

Greifswald: das Image als Faktor der Stadtentwicklung; eine qualitative Untersuchung zur Stadtmarketing-Konzeption

Micheel, Monika

Veröffentlichungsversion / Published Version

Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Micheel, M. (1995). Greifswald: das Image als Faktor der Stadtentwicklung; eine qualitative Untersuchung zur Stadtmarketing-Konzeption. *Europa Regional*, 3.1995(2), 8-16. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-48427-7>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

Greifswald – Das Image als Faktor der Stadtentwicklung

Eine qualitative Untersuchung zur Stadtmarketing-Konzeption

MONIKA MICHEEL

Im Zuge des härteren Wettbewerbs der Städte und Regionen untereinander gewinnen 'weiche Standortfaktoren' wie ein historisches Stadtbild, unverbrauchte Landschaft oder Kultur im Rahmen von Attraktivitätssteigerung und Standortprofilierung an Bedeutung. Enger werdende finanzielle Handlungsspielräume der Städte bei gleichzeitig größerer Komplexität der kommunalen Aufgaben sowie wirtschaftsstrukturelle und technologische Veränderungen scheinen die Stadtentwicklungspolitik zunehmend auf eine Art Selbstinszenierung zu reduzieren, deren Ziel es ist, sich im Werben um Investitionen von der Konkurrenz abzuheben und als einzigartig zu profilieren.

In diesem Wettbewerb wird der Bildung und Verbreitung von Stadtimages eine immer größere Bedeutung beigemessen. Das bestehende Image spiegelt die Bedürfnisse, Vorstellungen und Wahrnehmungen der in und außerhalb der Stadt lebenden Menschen wider. Als „Vermittlungsfaktor zwischen den realen Gegebenheiten der Stadt einerseits und den individuellen Orientierungs- und Handlungsmustern der ihr gegenüberstehenden Einwohner, Besucher, Unternehmer usw. andererseits“ (DUSS 1977, S.11) spielt es eine wesentliche Rolle in der Positionierung und Profilierung einer Stadt, um langfristig Präferenzen für das 'Produkt Stadt' zu erreichen (MEFFERT 1989). Kritischer diagnostiziert KRÜGER (1988), daß in Imagekampagnen die Chance gesehen wird, mit wenig Geld eine Stadt oder Region attraktiver erscheinen zu lassen als sie ist.

Der Imageanalyse kommt also eine grundlegende Bedeutung zu, wenn es darum geht, Kenntnis von der Struktur des städtischen Vorstellungsbildes innerhalb und außerhalb der Stadtgrenzen zu erhalten. Sie weist auf Stärken und Schwächen hin, die aufzeigen, welche Komponenten zum Zweck der Attraktivitätssteigerung einer Stadt diskutiert werden müssen. Differenziert wird dabei zwischen Fremd- und Eigenimage. Im Gegensatz zum meist recht diffusen Fremdimage, das bei Außenstehenden aufgrund einer geringen Informationsbasis entsteht, beruht das Eigenimage

auf persönlichen Erfahrungen der in der Stadt und dem näheren Umland lebenden Menschen.

Nicht zuletzt aufgrund der o.g. komplexen Aufgaben und Probleme der Kommunen ist seit den 80er Jahren in der alten Bundesrepublik eine Kehrtwende in der Stadtentwicklungspolitik zu beobachten. Neue Kooperationsformen von öffentlicher und privater Hand finden sich in Stadtmarketing-Konzepten, Stadt- und Citymanagement oder Public Private Partnership wieder. Unabhängig davon, welcher Begriff konkret verwendet wird und ob er nur die Innenstadt oder die gesamte Stadt einbezieht, drückt sich in den Konzepten letztendlich die gleiche Hoffnung aus, stadtplanerische Probleme mit Hilfe privatwirtschaftlicher Strategien und Ressourcen lösen zu können.

Stadtmarketing wird als ganzheitliches Konzept verstanden, das strategische und taktische Entscheidungshilfen für die Stadtentwicklungspolitik liefern und somit allen beteiligten Akteuren eine klare Orientierung bieten soll. „Es beinhaltet die konsequente Planung, Steuerung und Kontrolle der Beziehungen einer Stadt mit ihren unterschiedlichen Anspruchsgruppen. Nur durch eine integrierte Gesamtsicht der Bedürfnisse der Anspruchsgruppen können Städte ihre Attraktivität steigern, ihr Image verbessern und damit ein eigenständiges Profil aufbauen“ (MEFFERT 1989, S.1). Dieses unternehmerische Verständnis von Stadtmarketing, nach dem sich die Stadt als Unternehmen versteht, das sich selbst als Produkt vermarktet, wird jedoch zunehmend in Frage gestellt. In der bundesdeutschen Praxis ist vielerorts der Wandel zu einer Betonung des kollektiven Willensbildungsprozesses zu registrieren. So wird die Stadtentwicklungspolitik zunehmend als eine Kommunikationspolitik zwischen öffentlichen und privaten Akteuren verstanden (vgl. HELBRECHT 1994). Voraussetzung für die Kommunikation ist nicht nur die Gesprächsbereitschaft aller Beteiligten und die Einsetzung eines entsprechenden „Diskussionsleiters“, des sog. City-Managers, sondern auch die Kenntnis und Berück-

sichtigung der Belange der verschiedenen Interessen- und Anspruchsgruppen in einer Stadt.

Als Voruntersuchung für ein Stadtmarketing-Konzept soll im folgenden Beitrag das Vorstellungsbild sogenannter einheimischer 'Experten' am Beispiel der vorpommerschen Stadt Greifswald dargestellt werden. Als Experten werden diejenigen Bewohner der Stadt betrachtet, die aufgrund ihres Berufs oder ihrer Funktion stellvertretend für andere zur Stadtentwicklung Stellung beziehen können. Das Vorstellungsbild, das die dort lebenden Menschen von ihrer Stadt haben, entsteht vor allem durch persönliche Kontakte und Erfahrungen, ist jedoch auch geprägt durch den Einfluß von Stadtsymbolen und Massenmedien. Das so entstandene Eigenimage zeichnet sich meist durch hohe Prägnanz und Gegenwartsbezug aus.

Ergänzend wird der einheimischen Perspektive die Sicht auswärtiger Besucher der Stadt (vgl. MICHEEL 1992) gegenübergestellt, um einzelne Aussagen gegebenenfalls zu relativieren.

Das Beispiel Greifswald

Die Stadt Greifswald liegt am Südufer des Fließchens Ryck in der für Vorpommern typischen Küsten- und Boddenlandschaft zwischen den beiden großen Inseln Rügen und Usedom. Die 63 941 (1994) Einwohner zählende Stadt wird gemeinsam mit der ca. 30 Kilometer entfernt liegenden Nachbarstadt Stralsund (1994: 69 230 Einwohner) im Landesraumordnungsprogramm als Oberzentrum ausgewiesen, wobei von einer Funktionsteilung ausgegangen wird. „Wichtige Einrichtungen in Greifswald sind insbesondere die Universität und die große Universitätsklinik, in Stralsund die Fachhochschule und zahlreiche Landesbehörden“ (Der Wirtschaftsminister... 1994, S.14).

Die Gründung der Stadt Greifswald geht auf das Zisterzienserkloster Hilda (später Eldena) zurück. 1199 errichteten dänische Mönche ein Kloster an der Mündung des Fließchens Ryck, an dessen gegenüberliegendem Ufer sie bereits Salzquellen besaßen. In der Folgezeit entstand fünf

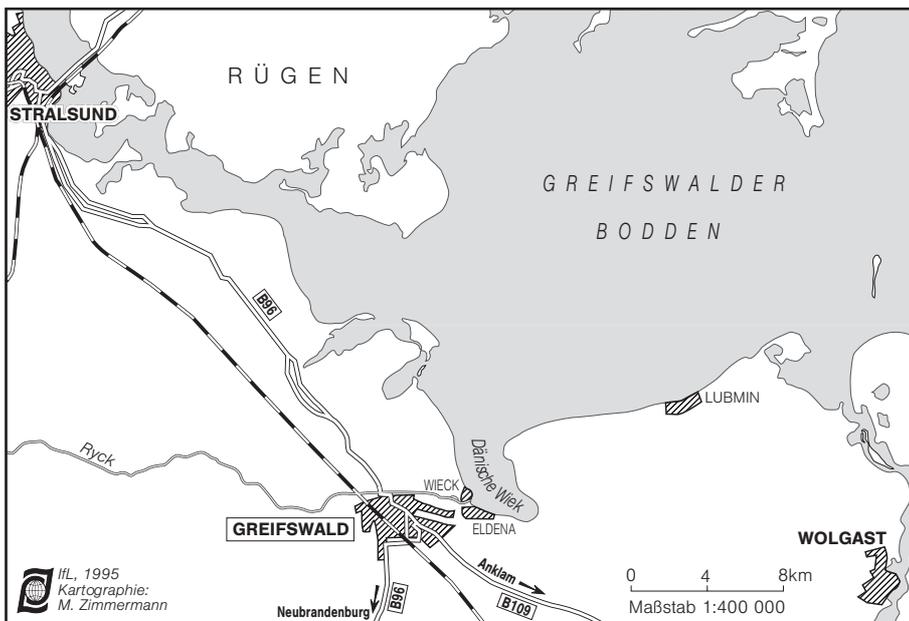


Abb. 1: Die Lage Greifswalds

Kilometer flußaufwärts – auf einer Sandinsel in der Ryckniederung – ein kleiner Marktflecken, der bereits 1250 das Lübi-sche Stadtrecht erhielt. Die frühe Blütezeit, die in Greifswald mit dem Beitritt zur Hanse 1281 einsetzte, dokumentiert sich heute städtebaulich in wenigen erhaltenen Patrizierhäusern aus der Zeit der Spätgotik (niederdeutsche Backsteingotik).

Die anfänglich rasche Entwicklung blieb allerdings hinter der Stralsunds zurück. Das Hinterland fehlte, und auch der Hafen war schlechter zugänglich als der der Nachbarstadt. Mit der Gründung der Universität 1456 wurde jedoch ein Stadtentwicklungsfaktor geschaffen, der nach dem Niedergang des Handels einzig an Bedeutung gewann. Trotzdem blieb Greifswald bis zum Anfang des 19. Jahrhunderts mit ca. 5 000 Einwohnern klein. Erst mit dem Anschluß an Preußen 1815 – nach den Jahren der Zugehörigkeit zu Schweden (1648-1815) – erfolgte ein langsames Wachstum. Der Eisenbahnanschluß 1863 und der Fernstraßenausbau brachten die Teilnahme an der Wirtschaftsentwicklung des Landes.

In den 60er Jahren dieses Jahrhunderts wurde mit der Ansiedlung zweier Großbetriebe im Zuge der Industrialisierung des strukturschwachen Nordens der DDR das Wachstum der Bevölkerung und die Erweiterung des Siedlungsgebietes erheblich beschleunigt. Der Aufbau des Nachrichtenelektronikwerkes (1988: 2 500 AK) und des Kernkraftwerkes im 22 Kilometer entfernten Lubmin (1988: 4 720 Beschäftigte und ca. 10 000 Bauarbeitskräfte) erforderten die Errichtung neuer Wohngebiete, gebaut als – für die DDR typische – Großwohnsiedlungen in industrieller Bau-

weise. Die Bevölkerungszahl stieg von ca. 41 500 (1950) auf ca. 69 000 Einwohner im Jahr 1988 (vgl. BENTHIEU et al. 1990).

Das Städtewachstum vollzog sich in südöstlicher Richtung – bedingt durch die ungünstigen Untergrundverhältnisse der Ryckniederung und den Verlauf der Eisenbahn, wodurch die Altstadt zunehmend in eine periphere Lage geriet und heute am Ende eines breiten Siedlungsbandes liegt. Als Folge der DDR-Baupolitik, die bis in die 80er Jahre das Schwergewicht auf den Bau von kompakten Großwohnsiedlungen legte, wurde die Innenstadt dem Verfall preisgegeben. Durch die Bauakademie der DDR zu einem Beispiel für die Altstadterneuerung von Mittelstädten erklärt, und unter der Prämisse, die in den Großsiedlungen erprobte „sozialistische“ Plattenbauweise anzuwenden, wurde der nördliche Teil der Altstadt abgerissen und durch Plattenbauten ersetzt (vgl. BODENSCHATZ 1985; BÜCHNER 1990). In der DDR wurde das „Experiment Greifswald“ als vorbildliche Lösung herausgestellt und mit dem 1. Preis bei einem Architekturwettbewerb anlässlich des X. Parteitages der SED 1981 ausgezeichnet. Tatsächlich wurden akzeptable Varianten der Plattenbauweise entwickelt, nur waren die Neubauten großflächig nach einem relativ einheitlichen Schema eingefügt und von ehemals 2,1 Geschossen auf nun 3,7 im Durchschnitt aufgestockt worden, was die historisch gewachsenen Strukturen verwischt und die Intimität des Altstadtviertels beseitigt hat (vgl. BÜCHNER 1990).

Mit der politischen Wende in den Jahren 1989/90 haben sich auch für die Stadt Greifswald gravierende Veränderungen

ergeben, sowohl aus räumlicher wie auch aus wirtschaftlicher Perspektive.

Die periphere Lage im Nordosten Vorpommerns und die schlechte Verkehrsanbindung sind als negative Faktoren hinsichtlich der Stadtentwicklung zu sehen. Sowohl die Bundesstraßen B 96 von Stralsund bzw. Neubrandenburg und die B 109 von Anklam als auch die Schienenverbindung Berlin-Greifswald-Stralsund sind wenig leistungsfähig.

Aus wirtschaftlicher Perspektive ist die hohe Arbeitslosigkeit (März 1995: 14,4 %) das Hauptproblem, das vor allem auf den Stellenabbau im produzierenden Gewerbe zurückzuführen ist. Das Kernkraftwerk war bis zur Abschaltung im Jahr 1991 größter Arbeitgeber für die Stadt. Planungen zur vollständigen Demontage sind vorhanden, das Land bewirbt sich jedoch um die Errichtung eines internationalen thermonuklearen Reaktors (ITER). Im Nachrichtenelektronikwerk, das von der Firma Siemens übernommen wurde, werden derzeit noch 1 000 von ehemals 3 000 Arbeitskräften beschäftigt. Mit dem Verlust der Funktion als Produktionsstandort vollzieht sich eine Entwicklung hin zur Wissenschafts- und Technologiestadt. So sind die Universität und die Universitätsklinik mittlerweile größter Arbeitgeber Greifswalds. Des Weiteren entstand ein Technologiezentrum mit ca. 50 Firmen, ein Biotechnikum befindet sich in Bau und das Max-Planck-Institut für Plasma-chemie in Planung. Auch wurden einige oberzentrale Einrichtungen angesiedelt, z.B. verschiedene Gerichte wie das Oberverwaltungsgericht und das Finanzgericht.

Hoffnungen richten sich auf die Entwicklung des Fremdenverkehrs. Greifswald liegt zwischen den beiden großen Inseln Rügen und Usedom – zwei traditionellen Urlaubsgebieten – und könnte sich als Ziel des Städtetourismus etablieren. Bedeutend sind sowohl die Altstadt mit drei markanten Kirchen (vgl. Abb. 3) und die alte Universität als auch die beiden Vororte Wieck und Eldena. Das 380 Einwohner zählende Fischerdorf Wieck verfügt mit der hölzernen Klappbrücke von 1886 über ein Wahrzeichen der Stadt (vgl. Abb. 8), im Ortsteil Eldena befindet sich die Klosterruine der Zisterzienser, die C.D. Friedrich in zahlreichen seiner Gemälde darstellte (vgl. Abb. 7).

Die Analyse des Eigenimages

Die Untersuchung des Eigenimages von Greifswald basiert auf einer qualitativen Befragung einheimischer 'Experten'. Hier-

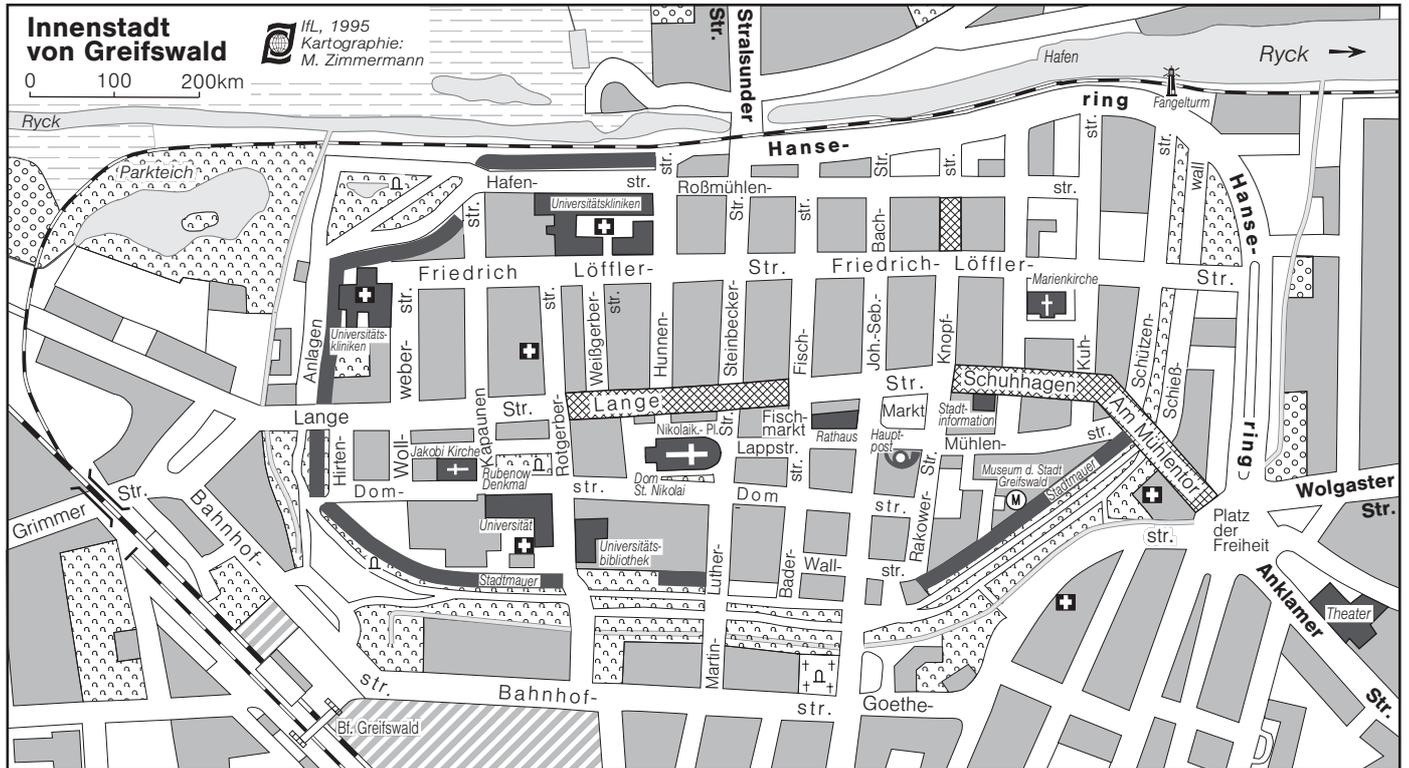


Abb. 2: Die Innenstadt von Greifswald

für wurde ein Leitfaden entwickelt, der – dem Postulat der qualitativen Sozialforschung folgend – sich mit strukturierten Beobachtungen und offenen Fragen der sozialen Realität annähert (MAYRING 1990). Aufbau und Verlauf der Interviews werden durch zwei thematische Gesprächsblöcke bestimmt:

- Fragen nach dem persönlichen Vorstellungsbild von Greifswald;
- Fragen nach dem zukünftigen Bild, d.h. nach Voraussetzungen und Perspektiven der Stadt.

Ohne an dieser Stelle auf die Diskussion für oder wider qualitative Verfahren in den Sozialwissenschaften einzugehen (vgl. BONSS 1982; FLICK et al. 1991; LAMNEK 1993; MAYRING 1990; NIEDZWETZKI 1984), ist die Offenheit der Vorgehensweise ein entscheidender Vorteil gegenüber quantitativen Verfahren. Die verschiedenen Ansätze der qualitativen Sozialforschung werden unter dem „interpretativen Paradigma“ zusammengefaßt (vgl. SEDLACEK 1989), das davon ausgeht, „daß es in gesellschaftlichen Zusammenhängen niemals eine objektive, sondern immer nur eine sozial konstruierte Wirklichkeit gibt.“ (HELBRECHT 1994, S.52). Der qualitative Forschungsprozeß ist ein Kommunikationsprozeß, in dem der Forscher nicht reiner Beobachter bleibt, sondern in einen kommunikativen Kontakt zu den Menschen tritt, deren Lebenswelt er studieren

will (vgl. GIRTLER 1988). Mit Hilfe des Intensiv-Interviews wird die individuelle Gestaltung und die eingehende Erörterung spezifischer Probleme ermöglicht, die sich erst während des Gesprächs ergeben können. Die Anpassung an die jeweilige Gesprächssituation durch Rückfragen ermöglicht die Erfassung von „unerwarteten Bezugssystemen“ (FRIEDRICHS 1985, S.226). Der Interviewer beschränkt sich dabei im wesentlichen darauf, die Gesprächsmotivation des Befragten zu fördern (vgl. WOOD 1985).

Die ausgewählten Interviewpartner gehören drei verschiedenen Personengruppen an:

- Verantwortliche in der Stadtverwaltung: A1 bis A4 (Amtsleiter, die im Bereich der Stadtplanung und -entwicklung tätig sind);
- Sachverständige des Fremdenverkehrs: S1 bis S4 (Forschungsgruppe, Verkehrsverein, Regionaler Fremdenverkehrsverband);
- andere ‘Kenner der Szene’: K1 bis K4 (Personen, die Greifswald gut kennen, wie Vertreter der Lokalpresse oder der ‘Bürgerinitiative Altstadt’).

Die durchschnittlich 60minütigen Interviews wurden mit einem Tonbandgerät aufgezeichnet und anschließend transkribiert. In einer systematischen Bestandsaufnahme werden die einzelnen Aussagen zu Komponenten zusammengefaßt, die die

Inhalte und den Facettenreichtum des Images illustrieren. In der abschließenden analytischen Interpretation werden sowohl die Zusammenhänge der Imagekomponenten untereinander als auch – in der zeitlichen Dimension – die jetzigen und die Vorstellungen von der zukünftigen Stadt untersucht.

In der folgenden Darstellung sollen die einzelnen Komponenten des Eigenimages dargestellt und interpretiert werden. Dies geschieht geordnet nach dem Bedeutungsgrad der Vorstellungsbilder bei den jeweiligen Befragten. Da nicht alle Bestandteile getrennt behandelt werden können, werden Verknüpfungen oder Wechselbeziehungen zwischen einzelnen Komponenten nach thematischen Blöcken zusammengefaßt.

Stadt in attraktiver Umgebung – Stadt am ‘Ende der Welt’

Die Lage Greifswalds ist gekennzeichnet durch den flachen Niederungsbereich des Fließchens Ryck. Sowohl das stärker reliefierte Hinterland als auch die beiden großen Inseln Rügen und Usedom stellen naturräumliche Kontraste zur Stadt dar.

Unter den befragten Experten herrscht einhellig die Meinung, daß Greifswald nicht isoliert von seinem Umland gesehen werden darf. Die landschaftliche Vielfalt und Ursprünglichkeit wird als der wesentliche Anziehungspunkt betrachtet. „Die



Abb. 3: Stadtsilhouette (C.D. Friedrich-Ansicht)
Quelle: Eigene Aufnahme 1992

Stärke unserer Region liegt in der verhältnismäßig – abgesehen vom Kernkraftwerk – intakten Landschaft“ (A4). Der Verweis auf das Kernkraftwerk in Lubmin deutet eine Problematik an, die bei der Mehrheit der Interviewpartner im Zusammenhang mit der Umgebung jedoch unberücksichtigt bleibt (vgl. ff.). Lediglich eine Interviewperson nennt keine landschaftlichen Reize, sondern verweist auf das ungünstige Klima: „Ich kann mir nicht vorstellen, warum die Leute kommen, wo es hier doch so kalt ist und so viel regnet“ (S4). In den Vorstellungsbildern der übrigen Experten kommt eine ausnahmslos positive Einstellung zur Landschaft zum Ausdruck, die mit den Adjektiven „intakt“, „attraktiv“, „weit“, „wenig zersiedelt“, „hübsch“, „unzerstört“ und vor allem „sehr schön“ umschrieben wird. Konkret wird die Lage Greifswalds „als prima Ausgangspunkt“ (S1) zwischen den beiden größten deutschen Inseln Rügen und Usedom gesehen, aber auch die Nähe des Boddens, der sowohl Segel- und Angelrevier ist als auch Bademöglichkeiten bietet. Lubmin, das nächstgelegene Seebad am Greifswalder Bodden, wird als Naherholungsziel angepriesen, das – trotz des Kernkraftwerks – bei den Greifswaldern sehr beliebt ist. Neben der Orientierung zur Seeseite wird auch das Binnenland mit seinen Alleen und Wäldern als Stärke empfunden, vor allem im Vergleich zu anderen Regionen: „Wir haben hier noch kein so riesiges Waldsterben wie eben in Thüringen und Sachsen“ (A4).

Die Einschätzung der Bedeutung der Stadt im Zusammenhang mit der Umgebung weist deutliche Unterschiede auf:

- Positiv sieht ein Teil der Befragten Greifswald als ‘Perle’ im Vorpommerschen Küstenabschnitt: „Rügen und Usedom, die sind ja wirklich herrlich. Und Greifswald liegt praktisch mitten drinne. [...] Es könnte doch eine Perle werden, denke ich“ (A2).
- Zurückhaltend bewertet eine weitere Gruppe die Stadt aufgrund ihrer Lage und mangelnder eigener Attraktivität. Es gilt, „Greifswald nicht direkt als Ziel, sondern als indirektes Ziel des Städtetourismus“ (S3) zu betrachten. „Die Besucher kommen mehr wegen der Umgebung – als Tagestouristen“ (S1).

Negativ sehen andere die Position Greifswalds: „Daß Leute die Stadt aufsuchen wollen, ist mir schon immer ein Rätsel gewesen. Die Stadt selbst ist völlig belanglos. Aber dieses Eingebettetsein in diese Landschaft, dafür lohnt’s sich“ (K3).

Die umgebende Landschaft hat in den Vorstellungsbildern also eine erhebliche Bedeutung und wird als ‘die Stärke’ der Region betrachtet. Diesem positiv besetzten Imagebestandteil kann die negative Komponente ‘Stadt am Ende der Welt’, in der sich die periphere Lage widerspiegelt, gegenübergestellt werden. Auch hier läßt sich wieder eine differenzierte Wahrnehmung der Befragten feststellen. Mehrheitlich wird die schlechte Erreichbarkeit gesehen: „Man kommt schwierig zu uns hier hinten her.“ Vor allem für die Ansiedlung von Unternehmen wird die schlechte Verkehrsanbindung als Hemmnis angesehen: „Es ist einfach fraglich, ob sich hier produzierendes Gewerbe ansiedelt – aufgrund der Ostlage. Warum soll man nicht erst nach Wismar, Rostock und so gehen, be-

vor man hierher kommt?“ (S1). Einzig S2 bewertet die verkehrsmäßige Anbindung als Stärke, indem er sich auf die sich kreuzenden Bundesstraßen B 96 und B 109 sowie die Lage an der Bahnlinie Berlin-Stralsund bezieht. Er schränkt jedoch gleichzeitig ein: „Die Anbindung an sich, nicht der Zustand.“

Kernkraftwerksstandort

Das ab 1968 errichtete Kernkraftwerk im 22 Kilometer entfernten Lubmin wird – auch nach seiner Abschaltung 1991 – als „unser Problemkind“ (A2) von einem überwiegenden Teil der Befragten mit der Stadt in Verbindung gebracht. „Greifswald, das ist doch die Stadt mit dem Atomkraftwerk“ ist die Spontanreaktion, die A1 vielfach in den alten Bundesländern erlebt hat.

Eine negative Besetzung dieses Imagebestandteils wird nicht in Form von persönlicher Betroffenheit wiedergegeben, sondern in der Regel aus der Perspektive Auswärtiger, also tatsächlicher oder potentieller Besucher. Die Mehrheit der Experten reflektiert das Problem in erster Linie in bezug auf die Frage, welchen Einfluß das Kernkraftwerk auf potentielle Touristen haben könnte: „Das Kernkraftwerk schreckt viele Besucher ab“ (K1). „Die behauptete Sicherheit wird die Bedenken nicht zerstreuen“ (A2). Dabei sieht die Mehrheit einen Zusammenhang zwischen dem durch das Kernkraftwerk geprägten Image und der Fremdenverkehrsentwicklung: „Das ist natürlich nicht gerade Tourismusförderung“ (K4).

Andere Interviewpartner negieren Auswirkungen auf den Reiseentscheidungsprozeß potentieller Besucher. Auf die Frage, ob das Kernkraftwerk ihrer Meinung nach Besucher abschreckt, äußern sie: „Mich persönlich nicht, und auch die Nachfrage von Urlaubern bestätigt meine Einstellung“ (S3).

Die persönlichen Vorstellungsbilder vom Kernkraftwerk variieren zwischen Akzeptanz und Verdrängung. Ein Teil derjenigen, die lange in Greifswald leben, verbinden auch positive Aspekte mit der Anlage: „Ich muß sagen, wir sehen das hier wahrscheinlich ein bißchen anders: Das Kernkraftwerk war der größte Arbeitgeber in dieser wirtschaftsschwachen Region. Viele Menschen haben hier eine Wohnung gekriegt durch das KKW, die haben Arbeit gekriegt, keine schlecht bezahlte Arbeit. Und dadurch, daß auch sehr wenig Information hier ‘rübergekommen ist und das alles als sicher hingestellt wurde, waren die Ängste in der Bevölkerung eben auch nicht so ausgeprägt, wie es vielleicht bei Ihnen jetzt ist“ (A2).



Abb. 4: Markt mit Nikolaikirche

Quelle: Eigene Aufnahme 1995



Abb. 5: Verfallener Speicher in der Altstadt

Quelle: Eigene Aufnahme 1995

Verdrängt wird die Existenz des Kernkraftwerks dagegen von den beiden Befragten, die aus den alten Bundesländern zugezogen sind, so z.B.: „Sehen Sie, das habe ich ganz vergessen, ganz gestrichen“ (A3).

Zusammenfassend ist festzustellen, daß Unklarheiten über Abschaltung, Stilllegung und Abbau einerseits oder Weiterführung als Forschungsreaktor andererseits zu diffusen Vorstellungen über ein ‘unsicheres Kernkraftwerk sowjetischer Bauart’ führen. Unterschiedliche Einstellungen der Verantwortlichen vor Ort tragen ein uneinheitliches Bild nach außen. Eine Minderheit der Experten äußert sich positiv zur Weiternutzung des Kernkraftwerks, indem sie vorrangig die Erhaltung von Arbeitsplätzen sieht. Die Mehrheit empfindet dagegen einen Widerspruch zur Stadtentwicklung, vor allem in Hinblick auf einen „Imageverlust durch das KKW“ (K3).

Stadt mit historischer Bausubstanz – Verwaarloste Stadt

Trotz der Neubebauung im Stadtzentrum drückt sich in fast allen Vorstellungsbildern eine positive Grundeinstellung zum Vorhandensein der historischen Bausubstanz aus, die jedoch ebenso einhellig in Zusammenhang mit dem schlechten Zustand gebracht wird. Die Tatsache, daß durch den 1976 begonnenen großflächigen Abriß der nördlichen Altstadt ein bedeutender Teil der alten Strukturen beseitigt wurde, wird bedauert: „Ich finde es sehr traurig, daß die nördliche Altstadt, die so nach dem Charakter einer Hansestadt geprägt war, daß das alles verloren ist. Das hat man alles weggeklöppt“ (K2).

Ein persönlich empfundener Schmerz über den Teilabriß der Altstadt wird von

denjenigen Experten zum Ausdruck gebracht, die Greifswald schon lange kennen, aber zeitweise nicht hier gewohnt haben und die Veränderungen deshalb möglicherweise bewußter wahrnehmen.

„Es war halt Frust, immer, wenn Du nach Hause gekommen bist, hast Du mehr Lücken gehabt. Ich wollte auch nicht zurück, aber wie es so spielt“ (K4).

„Ich hatte immer Heimweh nach der Stadt. Ich bin traurig. Es war furchtbar für mich, als die Häuser abgerissen wurden. Trotzdem, Greifswald wird immer meine Heimatstadt sein. Ich bin 1974 wieder zurückgekommen, und jetzt gehe ich hier auch nicht mehr weg“ (K2).

Die Existenz der Platten-Neubauten, mit denen die nördliche Altstadt wieder bebaut wurde, wird im Zusammenhang mit der Betrachtung der historischen Bausubstanz offensichtlich verdrängt. Lediglich eine Minderheit thematisiert diesen Punkt im Verlauf des Gesprächs, etwa, wenn es um die Schwächen der Stadt geht: „Die Platte in der Innenstadt: Das sind natürlich Dinge, die einem sehr weh tun“ (A3). „Die Plattenbauten in der Altstadt muß man gesehen haben, um zu wissen, daß man so etwas nicht machen sollte“ (K4).

Die Wahrnehmung des Verfalls der historischen Bausubstanz und die Einschätzung der zukünftigen Sanierungsmöglichkeiten weisen ebenfalls Unterschiede auf. Eine knappe Mehrheit der Befragten äußert sich positiv zu den alten Strukturen, „weil der typische Charakter der Stadt noch erhalten ist“ (A2). Nur im Nebensatz wird auf den Verfall verwiesen: „Alte kleine Universitätsstadt mit einem verhältnismäßig intakten innerstädtischen Kern, der zwar baufällig, aber immer noch da ist“

(A4). „Toll ist doch eigentlich die, zwar in Ruinen, aber erhalten gebliebene Struktur der Stadt“ (A2).

Andere finden deutlichere Worte, sehen aber optimistisch auf zukünftige Sanierungsaufgaben: „Die Stadt als solche mit ihrem Stadtzentrum ist ja sehenswert, trotz Vernachlässigung und teilweisem Verfall. Es wird ja wieder einiges getan, daß das wieder zur vollen Blüte kommt, gerade am Markt, diese alten Bürgerhäuser im gotischen Baustil“ (A1).

Pessimisten sind dagegen in der Minderheit: „Die Altstadt kann man eigentlich nicht empfehlen, weil sie zu verfallen ist. [...] Alte Greifswalder (ehemalige, d.V.) sind geschockt“ (K1). „Die Stadt hat langsam, aber sicher ihr Gesicht verloren“ (K4). S4 reflektiert dagegen die Erfahrungen mit Auswärtigen: „Manche finden den Verfall schön, aber die müssen hier auch nicht leben.“ K3 zeigt seinen Besuchern die Altstadt am liebsten gar nicht: „Einen Spaziergang durch die Innenstadt versuche ich immer zu vermeiden.“

Zusammenfassend bleibt festzuhalten, daß die historische Bausubstanz der Innenstadt den Kern der Identifikation mit der Stadt darstellt. Umfangreiche Sanierungsmaßnahmen werden also gefordert, die teilweise bereits in die Wege geleitet wurden. Das langfristige Ziel muß der Erhalt der historisch gewachsenen städtebaulichen Strukturen sein, nicht jedoch jedes einzelnen Gebäudes. Vor allem die Wahrung der Maßstäblichkeit wird als besonders wichtig erachtet. Zugleich wird jedoch vor einem „Postkartenidyll“ gewarnt und der „Mut zu Neubauten“ gefordert. Zu starke Verharrung in alten Strukturen würde eine Stagnation bedeuten.



Abb. 6: Universitätsbibliothek in der Altstadt
Quelle: Eigene Aufnahme 1991

„Denn, wenn die Vorfahren nicht offen für Modernes gewesen wären, würden wir heute immer noch gotische Giebelhäuser bauen“ (S3).

Stadt der Bildung und Kultur

Das „geistig-kulturelle Niveau“ (S1) wird von fast allen Experten als sehr hoch und für die Stadt bedeutend eingeschätzt. Dies spiegelt sich in den Imagekomponenten ‘kleine Universitätsstadt’ und ‘Geburtsstadt Caspar David Friedrichs’ wider, die gleichwertig einzustufen sind.

Greifswald verfügt über die kleinste deutsche Universität (ca. 3 000 Studierende), die gleichzeitig eine der ältesten ist. Als „niedliche kleine Universitätsstadt“ (A4) wird Greifswald charakterisiert, die das „kulturelle Zentrum des landwirtschaftlich geprägten Nordostens“ (S3) sei. Häufig werden die Verflechtungen von Stadt und Universität hervorgehoben, indem auf die geringe Größe der Stadt hingewiesen wird, in der die Universität noch stadtbildprägenden Charakter hat: „Universitätsstadt und nicht Stadt mit einer Universität“ (S2, K3). „Von der Größe her betrachtet, weil es ja ein ganz anderes Flair hat (als die großen Universitätsstädte, d.V.): So eine interessante Mischung aus Provinzialität und Weltoffenheit“ (S2).

Die Tradition der Universität spielt im Vorstellungsbild ebenso eine Rolle: „Greifswald war immer eine Universität mit einer Stadt drumherum. Es war das geistige Leben, das mich immer so faszinierte. Man traf die Professoren auf der Straße, auch heute noch“ (K2). „Der stabile Faktor in der Geschichte war die Univer-

sität, und das sollte sie auch wieder werden“ (S3).

Auf die jüngere DDR-Vergangenheit bezieht A1 sein Vorstellungsbild: „Bezugspunkt ist für mich die Universität. Das kennen wir von Kind auf, daß Greifswald die kleinste Universität (der DDR, d.V.) hat.“

Die Vorstellungen von der zukünftigen Entwicklung der Universität schließen die Frage nach ihrer wirtschaftlichen Bedeutung für die Stadt mit ein. Es wird die Hoffnung geäußert, sich als Tagungs- und Kongreßstandort profilieren zu können. Eine Mehrheit der Experten sieht im Umfeld der Universität einen wirtschaftlichen Entwicklungspol bzw. ein Standbein. „Es gibt keinen anderen Faktor, der hier noch eine Rolle spielen könnte“ (K3). Das Vorhandensein und die Nutzung des wissenschaftlichen Potentials wird als Standortvorteil gewertet. Begriffe wie „Forschungsstelle“, „Innovationszentrum“ oder „Wirtschaftsforschungszentrum“ drücken die Hoffnung auf eine eigenständige Entwicklung der Hochschule aus, die positive Auswirkungen auch auf andere Wirtschaftssektoren haben könnte.

Damit die Universität jedoch wirtschaftlich lebensfähig bleibt und zum atmosphärisch stadtbildprägenden Faktor werden kann – „eine hübsche Kleinstadt, in der die Universität überall zu spüren ist“ (S2) –, müßte zunächst die Zahl der Studenten erhöht werden.

Greifswald ist der Geburtsort des Malers C.D. Friedrich, eines der bedeutendsten Vertreter der Deutschen Romantik. Vor allem Darstellungen der Klosterruine Eldena wie auch zahlreiche Landschafts-

bilder des Greifswalder Umlandes charakterisieren sein frühes Werk. Nach Meinung der Mehrheit der Experten sollte diese Tatsache eine vorrangige Rolle in der Selbstdarstellung der Stadt spielen. „Caspar David Friedrich, das ist wirklich ein Pfund, mit dem man wuchern kann“ (K3). „Das ist natürlich ein renommiertes Aushängeschild“ (A2). „Es sollte größerer Wert darauf gelegt werden, daß Caspar David Friedrich hier geboren worden ist“ (K4). Konkret wird auf „die Caspar David Friedrich-Ansicht“ (A1) hingewiesen, die Silhouette der drei Stadtkirchen, die das Gemälde „Wiesen bei Greifswald“ von 1820 (Kunsthalle Hamburg) zeigt und die sich ähnlich heute bei der Zufahrt aus nördlicher Richtung bietet (vgl. Abb. 3). Weniger häufig wird auf die Darstellungen der Klosterruine, „die berühmt ist durch unseren Caspar“ (A2), oder die des Marktplatzes eingegangen.

Mehrfach wird auf die Möglichkeit, „auf den Spuren Caspar David Friedrichs“ (S4, K2, K4) zu wandeln, hingewiesen, obwohl gleichzeitig kritisch eingeschränkt wird, daß die Voraussetzungen nicht optimal seien. Im Museum umfaßt die Ausstellung zu Friedrich nur ein Zimmer, sein Geburtshaus steht nicht mehr, und die Seifensiederei seines Vaters muß erst wieder hergerichtet werden. Gerade hier sieht A4 eine Chance der Entwicklung:

„In Richtung Kultur werden wir in Zukunft mehr machen und ausnutzen: Caspar David Friedrich. Wir bauen ja das Haus seiner Eltern wieder auf (die Seifensiederei, d.V.).“

Die Assoziation C.D. Friedrichs mit der Landschaft Vorpommerns ist weit verbreitet. Im Widerspruch zu dieser Beobachtung steht der Sachverhalt, daß von den Interviewpartnern erstaunlich selten auf die Vorortssituation von Wieck und Eldena eingegangen wird. Während Eldena und die Ruine des Zisterzienserklosters im Zusammenhang mit C.D. Friedrich wahrgenommen werden, findet das Fischerdorf Wieck nur bei einer Minderheit Erwähnung. Dabei sind die beiden Vororte an der Mündung des Ryck wesentliche Anziehungspunkte für Besucher. Die Klappbrücke – als einzigartige Sehenswürdigkeit im nordostdeutschen Raum – kann dabei als Symbol mit hohem Wiedererkennungswert angesehen werden.

Zusammenfassung der Expertenbefragung

Die Analyse des Eigenimages zeigt eine insgesamt als positiv-kritisch zu bezeichnende Einstellung der Experten zu 'ihrer' Stadt. Weil neun der zwölf Gesprächspartner seit mindestens 10 Jahren in Greifswald leben, kann von einem hohen Grad an Ortsbezogenheit ausgegangen werden.

In den Vorstellungsbildern von Greifswald wird deutlich, daß die Stadt allein offensichtlich als unbedeutend eingeschätzt wird. Mit den Komponenten 'Stadt in attraktiver Umgebung' und 'Kernkraftwerksstandort' werden zwei Imagebestandteile am häufigsten genannt, die sich nicht unmittelbar auf das Stadtgebiet beziehen. Dabei kommt in der Komponente 'Stadt in attraktiver Umgebung' eine einhellig positive Grundeinstellung zum Ausdruck, wenn auch einschränkend auf die Nachteile der peripheren Lage verwiesen wird. In der Komponente 'Kernkraftwerksstandort' zeigt sich eine mehrheitlich negative Grundeinstellung.

Im Verlauf einzelner Gespräche zeigt sich häufig die Verknüpfung sowohl positiver als negativer Sichtweisen. Eine positive Haltung wird im späteren Verlauf des Interviews eingeschränkt. Die 'Privatmeinung' wird in der Regel zum Ende eines Interviews, oft nach Abschalten des Aufnahmeapparates, geäußert. Dabei zeigt sich häufig eine Einstellung, die im Widerspruch zu den offiziellen Äußerungen als 'Experte' stehen.

Direkt auf die Stadt bezogen lassen sich vorrangig drei Imagekomponenten ableiten: 'Stadt mit historischer Bausubstanz', 'kleine Universitätsstadt' und 'Geburtsstadt Caspar David Friedrichs'. Das Vorhandensein dieser Elemente wird ausnahmslos positiv bewertet, wenn auch die Meinungen über die tatsächliche Beschaffenheit differenzierter sind.

Das Vorstellungsbild auswärtiger Besucher

Das Ergebnis einer Befragung von Besuchern Greifswalds – überwiegend Touristen – (vgl. MICHEEL 1992) sollte ergänzend der Untersuchung zum Eigenimage gegenübergestellt werden, um das Ergebnis der Experteninterviews gegebenenfalls zu relativieren. Vorweg läßt sich feststellen, daß die Vorstellungen Auswärtiger diffuser und die Assoziationen auf prägnante Stadtsymbole wie Sehenswürdigkeiten oder bedeutende Persönlichkeiten bezogen sind. Auch weist das Fremdimage in der Regel einen eher historischen Bezug auf und ist – aufgrund der meist touristischen Erwartungshaltung – weniger an



Abb. 7: Klosterruine Eldena
Quelle: Eigene Aufnahme 1992

gegenwartsbezogenen (problembeladenen) Inhalten orientiert.

Generell lassen sich Unterschiede hinsichtlich der Vielfältigkeit der Imageelemente feststellen: Die Vorstellungsbilder der befragten Besucher umfassen wesentlich mehr Aspekte als die der einheimischen Experten. Während die Experten vor einem relativ einheitlichen Erfahrungshintergrund wenige Imagekomponenten benennen, diese dafür aber prägnant und detailliert beschreiben, variieren die Vorstellungen der Auswärtigen erheblich. Die unterschiedliche Herkunft und die daraus resultierenden differenzierten Motive, nach Greifswald zu kommen, bilden dafür Erklärungen.

Im einzelnen zeigen sich unterschiedliche Tendenzen in der Wahrnehmung der verschiedenen Komponenten. Während die Experten in erster Linie die Umgebung und erst dann verschiedene auf die Stadt bezogene Aspekte nennen, denken die Besucher an verschiedene Gegebenheiten in der Stadt, einschließlich die Existenz des Kernkraftwerks. Diese Beobachtung ist damit zu erklären, daß die Besucher, die Greifswald größtenteils nicht kennen, vorrangig an der Stadt interessiert sind, während die Einheimischen die Umgebung als attraktiver einschätzen, zumindest, um zu wiederholten Besuchen einzuladen.

Das Imageelement 'Stadt mit historischer Bausubstanz' spielt bei den Besuchern eine ebenso vorrangige Rolle wie bei den Experten. Während die Einheimischen eher die Struktur der Altstadt als Ganzes sehen, sind es bei den Besuchern vor allem prägnante städtebauliche Einzelelemente wie der Dom, die Marienkir-

che oder die Bürgerhäuser am Markt. Die historische Bausubstanz wird als positiv empfunden, doch wird ihr in der Komponente 'Verfallene Stadt' von beiden befragten Gruppen ein negatives Element gegenübergestellt.

Sehen die Einheimischen die gegenwärtige Situation der Universität aufgrund persönlicher Kontakte und Erfahrungen sowie des Wissens um die wirtschaftliche Bedeutung für die Stadt, hat die Hochschule für die Besucher eine größere Bedeutung als Stadtsymbol. Sie spielt in deren Vorstellungsbild jedoch eine fast ausschließlich historische Rolle, was sich sowohl an der Wahrnehmung des Hauptgebäudes als Sehenswürdigkeit als auch an der Verknüpfung mit bedeutenden Persönlichkeiten zeigt.

Eine andere wichtige Imagekomponente stellt Caspar David Friedrich dar. Wird von einheimischer Seite dem berühmtesten Sohn der Stadt eine große Bedeutung hinsichtlich der Tourismusentwicklung beigemessen, ist nur einer Minderheit von Besuchern geläufig, daß Greifswald die Geburtsstadt des Malers ist.

Die Hanse als weitere historische Komponente findet bei den befragten Experten kaum Beachtung. Sie weisen eher auf die geringe Bedeutung Greifswalds im Verbund der Hanse hin, während die Besucher die Verbindung Greifswalds mit der Hanse herstellen, wohl auch aufgrund der offiziellen Bezeichnung „Hansestadt Greifswald“.

Am deutlichsten unterscheiden sich Fremd- und Eigenimage in der Wahrnehmung der Vorortssituation Wiecks. Während das denkmalgeschützte Dorf nur bei



Abb. 7: Klappbrücke in Wieck
Quelle: Eigene Aufnahme 1992

wenigen der befragten Experten Gegenstand der Betrachtung ist, stellen der Hafen und die Klappbrücke, die als ein Wahrzeichen Greifswalds gilt, für die Besucher ganz wesentliche positiv besetzte Assoziationspunkte dar.

Schwierig einzuschätzen ist die Bedeutung der Imagekomponente 'Kernkraftwerksstandort'. Zwar wird das Kernkraftwerk von beiden Gruppen assoziativ eng mit der Stadt verbunden, doch lassen sich daraus nur schwer Rückschlüsse auf die tatsächliche Einstellung ableiten. Wie gezeigt, schwankt die Einstellung der Einheimischen zwischen Hoffnung auf Arbeitsplatzsicherung und der Befürchtung der Unverträglichkeit von Kernkraftwerk

bzw. Kernenergieforschung und Tourismus. Die Besucher Greifswalds dagegen nehmen das Kernkraftwerk während ihres in der Regel kurzen Aufenthaltes mehrheitlich nicht als Bedrohung wahr.

Zusammenfassung und Ausblick

Die am häufigsten genannten Punkte der Analyse des Images von Greifswald können als die Diskussions- und Ansatzpunkte des Stadtmarketings betrachtet werden. Es sind überwiegend solche, die die gesamtstädtische Entwicklung betreffen und teilweise auch die Region miteinbeziehen. An erster Stelle stehen die Komponenten 'Stadt in attraktiver Umgebung' und 'Kernkraftwerksstandort'. Dabei

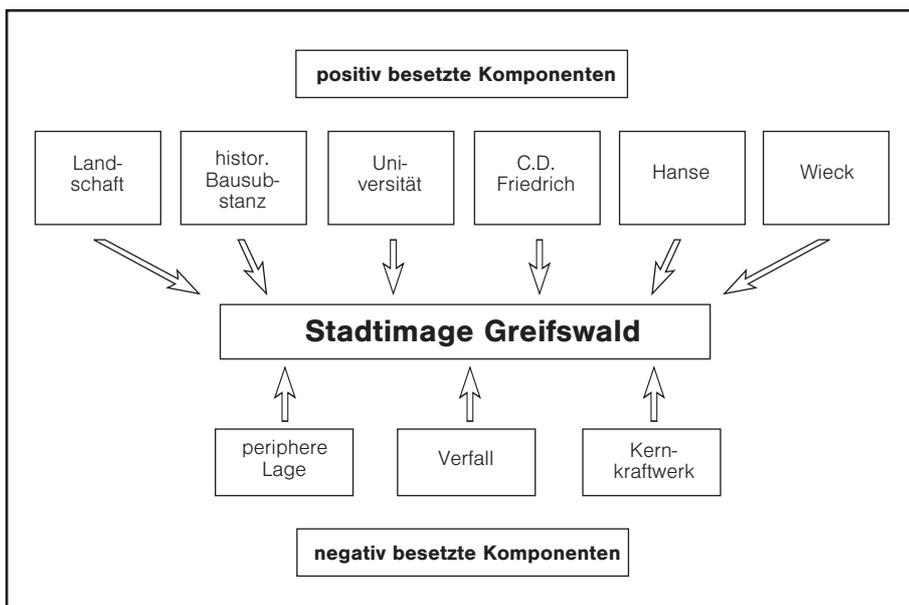


Abb. 9: Das Image Greifswalds

kommt in der Komponente 'Stadt in attraktiver Umgebung' eine einhellig positive Grundeinstellung zum Ausdruck, wenn auch einschränkend auf die Nachteile der peripheren Lage verwiesen wird. In der Komponente 'Kernkraftwerksstandort' zeigt sich eine mehrheitlich negative Grundeinstellung.

Direkt auf die Stadt bezogen lassen sich vorrangig drei Imagekomponenten ableiten: 'Stadt mit historischer Bausubstanz', 'kleine Universitätsstadt' und 'Geburtsstadt Caspar David Friedrichs'. Das Vorhandensein dieser Elemente wird ausnahmslos positiv bewertet, wenn auch die Meinungen über die tatsächliche Beschaffenheit differenzierter sind.

In *Abbildung 9* werden die positiven und negativen Bestandteile des Greifswalder Images dargestellt, die sich als besonders prägnant herauskristallisiert haben. Deutlich wird das Übergewicht der positiv besetzten Komponenten gegenüber wenigen negativen. Kritische oder ambivalente Einstellungen zu Greifswald werden lediglich bei der Betrachtung der historischen Bausubstanz, der der Verfall gegenübergestellt wird, geäußert. Ähnliches gilt für die Komponente 'Landschaft', die wegen ihrer Weite und Unberührtheit geschätzt wird, gleichzeitig jedoch den Nachteil der peripheren Lage Greifswalds beinhaltet.

Mit dem Ziel der Attraktivitätssteigerung und Standortprofilierung Greifswalds müssen die erkannten Defizite hinsichtlich des Sanierungsbedarfs der Altstadt, der Belebung des öffentlichen Raums und damit der 'touristischen' Infrastruktur wie Hotels, Gaststätten und Kulturangebote sowie des Imageverlustes durch das Kernkraftwerk behoben werden. So muß die Verträglichkeit von Kernenergie bzw. -forschung und Tourismusentwicklung überprüft werden, weil gerade an diesem Punkt die Meinungen der Verantwortlichen auseinandergehen.

Auch darf die Bedeutung der Zusammenarbeit mit den Nachbarstädten und -kreisen nicht unterschätzt werden. Durch die Auflage, ein gemeinsames Oberzentrum mit Stralsund zu bilden, ist diese Kooperation in Teilen bereits institutionalisiert. Doch muß auch im gemeinsamen Auftreten nach außen, wie etwa im Regionalen Fremdenverkehrsverband, die Chance gesehen werden, den eigenen Bekanntheitsgrad zu erhöhen. Der Standort des Konkurrenten sollte gleichzeitig als der eigene Wettbewerbsvorteil verstanden werden.

Der Ausblick auf die zukünftige Entwicklung der Stadt muß die spezielle Problematik der Innenstadt von Greifswald besonders berücksichtigen. Neben der Tatsache, daß die Altstadt an der nord-westlichen Peripherie eines sich noch immer in Richtung Süden und Südosten vergrößerten Stadtgefüges liegt, spielt ein zunehmender Bedeutungsverlust der Innenstadt als Versorgungszentrum bei gleichzeitiger Suburbanisierung die entscheidende Rolle. Diesem Trend der Abkehr von der Innenstadt, wie er in nahezu allen ostdeutschen Kommunen festzustellen ist, wird nun mit einem Arbeitskreis 'Revitalisierung der Innenstadt' unter Federführung der Stadt begegnet. Diese Arbeitsgruppe versteht sich als Forum für die Entwicklung einer Stadtmarketing-Konzeption. Doch erschweren die mangelnde Motivation der Beteiligten und die unterschiedlichen Leitbilder der Stadtentwicklung, die von der Stadt als Erlebnisraum bis hin zur Stadt der Wissenschaft und Forschung reichen, sowie die unterschiedlichen Vorstellungen vom Bezugsrahmen Innenstadt oder Gesamtstadt den Leitbildentwurf. Auch fehlt der neutrale City-Manager, der den kollektiven Willensbildungsprozeß leitet. So sind es die Vertreter des Einzelhandels, die ihr Anliegen massiv vortragen und damit die Diskussion in eine ökonomisch orientierte Richtung lenken. Vor dem Hintergrund der o.g. Probleme werden in dem Arbeitskreis Handlungsempfehlungen erarbeitet, die besonders den Einzelhandel berücksichtigen. Zum Leitbild der Innenstadtentwicklung wird demnach das des traditionellen Handelszentrums erklärt. Die Vorschläge für Maßnahmen gehen zunächst in Richtung Förderung der Angebotsvielfalt und Senkung des Preisniveaus. Die beiden zentralen Diskussionspunkte im Frühjahr 1995 sind die Ansiedlung eines Kaufhauses als Publikumsmagnet und die Durchsetzung einheitlicher Ladenöffnungszeiten an den langen Donners- und Samstagen.

Betrachtet man die Ansätze der Stadtmarketing-Diskussion in Greifswald, so ist eine Veränderung der Bezugsebenen von der Gesamtstadt zur Innenstadt zu beobachten. Mit der Konzentration der Diskussion auf die Innenstadtentwicklung scheint sich der Schwerpunkt des Leitbildentwurfs von dem Ziel der Standortprofilierung als Gesamtstadt gegenüber ihren Nachbarstädten zu verlagern zur Attraktivitätssteigerung der Innenstadt gegenüber dem Stadtrand bzw. der Umlandgemeinden.

Grundsätzliche Bedingung für das Gelingen des Stadtmarketings ist, daß Kommunikationsbereitschaft, Partizipationsbereitschaft und Artikulationsfähigkeit der Akteure gleichverteilt vorhanden sind und nicht die Durchsetzungsfähigkeit einzelner Interessengruppen den thematischen Schwerpunkt des Leitbildentwurf verlagert. Ebenso ist Offenheit, sowohl von seiten der öffentlichen als auch von den privaten Interessenvertretern, Voraussetzung. Darüber hinaus liegt ein weiterer Eckpfeiler des Erfolgs beim City-Manager, der als neutrale Person die Durchführung des Stadtmarketings leitet. Er muß nicht nur Moderator und Koordinator der Kommunikation zwischen den Akteuren, sondern auch Experte in den einzelnen Aufgabenfeldern sein. Von seiner Vermittlungsfähigkeit hängt es letztendlich ab, die verschiedenen Interessengruppen einander näher zu bringen und auch nichtwirtschaftliche Belange wie soziale, kulturelle und ökologische Aspekte in der Diskussion zu berücksichtigen. Stadtmarketing ist akteursorientiert und kann nur bei Einbindung aller Interessengruppen einer Stadt erfolgreich sein.

Literatur

- BENTHIEN, B., KÄNEL, A.V., E. WEBER (1990): Die Küstenregion mit See- und Hafenwirtschaft, Erholungswesen und Landwirtschaft im Bezirk Rostock. In: SCHERF, K., et al. (Hrsg.): DDR – Ökonomische und soziale Geographie. Gotha, S. 454-463. (zit. als BENTHIEN et al. (1990)).
- BODENSCHATZ, H. (1985): Das Modell Greifswald: Altstadterneuerung in Plattenbauweise. In: Bauwelt 76, H. 44, S. 1738-1741.
- BONNS, W. (1982): Die Einübung des Tatsachenblicks. Zur Struktur und Veränderung empirischer Sozialforschung. Frankfurt/M.
- BORCHERT, J.G. (1989): Citymarketing – eine neue Domäne der Angewandten Geographie. In: HEYER, R., & M. HOMMEL (Hrsg.): Stadt und Kulturräum. P. Schöller zum Gedenken. Paderborn (= Bochumer Geogr. Arbeiten, H. 50, S. 79-87).
- BÜCHNER, H.-J. (1990): Grundlagen, Konzeptionen und Probleme der Stadtkernerneuerung in der DDR am Beispiel von Greifswald. In: DOMRÖS, M., GORMSEN, E., & J. STADELBAUER (Hrsg.): Festschrift für Wendelin Klaer zum 65. Geburtstag. Mainz (= Mainzer Geogr. Studien, H. 34, S. 121-142).
- Der Wirtschaftsminister des Landes Mecklenburg-Vorpommern (Hrsg.) (1994): Erstes Landesraumordnungsprogramm Mecklenburg-Vorpommern. Schwerin.
- DUSS, R. (1977): Arbeitshilfe für Imageuntersuchungen. Köln (= DST-Beiträge zur Statistik und Stadtforschung, H. 10).
- FLICK, U., et al. (Hrsg.) (1991): Handbuch

- empirische Sozialforschung. München, Weinheim.
- FRIEDRICH, J. (1985): Methoden der empirischen Sozialforschung. 13. Aufl. Opladen.
- GIRTLE, R. (1988): Qualitative Sozialforschung. 2. Aufl. Wien.
- HELBRECHT, I. (1994): „Stadtmarketing“: Konturen einer kommunikativen Stadterneuerungspolitik. Basel, Boston, Berlin.
- KRÜGER, R. (1988): Die Geographie auf der Reise in die Postmoderne? Teil II: Stadtentwicklung zwischen Sein und Schein – theoretische Überlegungen zur Funktion von Stadt-Images und ihrer Analyse. Oldenburg (= Wahrnehmungsgeogr. Studien zur Regionalentwicklung, Bd. 5, S. 63-98).
- KRÜGER, R., PIEPER, A., & B. SCHÄFER (1989): Oldenburg – eine Alltagsliebe? Darstellungen über die Stadt als Lebensraum. Oldenburg (= Wahrnehmungsgeogr. Studien zur Regionalentwicklung, Bd. 7). (zit. als KRÜGER et al. 1989).
- LAMNEK, S. (1993): Qualitative Sozialforschung. Bd. 1 Methodologie. 2. Aufl. München, Weinheim.
- MAYRING, P. (1990): Einführung in die qualitative Sozialforschung. Eine Anleitung zu qualitativem Denken. München.
- MEFFERT, H. (1989): Städtemarketing – Pflicht oder Kür? In: Symposium Stadtvisionen, Münster, S. 1-7.
- MICHEEL, M. (1992): Greifswald – eine 'strahlende' Ostsee-Perle? Stadtimage und Städtetourismus. Eine empirische Studie als Beitrag zum Stadtmarketing. Münster (unveröffentl. Diplomarbeit).
- NIEDZWETZKI, K. (1984): Möglichkeiten, Schwierigkeiten und Grenzen qualitativer Verfahren in den Sozialwissenschaften. In: Geographische Zeitschrift 72, H. 2, S. 65-80.
- PAUL, L. (1993): Changing spatial and societal contexts in East Germany: The case of Mecklenburg-Vorpommern and the county of Greifswald. In: HAUER, J., & G. HOERVELD (Hrsg.): Moving Regions. Utrecht. (= Nederlandse Geografische Studies 161, S. 69-98).
- SEDLACEK, P. (1989): Qualitative Sozialgeographie. Versuch einer Standortbestimmung. In: SEDLACEK, P. (Hrsg.): Programm und Praxis qualitativer Sozialgeographie. Oldenburg (= Wahrnehmungsgeogr. Studien zur Regionalentwicklung, Bd. 6, S. 9-19).
- Stadtplanungsamt der Hansestadt Greifswald (Hrsg.) (1994): Flächennutzungsplan Vorentwurf. Stand November 1994. Erläuterungsbericht.
- WOOD, G. (1985): Die Wahrnehmung sozialer und bebauter Umwelt. Dargestellt an städtebaulichen Problemen der Großstadt Essen. Oldenburg (= Wahrnehmungsgeogr. Studien zur Regionalentwicklung, Bd. 3).

Autor:
Dipl.-Geogr. MONIKA MICHEEL,
Universität Leipzig,
Institut für Geographie i.G.,
D-04109 Leipzig