die sich in den eigenen Bildarchiven finden, wie Monika Grubbauer am Beispiel Wiens nachgewiesen hat (vgl. Grubbauer 2011, 20).

Vor allem Mittelstädte sind darüber hinaus bestrebt, sich in ihrer Außendarstellung ein markantes, individuelles Profil zu geben. So

wird entweder die lokale ökonomische Stärke beziehungsweise der wichtigste Sektor der Stadtökonomie hervorgehoben, auf eine spezielle Tradition oder die Geschichte verwiesen oder die besondere geographische Lage betont, mit der zumeist eine hohe Lebensqualität assoziiert ist. Daneben stößt Lindner bei zahlreichen Städten jedoch auch auf „verselbständigte Zeichenschichten“ (Lindner 2010, 45), also beispielsweise auf Slogans und Claims, die wenig bis gar keinen Bezug zur jeweiligen Charakteristik des Ortes aufweisen.

Hintergrund all dieser mehr oder weniger kreativen Anstrengungen ist vor allem die sich verschärfende Städtekonkurrenz. Um in diesem Wettbewerb zu bestehen, ist das Ziel vieler Städte die „Akkumulation von symbolischem Kapital“ (Prosek 2009, 13). Bei diesem Prozess, der im Grunde auf allen drei Bildebenen anzusiedeln ist, spielt auch die Art der Vermittlung eine entscheidende Rolle: Erst durch (Massen-)Medien erfahren symbolische Orte und das mit ihnen intendierte Image die notwendige Verbreitung. Besonders wichtig sind (durch mediale Bilder geprägte) Raumvorstellungen oder „imaginäre Geographien“ (Prosek 2009, 19) überall dort, „wo die Vorstellung über einen Raum handlungsentscheidend wirkt“ (ebd.) In hohem Maße gilt dies zum Beispiel für den Tourismus. Wie vielleicht

nirgendwo sonst ist in diesem Bereich das „symbolische Kapital“ von einem weichen Standortfaktor zu einem harten geworden, da es unmittelbar ökonomische Prozesse beeinflusst.

Konkret lassen sich die bildbezogenen Mechanismen, die in der **Tourismusindustrie** wirken, folgendermaßen beschreiben: Zum einen wird das Reiseverhalten wesentlich durch Raumbilder gesteuert: Vor Ort sucht der Reisende das, was ihm bereits aus Reiseführern und anderen Medien vertraut ist. (Im Extremfall hat dabei das tausendfach reproduzierte, „perfekte“ Bild die Erwartungen an einen Ort bereits so stark geprägt, dass das reale Bild diese gar nicht mehr erfüllen kann.) Zum anderen führt dieses Verhalten natürlich zu einem sich selbst verstärkenden Prozess: Dadurch, dass der Tourist das vorhandene Bildrepertoire als Vorschrift für „das richtige Sehen“ (Tropper 2005, 39) auffasst und seine eigene Fotos hinsichtlich von Perspektive, Bildausschnitt, Bildaufbau etc. daran ausrichtet, werden dieselben Bilder immer und immer wieder reproduziert – was die künftige Aufmerksamkeit für eben jene „Highlights“ einer Stadt zusätzlich erhöht.

Auf ein grundsätzliches Phänomen im Kontext des (Städte-)Tourismus weisen schließlich noch Knox und Marston hin: Ganz offensichtlich nimmt in den zeitgenössischen Kulturen die Bedeutung des „visuellen und erlebnisorientierten Konsum[s]“ (Knox/Marston 2008, 413) stetig zu. Immer wichtiger wird das Erleben eindrucksvoller Orte, die sich der Reisende in Form von Bildern „aneignet“ (vgl. ebd.). Städte, die kaum Markantes, also „Sehenswertes“, vorweisen können, besitzen bei diesem Spiel natürlich allemal schlechte Karten: Sie kommen und kamen auch schon in der Vergangenheit für die Mehrzahl der Touristen gar nicht erst als Reiseziele in Betracht. Doch auch Städte, in denen der Tourismus aktuell zentraler Bestandteil der lokalen Ökonomie ist, stehen vor der Herausforderung, auf diese veränderten Präferenzen zu reagieren, um wirtschaftliche Einbußen zu verhindern. Als bevorzugte Strategie hat es sich dabei erweisen, mithilfe von landmark buildings und

symbolischen Orten die Anzahl und Stärke visueller Reize zu erhöhen. Alternativ wäre es denkbar, durch mediale Bildstrategien die vorhandenen Potentiale offensiver herauszustellen. Schließlich lässt sich, wie bereits gezeigt wurde, der „touristische Blick“ (Bittner 2010, 66) durchaus lenken.

Fragen, die es bei der Analyse sämtlicher medialer Äußerungen generell zu bedenken gilt, sind:

- Wer ist der Produzent?
- Handelt es sich folglich um ein Selbst- oder Fremdbild?
- Was wird gesagt?
- Mit welchen Mitteln wird es gesagt?
- Welche Intention steckt dahinter?

2.3 Bewahrung des kulturellen und kollektiven Gedächtnis‘ als Voraussetzung für nachhaltige Stadtentwicklung

„Zu einer guten Lebensentfaltung unter den veränderten sozio-ökonomischen Bedingungen wird auch eine neue, identitätsstärkende und haltgebende Ortsbezogenheit gehören“

Thomas Sieverts 1999, 75

Nachhaltige Stadtentwicklung braucht ein starkes kulturelles und kollektives Gedächtnis. So lautet die zentrale These dieser Arbeit, die in diesem Kapitel diskutiert werden soll. Dabei stellt sich zunächst die Frage, was unter einer nachhaltigen Stadtentwicklung zu verstehen ist. Im Vordergrund steht in diesem Kontext der soziale Aspekt des Nachhaltigkeitsgedankens; darüber hinaus werden aber auch ökonomische Fragen tangiert, wie im Folgenden verdeutlicht werden soll.

Wichtigstes Ziel einer sozial nachhaltigen Gesellschaft ist es die Teilhabe aller ihrer Mitglieder zu ermöglichen und zu fördern, politisch, ökonomisch wie kulturell. Entscheidende Voraussetzung für persönliches Engagement ist dabei die Identifikation mit einer Sache – hier: der Stadt bzw. einem städtischen Teilraum (Stadtteil, Quartier, Nachbarschaft). Dass diese Identifikation für gewöhnlich nicht nur auf rationaler Ebene stattfindet, sondern darüber hinaus meist eine starke gefühlsmäßige Komponente beinhaltet, liegt auf der Hand. Man spricht daher in der Forschung von „sense of place“ oder „**emotionaler Ortsbezogenheit**“ (vgl. Knox/Marston 2008, 386 f.). Dank ihrer fühlen sich Menschen heimisch und „am richtigen Ort“ (ebd., 387) oder, umgekehrt, weniger fremd und anonym.

Eine besondere Herausforderung stellt in diesem Zusammenhang die wachsende Zahl

von Mitbürgern nicht-deutscher Herkunft dar. Einerseits, so Siebel, können sie „mit der Historizität der Stadt, in der sie leben, zunächst wenig verbinden“ (Siebel 2004, 20), weshalb sie als Quellen des kollektiven Gedächtnisses ihres neuen Wohnortes – dazu später mehr – weitgehend ausfallen. Auch der Zugang zum „kulturellen Gedächtnis“ (s.u.) ist ihnen erschwert. Andererseits wäre es gerade für sie, die ihre alte Heimat verlassen bzw. verloren haben, wichtig, sich mit ihrer neuen Heimat auch gefühlsmäßig identifizieren zu können.

Worauf aber gründet sich die emotionale Bindung an einen Ort, die Identifikation mit dem eigenen Umfeld? An erster Stelle stehen hier sicherlich zwischenmenschliche Beziehungen. Daneben spielt aber zweifellos noch ein weiterer Faktor eine Rolle, nämlich „die Vertrautheit mit der Geschichte und Symbolik bestimmter Elemente der physischen Umgebung“ (Knox/Marston 2008, 387). Kurz: Je besser ich einen Ort (inklusive seiner Vergangenheit) kenne, desto mehr fühle ich mich an ihm zuhause, desto stärker kann ich mich mit ihm identifizieren. Wieder geht es also um die „Lesbarkeit“ der Stadt, wenn auch auf einer anderen Ebene als bei Lynch: Nicht die Prägnanz gebauter Strukturen entscheidet darüber, ob sich mir ein Ort erschließt, sondern das Erkennen und Verstehen *historischer* Spuren. Je vielfältiger

diese sind, je mehr Ebenen des urbanen Palimpsests sichtbar werden, desto mehr Anknüpfungspunkte gibt es, desto pluralistischer kann der Prozess der Aneignung verlaufen.

Indem eine Gesellschaft ihren jeweiligen kulturellen Bestand pflegt, stabilisiert sie ihr Selbstbild und erlangt ein Bewusstsein von „Einheit und Eigenart“

Jan Assmann 1992, 15 f.

Ein Nebeneffekt des Sichtbarmachens von Geschichtszeugnissen ist, dass damit häufig alte, längst vergessene Wohn- und Arbeitsmilieus in den Blickpunkt gerückt werden. Die „Wertschätzung des Sozialen“ (Prosek 2009, 60), die darin zum Ausdruck kommt, kann durchaus zu neuem Stolz auf die eigene Geschichte verhelfen – etwa in Städten, die gerade einen schmerzhaften wirtschaftlichen Strukturwandel zu durchlaufen haben. In boomenden Städten hingegen, wo innenstadtnahe Altbauquartiere „gentrifiziert“ werden, leistet ein historischer „Perspektivenwechsel“ eventuell dadurch einen Beitrag zur sozialen Nachhaltigkeit, dass er die einstmals deutlich stärker ausgeprägte soziale Durchmischung als Qualität wieder in Erinnerung ruft. (Zugleich ist hierbei aber auch zu berücksichtigen, dass gerade die symbolische Aufladung eines Ortes, die ein zusätzlicher „Geschichtslayer“ darstellt, auf die Hauptträger der Gentrifizierung besondere Anziehungskraft ausübt.)

Etwas schwieriger zu fassen ist die Frage, was **ökonomische Nachhaltigkeit** im Kontext von Stadtentwicklung bedeutet. Ex negativo lässt sich allemal so viel sagen: Nicht nachhaltig ist eine lokale Wirtschaftsstruktur, die einseitig auf eine bestimmte Sparte ausgerichtet ist – zumal dann, wenn diese nicht den Bedürfnissen der ansässigen Bevölkerung entspricht. Problematisch ist auch, wenn aus der öffentli-

chen Förderung eines Wirtschaftszweigs keine entsprechende Zahl angemessen bezahlter Arbeitsplätze resultiert. Oder wenn die Stadtentwicklungspolitik der Versuchung erliegt, die städtische Gestalt gemäß ausschließlich externer Interessen zu gestalten, das heißt, wenn aus Gründen der (kurzfristigen) ökonomischen Gewinnerzielung keine Rücksicht auf das „Eigene“ einer Stadt genommen wird. Richtig ist, dass ein positives städtisches Image einen enormen ökonomischen Vorteil darstellt. Nicht nur Touristen lassen sich dadurch in ihrer Reiseentscheidung beeinflussen. Auch Firmen und Individuen, insbesondere mobile, gut ausgebildete Arbeitskräfte, junge Familien etc., machen ihre Standortwahl zunehmend von diesem Faktor abhängig (vgl. z.B. Häußermann u.a. 2008, 183 ff.). Richtig ist aber auch, dass städtische Imagepolitik – will sie nachhaltig und dauerhaft erfolgreich sein – nicht nur einen Bezug zum jeweiligen Imaginären aufweisen muss (vgl. 2.2), sondern auch zur lokalen **Identität**.

Besonders gilt dies, wenn sich Städte „neu erfinden“. Wenn nämlich die Schere zwischen angestrebtem Image und tatsächlichem Selbstbild der Bevölkerung, also der Identität, zu weit auseinanderklafft, wirkt ein solches Rebranding unplausibel und ist damit meist zum Scheitern verurteilt. Die Hoffnung der Stadtentwicklungspolitik, mithilfe der offensiven Beeinflussung des Fremdbildes auch nach innen einen Identitätswandel durchzusetzen und im Zuge dessen durch Mobilisierung möglichst vieler Akteure endogene Potentiale zu heben, erfüllt sich nicht.

Abgesehen davon lässt sich im Hinblick auf nachhaltige Stadtpolitik gegen kollektive Identitätskonstruktionen – ja, selbst gegen den Begriff der Identität als solches – viel Kritisches einwenden. So schreibt etwa Bittner: „Identität dient der Konstitution kollektiver Zusammengehörigkeit, mit dem Begriff wird Homogenität assoziiert, und gerade die Vorstellung kollektiver Identitäten kann der Pluralität und Vielfalt von Identitätswürfen in spätmodernen Gesellschaften nicht mehr gerecht werden“ (Bittner 2010, 17). Ähnlich Straub in Bezug auf

Identität

(von lat. idem = der-, die- dasselbe) meint die vollkommene Übereinstimmung zweier Dinge oder Personen (vgl. Wübbels 2010, 14). In der Psychologie versteht man darunter das tatsächliche Selbstbild, welches ein Individuum von sich besitzt. Es entsteht durch das „Erkennen des eigenen Andersseins, der Verschiedenheit im Vergleich zu anderen Individuen“ (Weidenfeld 1983, 19). Bei Gruppen beschreibt Identität jene Eigenschaften, die konstant bleiben, auch wenn die Mitglieder wechseln. Die Gruppenidentität drückt dabei gemeinsam geteilte Werte, Gefühle und Überzeugungen aus (vgl. Meffert/Burmann 2002, 44). Keine Identität besitzen – entgegen dem landläufigen Wortgebrauch – Objekte, ebenso wenig wie Städte, Stadtteile oder Regionen. „Vielmehr handelt es sich hierbei um eine Sonderform der Gruppenidentität, da dem Gegenstand von einer Gruppe Menschen eine Identität zugewiesen wird“ (Wübbels 2010, 14).

Vier Merkmale sind für Identität konstitutiv (vgl. Meffert 2002, 46 f.):

- **Wechselseitigkeit** – Identität als Erkenntnis des Andersseins kann durch Interaktion mit anderen Individuen bzw. Gruppen entstehen.
- **Kontinuität** – Wesentliche Merkmale der Person bzw. Gruppe werden über einen gewissen Zeitraum beibehalten.
- **Konsistenz** – Eine Person bzw. Gruppe weist hinsichtlich ihres Selbstbildes keine allzu großen Widersprüche auf.
- **Individualität** – Der jeweilige Identitätsgegenstand ist einzigartig, seine Merkmale unterscheiden ihn klar von anderen.

den von ihm so bezeichneten „normierenden Typus“ von kollektiver Identität: „Zuschreibungen kollektiver Identität nehmen eine Vereinheitlichung der betroffenen Subjekte vor, weswegen sie ideologiekritisch zu betrachten sind“ (Straub 1998, 99 f.). Besonders problematisch erweist sich die Tatsache, dass der Identitätsbegriff per definitionem „immer mit Vorstellungen der Inklusion und Exklusion“ (Bittner 2010, 17) verbunden ist: „Identität und Gruppenzugehörigkeit entstehen, wenn Menschen sich von anderen, ‚fremden‘ Menschen und Orten abgrenzen“ (Knox/Marston 2008, 382). Vor diesem Hintergrund erscheint der Wunsch nach einem „Abschied vom Begriff der regionalen Identität“ (Prosek 2009, 155) nur allzu verständlich – vor allem wenn man berücksichtigt, dass die Bevölkerung der allermeisten deutschen Städte heute dank langjähriger transnationaler Migration multiethnisch zusammengesetzt ist.

Trotzdem soll hier nicht Prosek (2009) gefolgt werden, der Identität durch „Kohärenz“, einen Begriff aus der Gestaltpsychologie, ersetzt sehen will. Die Prozesshaftigkeit seines Kohärenz-Ansatzes ist schließlich ebenso gut mit dem Konzept der Identität vereinbar. Auch dieses ist – ob als individuelles oder kollektives Konstrukt – keineswegs statisch angelegt, sondern beinhaltet Stadien der Verunsicherung, der Umdeutung und Neudefinition. Auch städtische Identitäten werden immer wieder neu diskursiv ausgehandelt; dass dabei Konflikte auftreten, liegt in der Natur der Sache. Da es sich hierbei jedoch um einen „genuin soziale[n] Lernprozess“ (Matthiesen 2005, 189) handelt, ist die Suche nach kollektiv geteilten Selbstbildern einer nachhaltigen Stadtentwicklung sogar in hohem Maße förderlich.

Nachdem nun also die Grundzüge einer nachhaltigen Stadtentwicklungspolitik umrissen wurden, bleibt noch die Frage zu klären, weshalb in diesem Zusammenhang der Pflege des **„kulturellen“** und **„kollektiven Gedächtnis“** eine solch maßgebliche Bedeutung zukommt.

Kollektives und kulturelles Gedächtnis

Der Begriff „kollektives Gedächtnis“ (*memoire collective*) geht zurück auf den französischen Soziologen und Anthropologen Maurice Halbwachs, der in den 20er Jahren eine Theorie entwickelte, wie auf räumlicher Ebene Gruppenidentität hergestellt und Erinnerung tradiert wird (vgl. Halbwachs 1991). Ein Gedächtnis im neuronalen Sinne besitzen für Halbwachs selbstverständlich nur Individuen; auch betrachtet er dieses – anders als in der Archetypenlehre von C.G. Jung – keinesfalls als kollektiv im Sinne von biologisch vererbbar. Vielmehr kommt in dem Adjektiv „kollektiv“ die soziale Bedingtheit des Gedächtnisses zum Ausdruck, das heißt sein gesellschaftlicher Bezugsrahmen: Kollektive „bestimmen das Gedächtnis ihrer Glieder. Erinnerungen (...) entstehen nur durch Kommunikation und Interaktion im Rahmen sozialer Gruppen“ (J. Assmann 1992, 36). Daraus ergibt sich, dass das Kollektivgedächtnis sowohl raum- und zeit- als auch „identitätskonkret“ (ebd., 39) ist. Das bedeutet, es „haftet an seinen Trägern“ (ebd.), kann also immer nur von einer konkreten Gruppe aktiviert werden.

Von Halbwachs' Konzept des „kollektiven Gedächtnis“ ausgehend entwickelte der Ägyptologe Jan Assmann seine Theorie des „kulturellen Gedächtnis“, die die Rolle der Erinnerung bei der Herausbildung kultureller Identitäten zum Gegenstand hat. Im Unterschied zu Halbwachs interessiert sich Assmann dabei nicht für die alltagsnahe mündliche Kommunikation als Mittel der Tradierung, sondern fokussiert auf die „objektivierte Kultur, in Texten und Bildern, Bauwerken und Denkmälern, Riten und Zeremonien, institutioneller Kommunikation und vielem mehr“ (Metz-Becker 2010, 108). Besondere Bedeutung für das kulturelle Gedächtnis besitzen Landmarken, da sie die höchste optische Prägnanz aufweisen, das heißt bildlich am stärksten präsent sind.

Institutionen und Autoritäten, die von der Gesellschaft mit der Pflege des kulturellen Erbes betraut werden – und damit als Bewahrer des kulturellen Gedächtnis' fungieren – sind: Museen, Archive, Bibliotheken, Denkmalpfleger, Archäologen etc.

kation der Bewohner mit ihrem Lebensumfeld zu. Dies wiederum erhöht die Wahrscheinlichkeit für bürgerschaftliches Engagement und fördert damit eines der Hauptanliegen sozialer Nachhaltigkeit: die Partizipation weiter Teile der Bevölkerung. Umgekehrt zeigt sich: Wo Menschen keine Beziehung zu ihrer Stadt, ihrem Stadtteil, ihrer Nachbarschaft aufbauen, wachsen Gleichgültigkeit und Vernachlässigung, bis hin zu Vandalismus.

2. Kollektives und kulturelles Gedächtnis vermitteln Kontinuität und geben Orientierung.

Wenn Stadtentwicklung vollkommen losgelöst von der Geschichte und Tradition eines Ortes

bzw. einer Region stattfindet, fehlt ihr die Richtung, sie wird beliebig. Das Ergebnis sind austauschbare Stadtbilder, die keinerlei Eigenes besitzen und damit weder nach innen hin zur Identifikation einladen, noch nach außen hin zum Aufbau eines unverwechselbaren Images taugen. Kluge Stadtentwicklungspolitik stellt daher immer eine Kontinuität zwischen Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft her; dazu schöpft sie aus dem kollektiven und kulturellen Gedächtnis.

Die Bedeutung des Erinnerens auf gesellschaftlicher bzw. städtischer Ebene hebt auch Bittner hervor, wenn er feststellt, dass es sich dabei per se um einen „konstruktive[n] Akt“ (Bittner 2010, 25) handelt: „Er hilft, die Gegenwart wahrzunehmen, verleiht ihr Sinn, und ermöglicht es, sie zwischen Vergangenheit und Zukunft einzuordnen“ (ebd.). In besonderem Maße gilt dies, wenn in der Stadtentwicklung Brüche auftreten und es zu sozio-ökonomischen Verwerfungen kommt. Gerade in schrumpfenden Regionen und Städten bieten historische Versatzstücke so etwas wie „Andockstellen“ (Bittner 2010, 21), die geeignet sind, neue Sicherheit und Orientierung zu vermitteln.

Selbstverständlich müssen städtische Leitbilder und Entwicklungsprogramme in erster Linie in die Zukunft weisen, Ziele definieren, Innovationen anstoßen etc., und sich dabei bis zu einem gewissen Grad von Vergangenheit und Gegenwart emanzipieren. Ja, selbst der komplette Bruch mit historischem Ballast, insbesondere mit einer ökonomischen Epoche, ist absolut legitim und häufig genug auch notwendig. Zugleich erfordert jedoch gerade eine solche Entscheidung die intensive Auseinandersetzung mit dem Gedächtnis der Stadt: Denn eine Neuorientierung kann nur erfolgreich und wirtschaftlich nachhaltig sein, wenn sie die jeweils spezifischen Fähigkeiten, das über die Zeit angesammelte Wissen und die kulturellen Eigenarten der lokalen Bevölkerung berücksichtigt.

3. Kollektives und kulturelles Gedächtnis sind notwendig zum Aufbau einer starken Stadtidentität.

Wie bereits erläutert gilt: Der ökonomische Erfolg einer Stadt beruht heute mehr denn je auf einem positiven Image, das wiederum einer starken, unverwechselbaren Identität bedarf. Als einer der vier zentralen Voraussetzungen von Identität wurde dabei Kontinuität benannt, also die Beibehaltung wesentlicher Merkmale eines Individuums, einer Gruppe oder – als Sonderfall der Gruppenidentität – eines Objekts über einen längeren Zeitraum. Dies ist jedoch nur möglich, wenn das kulturelle Gedächtnis gepflegt wird, wenn das kollektive Gedächtnis nicht abreißt.

Zugleich wurde schon gezeigt, dass Identität, trotz der für sie konstitutiven Kontinuität, weniger als ein Zustand zu verstehen ist, sondern vielmehr als ein dauerhafter, nie abgeschlossener diskursiver Prozess. Dabei spielen beide Formen des historischen Gedächtnisses eine wichtige Rolle. Veränderte Gegebenheiten wie die sich wandelnde demographische Zusammensetzung der Gesellschaft etwa fließen automatisch in das kollektive Gedächtnis – das ja selbst einen prozessuralen Charakter besitzt – ein. Auf diesem Weg kann zum Beispiel das kulturelle Erbe von Migranten mit der Zeit Teil der Identität einer Stadt werden.

Auch das kulturelle Gedächtnis ist seinem Wesen nach alles andere als statisch. Zwar sind historische Texte, Gegenstände und Bilder, Bauwerke und Denkmäler selbst dauerhaft, doch müssen sie von jeder Generation aufs Neue interpretiert werden. Zutreffend merkt Kaschuba in diesem Zusammenhang an, dass angesichts von Begriffen wie Gedächtnis, Geschichtskultur, Erinnerungslandschaften, Gedächtnisorte etc. Geschichte „als ständig neu formbare Materie“ erscheint, „die immer neue Deutungen ermöglicht“ (Kaschuba 2001, 25). Stets sind diese Deutungen auch eine Verhandlung über das Selbstbild einer (städtischen) Gesellschaft; die Aktualisierung des kulturellen Gedächtnis' wird somit Teil des Identitätsbildungsprozesses.

Drei Faktoren, die eng miteinander zusammenhängen, spielen hierbei eine Rolle:

1. Kollektives und kulturelles Gedächtnis tragen dazu bei, dass sich Menschen mit ihrem Stadtraum identifizieren.

Wie bereits oben erläutert, trägt das Wissen über einen Raum dazu bei, dass sich ein „sense of place“ ausbilden kann, eine „emotionale Ortsbezogenheit“. Große Teile dieses Wissens sind gespeichert im kollektiven und kulturellen Gedächtnis: Mündliche Erzählungen über die Geschichte einer Stadt gehören ebenso dazu wie materielle historische Zeugnisse. Können sie zugänglich, das heißt erkennbar und verständlich, gemacht werden, nimmt die Identifi-

2.4 Die Bedeutung von Bildern für das kollektive und kulturelle Gedächtnis

*„All unser Wissen von Geschichte haftet an Orten (...).
Wir kommen ohne Bilder von Schauplätzen, an denen
sich alles ereignet hat, nicht aus. History takes place“.*
Karl Schlögel 2003, 70

Die Kapitel 2.1 und 2.2 waren der Überlegung gewidmet, welche Bedeutung Bildern allgemein und dem „Bild der Stadt“ im Besonderen heute zukommt. Daran anschließend wurde in Kapitel 2.3 dargelegt, dass eine der wesentlichen Voraussetzungen nachhaltiger Stadtentwicklung der Bezug auf das kollektive und kulturelle Gedächtnis ist. An dieser Stelle sollen nun beide Aspekte zusammengeführt werden in der Frage, in welcher Weise Gedächtnis und Erinnerung auf Bilder und Orte angewiesen sind.

Zugrunde gelegt wird hierbei wiederum ein offener Bildbegriff, also: das „Bild“ als etwas, das nicht unbedingt eine physische Realität meint, sondern auch mental konstruiert sein kann. Ähnlich vielschichtig erweist sich der Terminus „Ort“ (der im Folgenden als eine Facette des „Bildes“ betrachtet werden soll): Zunächst einmal besitzt er natürlich vor allem eine geografische Konnotation, das heißt, ein Ort ist meist konkret räumlich verortet. Die Frage, welche Rolle Stadtraum und Architektur in Erinnerungsprozessen spielen, wird in den letzten Jahren etwa im Rahmen der *Cultural-memory*-Forschung diskutiert (vgl. dazu z.B. Downing 2000). Folgt man dem französischen Historiker Pierre Nora, kann „Ort“ darüber hinaus aber auch ein Ereignis, eine Institution, einen Mythos oder ein Kunstwerk bezeichnen (vgl. Nora 2005).

Wie stellt sich nun der Zusammenhang zwischen Ort beziehungsweise Bild einerseits und dem kollektiven Gedächtnis andererseits dar? Zunächst einmal lässt sich ganz grundsätzlich festhalten, dass das menschliche Bewusstsein

„ein Ort der Bilder“ ist (Belting 2005, 34; vgl. auch Kapitel 2.1), wie auch Erkenntnisse aus der Neurologie nahelegen. Speziell das Gedächtnis braucht Bilder und Orte, „es tendiert zur Verräumlichung“ (Metz-Becker 2010, 110). Entsprechend operiert auch das kollektive Gedächtnis nicht im luftleeren Raum, sondern nimmt Bezug auf bestimmte immaterielle wie materielle Orte – insbesondere solche mit hohem kulturellem und symbolischem Gehalt (und damit potentiell identitätsstiftender Wirkung). Über Generationen hinweg werden diese gewissermaßen zu Kristallisationspunkten des geteilten Erinnerens, zu sogenannten Gedächtnis- oder „Erinnerungsorten“ („lieux de memoire“; Nora 2005). Kennzeichnend ist für sie unter anderem „das Nebeneinander ganz unterschiedlicher Zeitebenen“ (Bittner 2010, 25) – zugleich ein Kriterium, anhand dessen sich der „Ort“ abgrenzen lässt vom „Raum“: Während letzterer eine neutrale, objektive, „entsemiotisierte Kategorie der Fungibilität und Disponibilität“ (A. Assmann 1999, 300) darstellt, zeichnet sich der Ort durch eine „geheimnisvolle(...), unspezifische(...) Bedeutsamkeit“ (ebd.) aus. Er besitzt eine „symbolische Tiefe“ (ebd.), die es zu entdecken gilt.

Diese Überlegung erinnert an das bereits oben eingeführte gedankliche Konstrukt des urbanen Palimpsests, so dass sich hier der Bogen spannen lässt vom kollektiven Gedächtnis der Stadt hin zu ihrem baulichen historischen Erbe – dem zentralen Bestandteil ihres kulturellen Gedächtnis. Auch dieses soll nun auf sein Verhältnis zum Bild beziehungsweise Ort überprüft werden. Neben der bereits diskutierten Stellung herausragender Bauwerke oder

Landmarken soll in diesem Kontext ein weiterer Aspekt in den Blickpunkt gerückt werden: das Phänomen nämlich, dass offenbar historische räumliche Elemente häufig „ihre Sinninhalte selbstorganisiert ohne Außenwirkung“ (Wildgen 2003, 47) entfalten. Das heißt, viele Orte behalten dank ihrer spezifischen Funktion oder geografischen Beziehung zueinander über die Jahrhunderte hinweg ihre jeweilige Zeichenbedeutung konstant bei, auch wenn ihre bauliche Gestalt sich immer wieder ändert und kollektive Erinnerung verblasst. So fungieren beispielsweise viele Straßen seit dem Mittelalter, ja teilweise seit der römischen Antike als Verbindungslinien, also als *paths* im Sinne Lynchs; so werden ehemalige Befestigungsanlagen bis in unsere Zeit als Grenzen interpretiert obwohl die trennenden Mauern längst verschwunden sind; so behalten zentrale Plätze ihre stadträumliche Valenz konstant bei, selbst wenn ihre Bebauung sich möglicherweise ständig wandelt. Damit wird deutlich, dass auch der (vormoderne) Stadtgrundriss Teil des kulturellen Gedächtnis der Stadt ist.

Eine weitere wichtige Bildquelle, die der gemeinsamen Erinnerung einer Gesellschaft dient, ist das **Archiv** – eine Institution, die auch im Rahmen dieser Arbeit eine entscheidende Rolle spielt.

Dass es nicht genügt, historisches Wissen nur zu archivieren, also zu speichern, sondern dass dieses immer wieder gelesen und interpretiert werden muss, versteht sich von selbst (vgl. dazu auch Schelske 1998). Dazu ist es notwendig, Möglichkeiten der individuellen Aneignung zu schaffen – ein Grundsatz, der im Übrigen nicht auf Archivmaterialien beschränkt ist: Auch Orte erfüllen keineswegs automatisch ihre Funktion als kulturelles Gedächtnis; vielmehr müssen sie erst „zum Sprechen gebracht werden“ (Prosek 2009, 74). Wildgen sieht hier „eine lohnende Aufgabe für den professionellen Semiotiker“ (Wildgen 2003, 6) – den Historiker, Archäologen und Stadtplaner –, der in der Lage ist, die „stumme Bedeutungsreserve“ (ebd.) zu aktivieren. Konkret

Archiv

(von griechisch *archeion* – Behörde, Amtsgebäude bzw. griechisch *arché* – Anfang, Ursprung, Herrschaft) Bezeichnet seit dem 17. Jahrhundert in der Kanzleisprache den Aufbewahrungsort für Akten, Urkunden und andere Schriftstücke, die als rechtliche Belege und somit als Grundlage für Bewertungen und Entscheidungen dienen. Zu dieser ursprünglichen Definition trat später die heute vorherrschende Bedeutungskomponente des Archivs als Sammlung historischer „Überreste“ und kollektiver „Wissensspeicher“ hinzu. (vgl. Bucher 2012, 5). Von besonderem Interesse sind dabei laut Aleida Assmann folgende drei Gesichtspunkte:

- Die Frage nach den Möglichkeiten und Grenzen der Konservierung
- Das Prinzip der Limitation und die Notwendigkeit der Auswahl
- Art und Umfang der Zugänglichkeit (vgl. A. Assmann 1999, 344 ff.).

fordert er, die verborgenen, palimpsestartigen Zeichenstrukturen „dem Stadtbewohner oder -besucher verständlich bzw. sichtbar“ (ebd.) zu machen.

Eine ähnliche Strategie verfolgt etwa Boris Sieverts, dessen geführte Spaziergänge und Wanderungen durch wenig markante, häufig periphere Stadträume zum Ziel haben, durch „bewußtes Wahrnehmen, Einprägen, Erinnern“ (Thomas Sieverts 1999, 125) die Lesbarkeit der Stadt zu erhöhen. Stärken lässt sich das kollektive und kulturelle Gedächtnis außerdem dadurch, dass Bilder und Orte nicht als unzusammenhängende Bausteine präsentiert werden, sondern in eine „umfassende

Erzählung über den Raum“ (Proseck 2009, 167) eingebettet werden und somit gemeinsam die Geschichte einer Stadt oder Region veranschaulichen. Dies erhöht nicht nur die Verständlichkeit der Einzelelemente, sondern erscheint auch mnemotechnisch äußerst sinnvoll, da das menschliche Gehirn Informationen leichter in Zusammenhängen speichert. Zu beachten gilt es dabei jedoch: Eine vereinheitlichende, „die Vergangenheit beschönigende, selektive“ (Frank 2005, 281) Geschichtsvermittlung, wie sie die sogenannte „heritage-

industry“ vornimmt, ist eher kontraproduktiv. Jedem Einzelnen sollte stattdessen die Chance gegeben werden, Orte und Bilder auf seine eigene Weise wahrzunehmen, und sie sich dadurch individuell anzueignen. Dass in diesem Prozess auch die „neuen und neuesten Medien (...) in ihrer Funktion als ‚Träger‘ und ‚Speicher‘ von Erinnerungen“ (Schade/Wenk 2011, 128) eine entscheidende Rolle spielen können, soll im Konzeptteil dieser Arbeit (Kapitel 5) aufgezeigt werden.



3. Zwischenfazit I: Die Stadt als „Bildraum“

In den vorangegangenen Kapiteln wurde eine Reihe von Begriffen eingeführt, die um das Bild im Allgemeinen sowie speziell das Bild der Stadt kreisen. Beleuchtet wurden dabei ganz unterschiedliche Dimensionen und Facetten von Bildlichkeit, die sich nicht immer scharf voneinander abgrenzen lassen; teilweise bestehen Bezüge, (Inter-)Dependenzen und Überschneidungen. Viel wichtiger jedoch ist: In der Gesamtschau zeigt sich, dass die diversen Bilddimensionen zusammengenommen ein mosaikartiges Ganzes ergeben. Ganz offenbar existiert neben dem geografisch bestimmten städtischen Raum, der traditionell Objekt der Planung ist, noch so etwas wie ein „Bildraum Stadt“.

Der Terminus „Bildraum“ findet sich erstmals bei Walter Benjamin; ihm gegenübergestellt wird der so genannte „Leibraum“ (vgl. Benjamin 2002). Die Definition, die im Rahmen dieser Arbeit entwickelt wird, nimmt hingegen eine etwas andere Akzentuierung vor: Statt von einer strikten Opposition auszugehen, sollen hier auch physische Elemente als Teil des „Bildraums“ betrachtet werden; trotz der begrifflichen Nähe findet hier also keine Übernahme des Benjamin'schen Konzepts statt.

Ausgangspunkt dieser Arbeit bildeten Überlegungen zur generellen Bedeutung des Bildes für den Menschen. Im Zuge technischer Innovationen hat der Stellenwert visueller Darstellungen in den vergangenen Jahren weiter stark zugenommen. Mit „Bild“ war in diesem Zusammenhang vor allem das Foto gemeint, das heute den weit überwiegenden Teil des medialen Bildrepertoires ausmacht. Unterschieden wurde sodann zwischen materiellen *pictures* und mentalen *images* (wobei Fotos – trotz ihrer heute zumeist rein digitalen Existenz – ersterer Kategorie zugeordnet sind). Die Frage nach dem städtischen Diskurs um das „Bild der Stadt“ zeigte schließlich: Beiträge zu diesem Aushandlungsprozess können explizit oder implizit erfolgen, sie können visueller, textlich-sprachlicher oder auch sozialer Natur sein. Das heißt, auch der Nutzer des Stadtraums

kreiert durch seine soziale Interaktion, seine bloße Gegenwart selbst Bilder und nimmt damit am Bilddiskurs teil. Ja, mehr noch: Das Subjekt wird selbst Teil des Bildraums.

Desweiteren wurde das „Bild der Stadt“ differenziert in physische Gestalt, mentales Image und mediale Darstellung. Im Hinblick auf die erste Kategorie, gebaute Strukturen, gilt: Eine Stadt sollte nach Möglichkeit klare, „lesbare“ Bilder bieten. Falls dies nicht automatisch der Fall ist, kann die „Lesbarkeit“ (*imageability*) durch bestimmte Eingriffe erhöht werden. Für eine solche Strategie wird häufig die Errichtung neuer *landmark buildings* gewählt, die besonders stark das Bild der Stadt prägen (was selbstverständlich gleichermaßen für ihre historischen Entsprechungen gilt). Ist mit Gebäuden eine Aussage verbunden, die über die physisch-bauliche Ebene hinausgeht, handelt es sich um sogenannte „symbolische Orte“. Diese sind im Idealfall identitätsstiftend, ebenso wie auch historische Baudenkmäler. Um deren Erhalt oder Rekonstruktion entfalten sich deshalb häufig intensive Debatten.

Auf der mentalen Ebene stellt sich das Bild der Stadt besonders vielfältig dar: Aus der Summe der Einzelimages bilden sich öffentlich geteilte Gruppenimages, sogenannte „composite city images“. Dem Selbstbild oder Binnenimage, also dem Bild, das sich die Bewohner eines Ortes von sich und ihrer Stadt machen, steht das Fremdbild oder Außenimage gegenüber. Dieses lässt sich je nach Entfernung des Betrachters weiter ausdifferenzieren in nahes und fernes Fremdbild. Einfluss auf das städtische Binnenimage hat darüber hinaus das vermutete Fremdbild. In offiziellen medialen Äußerungen einer Stadt dagegen kommt das intendierte Außenimage zum Ausdruck. Eine weitere Komponente des städtischen „Bildraums“ stellt nicht zuletzt das Imaginäre dar: Denkbilder und Narrative, die einen „Vorstellungsraum“ bilden, der den physischen überlagert (vgl. Linder 2008, 86).

Mediale Repräsentationen schließlich dienen der Vermittlung des physischen Bildes sowie des Binnenimages einer Stadt und spiegeln

darüber hinaus das Fremdbild wider. Großen Einfluss besitzt in diesem Kontext die Tourismusindustrie, die in einem sich selbst verstärkenden Prozess Bilder sowohl konsumiert als auch (re)produziert. Weitere wichtige Bildquellen sind Medien sowie die städtische PR, zu der auch die Darstellung im Internet mittels eigener Website gehört. Dank der verbreiteten technischen Möglichkeiten haben Bildproduktion und -distribution im 21. Jahrhundert tendenziell einen demokratischen Charakter. Dennoch bestehen nach wie vor hegemoniale Strukturen, über das mediale Bild einer Stadt bestimmen überproportional einige wenige einflussreiche Akteure.

Identität – oder besser: der Prozess der Identifikation mit einem Stadtraum – ist wesentlich auf Bilder angewiesen. Die historische Perspektive, so wurde gezeigt, bringen hierbei kulturelles und kollektives Gedächtnis ein – und erweitern damit zugleich den „Bildraum Stadt“. Das kollektive Gedächtnis setzt sich zusammen aus Erzählungen über den Raum, basiert also auf verbalen Elementen. Das kulturelle Gedächtnis demgegenüber besteht aus materiellen Zeugnissen der Geschichte, dem jeweiligen historischen Erbe einer Stadt. Als Speicher fungiert neben Archiven und Baudenkmäler auch der Stadtgrundriss, der gleich einem Palimpsest Spuren der Vergangenheit konserviert.

Drei Dinge gilt es festzuhalten:

1. **Der „Bildraum“ einer Stadt ist grundsätzlich dynamisch. Einigen eher statischen, beharrenden Elementen stehen andere entgegen, die sich ständig wandeln (können). Nicht zuletzt gilt dies für die am Diskurs beteiligten Akteure.**
2. **Der „Bildraum“ einer Stadt ist tendenziell unendlich. Zwar bilden die hier dargestellten Bilddimensionen einige der äußeren Grenzen, doch innerhalb dessen eröffnen sich unzählige Ebenen und Bezüge.**
3. **Der „Bildraum“ ist für eine Stadt extrem relevant. Wie bereits gezeigt, sind mit Bildern und den Aussagen, die sie treffen, diverse ökonomische und soziale Implikationen verbunden. Städtische Raumentwicklung muss also den „Bildraum“ immer mitdenken.**



4. Das Beispiel Bremerhaven

4.1 Die geschichtliche Entwicklung der Stadt

Die folgende Darstellung der Geschichte Bremerhavens gliedert sich in fünf Abschnitte. Jeder davon widmet sich einer zeitlichen Epoche sowie den jeweils prägenden Themen und Entwicklungen, die bis heute für die Stadt konstitutiv sind. Wie bereits die Kapitelüberschriften andeuten, war Bremerhaven im Laufe seiner noch jungen Vergangenheit immer wieder mit großen Herausforderungen konfrontiert.

4.1.1 Späte Gründung als Bremer „Kolonie“

Zu Beginn des 19. Jahrhunderts erkannten die Bremer Kaufleute, dass durch das Versanden der Weser sowie die zunehmende Größe der Handelsschiffe die Stellung ihrer Stadt als Metropole des internationalen Seehandels bedroht war. Der visionäre Bürgermeister Johann Smidt fasste daher den Entschluss, am Unterlauf der Weser einen neuen, besser zugänglichen Hafen zu bauen. Dieser entstand als Exklave auf einem 1827 vom Königreich Hannover erworbenen Stück Land und entsprach mit seiner vorgelagerten Stellung von Anfang an der „Funktionslogik des transit ports“ (Berkling/Schwenk 2011, 82). Das heißt, der Hafen diente einzig der Anlandung der Waren, die dann umgehend in die Mutterstadt Bremen weitertransportiert wurden. Dort befanden sich – teilweise durch Residenzpflicht dazu gezwungen – sämtliche Glieder der Wertschöpfungskette: Kaufleute, rohstoffverarbeitende Betriebe, Banken, Versicherungen, Schiffbauer etc. Wie Burchard Scheper feststellt, verstand Bremen die „Pfütze“, so die leicht despektierliche Bezeichnung für den 1830 eröffneten Hafentort, „als Kolonie und verhielt sich auch entsprechend“ (Scheper 1979, 21).

Während Bremerhaven eine vergleichsweise junge Stadt ist, reicht die Geschichte ihrer Teilorte zum Teil weit zurück: Ausgrabungen um die heutige „Lange Straße“ herum belegen, dass es bereits vor etwa 4.000 Jahren

Bremerhaven

Mit aktuell rund 113.000 Einwohnern ist Bremerhaven die mit Abstand größte Stadt an der deutschen Nordseeküste. Mit dem knapp 60 Kilometer entfernten Bremen bildet sie den Zwei-Städte-Staat „Freie Hansestadt Bremen“. Bremerhaven, das dank einer eigenen kommunalen Verfassung über eine große Eigenständigkeit verfügt, gliedert sich administrativ in neun Stadt- und 23 Ortsteile. Das Stadtgebiet erstreckt sich rund fünfzehn Kilometer entlang der Wesermündung und umfasst eine Fläche von knapp 79 km² (vgl. Bremerhaven.de 2013a).



Abb. 9: Lage der Stadt Bremerhaven

erste Besiedelungen des heutigen Stadtgebietes gegeben haben muss (Scheper 1979). Die umliegenden Geeste-Inseln wurden sogar schon vor rund 10.000 Jahren besiedelt. Die Dörfer Geestendorf und Wulsdorf, die heute zu Bremerhaven gehören, wurden 1139 erstmals urkundlich erwähnt, der Ort Lehe tritt als Marktstandort und Amtssitz im Jahr 1290 in Erscheinung (ebd.). 1845 schließlich gründete das Königreich Hannover am südlichen Geeste-Ufer, gegenüber von Bremerhaven, den Ort

Geestemünde. Mit seinen modernen Dock- und Hafenanlagen und einem direkten Eisenbahnanschluss sollte er dem Hafen der Freien und Hansestadt Bremen Konkurrenz machen (ebd.). Der Dualismus dieser beiden Orte, das „politisch verworrene(...) Mit- und Gegeneinander“ (Berking/Schwenk 2011, 82) prägte in der Folge ganz wesentlich die Entwicklung an der Wesermündung und wirkt sich bis heute auf das Bild der Stadt aus (vgl. 4.2.1).

4.1.2 Wirtschaftlicher Aufstieg im Zeichen von Auswanderung und industriekapitalistischer Hafenwirtschaft

Bereits Mitte der 1830er-Jahre hatte sich Bremerhaven als wichtiger „port of embarkation“ für die Auswanderung nach Amerika etabliert. Bis 1840, also zehn Jahre nach Gründung, war die Zahl der Einwohner im Zuge dessen auf rund 2.200 angestiegen. (Bessell 1955, 63). Zu der ständigen Bevölkerung kam eine wachsende Anzahl temporärer Bewohner: 1845 etwa warteten über das Jahr gerechnet rund 30.000 Menschen wochen-, zum Teil monatelang in der Stadt auf ihre Atlantik-Passage (ebd., 64). Die meisten von ihnen kamen während dieser Zeit im Auswandererhaus unter, das gewissermaßen die „Stadtwerdung des Hafens in seiner materialen wie symbolischen Form“ (Berking/Schwenk 2011, 89) markiert: Zum einen war es „bei weitem das größte Gebäude in Bremerhaven und trug dazu bei, dem in vielerlei unfertigen Ort allmählich etwas vom Aussehen einer Stadt zu geben“ (Bessell 1955, 72). Zum anderen sind es – ironischerweise – die dort versammelten „Fremden“, die erstmals so etwas wie Urbanität in Bremerhaven herstellen.

Bestimmend wird die transitorische Auswanderergesellschaft auch für die lokalspezifische Wirtschafts- und Berufsstruktur: Es entstehen Herbergen, Schankwirtschaften und andere Vergnügungseinrichtungen; Matrosen, Hafenarbeiter, Schiffszimmerleute und andere Handwerker strömen in Scharen in die Stadt. Expedienten, Makler, Reeder etc. hingegen hält der Bremer Senat – wiederum durch Beschlüsse zur Residenzpflicht – in Bremen.

Trotz dieser benachteiligten und abhängigen Existenz gelangt die Stadt Bremerhaven zu einigem Wohlstand; im letzten Viertel des Jahrhunderts werden ihre Straßen und Geschäfte von Reisenden sogar mit denen Hamburgs verglichen (vgl. Scheper 1991, 52).

Die Einführung der Eisenbahnlinie nach Geestemünde führt schließlich allerdings dazu, dass auch die Auswanderer nicht länger ihr Quartier in Bremerhaven aufschlagen, sondern erst am Tag ihrer Überfahrt von Bremen aus anreisen. Statt der Urbanität, das das Auswandererhaus verkörperte, bestimmt nun der Rhythmus, den die Fahrpläne der Eisenbahn und der Dampfschiffe vorgeben, das städtische Leben: „Im stetigen Wechsel zwischen hochgetriebener Anspannung und toter Zeit, zwischen Fülle und Leere, gleicht die Stadt einem überdimensionierten Transitraum, dessen entscheidender Lebensnerv die maritime Rushhour ist“ (Berking/Schwenk 2011, 91).

Während Bremerhaven zum führenden Auswanderer- und Passagierhafen des europäischen Kontinents wird – bis 1971 brechen von dort aus sieben Millionen Emigranten in die neue Welt auf (vgl. Berking/Schwenk 2011, 115) – spezialisiert sich das benachbarte Geestemünde auf Frachtverkehr und insbesondere Fischerei. Die Wertindustrie hingegen ist anfänglich an beiden Orten vertreten, das heißt nicht arbeitsteilig organisiert. Im Zuge der nun voll einsetzenden industriellen Revolution nimmt der Verstärkerdruck auf die Region immer weiter zu: Die Einwohnerzahl der „Doppelstadt“ nimmt bis 1890 auf zusammen rund 32.000 zu, die sich in etwa gleich auf die beiden Orte verteilen. Hinzu kommt die Arbeiterwohnstadt Lehe, in der ebenfalls etwas unter 15.000 Menschen leben (vgl. Strohmeier 1992, 140). Dieses Bevölkerungswachstum führt dazu, dass die drei genannten Städte geographisch immer enger zusammenrücken und schließlich einen gemeinsamen Stadtraum bilden. Zugleich verlieren sie dabei jedoch ihre jeweiligen Zentren, die nach und nach auf die Verbindungsachsen abwandern (vgl. Strohmeier 1992, 125).

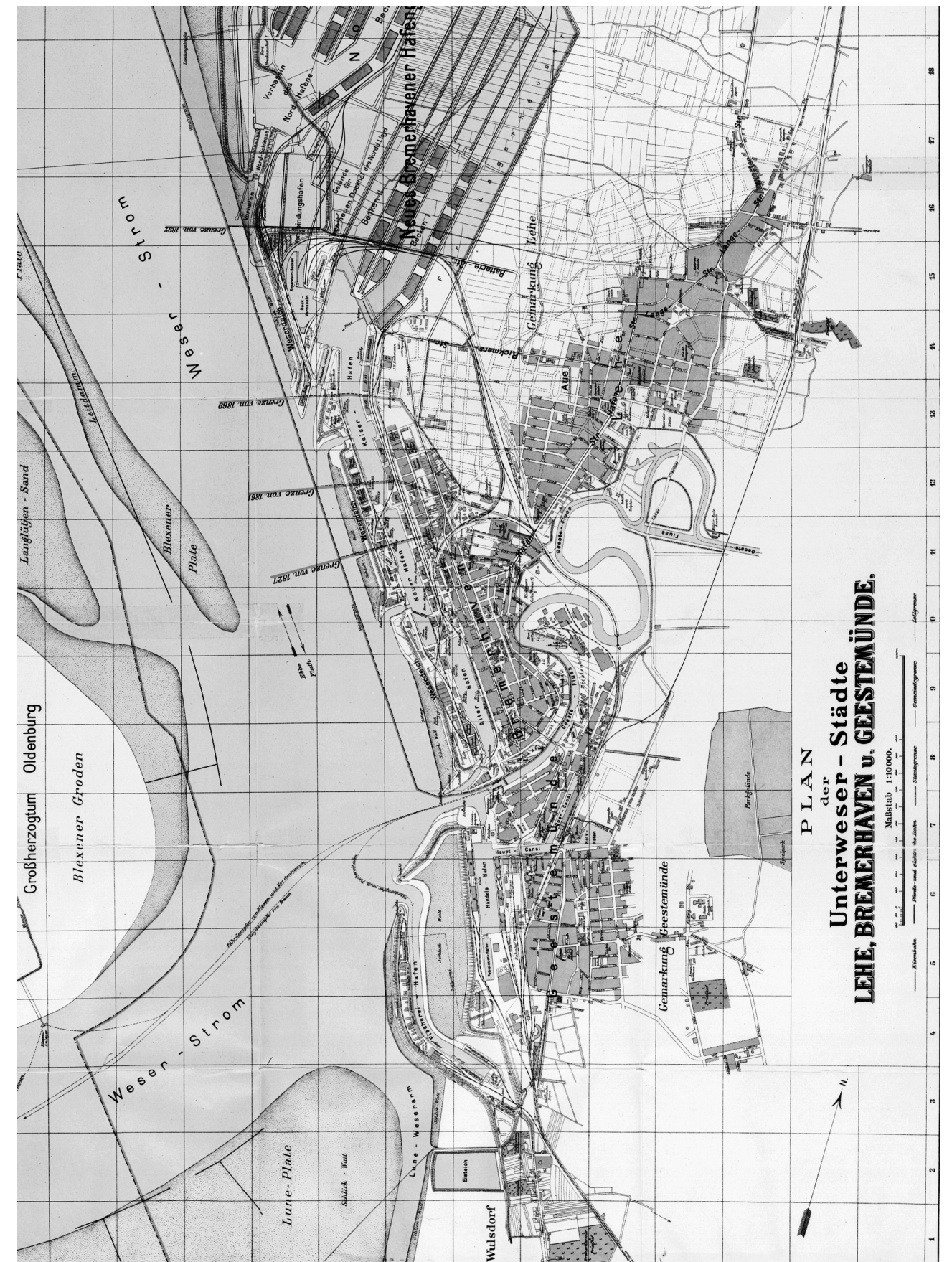


Abb. 10: Plan der Unterweser-Städte Lehe, Bremerhaven und Geestemünde, 1905

Entscheidenden Einfluss auf die Siedlungsentwicklung hat darüber hinaus die „für die Topographie des Unterweserbereichs so typische Politik der Grenzen“ (Berking/Schwenk 2011, 101): Sukzessive wird die Exklave Bremerhaven von den benachbarten preußischen Gemeinden eingekreist, die sich 1924 zudem unter dem Namen Wesermünde zusammenschließen. 1939 schließlich wird auch Bremerhaven – das 1851 „stadtähnliche Rechte erhalten hatte und 1880 zu einer selbständigen Gemeinde innerhalb des Landes Bremen ernannt worden war (vgl. Scheper 1979) – im Rahmen der „Neuordnung des Reiches“ mit seinem inzwischen deutlich größeren Gegenpart zwangsvereint (vgl. Bessell 1955, 107). Einerseits wird Bremerhaven damit zur neuen Mitte der Gesamtstadt Wesermünde. Andererseits verliert die Stadt durch diesen Akt ihren Namen, wird also „aus der Geographie gestrichen und hinterlässt eine deutliche Leerstelle im Alltag des Klassifizierens und Orientierens“ (Berking/Schwenk 2011, 113). Signifikant ist außerdem, dass der Bremerhavener Hafen weiterhin im Eigentum Bremens bleibt.

4.1.3 Zerstörung, Wiederaufbau und Nachkriegsboom

Aufgrund der hohen Konzentration kriegswichtiger Hafen- und Industrieanlagen wird die Stadt Wesermünde im Zweiten Weltkrieg durch Flächenbombardements stark in Mitleidenschaft gezogen und verliert einen großen Teil ihrer Bevölkerung. Besonders massiv betroffen sind die Innenstadtbereich mit den Stadtteilen (Alt-)Bremerhaven und Geestemünde: Der dortige Gebäudebestand hatte sich bis Kriegsende um nahezu 97 Prozent reduziert (Scheper 1979). Nach Kriegsende wählt die US-Armee Wesermünde als zentrale Nachschubbasis für ihre süddeutschen Besatzungszonen, die Stadt wird damit zur amerikanischen Enklave innerhalb des ansonsten britisch besetzten Nordens. Im Jahre 1947 erklärt die amerikanische Militärregierung das Stadt- und Landgebiet Bremens sowie den Stadtkreis Wesermünde, einschließlich Bremerhaven, zu einem einzigen Verwaltungsgebiet. Im März desselben Jahres wird Wesermünde durch

den Bremer Senat in Bremerhaven umbenannt und Teil des Bundeslandes Bremen (Scheper 1979).



Abb. 11: Wegweiser der US-Armee im kriegszerstörten Bremerhaven, 1945

Den ökonomischen Neubeginn erschwert zunächst eine rigorose Beschränkung von Schiffsneubauten durch die Alliierten. Trotzdem fasst die monostrukturell ausgerichtete Hafenwirtschaft relativ schnell wieder Fuß: Passagierverkehr, Werften und Hochseefischerei samt Fischindustrie erreichen in den 50er- und 60er-Jahren noch einmal neue Höhen, wobei der Schiffbau als Leitsektor fungiert. Parallel dazu wächst die Einwohnerzahl Bremerhavens zwischen 1946 und 1961 von rund 99.000 auf knapp 142.000, die Zahl der Beschäftigten steigt von etwa 42.000 im Jahr 1950 auf 57.000 im Jahr 1961, also um 36 Prozent (vgl. Strohmeier 1992, 187). 1968 erreicht die Bevölkerungszahl mit knapp 150.000 ihren historischen Höchststand.

Erneut ist es eine temporäre anwesende Bevölkerungsgruppe, die die Stadt in den Nachkriegsjahrzehnten entscheidend prägt: Bis zu 2.400 US-Soldaten sind mit ihren Familien in Bremerhaven stationiert. Zudem gelangen über den Hafen jährlich circa 120.000 GIs und weitere 60.000 Angehörige nach Deutschland (vgl. Strohmeier 1992), darunter 1958 auch Elvis Presley. Signifikant ist der Einfluss der Amerikanischen Besatzungskräfte auf die lokale Ökonomie: 1.400 Arbeitnehmer sind in der Verwaltung und in sonstigen Einrichtungen des US-Militärs beschäftigt, hinzu kommen

Aufträge an Handwerks- und Dienstleistungsbetriebe im Wert von bis zu 30 Millionen Mark pro Jahr (vgl. Berking/Schwenk 2011, 115).

1958 wird der Stadtplaner und Architekt Ernst May beauftragt, einen Flächennutzungsplan für das beinahe komplett zerstörte Zentrum zu erstellen; es entsteht eine vollkommen neue Innenstadt. Darüber hinaus werden in den 50er-, 60er- und 70er-Jahren in Stadtrandlagen mehrere städtebauliche Großprojekte realisiert: etwa die Siedlung „Grünhöfe“ für rund 10.000 Bewohner und die für 12.000 Menschen geplante Siedlung „Leherheide West“, um nur die beiden wichtigsten zu nennen. Zum einen soll dadurch die kriegsbedingte Wohnungsnot behoben werden, die durch Flüchtlinge und Vertriebene zusätzlich verschärft wird. Zum anderen kommen im Zuge von Anwerbungskampagnen, mit denen dem Arbeitskräftemangel im Schiffbau und in der Fischverarbeitung begegnet werden soll, zahlreiche „Gastarbeiter“ aus Spanien, Portugal und Jugoslawien nach Bremerhaven (vgl. Strohmeier 1992).



Abb. 12: Ein Schiff des Norddeutschen Lloyd an der Columbuskaje, 1950er-Jahre

4.1.4 Ökonomischer Strukturwandel und Arbeitsplatzabbau

Auf die kurze ökonomische und demographische Expansionsphase in den 1950er- und 60er-Jahren folgt ab den 70er-Jahren eine lange Phase des Niedergangs: 1971 stellt zunächst der Norddeutsche Lloyd (nach der

Fusion mit der Hamburger HAPAG zur Hapag-Lloyd AG) den transatlantischen Linienverkehr ein. Zwar hatte mit der zunehmenden Verfügbarkeit von Flugverbindungen die Bedeutung des Passagierverkehrs bereits seit Längerem kontinuierlich abgenommen und war Mitte der 60er-Jahre gar regelrecht eingebrochen (vgl. Strohmeier 1992); dennoch bedeutet der völlige Verlust der maritimen Anbindung einen herben Schlag für Bremerhaven: Schließlich hatte das Ein- und Auslaufen der Ozeanriesen einen immer wiederkehrenden Höhepunkt im städtischen Leben dargestellt, es hatte – wenn auch immer nur für kurze Zeit – Tausende von Reisenden und Auswanderern in die Stadt gebracht und diese dadurch fest im geographischen Gedächtnis Deutschlands, ja ganz Europas verankert.

Mit der Öffnung zum Weltmarkt und wachsender Konkurrenz vor allem aus Asien gerät in den 70er-Jahren auch die Werftindustrie in eine schwere Krise: Zwischen 1975 und 1982 sinkt die Zahl der Angestellten um 30 Prozent, bis 1988 nicht einmal mehr 5.000 Menschen in dieser für die Stadt lange Zeit wichtigsten Branche beschäftigt sind (vgl. Strohmeier 1992, 203). Ehemals berühmte Institutionen und Namen wie „Rickmers“ verschwinden, und auch der für Bremerhaven einst so prägende Werftarbeiter wird durch das Schrumpfen der Schiffbauindustrie, verbunden mit höchster Spezialisierung, in seiner Bedeutung nach und nach praktisch vollständig marginalisiert.

Eine ähnliche Entwicklung durchläuft parallel dazu die Hochseefischerei, „die erste große und bis heute in ihrer Bedeutung nicht übertroffene originale Schöpfung aus dem Wirtschaftskreis des Unterwesergebietes“ (Bessell 1955, 94). Während in der unmittelbaren Nachkriegszeit dank Modernisierung der Fangflotte neue Anlandungsrekorde gefeiert werden konnten, zeichnet sich bereits in den 50er-Jahren eine Gefährdung der Fischbestände durch Überfischung ab. In der Folge verliert die deutsche Fischereiflotte immer mehr bewährte Fanggründe, die Zahl der direkt in der Hochseefischerei Beschäftigten nimmt im

Zuge dessen zwischen 1960 und 1990 von gut 3.000 auf weniger als ein Zehntel ab (vgl. Strohmeier 1992, 289). Anfang der 90er-Jahre schließlich verlässt überhaupt kein Trawler mehr die Stadt, die einst den größten Fischereihafen Europas beherbergt hatte. Ebenfalls zu dieser Zeit ziehen zudem die amerikanischen Streitkräfte aus Bremerhaven ab. Neben dem Einkommen der GIs, das bis dahin natürlich zu Teilen in die lokale Ökonomie geflossen war, gehen der Stadt damit auch die zivilen Arbeitsplätze verloren.

Nachdem die Arbeitslosigkeit bereits ab 1974 dauerhaft weit über dem BRD-Schnitt gelegen hatte, erreicht sie 1997 mit rund 21 Prozent ihren absoluten Höchstwert (vgl. Berking/Schwenk 2011). Inzwischen ist sie zwar deutlich gesunken, beträgt aber immer noch rund 14,8 Prozent (Juli 2013), was weit über dem bundesrepublikanischen Durchschnitt von 6,8 Prozent liegt und Bremerhaven unter

allen Städten in den ehemals westdeutschen Bundesländern einen negativen Spitzenrang einträgt (vgl. Bundesagentur für Arbeit 2013).

Eine (relative) Erfolgsgeschichte stellt in diesem Kontext der Ausbau des Containerhafens seit Beginn der 70er-Jahre dar: Die vier Terminals erstrecken sich mittlerweile über eine Fläche von drei Millionen Quadratmetern und die „Stromkaje“ (der Liege- und Entladeplatz für Frachtschiffe) besitzt die beeindruckende Länge von fünf Kilometern (vgl. Abb. 13). Gemessen am Umsatz ist Bremerhaven der neungrößte Überseehafen des Kontinents (Eurostat 2013). Politisch und wirtschaftlich schlägt sich diese geostrategische Bedeutung allerdings nicht entsprechend nieder, der Einfluss auf die Beschäftigungsbilanz bleibt eher gering. Denn mit Containerisierung, Computerisierung und Automatisierung erhöht sich zwar das Qualifikationsprofil des Hafearbeiters, der Bedarf an Arbeitskräften nimmt jedoch stetig ab.

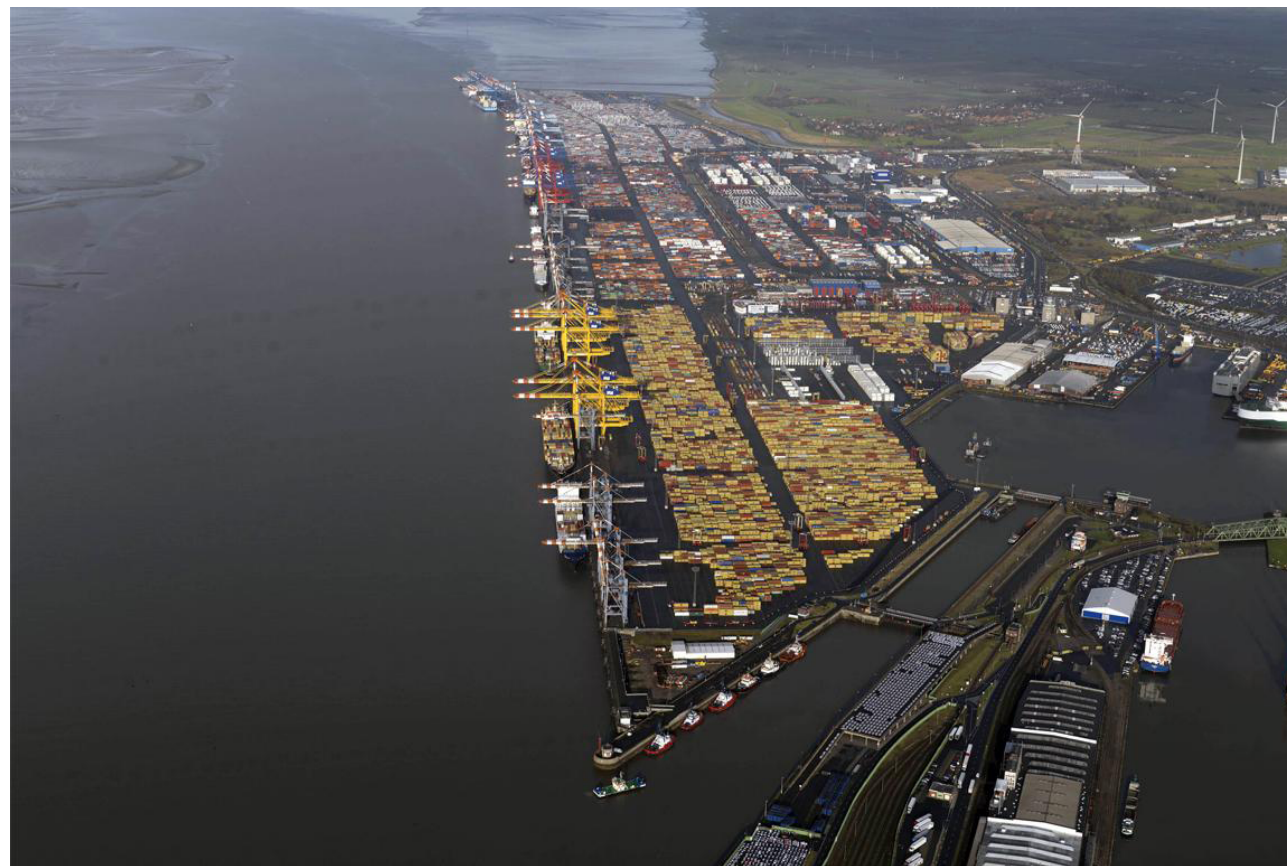


Abb. 13: Containerhafen (Stromkaje) und Kreuzfahrtterminal Bremerhaven

Ansatzweise kompensieren kann den Einbruch der arbeitsintensiven Alt-Industrien immerhin die Feinkost- und Nahrungsmittelproduktion, insbesondere die Fischindustrie, die inzwischen ausschließlich mit Importware versorgt wird. Daneben setzt Bremerhaven auch auf die zukunftssträchtige Branche der Lebensmitteltechnologie, von deren Förderung man sich Synergien mit der Produktion erhofft. Weitere wichtige Zweige der angestrebten neuen ökonomischen Struktur sind Forschungseinrichtungen wie das Alfred-Wegener-Institut für Polar- und Meeresforschung (AWI) sowie nicht zuletzt touristische Einrichtungen, auf die im Folgenden noch näher eingegangen wird.

4.1.5 Demographischer Wandel, Suburbanisierung und städtebaulicher Verfall

Dass Bremerhaven in den vergangenen Jahrzehnten wie kaum eine andere deutsche Stadt dem Prozess des ökonomischen Strukturwandels unterworfen war, spiegelt sich selbstverständlich auch in der Demographie sowie in siedlungsstrukturellen Entwicklungen wider. Wie bereits erwähnt, korrespondiert mit der ökonomischen Monostruktur bereits seit Gründung der Stadt eine ausgeprägte soziale Monostruktur, die sich vor allem durch die stark unterdurchschnittliche Repräsentanz „bürgerlicher Schichten“ auszeichnet. Seit den 70er-Jahren führt der Verlust Tausender (relativ gut bezahlter) Industriearbeitsplätze dazu, dass sich diese problematische, weil unausgewogene Bevölkerungszusammensetzung weiter verfestigt: Jüngere, qualifizierte und daher mobilere Menschen verlassen mit ihren Familien die Stadt, während Un- und Angelernte, Alte und Kranke sowie Aussiedler und andere Migranten zurückbleiben. Welche weitreichende kulturelle Folgen dieser durch den Zusammenbruch der ökonomischen Strukturen ausgelöste „menschliche Aderlass“ (Berking/Schwenk 2011, 229) hat, wird noch zu diskutieren sein (vgl. 4.2.2).

Sozial und ökonomisch sind die Konsequenzen dieser sozialräumlichen Segregation allemal verheerend. Dazu trägt insbesondere auch die Insellage der Stadt bei: Von Einkommen,

die von Pendlern in der Stadt erwirtschaftet werden, profitiert steuerlich nicht das Bundesland Bremen, sondern Niedersachsen. Dort, im Umland, konnten zahlreiche Gemeinden in den vergangenen Jahren Einwohnerzuwächse verzeichnen, die Nachfrage nach Einfamilienhaus-Baugrundstücken ist vielerorts hoch. In Bremerhaven dagegen, wo das Steueraufkommen – durch die Deindustrialisierungskrisen zusätzlich verschärft – gering ist, nehmen die von der Stadt zu erbringenden Transferleistungen proportional zur Gesamtbevölkerung betrachtet stetig zu.

In konkreten Zahlen ausgedrückt stellt sich die negative Bevölkerungsentwicklung so dar: Während Bremerhaven 1960 noch gut 141.000 Einwohner hatte, waren es 2010 nur noch 113.840. Dies bedeutet einen Rückgang von knapp 20 Prozent oder rund 27.000 Menschen innerhalb der vergangenen 50 Jahre. Besonders dramatisch verlief der Prozess der Abwanderung zwischen 1996 und 2010: Allein in dieser kurzen Zeit verlor die Stadt 15.104 Menschen oder zwölf Prozent ihrer Einwohner (Statistisches Landesamt Bremen 2010). Wie es scheint, hat sich diese Tendenz in den letzten Jahren allerdings (vorübergehend) etwas abgeschwächt: Die jährlichen Einwohnerverluste fallen nicht mehr ganz so hoch aus.

Dazu trägt neben der Ausweisung von EFH-Gebieten ganz offenbar eine generelle „Rückwendung zur Stadt“ (Berking/Schwenk 2011, 35) bei. Dieses Phänomen der Reurbanisierung, das in vielen Großstädten zu beobachten ist, findet in Bremerhaven – wie auch in anderen Hafenstädten – unter dem Vorzeichen von „waterfront redevelopment“-Strategien statt. Auf diese für die Stadt noch recht neue Entwicklung wird ausführlich im folgenden Kapitel (4.2.1) eingegangen.

Zuvor sollen einige wesentliche Informationen zum Immobilienbestand diesen historischen Überblick abrunden: Drei Viertel der Bremerhavener Gebäude entstanden in der Nachkriegszeit, darunter 64 Prozent in den Jahren zwischen 1949 und 1978; lediglich ein Viertel der Immobilien wurde vor dem Zweiten Welt-



Abb. 14: „Schrottimobilie“ in der Goethestraße

krieg errichtet (GEWOS 2004). Die meisten davon finden sich im Stadtteil Lehe – einst eine selbständige Arbeiterwohnstadt, die nach der Jahrhundertwende explosionsartig gewachsen war. Trotz seiner äußerst zentralen stadträumlich Lage und der im Grunde attraktiven Gründerzeitbebauung (die sich vor allem im Ortsteil Lehe-Goethestraße konzentriert) hat dieser Stadtteil seit Jahren mit enormen sozialen und städtebaulichen Problemen zu kämpfen: Zunächst einmal führte der gesamtstädtische Bevölkerungsrückgang, der sich hier besonders stark auswirkte, zu einer extrem hohen Leerstandsquote. Diese wiederum hatte zur Folge, dass die meisten Quartiere (weiter) an Attraktivität einbüßten. Zurück blieben sozial schwache Bevölkerungsgruppen, deren Konzentration durch den Zuzug ähnlicher Personenkreise allenfalls weiter zunahm: Die sozialräumliche Segregation verfestigte sich. Zusätzlich beschleunigt wurde diese Ab-

wärtsspirale durch den massiven Verfall vieler Gebäude, deren Sanierung angesichts der niedrigen Miethöhe nicht mehr refinanzierbar war. Eine entscheidende Rolle spielten dabei auch Fehlspekulationen sowie der massenhafte Betrug an privaten Kleininvestoren aus ganz Deutschland, der zeitweise sogar in einigen bundesweiten Medien unter dem Stichwort „Schrottimobilien“ thematisiert wurde (vgl. z.B. Die Zeit 2011). Inzwischen muss eine wachsende Anzahl dieser Gebäude wegen Einsturzgefahr abgerissen werden, so dass die einstmals geschlossene gründerzeitliche Blockrandbebauung immer mehr Lücken bekommt.

4.2 Der „Bildraum“ Bremerhaven

4.2.1 Physische Gestalt: Geringe historische Substanz, schwer lesbare Strukturen und neue Landmarken

Das physische Bild der Stadt Bremerhaven lässt sich auf mehreren Ebenen untersuchen:

- Auf der Ebene der Gesamtstadt (**Makroebene**),
- auf der Ebene bestimmter Stadträume (**intermediäre Ebene**),
- auf der Ebene einzelner Gebäude (**Mikroebene**).

Um mit der größten Maßstabsebene zu beginnen: Bremerhaven besitzt eine stark **fragmentierte, polyzentrische Siedlungsstruktur**. Erfassen lässt sich dies mithilfe von Medien, die einen Überblick über die Gesamtstadt ermöglichen, also Karten, Plänen und Luftbildern. Diese stehen heute in digitaler Form immer und überall zur Verfügung, weshalb man vermuten darf, dass sie den Bilddiskurs deutlich stärker beeinflussen als im analogen Zeitalter. Viele der Ursachen für die heutige uneinheitliche Struktur sind stadtspezifisch, liegen also in der geschichtlichen Entwicklung Bremerhavens begründet; Ande-

res wiederum ergibt sich aus dem Typus der modernen „Hafenstadt“.

Zunächst zu den spezifischen Gründen: Wie bereits dargestellt, wurde die Stadt verhältnismäßig spät gegründet. Zu einer Zeit, als schon längst keine Stadtmauern und Befestigungsanlagen mehr errichtet, sondern im Gegenteil fast überall geschleift wurden. Es fehlt also ein „Ring“, der die einstigen Stadtgrenzen markiert (vgl. Abb. 15 und 16). Hinzu kommt: Bremerhaven entstand durch die sukzessive, teilweise zwangsweise Vereinigung mehrerer Städte, die ursprünglich geografisch und administrativ voneinander getrennt waren. Zwar findet sich Ähnliches auch anderswo häufig. Doch im Unterschied zum Normalfall, dass kleinere Städte in eine deutlich größere, dominierende eingemeindet werden, setzt sich Bremerhaven aus drei einstmals etwa gleich großen und einwohnerstarken Orten zusammen: aus (Alt-)Bremerhaven, Geestemünde sowie der Arbeiterwohnstadt Lehe.

All dies erklärt, weshalb Bremerhaven kein deutlich ausgeprägtes, klar abzugrenzendes und auf den ersten Blick erkennbares, urban verdichtetes Zentrum besitzt, wie es dem Ideal der „europäischen Stadt“ entspricht – nach Möglichkeit gar noch mit Resten mittelalterlicher Bebauung. Für den Betrachter bedeutet dies, dass seine Erwartungen enttäuscht werden: Jenes Bild von „Stadt“, das unwillkürlich unsere Vorstellung prägt und tief verwurzelt



Abb. 15: Bremerhaven 1910

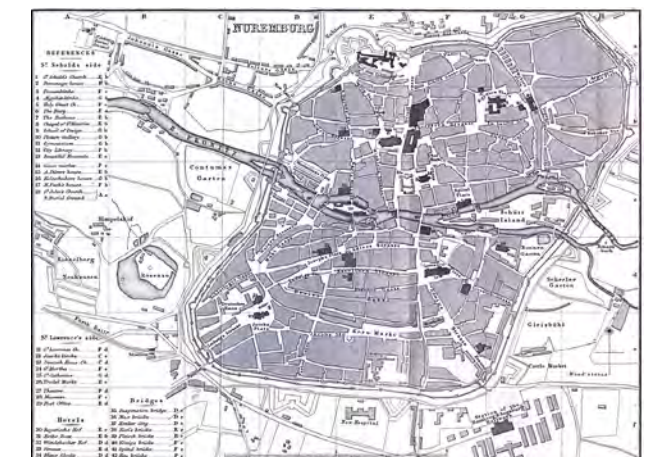


Abb. 16: Nürnberg 1858

ist, suchen wir in Bremerhaven vergeblich. Andererseits besitzt die Stadt natürlich eine geografische Mitte – die zufällig sogar das ehemalige (Alt-)Bremerhaven bildet. Diese Mitte allerdings kann die ihr zufallende Funktion nur sehr begrenzt ausfüllen.

Sucht man nach dem Grund dafür, kommt ein allgemeiner, typbedingter Faktor ins Spiel: Bremerhaven ist eine **Hafenstadt**. Dieser Typus von Stadt zeichnet sich generell dadurch aus, dass er über eine spezifische, räumlich wirksame Infrastruktur verfügt, also Kaianlagen, ausgedehnte Lagerflächen, exterritoriale Gebiete und Grenzen, Anschlüsse an diverse Transportsysteme etc. Vor allem jedoch sind Hafenstädte als transitorische „Gateway-Cities“ immer „exzentrisch auf eine Richtung hin ausgelegt“ (Berkling/Schwenk 2011, 30). Das heißt, nicht nur ihr Blick, ihre Ökonomie, ihr Denken, sondern auch ihre Gestalt ist im Wesentlichen nach außen gerichtet. Solange der Hafen, der das Außen morphologisch repräsentiert, noch in die Stadt integriert ist, stellt diese einseitige räumliche Orientierung kein Problem dar. Indem sich jedoch die Häfen mit zunehmendem Platzbedarf immer weiter vom Zentrum entfernen, bleibt in der ehemaligen Mitte einer Stadt eine räumliche Leerstelle in Form von überflüssig gewordener Infrastruktur und Brachflächen zurück.

Im Falle von (Alt-)Bremerhaven, das ja primär immer Passagierhafen war, stellt die entscheidende Zäsur das Ende des transatlantischen Fährverkehrs dar. Wie die – ursprünglich rein als Hafen konzipierte – Stadt mit dieser Situation einer „leeren Mitte“ umgeht, wird im Folgenden noch ausführlich zur Sprache kommen. Zuvor allerdings soll hier ein weiteres Phänomen beleuchtet werden, das das gesamtstädtische Bild Bremerhavens ganz wesentlich bestimmt: der „urban sprawl“. Die damit charakterisierte Siedlungsstruktur zeichnet sich unter anderem aus durch verhältnismäßig geringe Verdichtung, durch weite, auf den Individualverkehr ausgerichtete Straßenräume sowie heterogene Bebauung und Nutzung. In Bremerhaven findet sich diese Form der Siedlungsentwicklung, für die Thomas

Sieverts den Begriff „**Zwischenstadt**“ geprägt hat (vgl. Sieverts 1999), nicht nur in peripheren, suburbanen Stadträumen, sondern auch in relativ zentralen, innenstadtnahen Bereichen (vgl. Abb. 17). Ursache hierfür ist wiederum die Existenz ehemals unabhängiger, geografisch weit auseinanderliegender Wachstumspole, die nach und nach, ohne übergreifende Planung zu einem Stadtraum zusammenwachsen. Für das „Bild der Stadt“ bedeutet dies: Da Stadt mit verdichteten Strukturen assoziiert wird, ist Bremerhaven an vielen Stellen keine „richtige“ Stadt.



Abb. 17: „Zwischenstadt“ Bremerhaven-Lehe

Wie bereits erwähnt, ging damit die Entwicklung der verbindenden Hauptverkehrswege zu stadträumlich bedeutenden **Entwicklungsachsen** einher. Die Konsequenz daraus zeigt sich bis heute: Während die einzelnen Stadtteile, die ehemaligen Arbeiter(wohn)städte, kaum eigene Zentren ausgebildet haben, bestimmen die Straßen das physische Bild der Stadt. Je nach ihrer Größe und abhängig von der Verkehrsmittelwahl des Betrachters werden sie als „paths“ oder aber als „borders“ im Sinne Lynchs wahrgenommen (vgl. Abb. 18 und 19).

Um die Maßstabsebene weiter zu verkleinern, bietet sich zuallererst natürlich die **Stadtmitte** an. Hier – auf dem Markt-, dem Rathaus- oder dem Kirchplatz, auf der als Fußgängerzone gestalteten „Einkaufsmeile“ – vermittelt eine Stadt Orientierung, hier stellt sie sich dar, hier



Abb. 18: Hafenstraße: Zentrale Einkaufsstraße im Stadtteil Lehe und Verbindung zum Stadtzentrum

zeigt sie, wer sie ist. Im Falle von Bremerhaven gilt dies allerdings nur sehr beschränkt: Wie so viele Zentren deutscher Städte, die im Zweiten Weltkrieg nahezu komplett zerstört und anschließend (notwendigerweise!) rasch und meist relativ kostengünstig wieder aufgebaut wurden, wirkt auch die Bremerhavener Innenstadt ziemlich gesichtslos und austauschbar (vgl. Abb. 20). Es dominiert die wenig prägnante, zweckmäßige Architektur der 50er-Jahre, Gebäude aus der Vorkriegszeit hingegen existieren so gut wie überhaupt nicht mehr. Das kulturelle Gedächtnis in Form historischer Bausubstanz ist dank der „zweifachen Zerstörung“ aus flächendeckenden Bombardements und einer rigiden Wiederaufbauplanung fast vollkommen ausgelöscht.



Abb. 20: Fußgängerzone Bürgermeister-Smidt-Straße („Bürger“)



Abb. 19: B6 - Stresemannstraße

Der „identitätsverbürgende(...) Kern im Meer urbaner Kontingenzen“ (Berkling/Schwenk 2011, 219) muss also anderswo zu finden sein. Potentiell anbieten würde sich der Ortsteil Lehe-Goethestraße, der dank seiner weitgehend geschlossen, gründerzeitlichen Blockrandbebauung in Bremerhaven eine absolute Sonderstellung einnimmt. Zwei Probleme stehen dem jedoch entgegen, ein situationsbedingtes und ein grundsätzliches: Zum einen leidet gerade dieses Viertel, wie schon erwähnt, dank massiver sozialer und baulicher Schwierigkeiten, unter einem äußerst negativen Image. Zum anderen ist es fraglich, ob ein einzelnes Quartier – zumal in einer Stadt, die sich aus teilweise weit voneinander entfernten Teilorten zusammensetzt – als Kristallisationspunkt für die Identitätsstiftung überhaupt taugt.

Damit rückt schließlich ein anderer städtischer Teilraum in den Fokus: die oben bereits angesprochene „**leere Mitte**“, das ehemalige Hafenareal (vgl. Abb. 22 und 23). Hier verfolgt die Stadt die Strategie, das Bild Bremerhavens dauerhaft zu verändern – nicht allein das physisch-bauliche, sondern insbesondere auch das symbolisch-mentale sowie das mediale. Mit einer kurzen Analyse der „Bausteine“, die dabei eingesetzt werden, erreichen wir zuletzt auch die kleinste Maßstabsebene, die Mikroebene der Einzelgebäude.



Abb. 21: Bremerhaven in der Gesamtschau

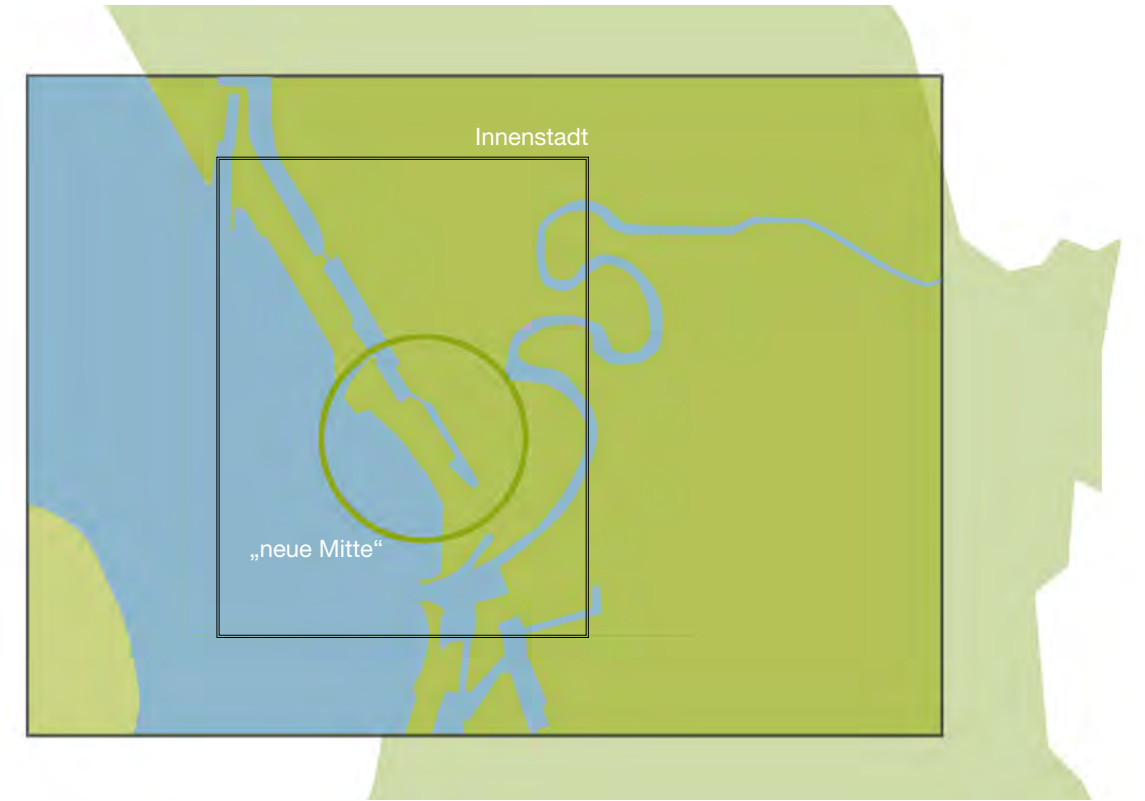


Abb. 22: Die erweiterte Innenstadt



Abb. 23: Die „neue Mitte“

Den ersten „Baustein“ bildet das von Hans Scharoun entworfene **Deutsche Schifffahrtsmuseum**, das 1975 eröffnet wurde, vier Jahre also, nachdem der Norddeutsche Lloyd seine Transatlantiklinie eingestellt hatte. Dieses Gebäude zeigt noch die klare architektonische Formensprache der Klassischen Moderne und folgt weitgehend ihrer Devise des „form follows function“. Das zwei Jahre später, 1977, fertiggestellte **Columbus Center** hingegen folgt bereits einer anderen Bildstrategie: Die drei Häuserblocks – bis zu 25 Stockwerke hoch und durch ein Sockelgeschoss miteinander verbunden – evozieren in Form und Anordnung eindeutig die Schornsteine eines Ozeandampfers. Gemeinsam bilden sie ein ikonisches Bauwerk, das jenen „Überschuss an Bedeutung“ (Altrock u.a. 2010, 7) aufweist, der für einen symbolischen Ort konstitutiv ist. Ob diese drei Kolosse, die fortan die Silhouette Bremerhavens dominieren, jedoch auch einen echten Mehrwert für die Stadt mit sich bringen, darf bezweifelt werden: Einerseits erhöhen sie zwar auf symbolischer Ebene ihre „Sichtbarkeit“, doch andererseits blockieren sie die Sichtachse zwischen Innenstadt und Hafen und erschweren zudem den Zugang zum Wasser (vgl. Abb. 24). Außerdem bricht das Columbus Center mit der traditionell kleingliedrigen Bebauung (Alt-)Bremerhavens und stellt die Stadtmitte buchstäblich wie tatsächlich in den Schatten (vgl. Abb. 25).



Abb. 24: Columbus Center und B212 Barkhausenstraße

Weitaus gelungener erscheint demgegenüber der nächste „Baustein“ der städtischen Bildstrategie, das Gebäude des **Alfred-Wegener-**

Instituts für Polar- und Meeresforschung aus dem Jahr 1986 (Abb. 26). Wieder wird hier die Schiffsmetaphorik aufgegriffen – ein bulliger „Bug“, eine „Kommandobrücke“ und auf dem Dach drei Schornsteine –, doch beweist die Umsetzung wesentlich mehr Gespür für den umgebenden Stadtraum als dies beim Columbus Center der Fall ist: Dank seiner Lage an einer weiträumigen Kreuzung, die auch die Betrachtung aus der Distanz ermöglicht, erweckt dieses signature building tatsächlich den Eindruck eines Dampfers, der durch die Stadt pflügt.

Um die Jahrtausendwende herum schließlich beginnt Bremerhaven seinen Kampf gegen das „Trauma der leeren Mitte“ (Berking/Schwenk 2011, 58) endgültig zu forcieren: Sukzessive nimmt in den Folgejahren das Projekt **„Havenwelten“** Gestalt an. Auf dem Gelände des Alten und Neuen Hafens – einer Brache von 40 Hektar, die zuvor überwiegend als Parkplatz diente – entstehen nacheinander das Deutsche Auswandererhaus, das „Mediterraneo“, das Atlantic Hotel Sail City und das Klimahaus 8 Grad Ost. Hinzu kommt die sogenannte **Hafenpassage**, die die städtebauliche Verbindung zwischen Innenstadt und Weser wiederherstellt, welche das Columbus Center einst gekappt hatte (vgl. Abb. 25). Finanziert wird dieses ehrgeizige, 450 Mio. Euro teure waterfront redevelopment project aus Mitteln von Stadt, Land und EU, hinzu kommen umfangreiche Investitionen privater Unternehmen.

Das **Deutsche Auswandererhaus** (Abb. 28) erinnert mit seiner expressiven architektonischen Zeichensprache konsequenterweise an jene historischen Großsegler, mit denen die frühen Emigranten über Bremerhaven den Kontinent verließen. Neben den stilisierten Segeln trägt zu diesem Effekt vor allem die an Schiffsplanken erinnernde Holzverkleidung aus sägerauen Brettern bei, die mit der Zeit allmählich verwittern soll. Das **Klimahaus 8 Grad Ost** dagegen oszilliert in seiner bildlichen Aussage irgendwo zwischen einer Wolke und – wiederum – dem Rumpf eines Schiffs, dessen glänzende Außenhaut aus Stahl und Glas von Weitem an Fischschuppen denken lässt

(vgl. Abb. 29). Mit dem benachbarten **Atlantic Hotel Sail City** bildet es ein Ensemble, das aus der Ferne zu einem einzigen, von Wasserflächen umgebenen Komplex verschmilzt. Das Hotel nimmt in diesem Zusammenhang die Gestalt eines Mastes mit gehisstem Segel



Abb. 25: Maßstabsversprung: Historisches Gebäude vor dem Columbus Center



Abb. 26: Alfred-Wegener-Institut

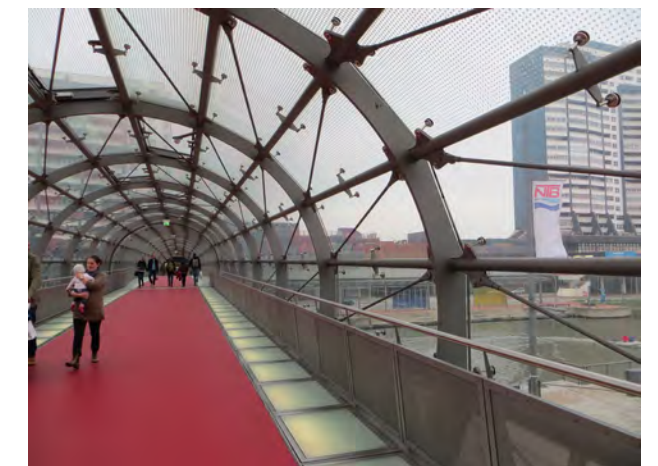


Abb. 27: „Hafenpassage“: Anbindung des Alten und Neuen Hafens an die Innenstadt



Abb. 28: Auswandererhaus



Abb. 29: Atlantic Hotel Sail City, Klimahaus und Hafenpassage



Abb. 30: Atlantic Hotel Sail City



Abb. 31: Hotel Burj al Arab, Dubai

an und erinnert dabei stark an das Luxushotel Burj al Arab, eines der signature buildings Dubais (vgl. Abb. 30 und 31). Mit 147 Metern ist es das höchste Gebäude der Stadt und lässt den 1854 an der Einfahrt zum Neuen Hafen errichteten Leuchtturm (Abb. 32) im Vergleich winzig erscheinen. Einst eines der Wahrzeichen Bremerhavens, wurde dieses Baudenkmal aus rotem Backstein in seiner Funktion längst von Atlantic Hotel Sail City und Klimahaus abgelöst, wie im Folgenden (Kapitel 4.2.3) nachgewiesen werden soll.

Eine Sonderstellung innerhalb der „Havenwelten“ nimmt das „Mediterraneo“ ein: Diese im Stil des Mittelmeerraumes gestaltete Einkaufspassage, reiht sich als einziges Gebäude nicht in die ansonsten vorherrschende Schiffsmetaphorik ein. Architektonisch und stilistisch betrachtet sind die engen Gassen und Arkaden, die sich über rund 9.000 Quadratmeter erstrecken (vgl. Abb. 33), natürlich in höchstem Maße fragwürdig. Beim breiten Shoppingpublikum hingegen erfreut sich diese Mall dank der (klischeehaften) Verkörperung eines „leichten“, mediterranen Lebensstils



Abb. 32: Alter oder Großer Leuchtturm



Abb. 33: Das „Mediterraneo“: Toskana in Bremerhaven

großer Beliebtheit – ein angesichts der städtebaulichen, sozialen und meteorologischen Realitäten vielleicht sogar nachvollziehbarer Eskapismus.

In hohem Maße authentisch sind dagegen die zahlreichen, teilweise **historischen Infrastruktureinrichtungen** (vgl. z.B. Abb. 34): Schleusen und Brücken beispielsweise stehen für eine Zeit, als der Hafen noch mitten in der Stadt verortet war und das wirtschaftliche wie kulturelle Zentrum Bremerhavens bildete.



Abb. 34: Klappbrücke zwischen Altem und Neuem Hafen

Ebenfalls in die Kategorie technische Infrastruktur fällt der 1965 errichtete Funkturm, der aufgrund seiner Höhe von über 100 Metern ein prägendes Element innerhalb der städtischen Silhouette darstellt (vgl. Abb. 35). Eine andere wichtige Landmarke hingegen wird aus den meisten Blickwinkeln durch die massigen Türme des Columbus Centers verdeckt oder zumindest in ihrer Wirkung weitgehend marginalisiert: die neogotische Bürgermeister-Smidt-Gedächtniskirche, die im Volksmund auch unter dem schlichten Namen „Große Kirche“ firmiert.



Abb. 35: Stadtsilhouette mit Atlantic Hotel, Klimahaus, Mediterraneo, Columbus Center und Funkturm

Beispiel Bremerhaven

Exkurs: Das Stadtarchiv Bremerhaven

Wie bereits unter 2.4 erwähnt, dienen als Quellen bzw. Speicher des kulturellen Gedächtnis einer Gesellschaft auch Museen und Archive. Über die Möglichkeit der individuellen Aneignung bestimmt dabei ganz wesentlich ein Kriterium: Art und Umfang der Zugänglichkeit dieser Institutionen. Das Stadtarchiv Bremerhaven schneidet in dieser Hinsicht insgesamt relativ gut ab. Allerdings sind die Öffnungszeiten nicht allzu umfangreich und werden durch Urlaub sowie offenbar auch gelegentlichen Personalmangel weiter eingeschränkt. Im Internet bietet das Archiv einen Bilderservice (www.bildservice.bremerhaven.de), der nach einigem Suchen auch über einen Link auf der städtischen Website zu erreichen ist. Erstellt wurde das Angebot 2004 – und seither offenbar nicht grundlegend überarbeitet: Optik und Funktionalität entsprechen dem Stand von vor neun Jahren. Zudem wurde in dieser Zeit erst ein kleiner Teil der umfangreichen Bestände digitalisiert: weniger als 450 Bilder (Stand: Mai 2013), also rund eines pro Woche. Die bereits vorhandenen Fotos ermöglichen im Prinzip einen guten Einblick in die bewegte Geschichte Bremerhavens. Entscheidend getrübt wird der Eindruck allerdings durch Art und Qualität der Präsentation: Zum einen sind alle Bilder mit einem massiven Wasserzeichen versehen (s. Abb. 36), zum anderen

lassen sie sich nur in geringer Größe betrachten. Hintergrund dieser Einschränkung dürfte eine weitere geplante Servicefunktion der Website sein: „Ein Online-Bezug der verwalteten Bilddokumente wird im Rahmen einer späteren Projektphase möglich sein“ (Bildservice Bremerhaven 2013) – eine Intention, die seither, also seit 2004, nicht realisiert wurde. Ein weiteres Manko ist, dass die Fotos nicht georeferenziert sind, das heißt, dass sie nicht geografisch verortet und mit einer Karte verknüpft werden können. Lediglich eine Sortierung nach Straßennamen ist möglich. Alles in allem nutzt also das Stadtarchiv Bremerhaven mit seinem digitalen Angebot die aktuellen technischen Möglichkeiten nur unzureichend aus.



Abb. 36: Beispielbild von der Website www.bildservice.bremerhaven.de

4.2.2 Mentale Vorstellungen: Potentieller „Bilderreichtum“, aber Mangel an Identifikationsangeboten

Welche methodischen Schwierigkeiten sich bei der Analyse mentaler Vorstellungen über eine Stadt ergeben, wurde bereits in der Einleitung (Kapitel 1.3) reflektiert. Als tragfähigstes und ergiebigstes Vorgehen wurde in diesem Zusammenhang die Anwendung theoretischer

Überlegungen (Kapitel 2) auf das konkrete Beispiel Bremerhaven angesehen. Dabei geht es nicht darum, die mentale Dimension des Bildraums Bremerhaven systematisch darzustellen. Ziel ist es vielmehr, sich diesem Komplex durch die kritische Betrachtung einiger Beispiele anzunähern. Erörtert werden sollen Fragen wie: Worin besteht das „Imaginäre“, das spezifisch Eigene dieser Stadt? Welche Bilder bietet sie an? Gibt es ein ausreichendes

Maß an Identifikationsmöglichkeiten, auf denen sich ein ausgeprägtes, selbstbewusstes Binnenimage aufbauen lässt? Besitzt die Stadt eine starke Identität, die wiederum die Basis darstellt für ein positives Fremdbild? Wo besitzt Bremerhaven eventuell ungenutztes Potential? Wird das kollektive Gedächtnis optimal gepflegt?

Zunächst muss – wie schon bei der baulichen Gestalt – unterschieden werden zwischen spezifischen und typbedingten Faktoren, die das immaterielle, gedankliche Bild der Stadt beeinflussen: Letztere hängen wiederum mit der Tatsache zusammen, dass es sich bei Bremerhaven um eine moderne Hafenstadt handelt. Wie bereits Max Weber erkannte, bestimmt die dominante Form der städtischen Ökonomie nicht nur ihre räumlich-physische Erscheinung, sondern auch ihren „Charakter“, ihre Atmosphäre, ihre kulturellen Eigenarten und Dispositionen (vgl. Weber 1925, 513 ff.). Für die **Hafenstadt** prägend ist dabei unter anderem die ständige Anwesenheit von Fremden aus verschiedenen Ländern, was sich meist in einem hohen Maß an Toleranz und Weltoffenheit niederschlägt. Wie bereits erwähnt, gehen mit transitorischen Gesellschaften andererseits aber häufig auch etwas rauere Umgangsformen sowie ein gelegentlich fragwürdiges Geschäftsgebaren einher. All dies fließt in das Imaginäre und damit in das Selbstbild einer Hafenstadt ein.

Mit der sukzessiven räumlichen Trennung von Hafen und Stadt (vgl. z.B. Abb. 37), insbesondere mit der zunehmenden Containerisierung



Abb. 37: Containerhafen „auf der grünen Wiese“

der Hafenwirtschaft, verschieben sich allerdings die Gewichtungen deutlich: Berufsgruppen, die einst ganz wesentlich die städtische Atmosphäre bestimmten, also Seeleute und Matrosen, Schauerer und andere Hafenarbeiter, verschwinden aus der Stadt – und damit nach und nach auch immer mehr aus dem kollektiven Gedächtnis. Es sei denn, die mit dieser Kultur verbundenen Sinnhorizonte werden durch das Erzählen von Geschichten und die Pflege von Traditionen bewusst wachgehalten. Entscheidend ist in diesem Kontext auch, dass für die funktionslos gewordene Infrastruktur neue Nutzungen gefunden werden, die die maritime Kultur auf authentische, nicht-„disneyfizierte“ Weise aufgreifen.

Recht gut gelungen ist dies Bremerhaven mit dem „Schaufenster Fischereihafen“ in Geestemünde, das die Epoche der Hochseefischerei in Form von Fischrestaurants und Geschäften für den (touristischen) Seemannsbedarf konserviert (vgl. Abb. 38 und 39).



Abb. 38: Fischereihafen Geestemünde, 1904



Abb. 39: „Schaufenster Fischereihafen“, 2013

Auf der Ebene der **Einzelgebäude** fällt die Bilanz gemischt aus: Einerseits stellen sämtliche neu entstandenen Gebäude eine klare Assoziation zu Meer und Seefahrt her und fungieren unzweifelhaft als symbolische Orte. Andererseits aber stehen jenen Einrichtungen, die sich architektonisch wie ideell auf den konkreten Ort beziehen (Auswandererhaus, Schifffahrtsmuseum, Alfred-Wegener-Institut) andere gegenüber, die ihre Umgebung nur als Kulisse benutzen, vor der sie sich selbst inszenieren (Hotel Atlantic Sail City, Klimahaus, Columbus Center). Darin kommt entweder mangelndes Vertrauen auf die Kraft des spektakulären Naturraumes Wesermündung zum Ausdruck (Hotel Atlantic Sail City, Klimahaus) oder aber fehlende Sensibilität gegenüber stadträumlichen Dimensionen und Bezügen (Columbus Center). Ebenso wenig suchen sie die Verbindung zur Phase der industriellen Nutzung des Areals, auf dem sie errichtet wurden. Angesichts dieser unzureichenden Auseinandersetzung mit den geografischen und historischen Gegebenheiten wirken die Gebäude eher beliebig; sie ermöglichen dem Betrachter keine echte Aneignung des Ortes, keine Identifikation.

Regelrecht fatal ist die Wirkung des Columbus Centers – nicht nur, wie bereits diskutiert, auf städtebaulicher, sondern auch auf mentaler Ebene: Die Tatsache, dass es den einstigen Hafen, die heutigen „Havenwelten“, vom Stadtzentrum separiert, hat zur Folge, dass dieses städtische Areal weniger als ein vollwertiger Teil Bremerhavens wahrgenommen wird, als vielmehr als eine Art „exterritoriales Gebiet“. Die positiven Imageeffekte die die weithin beachteten neuen „Hotspots“ mit sich bringen, werden von (Tages-)Touristen folglich kaum assoziativ mit der Stadt verknüpft, sondern primär den jeweiligen Einrichtungen selbst gutgeschrieben, wie unsystematische Beobachtungen zeigen. Entscheidend verstärkt wird die mentale Diskrepanz zwischen der (Innen-)Stadt und den „Havenwelten“ allerdings noch durch etwas Weiteres: Zu un-

terschiedlich sind diese beiden Sphären und vor allem: Zu unvermittelt stehen sie einander gegenüber. Die Verbindung zwischen dem, was einst war (d.h. dem Auswandererhafen als Ursprung und Zentrum der Stadt) und dem, was nun ist (d.h. der touristischen Nutzung) erschließt sich dem unbedarften Betrachter nicht. Darin liegt die tiefere Ursache für die beschriebene problematische Wahrnehmung durch externe Besucher. Darüber hinaus erschwert es aber auch der lokalen Bevölkerung die Möglichkeit der Identifikation mit der ehemaligen, zwischenzeitlich leeren und nun intendierten neuen „Mitte“ ihrer Stadt. Identität braucht, über alle Brüche der Stadtentwicklung hinweg, ein Element der Kontinuität.

Auf das Außenimage Bremerhavens soll im folgenden Kapitel, im Rahmen der medialen Darstellung, noch dezidiert eingegangen werden. Bei der Frage nach den mentalen Bildern, die die Stadt generiert, bleibt der Fokus dagegen auf dem Imaginären, also dem „Gewebe“ aus lokalen Traditionen, Festen, Erinnerungsorten, Geschichten und Eigenheiten. Was etwa Bremerhaven von anderen Städten unterscheidet, die typologisch ebenfalls in die Kategorie „Hafenstadt“ eingeordnet werden, ist seine spezifische, „unausgewogene“ **Sozialstruktur**: Da Kaufleute, Händler, Reeder, Makler sowie lange Zeit auch Verwaltung und Politik in der „Mutterstadt“ Bremen gehalten wurden, konnte sich in Bremerhaven kaum Bürgertum, geschweige denn Besitzbürgertum, ausbilden.

Wie Berking und Schwenk hervorheben, beeinflusste dies nicht nur die ökonomische, sondern auch die kulturelle Entwicklung der Stadt nachhaltig: „Die Bildung lokaler Eliten muss[te] auf die stilprägende Kraft des Bürgertums gänzlich verzichten“ (Berking/Schwenk 2011, 84). Zwar wurde diese Leerstelle im Laufe der Zeit teilweise gefüllt: Dank Schulen, Gerichten und Ämtern sowie gezielt angesiedelten privaten und universitären Forschungseinrichtungen und Dienstleistungsbetrieben existiert heute durchaus eine bildungsbürgerliche Mittelschicht. Kulturell dominant bleibt dennoch die (inzwischen partiell arbeitslose) Arbeiterschaft: Deren Werte, deren Ethos und

Geschmack sind es, die das Selbstbild formen. Dass mit Seefahrt, Fischfang und Werftindustrie lange Zeit physisch besonders anspruchsvolle, „männliche“ Tätigkeitsbereiche die städtische Ökonomie dominierten, verleiht Bremerhaven einen dezidiert „maskulinen“ Charakter: klar, sachlich, „ehrlich“, direkt, rau, etwas spröde und emotional eher unterkühlt.

Trotz der erwähnten Veränderung der Sozialstruktur lässt sich beobachten, dass viele Beamte und in wissensbasierten Sektoren Beschäftigte – also überdurchschnittlich gut Verdienende – entweder aus dem Umland einpendeln oder in Bremen wohnen. Dieses Phänomen trägt unverkennbar zu einem problematischen städtischen **Binnenimage** bei: „Innen“ ist in der Tendenz immer mit „Unten“ konnotiert. In Bezug auf Bremen stellt diese Sichtweise ganz offenkundig eine Reproduktion und damit Verfestigung der historisch etablierten „Semantik der ‚Kolonie‘“ (Berking/Schwenk 2011, 228) dar – der ja durchaus eine tatsächliche politische und ökonomische Benachteiligung zugrunde liegt. Interessanterweise manifestiert sich dieses Unterlegenheits- bzw. Abhängigkeitsgefühl auch in einem der bekanntesten städtischen Denkmäler: Zentral platziert auf dem Theodor-Heuss-Platz steht der ehemalige Bremer Bürgermeister und Gründer Bremerhavens, Johann Smidt. Seine Figur, in Bronze gegossen, dient als wichtige Landmarke und gilt zudem auch als eines der Wahrzeichen der Stadt (vgl. Abb. 40).



Abb. 40: Bürgermeister-Smidt-Denkmal



Abb. 41: Columbus-Denkmal

Historische **Denkmäler** sind Teil des kulturellen Gedächtnisses einer Stadt. Darüber hinaus zeigen sie häufig an, welche Personen, Ereignisse oder Orte im jeweiligen kollektiven Gedächtnis von Bedeutung sind. Insofern ist es durchaus verwunderlich, vielleicht auch etwas unglücklich, dass eine weitere wichtige Statue im öffentlichen Raum Christoph Columbus darstellt (vgl. Abb. 41). Zugegebenermaßen besitzt Bremerhaven praktisch seit seiner Gründung eine außergewöhnlich enge Beziehung zu dem von ihm entdeckten Kontinent. Andererseits aber verfügt die Stadt über ihre eigene bedeutende Columbus-Tradition, die sich auch in der städtischen Namensgebung widerspiegelt: Columbuskaje“ und „Columbusbahnhof“, „Columbusstraße“ und „Columbus Center“ sind benannt nach dem ehemals weltberühmten Schnelldampfer „Columbus“ (vgl. Abb. 42, nächste Seite). Auf einer Bremerhavener Werft gebaut, galt sie lange als Flaggschiff des „Norddeutschen Lloyd“ und verkehrte ab 1924 im Liniendienst nach New York (vgl. Strohmeyer 1992). Diese für die Stadt so prägende geschichtliche Epoche wird durch die prominente Platzierung von Christoph Columbus klar überlagert, wenn nicht gar verdrängt – zumal in der Wahrnehmung jüngerer Einwohner und externer Besucher, die keine Erinnerung an diese Zeit haben. Statt das Eigene Bremerhavens zu evozieren, weckt der Name „Columbus“ dank des Denkmals also lediglich relativ unspezifische Assoziationen.



Abb. 42: Gemälde des Schnelldampfers „Columbus“

Als rundum gelungenes Beispiel einer Skulptur im öffentlichen Raum darf hingegen der Werfbrunnen (Abb. 43) gelten: Er erinnert an einen Wirtschaftszweig und eine Berufsgruppe, die die Stadt wesentlich geprägt haben. Dank seiner Lage mitten in der Innenstadt bietet der Brunnen einen hervorragenden Anknüpfungspunkt für das kollektive Gedächtnis. Eine ähnliche Funktion beziehungsweise Wirkung hat auch ein anderes Denkmal, die „Bugwelle von Bremerhaven“ (vgl. Abb. 44). Diese 2002 als eine Art Entrée zur neugestalteten Fußgängerzone aufgestellte Großplastik holt den Hafen gewissermaßen symbolisch in die Stadt (zurück): In Form und Gestaltung bedient sie sich bei der Bark „Seute Deern“, die im Museumshafen vor Anker liegt. Thematisch schließt sie damit zugleich an das mit Abstand wichtigste städtische Fest an: die „**Sail Bremerhaven**“. Diese Veranstaltung, 1986 erstmals ausgetragen, hat sich als eines der größten Windjammer-Treffen in Europa etabliert. Trotz ihrer erst kurzen Geschichte ist sie in der Be-

völkerung bereits tief verwurzelt und hält auf mustergültige Weise die kollektive Erinnerung an die Zeit der Großsegler wach.

Allerdings findet die „Sail“, nach unregelmäßigen Intervallen zu Beginn, inzwischen nur alle fünf Jahre statt, was die positiven Imageeffekte sowie den Einfluss auf die Stadtentwicklung signifikant schmälert. Insgesamt jedoch ist die Veranstaltung mit gut eine Million Besuchern (Bremerhaven.de 2013 b) für das Selbstbild der lokalen Bevölkerung von enormer Bedeutung (vgl. Abb. 45): Für jeweils fünf Tage quillt die Stadt wie zu ihren besten Zeiten vor Menschen über, die teilnehmenden Seegelschiffe kommen aus der halben Welt. Andererseits aber wird gerade dadurch die Diskrepanz zum normalen, von vielfältigen sozialen Problemen bestimmten städtischen Alltag besonders deutlich. Auch wenn diese Einschätzung im Rahmen dieser Arbeit nicht empirisch bestätigt werden kann, so ist doch zu vermuten, dass der radikale ökonomische Strukturwan-



Abb. 43: Werfbrunnen

del der vergangenen Jahrzehnte das Binnenimage ganz entscheidend geprägt hat: Der rasante Zusammenbruch ganzer Industriezweige, Abwanderung und Schrumpfung, Arbeitslosigkeit und beginnender städtebaulicher Verfall – all das hinterlässt auch im kollektiven Gedächtnis einer Stadt tiefe Spuren.

Von hoher symbolischer Bedeutung sind in diesem Kontext unter anderem zwei Ereignisse: die Einstellung des transatlantischen Linienverkehrs 1971 und der Abzug der knapp 50 Jahre in der Stadt stationierten amerikanischen Streitkräfte. Dazu muss man sich bewusst machen, dass Bremerhaven dank der Massenauswanderung bis zur Mitte des 20. Jahrhunderts in ganz Europa wie auch in den Vereinigten Staaten als Tor zur Neuen Welt, bekannt war: Über sieben Millionen Menschen verließen von hier aus ihren Heimatkontinent in Richtung Nordamerika. Auch wenn die allerwenigsten von ihnen zurückkehrten, etablierte sich mit der Zeit eine Art gemeinsamer „kultureller Raum“, in dem neben Menschen und Gütern auch Ideen und Lebensstile zirkulierten und sich wechselseitig beeinflussten. In der „imaginären Geographie“ firmierte Bremerhaven gewissermaßen als „**Vorposten der USA**“, sozusagen als der östlichste Stadtteil New Yorks.

Nach dem Zweiten Weltkrieg intensivierte sich die bis dahin bereits über 100 Jahre andauernde Beziehung zwischen Bremerhaven und



Abb. 44: „Bugwelle von Bremerhaven“



Abb. 45: Ankündigung der nächsten „Sail“

Amerika weiter: Der Einfluss der US-Soldaten und ihrer Angehörigen war nicht nur in der lokalen Ökonomie spürbar, sondern zeigte sich auch in der Musikkultur, dem Nachtleben und dem Straßenbild. Davon ist heute nur noch wenig zu sehen: Selbst die bronzene Gedenktafel, die im Hafen an die Ankunft Elvis Presleys in Europa erinnert, ist mittlerweile nicht mehr zugänglich: Zu sehen ist sie lediglich per Fernrohr von der Besuchergalerie des Kreuzfahrtterminals. Berücksichtigt man die anhaltende Popularität des „King of Rock’n’Roll“ sowie seine große Bildmächtigkeit, wird erkennbar, dass hier Potential ungenutzt bleibt: Wie bereits diskutiert, ist das kollektive Gedächtnis schließlich auf „Kristallisationspunkte“ angewiesen, das heißt auf konkrete Orte der Erinnerung.

4.2.3 Mediale Repräsentation: Diskrepanz zwischen intendiertem und tatsächlichem Fremdbild

Zu den wirkungsmächtigsten medialen Bildproduzenten zählt aufgrund ihrer institutionellen Stellung wie ihrer finanziellen Ausstattung immer „die Stadt“ selbst, das heißt kommunale Entscheidungsträger, Verwaltung, Tourismusförderung etc. Die Art der Selbstdarstellung gibt dabei Auskunft über das intendierte Fremdbild. Die mit Abstand größte Reichweite und damit Wirkungsmacht aller städtischen Imagemedien besitzt fraglos die jeweilige Internetpräsenz. Daher soll im Rahmen dieser Arbeit die Website www.bremerhaven.de als zentrale Quelle für das intendierte Fremdbild der Stadt herangezogen werden. Das tatsächliche Fremdbild hingegen wird unter anderem durch überregionale Presseorgane widerspiegelt. Im Einzelfall stellt sich dabei immer die Frage, welche Absicht eine bestimmte Publikation verfolgt. In der Gesamtheit jedoch lässt sich normalerweise das kollektiv geteilte Außenimage erkennen (zu den methodischen Problemen, vgl. auch Kapitel 1.3).

Ohne dies beweisen zu können, darf man annehmen, dass der enorme Bedeutungsverlust Bremerhavens auf ökonomischer und symbolischer Ebene mit einer starken quantitativen Abnahme der medialen Repräsentation korreliert. Die aktuelle Namensnennung der Stadt in überregionalen Medien lässt sich folgenden Themenfeldern zuordnen:

- **Sportberichterstattung** und Sportmeldungen (Bremerhaven beheimatet eine Herren-Basketballmannschaft der 1. Bundesliga sowie ein Zweitliga-Eishockeyteam)
- Interviews mit Wissenschaftlern und Berichte über Erkenntnisse Bremerhavener **Forschungseinrichtungen** (Alfred-Wegener-Institut für Polar- und Meeresforschung, Institute aus dem Bereich Lebensmitteltechnologie etc.)

- Erwähnung des **Containerhafens** und der **Offshore-Windenergie**-Branche
- (Reise-)Berichte über einzelne Einrichtungen der „**Havenwelten**“ (insbesondere Klimahaus und Auswandererhaus)
- Berichterstattung im Rahmen von **Landtagswahlen** (wobei Bremerhaven entweder als Teil Bremens abgehandelt wird oder aber die hohen Prozentzahlen der DVU hervorgehoben werden)
- **Statistiken** zu Arbeitslosigkeit, „Armut“, Bevölkerungsabnahme, Kriminalität, kommunalen und privaten Schulden usw. (in denen Bremerhaven unter allen westdeutschen Städte entweder mit an der Spitze oder am Ende rangiert)
- **Reportagen** über die Gesamtstadt oder einzelne Stadtteile (zu sozialen oder städtebaulichen Problemen).

Dabei fällt auf: Sportliche Leistungen, infrastrukturelle Merkmale, ökonomische Erfolge oder wissenschaftliche Kompetenzen werden grundsätzlich nicht mit der Stadt verknüpft oder gar explizit der Stadtentwicklungspolitik gutgeschrieben. Ebenso wenig wird in den Medien ein Bezug hergestellt zwischen den hochgelobten Erlebnismuseen und der Stadt Bremerhaven selbst – zweifellos eine auch eine Folge der räumlichen Trennung wie der mentalen Diskrepanz. Neben diesen primär sachlich-informativen Textsorten stehen solche, die vor allem Stimmungen transportieren sollen. Damit wechselt die Farbpalette von differenzierten Grautönen zu Schwarz/Weiß – oder besser: zu Schwarz. Exemplarisch dafür ist eine Spiegel-TV-Sozialreportage von 2006 mit dem Titel „Abstieg West: Bremerhaven und die Verwaltung des Niedergangs“ (Spiegel-TV 2006). Wie bereits der Titel suggeriert, wird hier eine Analogie hergestellt zum sozialökonomischen Transformationsprozess, wie ihn ostdeutsche Städte seit 1990 zu durchlaufen haben. Auch Erzählmuster und Kommentare, Bilder und Motive evozieren deutliche Parallelen zur postsozialistischen Tristesse. Nicht weg-

diskutieren lassen sich dabei die negativen sozialen Phänomene in Bremerhaven, sie sind durch statistische Daten belegt. Fragwürdig ist jedoch die einseitige Ausrichtung des Films: Lokale Besonderheiten werden unterschlagen, die ambivalente Stadtentwicklung wird auf Krisenphänomene reduziert, einziges Ziel ist die Verdichtung zum Klischee der „sterbenden Stadt“.

Mit dieser vorherrschenden Lesart bricht beispielsweise ein Porträt Bremerhavens, das Ende 2006 in der Süddeutschen Zeitung erscheint (Gertz 2006). Die Entwicklungsrichtung wird darin einfach umkehrt, die Überschrift verwendet nicht den Begriff „Abstieg“, sondern lautet „Der Aufstieg einer Windigen“ (ebd.). Aufhänger dieser Geschichte ist der Erfolg Bremerhavener Firmen in der Entwicklung und im Bau von Offshore-Windkraftanlagen (vgl. Abb. 46). Vor diesem Hintergrund wird die „Biographie“ der Stadt als eine Reihe von Schicksalsschlägen erzählt, von denen sie sich doch nicht unterkriegen lässt. Mithilfe des Stilmittels der Anthropomorphisierung werden Bremerhaven dabei auch Charaktereigenschaften zugeschrieben, die sensibel das städtische „Imaginäre“ erfassen: „Wäre Bremerhaven ein Mensch, würde man sich diesen Menschen eher klein als groß vorstellen, eher im Arbeitsanzug als im Smoking“ (ebd.). Und weiter, in Anspielung auf die inzwischen vielfach überdimensionierte Infrastruktur: „[M]anchmal ist Bremerhaven wie ein kleiner Mann, der sich viel zu weite Kleider angezogen hat, die an seinem Körper schlottern“ (ebd.).

Schließlich finden sich in der überregionalen Presse auch erste Anzeichen dafür, dass die ehrgeizige waterfront redevelopment Strategie der Stadt aufgehen könnte, dass sich der erhoffte „Bilbao-Effekt“ eventuell tatsächlich einstellt: Während anfangs die einzelnen Museen als isolierte touristische „Hotspots“ wahrgenommen wurden, wird langsam aber sicher auch in der Außenwahrnehmung das dahinter stehende städtebauliche Großprojekt sichtbar: Unter dem – immer noch leicht ironischen – Titel „Dubai an der Waterkant“ feiert



Abb. 46: Sockel für Offshore-Windkraftanlagen

2010 das Reisemagazin Merian die „asiatisch anmutende Erfolgsgeschichte“ der Stadt (Merian 2010). Dass daran allerdings noch nicht jeder glaubt beziehungsweise glauben mag, zeigt ein liebevoller Reisebericht in der Zeit (vgl. Hugendick 2011). Von einem ursprünglich aus Bremerhaven stammenden Journalisten verfasst, bietet er keine reine Außenperspektive, sondern spiegelt eine Zwischenform aus Selbst- und Fremdbild wider: Unter der lakonischen Überschrift „Ach, Bremerhaven“ kommt in dem Artikel eine gewisse Skepsis zum Ausdruck, ob die mit den „Havenwelten“ angestoßene Stadterneuerung tatsächlich die erhoffte Wirkung auf die gesamtstädtische Entwicklung haben wird. Kontrastierend werden den in der neuen Mitte gesammelten Eindrücken atmosphärische Stimmungsbilder aus der innerstädtischen Fußgängerzone und aus einem Stadtteil gegenübergestellt.



Abb. 47: „Dubai an der Waterkant“

Welches Bild entwirft nun die Stadt selbst auf ihrer Website? Wie soll Bremerhaven nach dem Willen der städtischen „Eliten“ von der eigenen Bevölkerung und von externen Beobachtern gesehen werden? Die ansprechend gestaltete **Homepage** empfängt den Besucher mit einer (halb)stündlich wechselnden städtischen Ansicht im Header (vgl. Abb. 48). Die tageszeitlich angepassten Fotos zeigen meist einen Ausschnitt der „Havenwelten“, den Containerhafen oder einen anderen Ort am Wasser. Auf der großen Mehrzahl dieser Bilder lässt sich die Stadt beziehungsweise eine urbane Umgebung allerhöchstens erahnen, die abgebildeten Orte scheinen unabhängig von Bremerhaven zu existieren. Vor diesem Hintergrund ist neben dem aktuellen Wetterbericht und dem städtischen Logo der etwas abgedroschene, allzu naheliegende Slogan „Meer erleben“ platziert. Die damit verbundene Aussage erscheint wenig spezifisch, schließlich teilt Bremerhaven seine geografische Lage mit vielen anderen Städten. Das Verb „erleben“ immerhin assoziiert eine gewisse Affinität zum Tourismus – dem neuen Kern- und Wachstumssektor der lokalen Ökonomie. Damit wendet sich der Slogan also eher an die touristische Klientel und weniger an die städtische Einwohnerschaft. Der mittlere der drei Hauptmenüpunkte, „Unsere Stadt“,

dagegen soll angesichts des kollektivistischen Personalpronomens offenbar ein Gefühl lokaler Zusammengehörigkeit vermitteln. Dahinter finden sich sämtliche Dienstleistungen und Informationen der städtischen Verwaltung; die beiden anderen Menüpunkte sind „Veranstaltungen“ und „Tourismus“.

Die Unterseite zu den touristischen Angeboten wirkt zwar optisch sehr übersichtlich und benutzerfreundlich, könnte aber inhaltlich-begrifflich noch deutlich prägnanter gestaltet sein. Bei der Anordnung der Themenbereiche fällt auf, dass der Punkt „Stadtgeschichte“ an letzter Stelle platziert wurde, noch hinter „Bremerhaven & Umgebung“ und „Sonstiges“. Zudem wurde dasselbe Foto verwendet wie für „Denkmäler & Gedenktafeln“, während alle anderen Menüpunkte durch jeweils eigene Bilder repräsentiert sind. Vielversprechend wirkt dagegen auf den ersten Blick die Unterseite **„Stadtgeschichte“** (vgl. Abb. 49): Historische Fotos markieren interne Links zu acht Seiten, die einzelnen Stadträumen gewidmet sind, darunter Geestemünde, der Fischereihafen, der Überseehafen und die Innenstadt mit Altem und Neuem Hafen. Was sich dahinter jeweils verbirgt, enttäuscht allerdings die hohen Erwartungen: Die Informationen zur Geschichte der Gesamtstadt beschränken sich auf

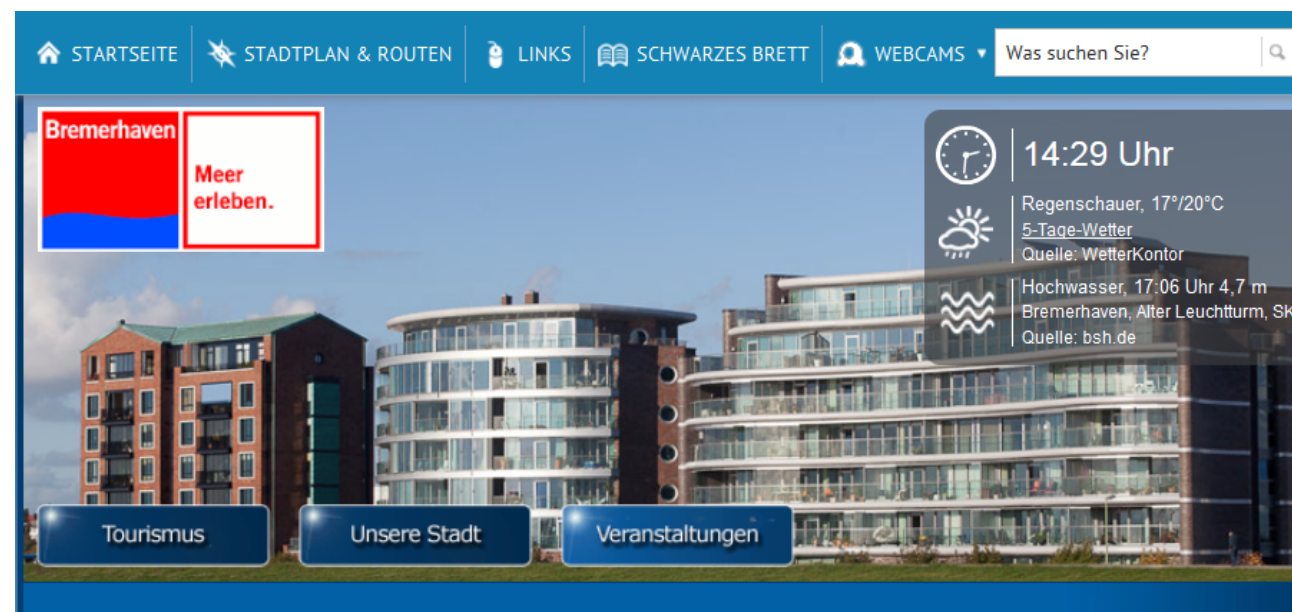


Abb. 48: Header der städtischen Website www.bremerhaven.de

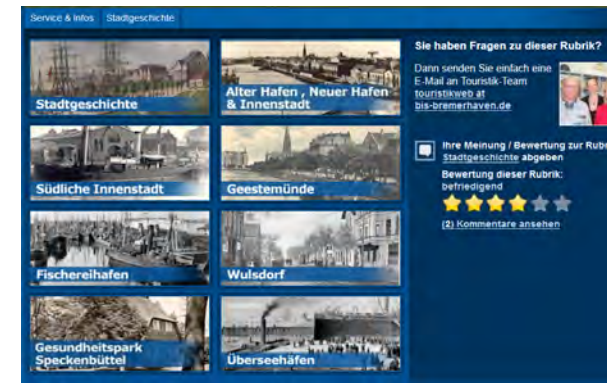


Abb. 49: Screenshot der Unterseite zur Stadtgeschichte

drei kurze Textabschnitte, zu den Stadtteilen existiert sogar lediglich jeweils eine Karte in schlechter Qualität, auf der die touristischen Hotspots markiert sind.

Absolut berechtigt ist daher das in sehr direkten, etwas harschen Worten vorgebrachte abwertende Urteil eines Nutzers der Website – aktuell der einzige Eintrag in der Kommentarfunktion dieser Unterseite (Bremerhaven.de 2013c). Neben der Beliebigkeit und Kürze der Texte bemängelt der Besucher, der sich als alteingesessener Bremerhavener ausweist, das Fehlen ganzer Stadtteile. Die Antwort der Redaktion auf diese Kritik macht deutlich, welchen Stellenwert die Macher der Website, die **Bremerhavener Gesellschaft für Investitionsförderung und Stadtentwicklung (BIS)**, der Stadtgeschichte einräumen: Neben dem Hinweis, dass die Darstellung „zu keinem Zeitpunkt einen Anspruch auf Vollständigkeit“ hatte (Bremerhaven.de 2013c), heißt es, dass sich die Informationen primär an Auswärtige richten. Folgerichtig findet sich auf der stadt-internen Unterseite „Unsere Stadt“ überhaupt kein Link zur Stadtgeschichte; historisches Interesse wird offenbar nur bei Touristen vermutet. Statt Nachbesserung in Aussicht zu stellen, verweist die Redaktion auf das Historische Museum Bremerhaven.

Die Selbstdarstellung der Stadt legt den Fokus also eindeutig auf die Außenwahrnehmung, beeinflusst werden soll in erster Linie der „touristische Blick“. Darüber hinaus ist es das Ziel, das Interesse von Investoren auf Bremerhaven

zu lenken. Wichtigstes Element dabei sind die „Havenwelten“, die die „Neuerfindung“ der Stadt verkörpern wie symbolisieren und mithilfe eines offensiven Stadtmarketings ins Zentrum der Aufmerksamkeit gerückt werden. Das Schlagwort vom „Primat des Bildes“, das heißt das Phänomen, dass Stadtentwicklung von ihrer optimalen medialen Vermittlung her gedacht wird, scheint auch hier zuzutreffen: Einige der Gebäude, vor allem die in den letzten Jahren entstandenen, sind hoch-ikonisch und damit universell verständlich.

Die Diskrepanz zwischen diesem „Paralleluniversum“ und der Gesamtstadt, die bereits im Kontext von physisch-baulichem und mentalem Bild thematisierte wurde, bildet sich allerdings auch auf medialer Ebene ab: Die offizielle Selbstdarstellung, also das medial inszenierte Selbstbild, entspricht (noch) nicht dem kollektiven, in der überregionalen Presse gespiegelten (und zugleich von ihr mit-konstruierten) tatsächlichen Außenimage.

Bremerhavener Gesellschaft für Investitionsförderung und Stadtentwicklung (BIS)

Stadtmarketing hat in Bremerhaven als kommunale Praxis eine vergleichsweise lange Tradition. Bereits 1975 beschließt die Stadtverordnetenversammlung die Einrichtung eines Büros „Bremerhaven-Werbung“. Dieses wird 1990 aus der städtischen Verwaltung ausgegliedert und unter dem Namen „Tourismusfördergesellschaft“ fortgeführt, bevor es 2000 schließlich in die „Bremerhavener Gesellschaft für Investitionsförderung und Stadtentwicklung“ (BIS) integriert wird (vgl. Berking/Schwenk 2011, 71). Die BIS ist mit Abstand wirkungsmächtigster Akteur im Bereich der medialen, auf die Stadt bezogenen Bildproduktion.

4.3 Zwischenfazit II: Mängel und Potentiale des „Bildraums Bremerhaven“

In diesem Kapitel sollen die Ergebnisse der vorangegangenen Untersuchung zum „Bildraum Bremerhaven“ übersichtlich zusammengefasst werden. Ziel ist es, noch einmal die zentralen Probleme zu identifizieren, ebenso aber auch die potentiellen Stärken herauszuarbeiten.

Als problematisch erscheint in Bremerhaven insbesondere die **physisch Dimension** des „Bildraums“. Bestimmt wird die städtische Gestalt dabei durch folgende Merkmale:

- Eine stark **fragmentierte, polyzentrische Siedlungsstruktur**, die auf ehemals unabhängige, weit voneinander entfernte Entwicklungspole zurückgeht
- Schwach konturierte Stadtteilzentren; stattdessen ausgeprägte **Entwicklungsachsen** entlang von Verbindungsstraßen
- **„Zwischenstadt“**-Strukturen bzw. urban sprawl auch in relativ innenstadtnahen Bereichen
- Fehlen eines markanten „Rings“ und **geringe urbane Verdichtung** selbst im Zentrum
- Eine Innenstadt, die ihre Funktion als Mitte nur unzureichend ausfüllen kann
- Eine **geringe Substanz an historischen Gebäuden**, es dominiert vor allem technische Infrastruktur; prägend ist ansonsten die Nachkriegsbebauung
- Die für eine **„gateway city“** typische Ausrichtung nach außen, aus der bei Verlagerung des Hafens eine **„Leerstelle“** in der einstigen Mitte resultiert.

All das trägt dazu bei, dass Bremerhaven an vielen Stellen nicht als „richtige“, das heißt urbane, „europäische“ Stadt wahrgenommen wird. Die **eingeschränkte Lesbarkeit** ihrer gebauten Strukturen wiederum mindert für Bewohner wie externe Betrachter die Möglichkeit der Identifikation. Das städtische Palimpsest lässt sich kaum noch erkennen, das kulturelle Gedächtnis in Form historischer Bausubstanz ist nur schwach ausgeprägt. Als weitere potentiell wichtige Quelle der Erinnerung fungiert das Stadtarchiv, allerdings werden seine Bestände nicht sinnvoll präsentiert und leisten daher so gut wie keinen Beitrag zum städtischen „Bildraum“.

Die **Neubesetzung der „leeren Mitte“**, des ehemaligen Hafens also, ist prinzipiell eine richtige und kluge Stadtentwicklungsstrategie. Die Gebäude der **„Havenwelten“** fungieren als neue Landmarken und stellen zugleich symbolische Orte dar – dies dank einer architektonischen Gestaltung, die sich konsequent der Schiffsmetaphorik bedient. Ihr städtebaulicher Bezug zur Innenstadt – und damit ihre gesamtstädtische Wirkung – wird allerdings durch die trennende Funktion des Columbus Centers stark gemindert.

Diese Diskrepanz zwischen den „Havenwelten“ und der Stadt Bremerhaven setzt sich auch auf **mentaler Ebene** fort: Im städtischen Bewusstsein wie in der Wahrnehmung der Touristen stellen diese beiden Areale aktuell offensichtlich zwei weitgehend voneinander getrennte, stark kontrastierende Sphären dar. Denn auch wenn viele der neuen Nutzungen an die alte Hafenökonomie anschließen, wird doch die Kontinuität zwischen den verschiedenen Nutzungsphasen zu wenig deutlich: Außerhalb der Museen fehlt es an einer vermittelnden Instanz, die diese Entwicklung erklären hilft. Hinzu kommt, dass sich zumindest einige der neuen symbolischen Bauwerke

zu wenig mit dem Ort auseinandersetzen, mit seiner Topographie, seinem Charakter, seiner Geschichte. Damit repräsentieren sie nicht das Eigene Bremerhavens und dienen folglich nicht der Aneignung der Stadt, der Identifikation.

Bei dem Versuch, die mentale Dimension des „Bildraums Bremerhaven“ zu umreißen, wurde vor allem nach dem **„Imaginären“** der Stadt gefragt, nach den Bildern, Mythen, Erzählungen, Motiven und Figuren, die zusammen die Stadt repräsentieren. Zentraler Bestandteil dieser Vorstellungswelt sind Phänomene, die mit dem Typus der **Hafenstadt** zusammenhängen: Wesentliche Charakteristika einer stark heterogenen, transitorischen Gesellschaft etwa sind Weltoffenheit und Toleranz. Hinzu kommt der kulturell und atmosphärisch prägende Einfluss maritimer Berufsgruppen wie Seeleute und Hafenarbeiter. Indem diese Personen im Zuge der sukzessiven räumlichen Abwanderung sowie der Rationalisierung des Hafens die Stadt verlassen, verlieren sie allerdings nach und nach auch ihre Bedeutung für das kollektive Gedächtnis.

Die Erinnerung an die Ära der Großsegler hält Bremerhaven dabei gerade mustergültig aufrecht: Das wichtigste Stadtfest ist die **„Sail“**, eines der bedeutendsten Windjammertreffen Europas. Da sie die **„Seestadt“** – zumindest für einige Tage – wieder ins Zentrum der Aufmerksamkeit rückt, ist diese Veranstaltung für das Selbstbild der städtischen Bevölkerung enorm wichtig. Andere städtische Traditionen hingegen werden im kulturellen Gedächtnis nur unzureichend präsent gehalten: So wird etwa die Zeit der transatlantischen Schnelldampfer, unter denen die „Columbus“ die berühmteste war, dank des Denkmals für Christoph Columbus von eher unspezifischen Assoziationen überlagert. Mehr noch: Die Tatsache, dass Bremerhaven einst als Zentrum der europäischen Auswanderung weltweite Bekanntheit genoss, findet generell viel zu wenig Beachtung. Wie eng die Stadt einst mit Amerika verbunden war, wie stark sie kulturell durch diese Verbindung geprägt wurde, ja, dass sie

in der „imaginären Geographie“ lange Zeit den östlichsten Teil der USA verkörperte – all das ist heute praktisch nicht mehr ersichtlich. Hier liegt also noch viel Potential, das es im Interesse eines positiven Selbstbild und eines starken Außenimages zu heben gilt.

Aktuell sind städtische Diskurse wie auch kulturelles Gedächtnis noch ganz wesentlich geprägt von den **Krisenerfahrungen** der letzten Jahrzehnte – trotz des Aufbruchs, den die „Havenwelten“ inzwischen signalisieren (sollen). Arbeitslosigkeit, Abwanderung und Verschuldung sind ganz offensichtlich Faktoren, die einem selbstbewussteren Binnenimage im Wege stehen. Eine Rolle spielt daneben auch das **Abhängigkeitsverhältnis zu Bremen**: Beginnend mit dem wenig ruhmreichen Gründungsmythos hat sich in Bremerhaven, zumindest unterbewusst, ein problematisches Muster etabliert, das „innen“ mit „unten“ gleichsetzt, während „außen“ mit „oben“ korreliert. Darüber hinaus ist die Stadt vor allem in der Außenwahrnehmung zu wenig als selbständige Einheit präsent. Hier gilt es, das Eigene, über das Bremerhaven in hohem Maße verfügt, noch deutlicher sichtbar zu machen. Auch nach Innen erscheint das identifikationsstiftende Potential des ungewöhnlich reichhaltigen städtischen „Imaginären“ noch längst nicht genügend ausgeschöpft.

Welche Aspekte die Stadt selbst zu betonen versucht, konnte anhand einer kurzen Analyse der **offiziellen Website** gezeigt werden. Erstellt und betreut wird die Internetpräsenz von der Bremerhavener Gesellschaft für Investitionsförderung und Stadtmarketing (BIS), die damit innerhalb der Stadt der mit weitem Abstand wirkungsmächtigste Bildakteur ist. Dass diese Institution den medialen Diskurs so deutlich dominiert, liegt unter anderem auch daran, dass in der Stadt keine ausgeprägte Kunstszene existiert und die Presselandschaft eher schwach entwickelt ist.

Das **intendierte Fremdbild**, das die BIS auf der stadteigenen Website vermittelt, lässt sich in etwa so zusammenfassen:

- Wichtigstes Element sind die „Havenwelten“, sie repräsentieren und symbolisieren das „neue“ Bremerhaven.
- Ganz offensichtlich setzt die Stadt auf die „Macht der Bilder“ und hofft dabei auf den sogenannten „Bilbao-Effekt“.
- Die wechselnden Fotos lassen keinen unmittelbaren Bezug zur Innenstadt oder zur Gesamtstadt erkennen.
- Ökonomisch liegt der Fokus der Stadt auf dem Tourismus, dieser wird auf der Website explizit und umfassend adressiert.
- Die Präsentation der Stadtgeschichte fällt sehr knapp aus, ihr wird augenscheinlich keine große Rolle beigemessen.
- Zudem richten sich die historischen Informationen exklusiv an Touristen, nicht an die Bremerhavener Bevölkerung.

Das **tatsächliche Fremdbild** Bremerhavens lässt sich, medial vermittelt beziehungsweise gefiltert, anhand der Berichterstattung der überregionalen Presse ablesen. Hierbei zeigt sich eine Dominanz der Erzählung von der „**sterbenden Stadt**“. Breiten Raum nehmen die vielfältigen sozialen Probleme ein, erfolgreiche Meldungen in Bezug auf die lokale Wissenschaft oder Wirtschaft hingegen werden meist nicht explizit der Stadt Bremerhaven gutgeschrieben – vermutlich, weil sie nicht ins „Bild“ passen. In den vergangenen Jahren allerdings ändert sich diese Art der Zuschreibung etwas: Die Windenergie wie auch die „Havenwelten“ dienen als Beleg für den **beginnenden Wiederaufstieg**. Im Übrigen blenden beide Darstellungen, die positive wie die negative, die außergewöhnliche historische Entwicklung und einstige Stellung der Stadt fast vollständig aus: Jenseits des Niedergangs, der in den 1970er-Jahren einsetzte, scheint sie keine Geschichte zu besitzen, die heute noch relevant ist.

Zusammengefasst stellen sich Mängel und Potentiale des „Bildraums Bremerhaven“ so dar:

MÄNGEL

- Bremerhaven verfügt nur über relativ wenig historische Bausubstanz, das kulturelle Gedächtnis der Stadt ist daher begrenzt.
- Es mangelt an Identifikationsangeboten, die Stadt ist nur schwer „lesbar“.
- Das „kollektive Gedächtnis“ findet momentan zu wenige Anknüpfungspunkte.
- Insbesondere die historische Dimension des „Bildraums Bremerhaven“ ist aktuell nur schwach ausgeprägt.

POTENTIALE:

- Bremerhaven verfügt dank seiner außergewöhnlichen Geschichte über ein reichhaltiges „Imaginäres“.
- Potentiell besitzt Bremerhaven daher einen umfangreichen „Bildraum“.
- Historisches Bild- und Kartenmaterial wird aktuell zwar nicht optimal präsentiert, ist prinzipiell aber in großem Maße vorhanden.



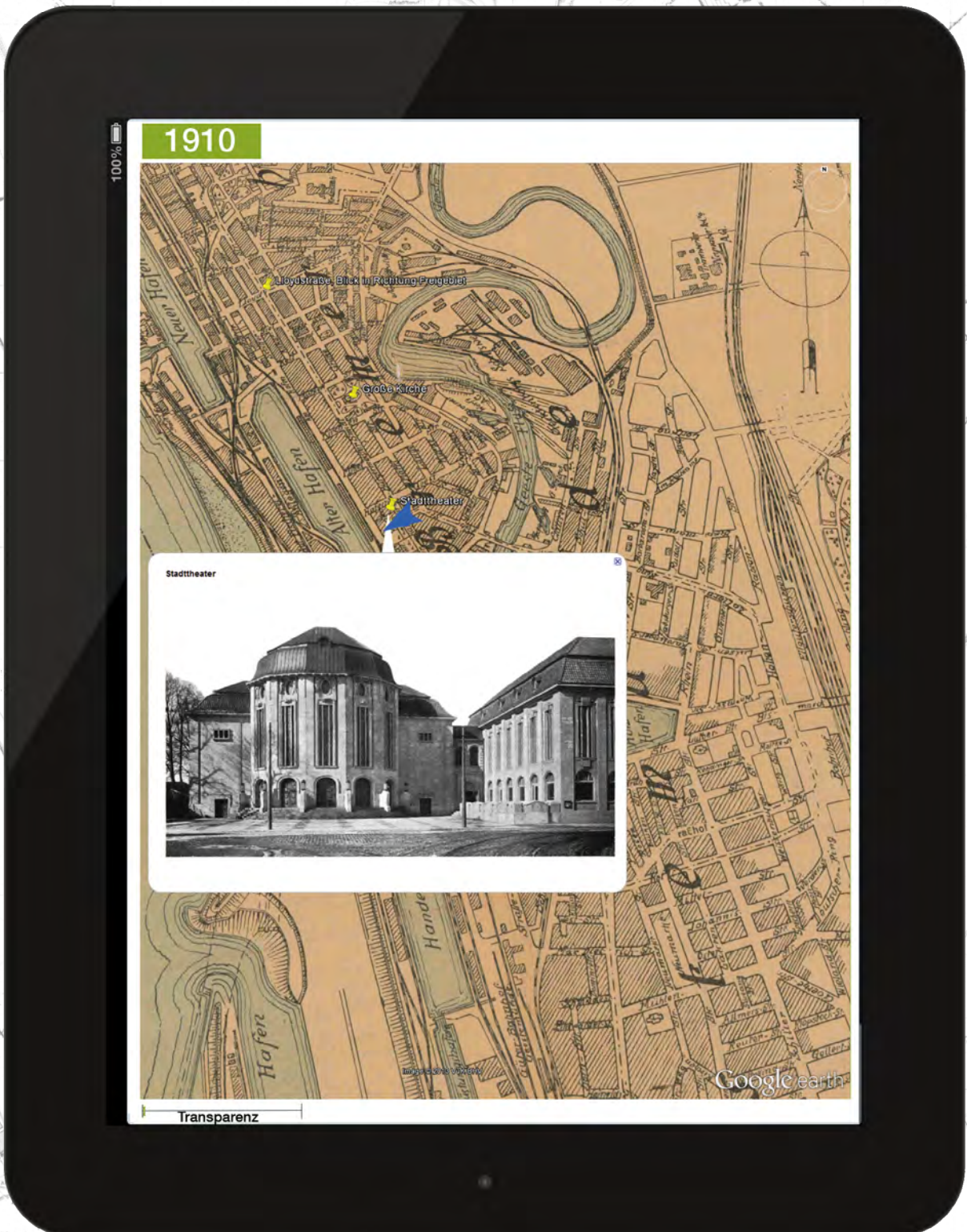
Abb. 50: Fußgängerzone vor dem Columbus Center



Abb. 51: „Zwischenstädtischer“ Verkehrsraum



Abb. 52: Eingangstor der ehemaligen Rickmers-Werft



5. Konzept

5.1 Konzeptidee: Erweiterung des „Bildraums“ durch ubiquitäre Verfügbarkeit historischer Fotos und Karten

Berücksichtigt man die Mängel des „Bildraums Bremerhaven“, wird ersichtlich, in welche Richtung dieser erweitert werden muss: Zu stärken gilt es primär die historische Dimension dieses physisch, mental und medial konstituierten Gebildes. Das kulturelle Gedächtnis in Form baulicher Geschichtszeugnisse ist – aufgrund von Kriegszerstörung und raschem Wiederaufbau – nur noch rudimentär vorhanden, das urbane Palimpsest lässt sich kaum noch erkennen. Daher findet auch das kollektive Gedächtnis wenige „Kristallisationspunkte“, also wenige konkrete Orte, an die es wirksam anknüpfen kann. Zudem ist die „Lesbarkeit“ Bremerhavens stark eingeschränkt, Identifikation und Orientierung fallen vielerorts schwer. Wie bereits dargelegt, kommt diesen „weichen Faktoren“ im Rahmen einer positiven, nachhaltigen städtischen Entwicklung jedoch große Bedeutung zu. So ist auch der Hinweis von Thomas Sieverts zu verstehen, dass das Bemühen um Begreifbarkeit und Lesbarkeit „mehr als nur eine schöne kulturelle Zutat“ ist (Sieverts 1999, S. 77).

Neben den zentralen Mängeln des „Bildraums Bremerhaven“ wurden im Rahmen der Analyse auch seine größten Potentiale benannt. Vor allem gehört dazu die prinzipielle Verfügbarkeit historischer Karten und Fotos. Folglich liegt es nahe, dieses Material zur Stärkung der aktuell schwach ausgeprägten geschichtlichen Dimension des „Bildraums“ einzusetzen. (Zumal, wie in Kapitel 2.4. gezeigt, Bilder und Orte insbesondere für das kollektive und kulturelle Gedächtnis eine große Rolle spielen.) Damit stellt sich die Frage, auf welchem Weg dies geschehen kann. Also konkret: Welche technischen Mittel sind dazu geeignet, historische Karten und Fotos leichter, optisch ansprechender und umfassender, mit einem Wort: breitenwirksamer als bisher zugänglich zu machen?

5.2 Konkretisierung: Entwicklung einer Webapplikation zur mobilen, georeferenzierten Darstellung des Bildmaterials

Das digitale Angebot des Stadtarchivs Bremerhaven, der sogenannte „Bildservice“, wurde in Kapitel 4 vorgestellt. Dabei kamen auch dessen Schwächen zur Sprache: Neben dem veralteten Layout der Website und der relativ geringen Anzahl an Fotos fielen vor allem zwei Punkte negativ auf: die optisch wenig ansprechende Präsentation der Fotos, die zugleich eine starke Nutzungseinschränkung darstellt; und der begrenzte Funktionsumfang, der weder den Erwerb der Bilder noch deren lokal verortete Darstellung auf einer Karte ermöglicht. Historische Karten sind auf dem „Bildservice“ überhaupt nicht zu finden, obwohl sie im Stadtarchiv zahlreich – in analoger Form – vorliegen. Digitalisiert sind sie im Stadtplanungsamt vorhanden, das sie aktuell zwar nicht öffentlich zur Verfügung stellt, auf Anfrage jedoch gerne herausgibt.

Am einfachsten und sinnvollsten realisieren lässt sich die digitale Darstellung von Fotos und Karten mithilfe einer webbasierten Anwendungssoftware („Web-Applikation“), die auf dem etablierten, quelloffenen Programm Google Maps aufbaut. Mobil lässt sich dieses problemlos über jeden Internet-Browser nutzen, wodurch eine aufwendige Anpassung an die diversen Smartphone- und Tablet-Betriebssysteme entfällt.

Ziel des Konzepts ist nicht zuletzt, die Nutzer der hier vorgestellten Web-Applikation aktiv einzubinden, also zur Partizipation zu ermuntern. Ein Grund hierfür ist der generelle Wunsch nach stärkerer Bürgerbeteiligung – wie er im Sinne des Ideals einer gleichberechtigten Kommunikation zwischen (lokalem) Staat und Bevölkerung in den vergangenen Jahren immer wieder formuliert wird. Darüber hinaus ist von der Aktivierung der Nutzer jedoch auch ein konkreter Mehrwert zu erwarten, wie im Folgenden noch ausführlich dargestellt wird.

5.3 Technische Grundlagen und Vorgehen

5.3.1 Erstellung von .kml-Karten und Overlays in Google Earth

Google bietet mit Google Earth jedermann die Möglichkeit, eigene digitale Karten auf der Grundlage von Google Maps zu erstellen. Von simplen Ortsmarkierungen bis hin zu 3D-Touren lassen sich mit dem Programm fast alle Arten von Karten erstellen. Auch für den Zweck des hier vorgeschlagenen Konzepts ist dieses Tool optimal geeignet: Historische Stadtpläne und Bilder lassen sich mit ihm angemessen darstellen und zugänglich machen.

KML

(für Keyhole Markup Language) ist eine sogenannte XML Notation. (Ein XML-Dokument besteht aus Textzeichen, im einfachsten Fall in ASCII-Kodierung, und ist damit für Menschen lesbar.) Sie dient der geographischen Markierung und Visualisierung innerhalb internetbasierter zweidimensionaler Karten sowie dreidimensionaler Earth Browser. Entwickelt wurde die KML von der kalifornischen Satellitenbildfirma Keyhole Corp., die 2004 von Google übernommen wurde. Seit 2008 ist KML der definierte internationale Standard des Open Geospatial Consortium (vgl. Open Geospatial Consortium 2013). Google Earth war das erste Programm, das in der Lage war, KML-Dateien anzusehen und geografisch zu bearbeiten. Mittlerweile gibt es weitere Projekte, die KML unterstützen, z.B. den quelloffenen Browser „Marble“. Der Vorteil ist, dass sich Dateien dank der durch den Menschen lesbaren XML-Notation auch „von Hand“ bearbeiten lassen.

Vorgehen

Zunächst werden die historischen Stadtpläne über den Menüpunkt „Bild-Overlay“ in die Google Earth-Desktop-Applikation geladen und anhand der Google-Karte georeferenziert (vgl. Abb. 53). Danach können sämtliche Ortsmarkierungen für Bilder auf den richtigen Koordinaten eingefügt und mit den dazugehörigen Fotos verknüpft werden. Die Karte lässt sich daraufhin im .kml- oder, komprimiert, im .kmz-Format speichern (vgl. Google 2013a). Damit kann sie in jedem „Google Earth Desktop Client“ betrachtet und bearbeitet werden (vgl. Abb. 54).

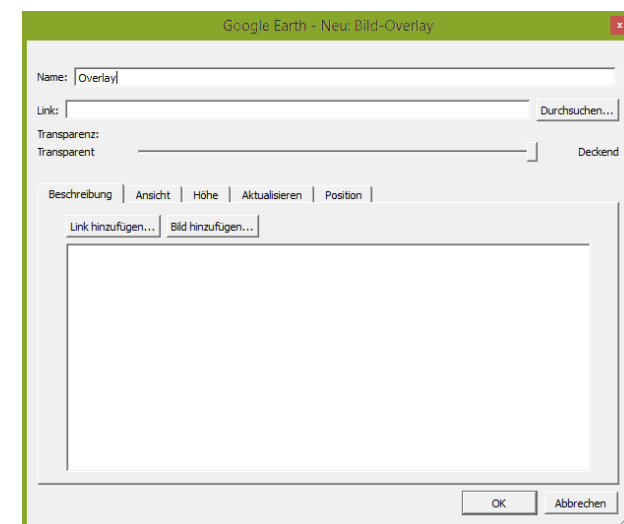
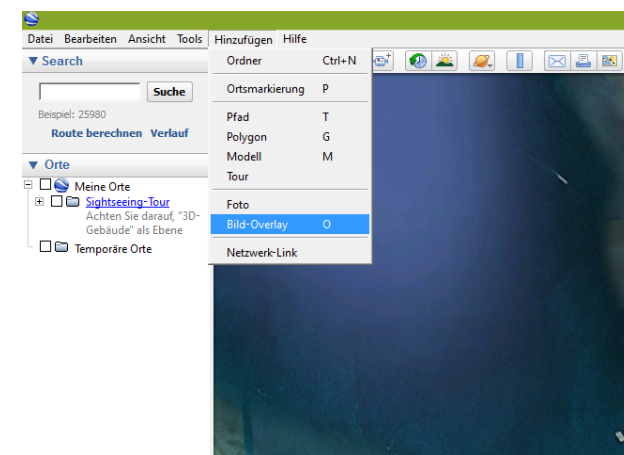


Abb. 53: Erstellung eines Bildoverlays in Google Earth

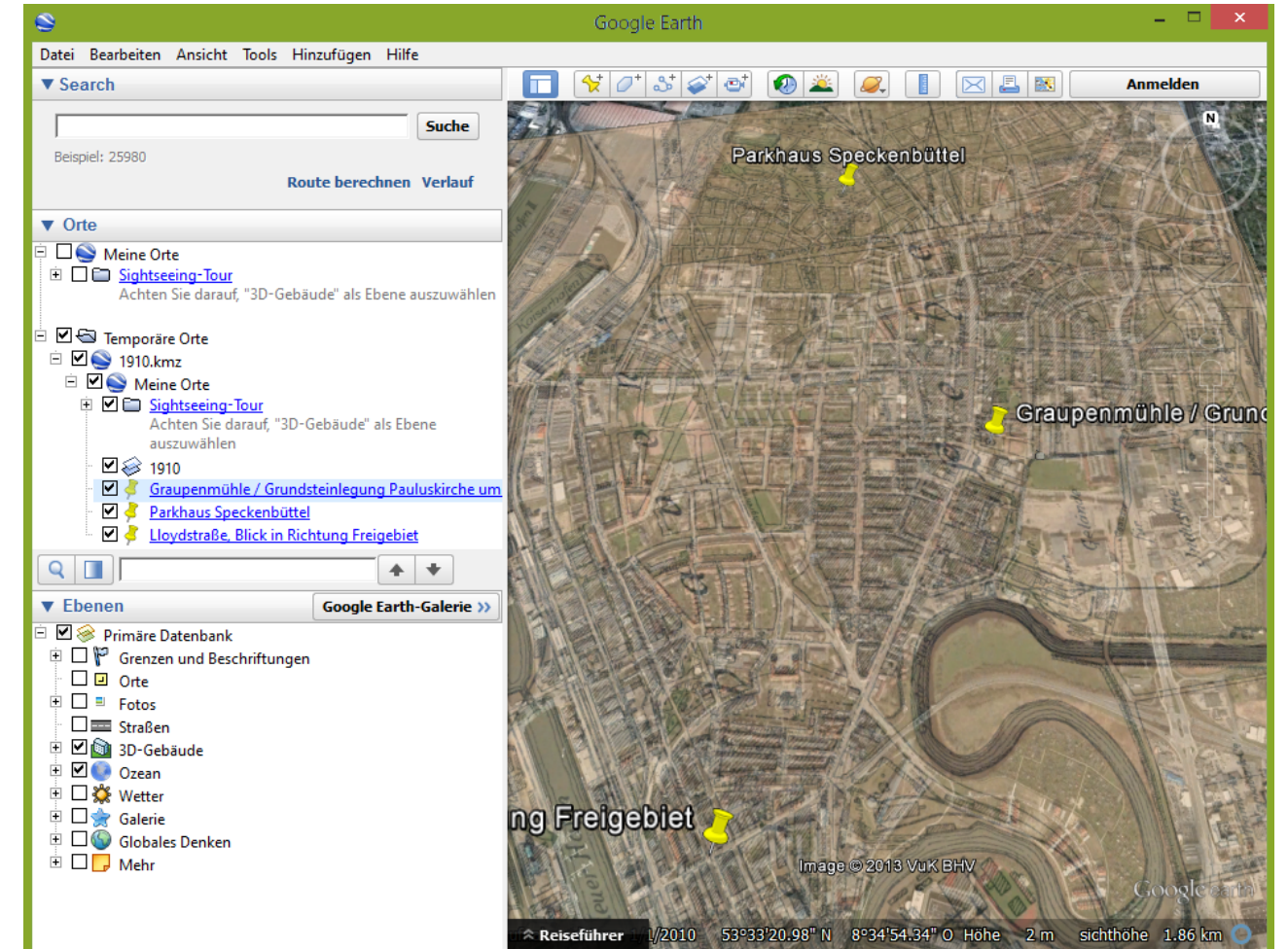


Abb. 54: Karte mit Ortsmarkierungen und halbtransparentem Kartenoverlay

5.3.2 Darstellung durch embedded kml-viewer

Google Maps wie Google Earth bieten die Möglichkeit, Karten, die wie oben beschrieben erstellt wurden, über eine Programmierschnittstelle auf jeder Website einzubinden und darzustellen. Dafür stellt Google eine kleine Web-Applikation zur Verfügung: den "embedded kml-viewer". Das Einpflegen des Mini-Programmcodes dieser Applikation in den Code einer beliebigen Website ermöglicht die Darstellung von Google Maps und allen selbst erstellten Karten. Um einen Kartenausschnitt Bremerhavens darzustellen, ist beispielsweise nur dieser kurze HTML-Code nötig:

```
<iframe width="425" height="350" frameborder="0" scrolling="no" marginheight="0" marginwidth="0" src="https://maps.google.com/?ie=UTF8&ll=53.548671,8.616371&spn=0.243962,0.6633&t=m&p;z=12&output=embed"></iframe><br /><small><a href="https://maps.google.com/?ie=UTF8&ll=53.548671,8.616371&spn=0.243962,0.6633&t=m&p;z=12&source=embed" style="color:#0000FF;text-align:left">View Larger Map</a></small>
```

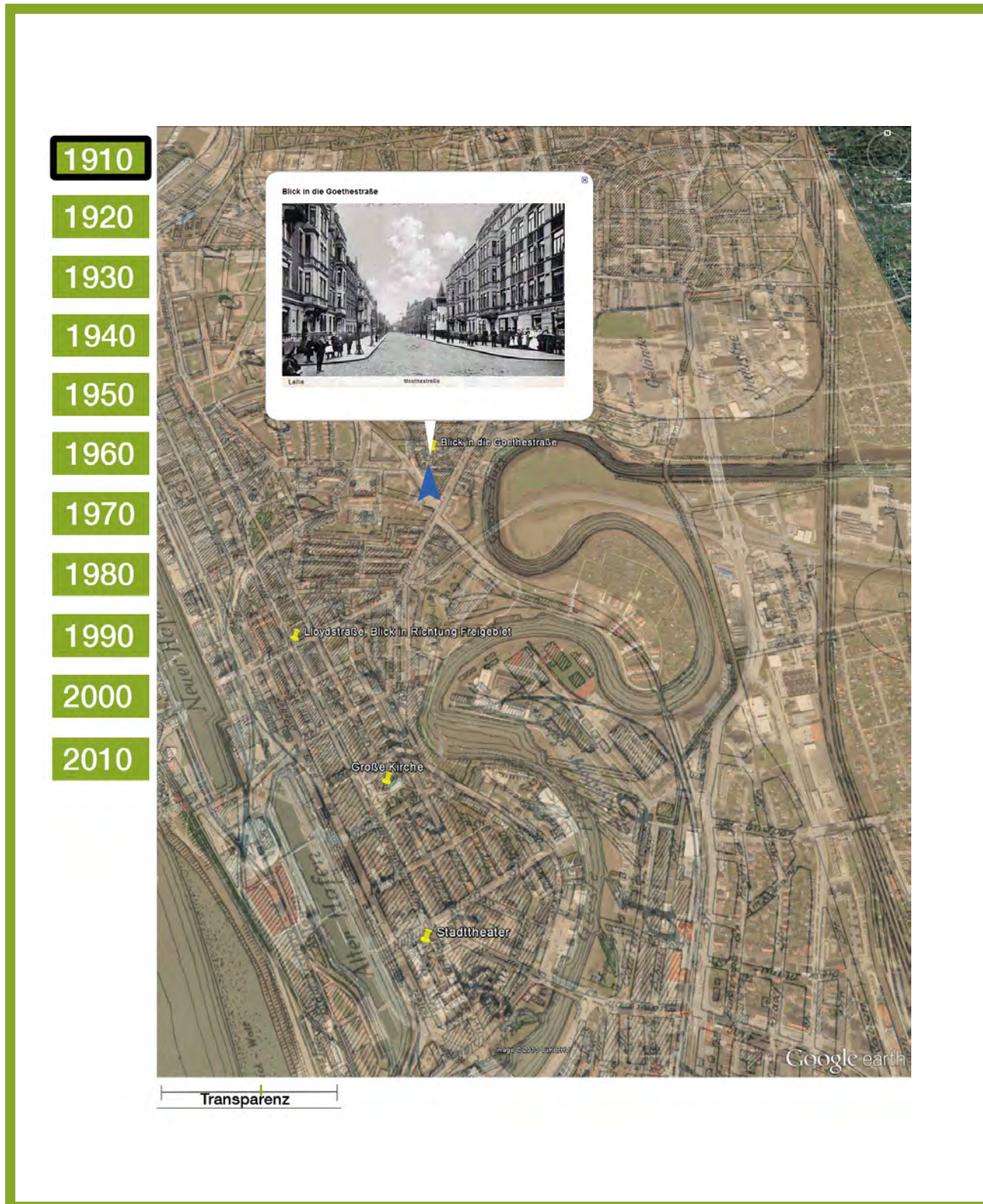



Abb. 55: Darstellung der Anwendung mit Transparenz des Karten-Overlays

5.3.3 Kommentarfunktion auf einer Blogplattform

Dank der unter 5.1.2 beschriebenen Möglichkeit zur Einbindung von Karten auf jeder beliebigen Website ist es denkbar, die vorgeschlagene Bildapplikation auf einer Blogplattform einzurichten. Diese Umgebung würde Nutzern die Möglichkeit der Interaktion bieten: Zum einen lässt sich so eine Kommentarfunktion einrichten, zum anderen können mit der Google-Programmierschnittstelle im Browser bearbeitbare Karten eingefügt werden, die von der Community gepflegt werden (zu den Möglichkeiten des Crowdsourcing vgl. Kapitel 5.4.2).

Zur Erstellung von Blogplattformen gibt es diverse Baukastensysteme wie z.B. Wordpress oder Blogger. Viele davon sind kostenlos nutzbar, und die Erstellung einer Seite dauert meist nicht länger als eine Stunde.

5.3.4 Mögliche Nutzung von QR-Codes

Eine weitere technische Möglichkeit, die den Funktionsumfang der vorgeschlagenen Applikation erweitert und zugleich ein sinnvolles Marketinginstrument darstellt (vgl. 5.4.4) ist der sogenannte **QR-Code** (Abb. 56). Aufkleber oder Plaketten mit diesen Codes könnten an jenen Gebäuden oder Orten angebracht werden, von denen historische Bilder im Internet verfügbar sind, um diese direkt aufzurufen.

QR-Code

(von engl. quick response = schnelle Antwort) steht für einen zweidimensionalen Barcode, der von der japanischen Firma Denso Wave im Jahr 1994 entwickelt wurde. Ursprünglich diente er zur Markierung von Baugruppen und Komponenten für die Logistik in der Automobilproduktion des Toyota-Konzerns (vgl. QR CODE 2013). Er besteht aus einer quadratischen Matrix aus schwarzen und weißen Punkten, die die kodierten Daten binär darstellt. Dadurch kann z.B. jeder Link zu einer Internetadresse in einen QR-Code umgewandelt werden.

Entschlüsselt wird ein solcher Code durch folgenden Decodiervorgang: Die in ein Smartphone oder Tablet eingebaute Kamera liest mit der dazugehörigen Software die Information, um anschließend zum Beispiel eine direkte Verbindung zum Internet-Browser aufzurufen und die kodierte Adresse darzustellen. Dieser Vorgang wird „mobile tagging“ genannt (vgl. Streich 2005, 234 f.).



Abb. 56: Beispiel für QR-Code: Link zur Seite <http://www.denso-wave.com/en/>

5.3.5 Mögliche Integration in das Portal www.bildservice.bremerhaven.de

Das seit 2004 existierende, oben bereits ausführlich beschriebene Online-Portal des Stadtarchivs Bremerhaven, www.bildservice.bremerhaven.de, stellt eine gute Grundlage für die hier vorgeschlagene Web-Applikation dar. Da die dort vorhandenen Bildervorschauen auf einem Server im Internet gespeichert sind, lassen sie sich per URL direkt in der kml-Karte verlinken. Statt das bereits bestehende Angebot komplett zu ersetzen, ist es also denkbar, an die diese Applikation anzuknüpfen. Dabei wäre es wünschenswert, die Bildvorschauen durch neue, nicht mit Wasserzeichen versehene Bilder auszutauschen. Um eine kommerzielle Verwendung auszuschließen, könnte die Auflösung weiterhin niedrig gehalten werden. Die Bilder werden dann wie in Abb. 57 illustriert in die kml Karte verlinkt. Die neue Funktion könnte schließlich in einem zeitgemäß überarbeiteten Page-Layout der Navigation hinzugefügt werden.

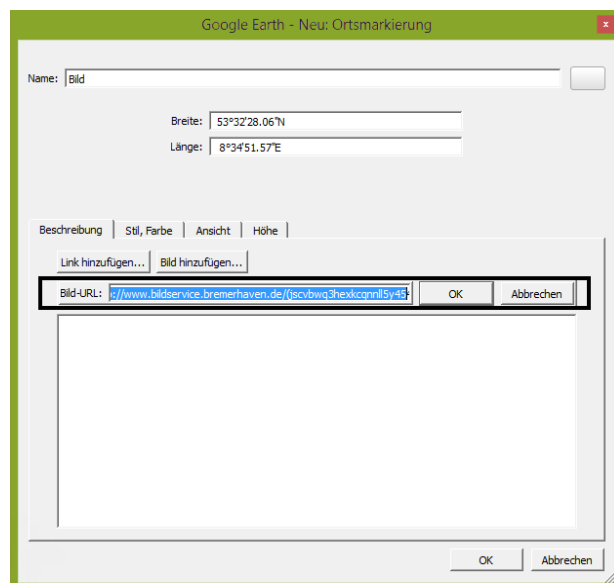


Abb. 57: Direkte Verlinkung der Bilder des Bildservices Bremerhaven

5.3.6 Administration

Die Administration und Pflege einer solchen Anwendung bringt kaum Mehraufwand im Vergleich zum bestehenden Angebot des Bildservices Bremerhaven. Die Administrationsarbeit für die Kartendarstellungen beschränkt sich praktisch ausschließlich auf die Pflege der .kml-Karten, in denen neue Bilder verortet und verlinkt werden müssen. Im Übrigen kann die bestehende Dateistruktur des Bilderservices beibehalten werden.

Es ist denkbar diesen Vorgang ab einem gewissen Zeitpunkt zu automatisieren: Ein Script würde die Bilder entsprechend ihrer Datierung und Verortung automatisch aus der Dateistruktur in die .kml Dateien laden, es müsste nur noch ab und an eine Kontrolle erfolgen.

Sollte die Applikation in eine Blogplattform eingebunden werden, müsste diese zusätzlich Administriert und gewartet werden. Zusätzlich ist hierbei auch eine Moderation wünschenswert, um Beiträge und Kommentare zu strukturieren.

5.4 Praktische Anwendung

5.4.1 Funktionsumfang

Gegenüber dem bisherigen Angebot des Stadtarchivs Bremerhaven („Bildservice“) zeichnet sich die hier vorgeschlagene Applikation durch einen deutlich erweiterten Funktionsumfang aus:

1. Wichtigster Unterschied ist die Anbindung der Fotodatenbank an Google Maps. Die historischen Bilder können so mit Koordinaten versehen und auf einer Karte verortet werden.
2. Über die Google Maps-Darstellung können zudem historische Karten gelegt werden. Mithilfe eines Transparenzreglers lässt sich die Durchsichtigkeit dieser overlays bei Bedarf verändern, so dass der heutige Straßengrundriss unterschiedlich stark durchscheint. Dies erinnert an das Prinzip des Palimpsests (vgl. Kapitel 2.2).
3. Die historischen overlays sind für unterschiedliche Jahre bzw. Jahrzehnte verfügbar und können je nach Wunsch verändert werden. Die Fotos sind den jeweiligen Zeiträumen zugeordnet, eine Darstellung aller verfügbaren Bilder ist ebenfalls möglich.
4. Die Markierungen auf Google Maps beziehungsweise auf den overlays stellen Links zu den Fotos in der Datenbank des Stadtarchivs dar. Angezeigt werden die Fotos in mittlerer Qualität und ohne das bisherige Wasserzeichen.
5. In optimaler Qualität können die Fotos gegen einen geringen Betrag erworben werden – so wie im jetzigen Angebot beziehungsweise im ursprünglichen Konzept von 2004 offenbar vorgesehen. Als einfaches Bezahlungssystem bietet sich Paypal oder Ähnliches an.

6. Über QR-Codes, die an markanten Stellen – etwa an ehemaligen Standorten besonderer historischer Gebäude – angebracht werden, lassen sich die entsprechenden Fotos direkt aufrufen.
7. Ermöglicht wird auch das Hochladen eigener Bilder in die Datenbank. Durch Setzen entsprechender Markierungen auf der Google Maps-Karte werden diese automatisch georeferenziert.
8. Eingebunden wird schließlich eine Blogplattform, die es ermöglicht, einzelne Bilder zu kommentieren bzw. diskutieren.

5.4.2 Beteiligung durch Crowdsourcing

Die vorgeschlagene Applikation *ermöglicht* nicht nur die Partizipation der Nutzer, sondern strebt diese ausdrücklich an. Das dahinter stehende Prinzip wird seit einigen Jahren unter dem Begriff „**crowdsourcing**“ diskutiert.

Crowdsourcing

(zusammengesetzt aus engl. „crowd“ = Gruppe, Masse, Menge und „outsourcing“ = Auslagerung von Arbeitsprozessen) Erstmals verwendet wurde der Begriff 2006 von Jeff Howe im Magazin Wired (Howe 2006); das von ihm so bezeichnete Konzept stammt aus dem Bereich des E-Business. Anders als beim normalen Outsourcing werden Aufgaben beim Crowdsourcing nicht an ein externes Unternehmen vergeben, sondern an eine Masse von freiwilligen Personen (Crowd). Diese Community agiert, im Regelfall unentgeltlich, außerhalb der Unternehmenshierarchie (vgl. Sobczak/Groß 2010, 15 f.).

Damit basiert dieses Geschäftsmodell auf der Idee des „user generated content“ (vgl. Sobczak/Groß 2010, 58). Hierunter versteht man das für das Web 2.0 charakteristische Phänomen, dass Inhalte im Internet von Nutzern eingebracht werden, etwa auf Plattformen wie Facebook, Youtube oder Flickr. Der Betreiber stellt dabei lediglich die technische Infrastruktur zur Verfügung (vgl. ebd. 58 f.).

Formen des Crowdsourcing sind:

- **Crowdwisdom:** Nutzung von Wissensbeständen
- **Crowdcreation:** Erstellung von Inhalten
- **Crowdvoting:** Bewertung und Filterung im Internet
- **Crowdfunding:** Finanzierung von Projekten

Wie bereits beschrieben, lassen sich die dafür notwendigen technischen Voraussetzungen sehr einfach realisieren. Die Frage ist, wo die konkreten Vorteile dieser arbeitsteiligen Organisationsform liegen und ob die angebotenen Beteiligungsmöglichkeiten tatsächlich genutzt würden. Zum ersten dieser beiden Punkte: Für den lokalen Staat, hier also das städtische Archiv, bietet Crowdsourcing zunächst einmal den Vorzug, dass externe zeitliche Ressourcen genutzt werden können. Schließlich lassen die eingeschränkten Öffnungszeiten wie die relativ geringe Zahl bislang digitalisierter Fotos vermuten, dass diese Institution über eine eher geringe Personaldecke verfügt. Neben einer zeitlichen beziehungsweise personellen Entlastung bringt das freiwillige Engagement von Bürgern aber auch eine Vergrößerung der Wissensressourcen mit sich: Bilder etwa, zu denen keine Informationen vorliegen, können

eventuell durch Nutzer identifiziert, lokalisiert und datiert werden. Darüber hinaus dürfen auch die materiellen Bestände, die zweifellos in der Bevölkerung vorhanden sind, nicht außer Acht gelassen werden: historische Aufnahmen zum Beispiel, die aktuell in Kellern oder auf Dachböden schlummern.

Hier stellt sich nun die Frage, ob sich für diese Form der Partizipation aller Voraussicht nach überhaupt Interessenten finden würden. Welche Motivation bestünde für die Bürger, sich unentgeltlich an den Aufgaben des Stadtarchivs zu beteiligen, also von Konsumenten zu „Prosumenten“ (Tapscott/Williams 2007, 124) zu werden? In der Forschung finden sich hierzu folgende Aspekte: (vgl. z.B. Tapscott/Williams 2007):

- Professionelles oder persönliches Interesse an einer Sache
- Eigene Betroffenheit
- Verbesserung eigener Fähigkeiten
- Soziale Vorteile und Netzwerkbildung
- Selbstdarstellung bzw. Aufsteigen in einer Hierarchie
- Möglicher finanzieller Anreiz
- Altruismus

Während einige dieser Punkte im konkreten Fall eher ausgeschlossen werden können, sind andere wiederum höchst relevant: So findet sich insbesondere bei geschichtlichen Themen immer eine gewisse Anzahl von Hobby-Historikern, (pensionierten) Lehrern oder sonstigen interessierten Laien und manchmal sogar Fachleuten, die gerne ihr Wissen einbringen. Dank der einfachen technischen Voraussetzungen, stehen der Beteiligung zudem IT-seitig keine hohen Hürden im Wege; im Gegenteil kann jedoch eventuell gerade die Notwendigkeit der Internet-Nutzung einen Anreiz vor allem für ältere Menschen darstellen, ihre (beschränkten) Fähigkeiten auf diesem Gebiet zu nutzen und zu erweitern.

5.4.3 Potentielle Nutzer

Als Nutzer der Applikation werden grundsätzlich sämtliche Bevölkerungsgruppen der Stadt Bremerhaven wie auch externe Besucher ins Auge gefasst. Zu berücksichtigen gilt es dabei, dass nach wie vor eine gewisse „digitale Kluft“ existiert. Das heißt, Alte, sozial Schwache und Migranten besitzen im Durchschnitt zu einem leicht unterdurchschnittlichen Prozentsatz Zugang zum Internet (Thoms 2008). Andererseits aber schließt sich diese Lücke von Jahr zu Jahr weiter, auch dank der Verbreitung von Mobilgeräten, die eine leistungsfähige Internetverbindung besitzen. Wie Technikhistoriker festgestellt haben, sind Smartphones sogar die sich am schnellsten ausbreitende technische Errungenschaft aller Zeiten (vgl. Streich 2005, 230). Kurz: Im Prinzip verfügen die allermeisten Personen auf die eine oder andere Art über die Möglichkeit, an Online-Angeboten zu partizipieren.

Im Folgenden soll kurz dargestellt werden, welche Nutzergruppen unter anderem von der Web-Applikation Gebrauch machen könnten und wie diese jeweils individuell davon profitieren würden. (Der Mehrwert für die Stadtentwicklung insgesamt wird dann im abschließenden Kapitel 6 diskutiert.) Unterschieden werden soll dabei zwischen der lokalen Bevölkerung und Touristen:

Lokale Bevölkerungsgruppen:

1. Historisch Interessierte

Diese Gruppe, die bereits oben angesprochen wurde (vgl. 5.4.2), stellt sicherlich den Kern der Nutzer dar und leistet durch das Prinzip des Crowdsourcing vermutlich auch ganz wesentlich einen aktiven Beitrag zur Digitalisierung und Vergrößerung des Bildbestandes.

2. Ältere und alte Menschen

Ihnen gibt die Applikation die Möglichkeit, eventuell ihre eigenen, historisch interessanten Fotos zu teilen und damit zur Erweiterung und zum Erhalt des kulturellen Gedächtnis' beizutragen. Zudem findet das

individuelle Gedächtnis Anknüpfungspunkte, die das Teilen der Erinnerung erleichtern – innerhalb der eigenen Generation wie über die Generationen hinweg. Damit wird auch das kollektive Gedächtnis fortgeführt. Mehr noch: Da digitale Medien, vor allem in mobiler Form, momentan tendenziell von den jüngeren Generationen genutzt werden, bietet sich hier generell eine gute Gelegenheit zum Dialog zwischen den Generationen: Die Alten erzählen ihre Lebensgeschichte, die Jungen geben ihr technisches Verständnis weiter.

3. Schüler

Im Rahmen von schulischen Projekten – ob im Geschichtsunterricht oder, in der Grundschule, in „Heimat- und Sachkunde“ – stellt die ubiquitäre Verfügbarkeit historischen Bildmaterials häufig eine Arbeitserleichterung dar. Sie erleichtert das Verstehen der Vergangenheit auf Ebene der Gesamtstadt wie das Kennenlernen des unmittelbaren Lebensumfeldes.

4. Migranten

Welche Bedeutung die Identifikation mit der neuen Heimat vor allem für Migranten haben kann, wurde in dieser Arbeit bereits diskutiert. In diesem Zusammenhang ist interessant, dass der Zuzug von Familien aus Spanien aktuell offenbar stark ansteigt, wie Lehrer an Bremerhavener Grundschulen beobachten. Da es sich bei den Eltern ganz überwiegend um hochqualifizierte Arbeitskräfte handelt, darf hier ein gewisses kulturelles und historisches Interesse vorausgesetzt werden.

Externe Besucher

1. Tagestouristen

Diese Gruppe konzentriert sich meist auf die „Havenwelten“ und nimmt die übrige Stadt entweder gar nicht oder aber häufig sehr negativ wahr. Wie bereits gezeigt, hängt dies sicherlich zum Teil mit der mangelnden Kenntnis der sehr speziellen Geschichte Bremerhavens zusammen. Insbesondere der historische Kontext

des Stadterneuerungsprojekts sowie die Verbindung dieses Areals zur Gesamtstadt werden nicht erkennbar. Hier können Bilder aus verschiedenen Epochen „Übersetzungshilfe“ leisten.

2. Mehrtagestouristen

Zweifellos bietet Bremerhaven genügend „Stoff“ selbst für mehrtägige Aufenthalte – nicht nur (aber eventuell auch) als Ausgangspunkt für Ausflüge in die Region. Für historische technische Infrastruktur etwa finden sich auf jeden Fall genügend Interessierte, wie in den letzten Jahren unter anderem das Ruhrgebiet beweist. Doch auch darüber hinaus könnte Bremerhaven ideales Ziel einer sehr speziellen Art von Tourismus sein: Denn wie Pierre Bourdieu überzeugend aufgezeigt hat, ist mit zunehmendem Bildungsgrad die Tendenz zu beobachten, gerade den allgemein als hässlich angesehenen Motiven Bildwürdigkeit zuzusprechen und diese damit gewissermaßen ästhetisch zu rehabilitieren (vgl. Bourdieu 1987, 69 ff.). Einen ähnlichen Ansatz verfolgt beispielsweise auch Boris Sieverts mit seinem Büro für Städtereisen (www.neueraeume.de): Mit Exkursionen entlang von Ausfallstraßen, geführten Wanderungen an der A1 oder Reisen wie „Drei Tage Paris ohne Eiffelturm“ versucht er, die städtischen Peripherien, die gemeinhin als unattraktiv und langweilig wahrgenommene „Zwischenstadt“, touristisch zu erschließen. Auch bei dieser alternativen Art der Stadterkundung können geschichtliche Fotos eine erklärende, vermittelnde Funktion übernehmen und den Blick schärfen helfen für die letzten historischen Überreste des urbanen Palimpsests.

5.4.4 Anknüpfungspunkte zu bestehenden Angeboten und Marketing

Um eine maximale Breitenwirkung zu erzielen, sollte die vorgeschlagene Web-Applikation zum einen an Bestehendes anknüpfen. Zum anderen ist darüber hinaus auch gezieltes

Marketing sinnvoll. An touristischen Angeboten gibt es aktuell beispielsweise einen Audio-guide zu den „Havenwelten“. Hier bietet sich ganz klar eine Illustration durch Bilder an, die den geschichtlichen Wandel beziehungsweise das städtebauliche Großprojekt (noch) besser verständlich machen. Ein weiterer Anknüpfungspunkt ist der historische Rundweg, durch den gründerzeitlichen Ortsteil Lehe-Goethestraße der im vergangenen Jahr, 2012, eingerichtet wurde. Prinzipiell ist dieser Ansatz sehr zu begrüßen, allerdings beschränkt sich die Tour momentan auf einige wenige Straßen und die Anzahl der erklärenden Schautafeln (vgl. Abb. 58) ist gering. Zudem werden darauf kaum historische Fotos abgebildet. Die Fülle an historischem Bildmaterial, die gerade zu diesem städtischen Teilraum existiert, könnte hier wiederum die Applikation beisteuern.



Abb. 58: Schautafel zum „Altstadtrundweg“

Eine der meistbesuchten touristischen Einrichtungen in Bremerhaven ist das viel gelobte und bereits mit Preisen ausgezeichnete Deutsche Auswandererhaus. Da Bremerhaven, wie in dieser Arbeit gezeigt, über lange Zeit quasi ein Synonym für Auswanderung war, spielt die große Vergangenheit der Stadt hier selbstverständlich eine herausgehobene Rolle. Mit dem Historischen Museum verfügt Bremerhaven zudem noch über eine weitere Institution, die exklusiv die städtische Geschichte behandelt. Beide Museen könnten durch die Web-Applikation gewissermaßen virtuell erweitert und in die Stadt „hinausgetragen“ werden – mit den bereits erwähnten positiven Effekten für die Verständlichkeit und „Lesbarkeit“ der Stadt. Bekannt machen ließe sich das Angebot schließlich auch über die Touristeninformation sowie über die städtische Website, auf der einer der drei Hauptmenüpunkte speziell dem Tourismus gewidmet ist. Ein direkter Link zu der Applikation müsste darüber hinaus aber unbedingt auch auf der stadtinternen Unterseite „Unsere Stadt“ vorhanden sein, wo historische Informationen bislang überhaupt nicht zu finden sind.

Hohe Öffentlichkeitswirksamkeit besitzen nicht zuletzt auch die vorgeschlagenen QR-Codes, die an bestimmten Orten sozusagen aus der physischen Welt in die digitale Sphäre verlinken. Wenn die Markierungen zwar prominent platziert sind, aber nicht unbedingt – wie bei Printwerbung meistens der Fall – sofort ihren Zweck beziehungsweise das verlinkte Ziel im Internet verraten, weckt dies eventuell gerade die Neugier der Betrachter. Andererseits muss für jene, die diesen Zugangsweg zu den historischen Fotos einmal für sich entdeckt haben, der Zusammenhang zwischen den einzelnen Code-Aufklebern oder -Plaketten erkennbar werden, etwa durch eine charakteristische Farbgebung. Darüber hinaus ließe sich die Bekanntheit des Angebots über die Berichterstattung in der lokalen Presse (Nordseezeitung, Der Sonntag) oder über Facebook steigern. Wie schnell und effizient sich mithilfe von sozialen Medien ein lokales Netzwerk an Personen aufbauen lässt, die an der Stadtentwicklung interessiert sind, durften die Verfas-

ser dieser Arbeit im Rahmen eines studentischen Projekts in Bremerhaven erleben. Zu den wichtigsten Multiplikatoren gehören dabei unter anderem Eigentümerstandortgemeinschaften wie die ESG Lehe sowie Stadtteilvereine.



6. Der Nutzen der Webapplikation für die Stadtentwicklung

Welche Bedeutung Bilder und Images in der heutigen Zeit für die Stadtentwicklung haben, welcher Stellenwert dem kollektiven und kulturellen Gedächtnis in diesem Zusammenhang zukommt und welchen Beitrag dazu wiederum Bilder und Orte leisten, wurde in dieser Arbeit ausgiebig diskutiert. Aus all dem wurde die Existenz eines sogenannten „Bildraums“ abgeleitet, der sämtliche bildbezogene Aspekte einschließt – ob sie nun auf materieller, mentaler oder medialer Ebene angesiedelt sind.

Am Beispiel Bremerhavens wurde dieser städtische Bildraum exemplarisch untersucht. Dabei wurde deutlich, dass einige der problematischen Strukturen und Phänomene aus der ungewöhnlichen Geschichte der Stadt resultieren. Andere dagegen sind typbedingt (Stichwort „Hafenstadt“) oder werden aus sonstigen Gründen von zahlreichen anderen Orten geteilt. Das Konzept, das im Rahmen dieser Arbeit vorgeschlagen wird, lässt sich daher im Grundsatz auch auf andere Städte übertragen. Das heißt, von der einfachen, ubiquitären Verfügbarkeit historischen Bildmaterials ist unseres Erachtens ganz generell ein positiver Effekt auf die Stadtentwicklung zu erwarten. Die hier präsentierte Webapplikation besitzt also unzweifelhaft große stadtplanerische Relevanz, wie im Folgenden kurz dargestellt werden soll.

Gewichtet man die Mängel des „Bildraums Bremerhaven“, springt wohl am deutlichsten ins Auge, wie sehr das physische Bild der Stadt vielerorts, auch in zentralen Bereichen, von „Zwischenstadt“-Strukturen bestimmt wird. Einerseits ist dieses Phänomen in Bremerhaven besonders ausgeprägt, andererseits lässt es sich in unterschiedlichem Maß in den allermeisten Städten nachweisen. Problematisch ist die äußerst beschränkte „Lesbarkeit“ dieses Siedlungstyps gleich in mehrerlei Hinsicht: Nach außen vermittelt die Zwischenstadt kein Bild, auf dem sich ein prägnantes, positives Image begründen lässt. Nach innen fehlt es an Möglichkeiten der Orientierung

und Identifikation. Indem jedoch das jeweilige Lebensumfeld nicht als etwas „Eigenes“ angesehen wird, sinkt die Bereitschaft, für dieses Verantwortung zu übernehmen, sich persönlich zu engagieren. Gerade vor diesem Hintergrund fordert Thomas Sieverts verstärkte Anstrengungen, „die Zwischenstadt begreifbar, lesbar und damit innerlich verfügbar zu machen“ (Sieverts 1999, 74). Zugleich stellt er fest, dass diese Herausforderung mit den herkömmlichen Mitteln des Städtebaus und der Architektur offenbar nicht mehr zu bewältigen ist, weshalb „neue Wege“ beschritten werden müssten (vgl. ebd.).

„Bilder dienen einer veränderten, aktivierenden Wahrnehmung und damit auch der politischen Aneignung der Zwischenstadt.“

Thomas Sieverts 1999, 97

Daraus leitet er die Forderung ab, zur „Sensibilisierung der Bewohner für die Zwischenstadt“ (Sieverts 1999, 120) und zur „positive[n] Beeinflussung der Innenbilder“ (ebd.) grafische Hilfsmittel einzusetzen, „die ein ‚Merkgerüst‘ im Kopf bilden können“ (ebd.). Als konkrete Aufgaben für den Stadtplaner formuliert Sieverts unter dem Stichpunkt „Information, Kommunikation und Partizipation“ (Sieverts 1999, 158) beispielsweise „das Entwickeln von einfachen, auf dem PC anwendbaren Computerprogrammen zur ‚Erschließung‘ des kulturellen Reichtums einer Stadtregion“ (ebd.).

Eben dies leistet die im Rahmen dieser Arbeit vorgeschlagene Webapplikation. Eine Anwendung erscheint daher nicht nur in Bremerhaven sinnvoll, sondern überall dort, wo ein Stadtraum verborgene Qualitäten aufweist. Oder präziser, wo bestimmte historische Schichten des urbanen Palimpsests nicht mehr ohne Weiteres erkennbar sind. Außer

für die „Zwischenstadt“ gilt dies vor allem in Deutschland auch für zahlreiche Innenstädte, die dank der „doppelten Zerstörung“ durch Zweiten Weltkrieg und anschließenden Wiederaufbau heute gesichtslos und austauschbar wirken.

Indem nun jedoch die „App“ die Aufmerksamkeit der Nutzer auf kaum wahrnehmbare historische Spuren lenkt und damit zu einer intensiveren Wahrnehmung mit dem Stadtraum anregt, kommt es im Idealfall zu einer Identifikation mit dem eigenen Umfeld, „bei der tiefere Persönlichkeitsschichten mitschwingen“ (Sieverts 1999, 121).

Dass eine solche Strategie andererseits selbstverständlich ihre Grenzen hat, betont etwa Ulf Matthiesen: Wie auch in dieser Arbeit deutlich wurde, lässt sich Identitätsbildung zwar anregen, aber letztlich nicht vollständig planen: Identitätspolitik funktioniert „eher als teilweise gerichtete Kontextsteuerung“ (Matthiesen 2005, 189).

In welche Richtung die städtischen Eliten Bremerhavens im Moment die Entwicklung der Stadt und ihrer Identität zu lenken versuchen, wurde in den vorangegangenen Kapiteln ausführlich analysiert. Zwar halten wir diesen Ansatz grundsätzlich für richtig. Allerdings bedarf ein solch forcierter Bruch mit der Vergangenheit dringend einer besseren Vermittlung. Das heißt, damit der neue Komplex der „Havenwelten“ von Besuchern stärker mit Bremerhaven assoziiert wird und der lokalen Bevölkerung echte Identifikation ermöglicht, wäre es notwendig, dass eine Kontinuität erkennbar wird zwischen dem, was einst war (d.h. dem Auswandererhafen) und dem, was nun ist (d.h. der touristischen Nutzung). Eine solche vermittelnde Funktion besitzt die vorgeschlagene Webapplikation. Sie entfaltet ihren Nutzen überall dort, wo sich Städte oder Stadträume in evolutionären Prozessen befinden: Durch die Verfügbarkeit historischen Bildmaterials können die gegenwärtigen und zukünftigen Entwicklungen in der Geschichte „verwurzelt“

beziehungsweise aus ihr hergeleitet werden. Damit werden sie besser verständlich und lassen sich eher in die (ebenfalls als prozesshaft verstandene) lokale Identität einfügen. Schließlich ist diese, wie gezeigt, immer auch auf ein Moment der Kontinuität angewiesen.

Selbstverständlich existieren in Deutschland neben den „Problemfällen“ auch zahllose Städte, die ein umfangreiches kulturelles Gedächtnis in Form historischer Bausubstanz besitzen, und deren Bild weder von zwischenstädtischen Phänomenen geprägt, noch durch größere Stadtentwicklungsprojekte einem starken Wandel unterworfen ist. Insbesondere in Orten mit intaktem historischem Stadtkern scheint die Zeit häufig beinahe „stillzustehen“, so dass der bildbasierte Geschichtsbezug auf den ersten Blick keinerlei Mehrwert liefert. Tatsächlich jedoch lässt sich mithilfe der ubiquitären Verfügbarkeit historischen Bildmaterials belegen, dass die vermeintlich beständige Stadtgestalt in Wirklichkeit eine Illusion ist: Der Vergleich des aktuellen Zustands mit Aufnahmen aus den 50er-, 60er-, 70er- und meist auch noch 80er-Jahren offenbart für gewöhnlich, welche enormen Erfolge in den vergangenen Jahrzehnten auf dem Gebiet der historischen Stadtsanierung und der Denkmalpflege erzielt wurden.

Aus dieser Erkenntnis können sich gleich mehrere positive Effekte ergeben, die (mittelfristig) für die Stadtentwicklung von Nutzen sind:

- Indem die Bürger die offensichtlichen (weil deutlich sichtbaren) Leistungen ihrer Stadt erkennen und anerkennen, wächst die Akzeptanz des lokalen Staates.
- Damit wächst zugleich die Bereitschaft, diesen bei seinen Aufgaben zu unterstützen; privates beziehungsweise privatwirtschaftliches Engagement nimmt zu – auch, aber nicht nur, beim Erhalt historischer Denkmäler und Bausubstanz.

- Die Wertschätzung für denkmalpflegerische Stadtsanierung steigt. Damit wird dieses stadtplanerische Aufgabenfeld, das sich mittlerweile in der Bevölkerung breiter Unterstützung erfreut, im öffentlichen Stadtentwicklungsdiskurs weiter gestärkt. In Diskussionen, die von ökonomischen Interessen dominiert werden, entsteht so ein deutliches Gegengewicht.

Selbstverständlich vermittelt historisches Bildmaterial nicht nur die bauliche Gestalt vergangener Epochen, sondern häufig auch deren soziale Realität. In dem Maße jedoch, in dem der heutige Betrachter für die ehemalige Nutzung eines Stadtraumes sensibilisiert wird, nimmt tendenziell seine Neigung ab, „disneyfyzierende“ Nachbildungen historischer Gebäude und Plätze zu akzeptieren beziehungsweise zu unterstützen.

Dass die Suche nach der Authentizität eines Ortes auf die Dauer gesehen auch ökonomisch nachhaltiger ist, wurde in dieser Arbeit ausführlich dargelegt. Neben den positiven Implikationen, die ein unverwechselbares Image für die Stadt als „Standort“ mit sich bringt, ist hierbei insbesondere der ständig weiter wachsende Wirtschaftszweig Tourismus zu berücksichtigen: Zunehmend gesucht werden nicht bloße Kulissen, sondern Geschichtsorte. Diese sind mit einem reichhaltigen Imaginären verknüpft, das durch das lokale kollektive Gedächtnis immer wieder aktualisiert und damit verfügbar gehalten wird – unterstützt auch durch grafische Erinnerungshilfen.

Abschließend lässt sich somit festhalten: Von einer Webapplikation, die die einfache, ubiquitäre Verfügbarkeit historischen Bildmaterials gewährleistet, würde neben Bremerhaven auch jede andere Stadt profitieren. Unabhängig von Faktoren wie Image, physischer Attraktivität oder Zustand der städtischen Identität gilt: Eine sinnvolle Zukunft braucht die eigene Geschichte.

Abbildungen

Abb. 1: <http://home.arcor.de/polygor/images/Beschaffenheit>, Aufruf am 12.07.2013

Abb. 2: http://www.duh.de/uploads/pics/eisbaer_Juergen_Schiersmann_01.jpg, Aufruf am 12.07.2013

Abb. 3: eigene Darstellung

Abb. 4: http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/d/de/Hamburg_St.Pauli_Hafenkrone_3657_Torsten_Baetge.jpg, Aufruf am 12.07.2013

Abb. 5: <http://1.bp.blogspot.com/-miSQrECsQ8A/TdKSRT0QMII/AAAAAAAAAlo/IzB3l6dLbF0/s1600/Palimpsest.jpg>, Aufruf am 12.07.2013

Abb. 6: http://isachs1.files.wordpress.com/2011/03/477108_r_b_by_rosel-eckstein_pixelio-de2.jpg, Aufruf am 12.07.2013

Abb. 7: http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/c/cb/Quartier_de_Sch%C3%BCtzenstrasse_%28Berlin%29_%282712042504%29.jpg, Aufruf am 12.07.2013

Abb. 8: <http://de.academic.ru/pictures/dewiki/68/Dresden-Elbe-Augustusbr%C3%BCcke.jpg>, Aufruf am 12.07.2013

Abb. 9: Eigene Darstellung

Abb. 10: Stadtplanungsamt Bremerhaven

Abb. 11: http://www.bremerhaven.de/medien/304/amerikaner%20in%20bremerhaven_Lloydstr_b%FCrger_700px.jpg, Aufruf am 13.07.2013

Abb. 12: <http://www.bremerhaven.de/medien/304/Columbuskaje50er.jpg>, Aufruf am 12.07.2013

Abb. 13: http://www.eurogate.de/live/eg_galerie_de/pspic/bild_original/47/bild_original1251278849_CT4_17_11_4a94fe1857106.jpg, Aufruf am 13.07.2013

Abb. 14: Eigene Darstellung

Abb. 15: Stadtplanungsamt Bremerhaven

Abb. 16: http://www.lib.utexas.edu/maps/historical/nuremberg_1858.jpg, Aufruf am 13.07.2013

Abb. 17-20: Eigene Darstellung

Abb. 21: Eigene Darstellung unter Verwendung von Google Earth

Abb. 22-30: Eigene Darstellung

Abb. 31: <http://www.studenthandouts.com/Geography/United-Arab-Emirates/04.Dubai-Hotel.jpg>

Abb. 32-35: Eigene Darstellung

Abb. 36: <http://www.bildservice.bremerhaven.de/%28ozjvsvzwa3qai545nupxu5bm%29/Ausgabe/Display.aspx?ImgType=Prev&ImgID=438>

Abb. 37: Eigene Darstellung

Abb. 38: http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/8/88/Fischereihafen_Geestem%C3%BCnde_%281904%29-01.JPG, Aufruf am 14.07.2013

Abb. 39-41: Eigene Darstellung

Abb. 42: http://www.simplonpc.co.uk/NDL_2011/Columbus-03_b.jpg, Aufruf am 14.07.2013

Abb. 43-46: Eigene Darstellung

Abb. 47: <http://www.flickr.com/photos/nappi/5718884068/sizes/o/in/photolist-9HmLZs-9HiUa2-6QZGzF-9RBK4Y-9RBJF7-9RyNMi-9RySZa-9RyTMe-9RBL8S-9RyTkx-9RBLsE-9RyRpF-9RBLNJ-9RBJbU-9RyPsR-8pLNw4-eigo2k-9jBbRe-8QobHB-9Hjh2P-dVTxXC-dAUuUe-98kkRw-98YDjy-crAtHj-crAr1o-crAs6j-bNwNNZ-98sAm8-bgTRkk-9QHGGJ-5WX9w4-bzCbjq-8wRr5h-e2HiSb-Mx5GB-94Jvp9-8o4f8t-9gGUW-8mRuJz-7pED3a-t6rvT-7u7Amu-7u3KfF-6KR4zE-6KQF5W-6KLWWt-8XoGnW-98sAQa-98sCv6-98vKXY/>, Aufruf am 14.07.2013

Abb. 48: Eigene Darstellung unter Verwendung der Website <http://www.bremerhaven.de>, Aufruf am 17.06.2013

Abb. 49: Eigene Darstellung unter Verwendung der Website <http://www.bremerhaven.de/meer-erleben/service-infos/stadtgeschichte/>, Aufruf am 17.7.2013

Abb. 50-55: Eigene Darstellung

Abb. 56: <http://www.denso-wave.com/en/>, Aufruf am 17.07.2013

Abb. 57-58: Eigene Darstellung

Literatur

- ALTROCK, UWE; HUNING, SANDRA; KUDER, THOMAS; NUISSL, HENNING; PETERS, DEIKE (2010): Symbolische Orte in der Stadtentwicklung. In: Dies. (Hrsg.): Symbolische Orte. Planerische (De-)Konstruktionen. Kassel. S. 7-22
- ASSMANN, ALEIDA (1999): Erinnerungsräume. Formen und Wandlungen des kulturellen Gedächtnisses. München
- ASSMANN, ALEIDA (2009): Geschichte findet Stadt. In: Csáky, Moritz; Leitgeb, Christoph (Hrsg.): Kommunikation – Gedächtnis – Raum. Kulturwissenschaften nach dem „Spatial Turn“. Bielefeld. S. 13-27
- ASSMANN, JAN (1992): Das kulturelle Gedächtnis. Schrift, Erinnerung und politische Identität in frühen Hochkulturen. München
- BAUWELT (2004): Rekonstruktion. Ausgabe 01/2004. Berlin
- BELTING, HANS (2005): Das echte Bild: Bildfragen als Glaubensfragen. München
- BENJAMIN, WALTER (2002): Medienästhetische Schriften. Herausgegeben von Detlev Schöttker. Frankfurt a. M.
- BERKING, HELMUTH; SCHWENK, JOCHEN (2011): Hafenstädte. Bremerhaven und Rostock im Wandel. Frankfurt
- BESSELL, GEORG (1955) (Hrsg.): Heimatchronik der Stadt Bremerhaven. Köln
- BITTNER, REGINA (2010): Bauhausstadt Dessau: Identitätssuche auf den Spuren der Moderne. Frankfurt a. M.
- BOEHM, GOTTFRIED (1994): Die Wiederkehr der Bilder. In: Ders. (Hrsg.): Was ist ein Bild? München. S. 11-38
- BOEHM, GOTTFRIED (2004): Jenseits der Sprache? Anmerkung zur Logik der Bilder. In: Mar, Christa; Burda, Hubert (Hrsg.): Iconic turn: Die neue Macht der Bilder. Köln. S. 28-43
- BOURDIEU, PIERRE (1987): Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft. Frankfurt
- BUCHER, ANNEMARIE (2012): Die Landschaft als Archiv. In: ANTHOS: Erinnerung und Archive. La Chaux-de-Fonds. S. 1-7
- CSÁKY, MORITZ (2010): Das Gedächtnis der Städte: Kulturelle Verflechtungen – Wien und die urbanen Milieus in Zentraleuropa. Wien u.a.
- DER ARCHITEKT (2005): Gegenwart der Geschichte. Ausgabe 04/2005. Berlin
- DOWNING, FRANCES (2000): Remembrance and the design of place. College Station
- FÄRBER, ALEXA (2008): Urbanes Imagineering in der postindustriellen Stadt: Zur Plausibilität Berlins als Ost-West-Drehscheibe. In: Biskup, Thomas; Schalenberg, Marc: Selling Berlin (Hrsg.): Imagebildung und Stadtmarketing von der preußischen Residenz bis zur Bundeshauptstadt. Stuttgart
- FLUSSER, VILÉM (2002): Die Schrift. Hat Schreiben Zukunft? Göttingen
- FRANK, SYBILLE (2005): Grenzwerte: zur Formation der Heritage Industry am Berliner Checkpoint Charlie. In: Arbeitsgemeinschaft Sozialwissenschaftliche Institute e.V. (Hrsg.): Soziale Welt, Sonderband: Zeitschrift für sozialwissenschaftliche Forschung und Praxis, Nr. 16. Köln. S. 279-295.
- FROSH, PAUL (2003): The Image Factory: Consumer Culture, Photography and the Visual Content Industry. Oxford
- GLASZE, GEORG; MATTISSEK, ANNIKA (2009): Diskursforschung in der Humangeographie: Konzeptionelle Grundlagen und empirische Operationalisierungen. In: Dies. (Hrsg.): Handbuch Diskurs und Raum – Theorien und Methoden für die Humangeographie sowie die sozial- und kulturwissenschaftliche Raumforschung. Bielefeld. S. 11-60
- GLEITER, JÖRG H. (2007): Die Realität des Imaginären. Architektur und das digitale Bild. In: Gleiter, Jörg H.; Korrek, Norbert; Zimmermann, Gerd (Hrsg.): Die Realität des Imaginären. Architektur und das digitale Bild. 10. Internationales Bauhaus-Kolloquium Weimar. S. 7-12
- GRUBBAUR, MONIKA (2011): Die vorgestellte Stadt: globale Büroarchitektur, Stadtmarketing und politischer Wandel in Wien. Bielefeld
- HÄCKER, HARTMUT; STAPF, KURT H. (1995): Dorsch Psychologisches Wörterbuch. Bern u.a.
- HALBWACHS, MAURICE (1991): Das kollektive Gedächtnis. Frankfurt a. M.
- HÄUSERMANN, HARTMUT; LÄPPLE, DIETER; SIEBEL, WALTER (2008): Stadtpolitik. Frankfurt a. M.
- HOWE, JEFF (2006): The Rise of Crowdsourcing. In: Wired Magazine, Issue 14.06. New York. Online unter: <http://www.wired.com/wired/archive/14.06/crowds.html>, Aufruf am 08.07.2010
- KIECOL, DANIEL (2001): Selbstbild und Image zweier europäischer Metropolen: Paris und Berlin zwischen 1900 und 1930. Frankfurt a. M. u.a.
- KNOX, PAUL L.; MARSTON, SALLIE A. (2008): Humangeographie. Herausgegeben von Hans Gebhardt, Peter Meusberger und Doris Wastl-Walter. Heidelberg
- KOETTER, FRED; ROWE, COLIN (1997): Collage City. Basel u.a.
- KROEGER-RIEL, WERNER; WEINBERG, PETER (2003): Konsumentenverhalten. München

- LINDNER, ROLF (1997): Perspektiven der Stadtethnologie. In: Historische Anthropologie, 5,2. Zürich. S. 319-328
- LINDNER, ROLF (2010): „Maß und Mitte“ – Middletown Revisited . In: Schmidt-Lauber, Brigitta (Hrsg.): Mittelstadt: urbanes Leben jenseits der Metropole. Frankfurt a. M. S. 37-52
- LÖW, MARTINA (2008): Soziologie der Städte. Frankfurt a. M.
- LYNCH, KEVIN (1989): Das Bild der Stadt. Gütersloh
- MAASEN, SABINE; BÖHLER, FRITZ (2006): Zeppelin University. Bilder einer Hochschule. In: Maasen, Sabine; Mayerhauser, Torsten; Renggli, Cornelia (Hrsg.): Bilder als Diskurse – Bilddiskurse. Weilerswist. S. 199-228
- METZ-BECKER, MARITA (2010): Zum kulturellen Gedächtnis deutscher Universitätsstädte. In: Schmidt-Lauber, Brigitta (Hrsg.): Mittelstadt: urbanes Leben jenseits der Metropole. Frankfurt a. M. S. 105-274
- MATTHIESEN, ULF (2005): Wissen in Stadtregionen. Forschungsergebnisse und Streitfragen. Orientierungswissen und Handlungsoptionen. In: Ders. (Hrsg.): Stadtregion und Wissen. Analysen und Plädoyers für eine wissenschaftsbasierte Stadtpolitik. Wiesbaden. S. 11-29
- MEFFERT, HERIBERT; BURMANN, CHRISTOPH (2002): Theoretisches Grundkonzept der identitätsorientierten Markenführung. In: Meffert, Heribert; Burmann, Christoph; Koers, Martin (Hrsg.): Markenmanagement. Grundfragen der identitätsorientierten Markenführung. Wiesbaden. S. 35-67
- MICHEL, BURKARD (2006): Bild und Habitus: Sinnbildungsprozesse bei der Rezeption von Fotografien. Wiesbaden
- MIGGELBRINK, JUDITH; SCHLOTTMANN, ANTJE (2009): Diskurstheoretisch orientierte Analyse von Bildern. In: Glasze, Georg; Mattisek, Annika (Hrsg.): Handbuch Diskurs und Raum – Theorien und Methoden für die Humangeographie sowie die sozial- und kulturwissenschaftliche Raumforschung. Bielefeld. S. 181-198
- MITCHELL, W. J. THOMAS (1994): Picture Theory: Essays on Verbal and Visual Representation. Chicago
- MOUFFE, CHANTAL (2007): Pluralismus, Dissens und demokratische Staatsbürgerschaft. In: Nonhoff, Martin (Hrsg.): Diskurs – radikale Demokratie – Hegemonie: zum politischen Denken von Ernesto Laclau und Chantal Mouffe. Bielefeld. S. 41-54
- NAUMANN, BARBARA; PANKOW, EDGAR (2004): Bilder-Denken: Bildlichkeit und Argumentation. München
- NORA, PIERRE (2005): Das Zeitalter des Gedenkens. In: Ders. (Hrsg.): Erinnerungsorte Frankreichs. München. S. 543-678
- POSTMAN, NEIL (1985): Wir amüsieren uns zu Tode. Urteilsbildung im Zeitalter der Unterhaltungsindustrie. Frankfurt a. M.
- PROSSEK, ACHIM (2009): Bild-Raum Ruhrgebiet: zur symbolischen Produktion der Region. Detmold.
- REHKÄMPER, KLAUS; SACHS-HOMBACH, KLAUS (1998): Thesen zu einer Theorie bildhafter Darstellung. In: Dies. (Hrsg.): Bild – Bildwahrnehmung – Bildverarbeitung. Interdisziplinäre Beiträge zur Bildwissenschaft. München. S. 119-124
- SCHADE, SIGRID; WENK, SILKE (2011): Studien zur visuellen Kultur: Einführung in ein transdisziplinäres Forschungsfeld. Bielefeld
- SCHELSKE, ANDREAS (1998): Zeichen eines kulturellen Bildgedächtnisses. In: Rehkämper, Klaus; Sachs-Hombach, Klaus (Hrsg.): Bild, Bildwahrnehmung, Bildverarbeitung, Interdisziplinäre Beiträge zur Bildwissenschaft. Wiesbaden. S. 59-68
- SCHEPER, BURCHARD (1979): Über Urbanisierungsprozesse im Raum Bremerhaven und im Küstengebiet. In: Niedersächsisches Landesarchiv (Hrsg.): Niedersächsisches Jahrbuch für Landesgeschichte, Band 51. Hannover. S. 1-23
- SCHEPER, BURCHARD (1991): Bremerhaven – So wie es war. Düsseldorf
- SCHLÖGEL, KARL (2003): Im Raume lesen wir die Zeit. Über Zivilisationsgeschichte und Geopolitik. München
- SEIFERT, JÖRG (2011): Stadtbild, Wahrnehmung, Design: Kevin Lynch revisited. Gütersloh
- SIEBEL, WALTER (2004): Die europäische Stadt. Frankfurt a. M.
- SIEVERTS, THOMAS (1999): Zwischenstadt: zwischen Ort und Welt, Raum und Zeit, Stadt und Land. Braunschweig
- SIGEL, PAUL; KLEIN, BRUNO (2006): Konstruktionen urbaner Identität: Zitat und Rekonstruktion in Architektur und Städtebau der Gegenwart. Berlin
- SOBCZAK, STEFAN; GROSS, MATHIAS (2010): Crowdsourcing – Grundlagen und Bedeutung für das E-Business. Boizenburg
- STARK, ULRIKE (1992): Architekten – Josef Paul Kleihues. Stuttgart
- STEGMANN, BERND-ACHIM (1997): Großstadt im Image: eine wahrnehmungsgeographische Studie zu raumbezogenen Images und zum Imagemarketing in Printmedien am Beispiel Kölns und seiner Stadtviertel. Köln
- STRAUB, JÜRGEN (1998): Personale und kollektive Identität. Zur Analyse eines theoretischen Begriffs. In: Assmann, Aleida; Friese, Heidrun (Hrsg.): Identitäten. Erinnerung, Geschichte, Identität, Bd. 3. Frankfurt. S. 73-104
- STREICH, BERND (2005): Stadtplanung in der Wissensgesellschaft. Ein Handbuch. Wiesbaden

STROHMEYER, DIETER (1992): Bremerhaven. Wirtschafts- und Stadtentwicklung im Spannungsfeld langfristiger Konjunkturlagen. Bremer Beiträge zur Geografie und Raumplanung, H. 24. Bremen

SUTTLES, GERALD D. (1984): The Cumulative Texture of Local Urban Culture. In: American Journal of Sociology Vol. 90, No. 2. Chicago. S. 283-304, Online unter: <http://www.jstor.org/stable/2779216>, Aufruf am 17.07.2013

TAPSCOTT, DON; WILLIAMS, ANTHONY D. (2007): Wikinomics – Die Revolution im Netz. München

THOMS, MAIKE (2008): Digital Divide – Die Wissensklufft im digitalen Zeitalter. Internet und informationelle Ungerechtigkeit. Saarbrücken

TROPPER, EVA (2005): Das Medium Ansichtskarte und die Genese von Kulturerbe: Eine visuelle Spurenlese am Beispiel der Stadt Graz. In: Csáky, Moritz; Sommer, Monika (Hrsg.): Kulturerbe als soziokulturelle Praxis. Innsbruck u.a. S. 33-56

WAGNER, KIRSTEN (2008): Die visuelle Ordnung der Stadt. Das Bild der Stadt bei Kevin Lynch. In: Jöchner, Cornelia (Hrsg.): Räume der Stadt. Von der Antike bis heute. Berlin. S. 317-334

WEBER, MAX (1925): Wirtschaft und Gesellschaft. Tübingen

WEICHHART, PETER; WEISKE, CHRISTINE; WERLEN, BENNO (2006): Place identity und Images – das Beispiel Eisenhüttenstadt. Wien

WEIDENFELD, WERNER (1983): Die Identität der Deutschen – Fragen, Positionen, Perspektiven. In: Ders. (Hrsg.): Die Identität der Deutschen. München. S. 13-49

WILDGEN, WOLFGANG (2003): Semiotische Analysen der Stadt Bremen: ein Beitrag zur Architektur- und Stadtsemiotik. Online unter: http://www.fb10.uni-bremen.de/homepages/wildgen/pdf/stadtsemiotik_bremen_teilfassung.pdf, Aufruf am 17.3.2010

WÜBBELS, JOHANNES (2010): Das positive Image als Wettbewerbsfaktor am Beispiel aktueller Büroimmobilienentwicklungen in Hamburg. Diplomarbeit, HafenCity Universität Hamburg

ZIRFAS, JÖRG (1999): Die Lehre der Ethik: zur moralischen Begründung pädagogischen Denkens und Handelns. Weinheim

Quellen

BILDSERVICE BREMERHAVEN (2013): <http://www.bildservice.bremerhaven.de/%28ozjyvszwa3qai545nupxu5bm%29/default.aspx>, Aufruf am 17.07.2013

BREMERHAVEN.DE (2013a): <http://www.bremerhaven.de/stadt-und-politik/stadtinformation/allgemeines/>, Aufruf am 19.07.2013

BREMERHAVEN.DE (2013b): <http://www.bremerhaven.de/meer-erleben/sail-bremerhaven/sail-2010/>, Aufruf am 17.07.2013

BREMERHAVEN.DE (2013c): <http://www.bremerhaven.de/meer-erleben/service-infos/stadtgeschichte/>, Aufruf am 19.07.2013

BUNDESAGENTUR FÜR ARBEIT (2013): Arbeitsmarkt in Zahlen, Arbeitslosigkeit auf Stadt- und Landkreisebene, Mai 2013. Online verfügbar unter: <http://statistik.arbeitsagentur.de/Navigation/Statistik/Statistik-nach-Themen/Arbeitslose-und-gemeldetes-Stellenangebot/Arbeitslose/Arbeitslose-Nav.html>, Aufruf am 03.08.2013

DIE ZEIT (2011): <http://www.zeit.de/wirtschaft/geldanlage/2011-02/schrottimobilien-modellversuch-bremerhaven>, Aufruf am 12.07.2013

EUROSTAT (2013): http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_PUBLIC/7-20032013-AP/DE/7-20032013-AP-DE.PDF, Aufruf am 12.06.2013

GERTZ, HOLGER (2006): „Der Aufstieg einer Windigen“. In: Süddeutsche Zeitung, 30.12.2006

GEWOS (2004): <http://www.stadtumbauwest.de/newsletterdaten/StadtumbaukonzeptBremerhaven.pdf>, Aufruf am 17.11.2010

GOOGLE (2013a): https://developers.google.com/kml/documentation/kml_tut, Aufruf am 12.07.2013

GOOGLE (2013b): <http://www.google.com/earth/outreach/tutorials/kmlembed.html>, Aufruf am 12.07.2013

HUGENDICK, DAVID (2011): „Ach, Bremerhaven“. Online unter: <http://www.zeit.de/gesellschaft/2011-05/bremerhaven>, Aufruf am 08.07.2013

MERIAN (2010): Bremerhaven, Dubai an der Waterkant. Online unter: <http://www.merian.de/reiseziele/artikel/a-731712.html>, Aufruf am 15.07.2013

OPEN GEOSPATIAL CONSORTIUM (2013): <http://www.opengeospatial.org/standards/kml>, Aufruf am 12.07.2013

QRCODE (2013): <http://www.qrcode.com/en/history/>, Aufruf am 12.07.2013

SPIEGEL-TV (2006): Abstieg West: Bremerhaven und die Verwaltung des Niedergangs, Erstausstrahlung am 25.04.2006, Online unter <http://www.spiegel.de/sptv/magazin/0,1518,411730,00.html>, Aufruf am 10.05.2010

STATISTISCHES LANDESAMT BREMEN (2010): <http://www.statistik-bremen.de/soev/abfrage.cfm?tabelle=17332&baumstruktur=ja&netscape=ja&titelname=Bremen%20Kleinr%C3%A4umig%20Infosystem>, Aufruf am 22.07.2013

