

**Diskursive Repräsentationen
von Städten im Nordosten Deutschlands**

I n a u g u r a l d i s s e r t a t i o n

zur

Erlangung des akademischen Grades eines

Doktors der Naturwissenschaften (Dr. rer. Nat.)

der

Mathematisch-Naturwissenschaftlichen Fakultät

der

Universität Greifswald

vorgelegt von

Julius Brandt

Universitäts- und Hansestadt Greifswald am 03.09.2021

Erstgutachterin: Prof. Dr. Christine Tamásy

Zweitgutachter: Prof. Dr. Matthias Naumann

Dekan: Prof. Dr. Gerald Kerth

Tag der Verteidigung: 17.12.2021

INHALTSVERZEICHNIS

ABBILDUNGSVERZEICHNIS.....	III
TABELLENVERZEICHNIS	VI
1 EINLEITUNG	1
1.1 Die Implikation von Diskursen im Alltäglichen	1
1.2 Die Relevanz der Diskursforschung in der Geographie	4
1.3 Forschungsdesign und Zielsetzung dieser Arbeit.....	8
2 THEORETISCHER RAHMEN.....	13
2.1 GRAMSCIIs Hegemoniebegriff als grundlegender Baustein der Diskurstheorie?	13
2.2 FOUCAULT als Wegbereiter einer modernen Diskurstheorie	15
2.2.1 Grundlegende Begriffe in FOUCAULTs Diskurskonzept	16
2.2.2 Die unterschiedlichen Ausprägungen der Diskursanalyse	24
2.3 LACLAUs und MOUFFEs Arbeiten als ganzheitliches Konzept der Hegemonie- und Diskurstheorie.....	29
2.4 URRYs Tourist Gaze als diskursive Praxis im LACLAUSCHEN und MOUFFESCHEN Sinne?	39
2.5 Stadt- und Regionalmarketing und ihre Entwicklung zum place branding.....	49
2.5.1 Neoliberalisierung als globaler Prozess und seine Implikationen für die Stadt- und Regionalentwicklung.....	50
2.5.2 Vom Stadt- und Regionalmarketing zum place branding.....	55
2.6 Schrumpfende Regionen und Städte in Deutschland.....	64
2.7 Versuch einer zusammenfassenden Theorie von Diskurs und Hegemonie im Kontext von Stadt- und Regionalentwicklungsprozessen.....	71
3 BESCHREIBUNG DER FALLBEISPIELSTÄDTE	75
3.1 Rostock – die inoffizielle Landeshauptstadt?	77
3.2 Greifswald als kulturelle Schnittstelle zu Polen	78
3.3 UNESCO-Weltkulturerbe Stadt Stralsund.....	79
4 METHODIK	83
4.1 Die lexikometrische Diskursanalyse als ein zweischrittiges Verfahren.....	83

4.2 Auswahl relevanter Texte und Kompilieren der Korpora	88
4.3 Angewandte Analysen und ihre Funktionsweisen.....	93
4.4 Kritische Reflexion der gewählten Theorie und Methodik	95
5 ERGEBNISSE DER LEXIKOMETRISCHEN DISKURSANALYSE.....	99
5.1 Analyse der Außendarstellungen.....	99
5.1.1 Gemeinsamkeiten in der Außendarstellung der drei Untersuchungsstädte	99
5.1.2 Rostock ist mehr als nur Fußball	101
5.1.3 Greifswald als Innovationsraum.....	107
5.1.4 Die Werftenkrise in Stralsund	111
5.2 Analyse der Eigendarstellung.....	115
5.2.1 Gemeinsamkeiten in der Eigendarstellung aller drei Städte.....	115
5.2.2 Rostock als grüne und nachhaltige Stadt.....	119
5.2.3 Tourismus und Kultur als treibende Wirtschaftskräfte in Greifswald.....	125
5.2.4 Stralsund als historische Stadt für Familien	130
5.3 Touristische Darstellung der drei Untersuchungsstädte durch Angebote der Vermittlungsplattform Airbnb	136
5.3.1 Gemeinsamkeiten in der touristischen Darstellung der drei Untersuchungsstädte	136
5.3.2 Modernes Flair und Ambiente im Rostocker Tourismus	137
5.3.3 Greifswald als maritimer Erholungsraum.....	142
5.3.4 UNESCO-Weltkulturerbe und Stadtgeschichte als Attraktoren für Stralsund	147
6 DISKUSSION UND HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN	153
6.1 Notwendigkeit für eine kritische Diskussion der Ergebnisse	153
6.2 Kritische Diskussion der Ergebnisse und Handlungsempfehlungen zum Umgang mit den diskursiven Repräsentationen	154
6.2.1 Fußball und seine Fans als Chancen und Risiken für Rostock.....	154
6.2.2 Wissensbasierte Stadtentwicklung als Zukunft Greifswalds?	156
6.2.3 Tourismus als Entwicklungschance für Stralsund.....	159
7 FAZIT	161
LITERATURVERZEICHNIS	172
EIGENSTÄNDIGKEITSERKLÄRUNG.....	VII
TABELLARISCHER LEBENS LAUF	VIII
DANKSAGUNG	IX

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1: Prozess des Verfestigens von Wissen und Fakten in der Gesellschaft.....	3
Abbildung 2: Wechselbeziehung zwischen Raumbezogener Identität als Identität der Person und Raumbezogener Identität als Identität des Raumes.....	7
Abbildung 3: Zusammenfassende Darstellung der in dieser Arbeit untersuchten Forschungsfragen	9
Abbildung 4: Vergleich zwischen den Organisationsarten mit und ohne leeren Signifikanten	34
Abbildung 5: Flottierender Signifikant im Spannungsfeld verschiedener Partikularinteressen, welche sich über einen leeren Signifikanten Identität stiften. Dabei wird jedoch der gleiche leere Signifikant von zwei Identitäten mit Bedeutung aufgeladen, so dass er zu einem flottierenden Signifikanten wird.....	36
Abbildung 6: Kommunikation der diskursiven Repräsentation.....	60
Abbildung 7: Räumliche Verortung der drei Untersuchungsstädte Rostock, Stralsund und Greifswald.....	82
Abbildung 8: Ergebnisse der Kookkurrenz-Analyse des Korpus mit Artikeln überregionaler Tageszeitungen für die Stadt Rostock. Je häufiger ein Wort im Korpus vorkommt, desto größer ist es dargestellt. Die Worte wurden in die Themenbereiche „Gewalt“, „Hochschulewesen“, „Region“ und „Wirtschaft“ eingeordnet.....	103
Abbildung 9: Ergebnisse der Keyword-Analyse des Korpus mit Artikeln überregionaler Tageszeitungen für die Stadt Rostock. Je häufiger ein Wort im Korpus vorkommt, desto größer ist es dargestellt. Die Worte wurden in die Themenbereiche „Fremdenfeindlichkeit“, „Fußball“, „Region“ und „Wirtschaft“ eingeordnet	105
Abbildung 10: Ergebnisse der Kookkurrenz-Analyse des Korpus mit Artikeln überregionaler Tageszeitungen für die Stadt Greifswald. Je häufiger ein Wort im Korpus vorkommt, desto größer ist es dargestellt. Die Worte wurden in die Themenbereiche „Energie“, „Hochschulewesen“ und „Region“ eingeordnet	108
Abbildung 11: Ergebnisse der Keyword-Analyse des Korpus mit Artikeln überregionaler Tageszeitungen für die Stadt Greifswald. Je häufiger ein Wort im Korpus vorkommt, desto größer ist es dargestellt. Die Worte wurden in die Themenbereiche „Energie“, „Hochschulewesen“, „Region“ und „Wirtschaft“ eingeordnet	110
Abbildung 12: Ergebnisse der Kookkurrenz-Analyse des Korpus mit Artikeln überregionaler Tageszeitungen für die Stadt Stralsund. Je häufiger ein Wort im Korpus vorkommt, desto größer ist es dargestellt. Die Worte wurden in die Themenbereiche „Kultur“, „Wirtschaft“, „Region“ und „Tourismus“ eingeordnet	112
Abbildung 13: Ergebnisse der Keyword-Analyse des Korpus mit Artikeln überregionaler Tageszeitungen für die Stadt Stralsund. Je häufiger ein Wort im Korpus vorkommt, desto größer	

ist es dargestellt. Die Worte wurden in die Themenbereiche „Tourismus“, „Region“ und „Werftenwirtschaft“ eingeordnet 114

Abbildung 14: Ergebnisse der Kookkurrenz-Analyse des Korpus mit Beiträgen der Portale für Stadtnachrichten und Pressemitteilungen für die Stadt Rostock. Je häufiger ein Wort im Korpus vorkommt, desto größer ist es dargestellt. Die Worte wurden in die Themenbereiche „Fremdenfeindlichkeit“, „Umweltschutz“, „Stadtentwicklung“ und „Stadtkultur“ eingeordnet 121

Abbildung 15: Ergebnisse der Keyword-Analyse des Korpus mit Beiträgen der Portale für Stadtnachrichten und Pressemitteilungen für die Stadt Rostock. Je häufiger ein Wort im Korpus vorkommt, desto größer ist es dargestellt. Die Worte wurden in die Themenbereiche „Nachhaltigkeit“, „Stadtkultur“, „Region“ und „Kommunalverwaltung“ eingeordnet..... 124

Abbildung 16: Ergebnisse der Kookkurrenz-Analyse des Korpus mit Beiträgen der Portale für Stadtnachrichten und Pressemitteilungen für die Stadt Greifswald. Je häufiger ein Wort im Korpus vorkommt, desto größer ist es dargestellt. Die Worte wurden in die Themenbereiche „Region“, „Bildung“, „Stadtentwicklung“ und „Kultur“ eingeordnet..... 127

Abbildung 17: Ergebnisse der Keyword-Analyse des Korpus mit Beiträgen der Portale für Stadtnachrichten und Pressemitteilungen für die Stadt Greifswald. Je häufiger ein Wort im Korpus vorkommt, desto größer ist es dargestellt. Die Worte wurden in die Themenbereiche „Stadtkultur“, „Maritimes“, „Stadtentwicklung“ und „Region“ eingeordnet 129

Abbildung 18: Ergebnisse der Kookkurrenz-Analyse des Korpus mit Beiträgen der Portale für Stadtnachrichten und Pressemitteilungen für die Stadt Stralsund. Je häufiger ein Wort im Korpus vorkommt, desto größer ist es dargestellt. Die Worte wurden in die Themenbereiche „Stadtkultur“, „Bildung“, „Region“ und „Stadtökonomie“ eingeordnet 132

Abbildung 19: Ergebnisse der Keyword-Analyse des Korpus mit Beiträgen der Portale für Stadtnachrichten und Pressemitteilungen für die Stadt Stralsund. Je häufiger ein Wort im Korpus vorkommt, desto größer ist es dargestellt. Die Worte wurden in die Themenbereiche „Stadtgeschichte“, „Stadtökonomie“, „Stadtkultur“ und „Region“ eingeordnet 135

Abbildung 20: Ergebnisse der Kookkurrenz-Analyse des Korpus mit Beiträgen der touristischen Vermietungsplattform Airbnb für die Stadt Rostock. Je häufiger ein Wort im Korpus vorkommt, desto größer ist es dargestellt. Die Worte wurden in die Themenbereiche „Attraktoren“, „Beherbergung“, „Erleben“ und „Stadtkultur“ eingeordnet 138

Abbildung 21: Ergebnisse der Keyword-Analyse des Korpus mit Beiträgen der touristischen Vermietungsplattform Airbnb für die Stadt Rostock. Je häufiger ein Wort im Korpus vorkommt, desto größer ist es dargestellt. Die Worte wurden in die Themenbereiche „Maritimes“, „Attraktoren“, „Infrastruktur“ und „Städtisches Leben“ eingeordnet..... 141

Abbildung 22: Ergebnisse der Kookkurrenz-Analyse des Korpus mit Beiträgen der touristischen Vermietungsplattform Airbnb für die Stadt Greifswald. Je häufiger ein Wort im Korpus vorkommt, desto größer ist es dargestellt. Die Worte wurden in die Themenbereiche „Erleben“, „Flair und Ambiente“, „Stadt und Umgebung“ und „Beherbergung“ eingeordnet 143

Abbildung 23: Ergebnisse der Keyword-Analyse des Korpus mit Beiträgen der touristischen Vermietungsplattform Airbnb für die Stadt Greifswald. Je häufiger ein Wort im Korpus vorkommt, desto größer ist es dargestellt. Die Worte wurden in die Themenbereiche „Infrastruktur“, „Stadtkultur“, „Attraktoren“ und „Beherbergung“ eingeordnet..... 146

Abbildung 24: Ergebnisse der Kookkurrenz-Analyse des Korpus mit Beiträgen der touristischen Vermietungsplattform Airbnb für die Stadt Stralsund. Je häufiger ein Wort im Korpus vorkommt, desto größer ist es dargestellt. Die Worte wurden in die Themenbereiche „Mobilität“, „Beherbergung“, „Attraktoren“ und „Flair und Ambiente“ eingeordnet 149

Abbildung 25: Ergebnisse der Keyword-Analyse des Korpus mit Beiträgen der touristischen Vermietungsplattform Airbnb für die Stadt Stalsund. Je häufiger ein Wort im Korpus vorkommt, desto größer ist es dargestellt. Die Worte wurden in die Themenbereiche „Stadtkultur“, „Attraktoren“, „Beherbergung“ und „Region“ eingeordnet 151

TABELLENVERZEICHNIS

Tabelle 1: Vergleich der ausgewählten Zeitungsartikel aus der Süddeutschen Zeitung und der Frankfurter Allgemeinen Zeitung..... 90

Tabelle 2: Vergleich der Anzahl an genutzten Presse- und Nachrichtenbeiträgen der Städte Greifswald, Rostock und Stralsund nach Jahren 91

Tabelle 3: Verteilung der untersuchten Inserate der Plattform Airbnb in den Untersuchungsstädten Greifswald, Rostock und Stralsund über die Quartale des Jahres 2019 93

1 EINLEITUNG

Die neuen Bundesländer haben einen schweren Stand in Deutschland. Sie gelten als ökonomisch abgehängt, in ihrem Bevölkerungswachstum gehemmt oder als schrumpfend und ausländerfeindlich (FAUS/HARTL 2020: 34). Auch Regionen und Städte in Mecklenburg-Vorpommern sind mit ihrem starken Fokus auf die flächenintensive Agrarwirtschaft in Kombination mit einem tiefgreifenden Strukturwandel im Schiffbau in den 2010er Jahren hiervon betroffen (LUDWIG 2020: 13.; JOHANSEN 2013: 256; KOSCHAR 2013: 305). Als Reaktion hierauf wurde 2016 beschlossen, den Wirtschaftssektor Tourismus als zentrales Element der Landesentwicklung hervorzuheben (MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT, ARBEIT UND GESUNDHEIT MECKLENBURG-VORPOMMERN 2016: o.S.), welchem durch die Erarbeitung und Veröffentlichung des Landestourismuskonzeptes im Jahr 2018 Rechnung getragen wurde. Welche Entwicklungspfade Regionen und Städte beschreiten, ist jedoch nicht nur von harten Standortfaktoren abhängig, sondern wird auch maßgeblich durch weiche Standortfaktoren wie diskursive Repräsentationen – oder, in einem neoliberal konnotierten Terminus ausgedrückt, dem Image – geprägt (GRABOW 2004: 40). Diese diskursiven Repräsentationen wirken dabei allgegenwärtig in allen Bereichen der Gesellschaft und des öffentlichen Lebens. Wie sie sich konstituieren, ist dabei im Sinne des sozialen Konstruktivismus von der Sprecherposition der jeweiligen Akteure abhängig. Während die Untersuchung von Diskursen ihren Ursprung in den Sprachwissenschaften und der Soziologie hat (DZUDZEK et al. 2011: 175; 177), ist die Verflechtung von Diskurs und Raum mittlerweile in der Humangeographie, gerade aufgrund ihres Charakters als Querschnittsdisziplin, international gut etabliert (MATTISSEK/GLASZE 2014: 41). Der Fokus dieser diskurstheoretischen Arbeiten liegt dabei größtenteils und mit wenigen Ausnahmen auf den alten Bundesländern Deutschlands. Diskurstheoretische und –praktische Untersuchungen aus Mecklenburg-Vorpommern liegen bisher gar nicht vor. Zudem hat die touristische Perspektive in den bisher existierenden Untersuchungen keine Aufmerksamkeit erhalten. Diese Forschungslücke soll mit dieser Arbeit geschlossen werden.

1.1 Die Implikation von Diskursen im Alltäglichen

Diskurse und damit auch diskursive Repräsentationen sind allgegenwärtig. Sie prägen, wie wir unsere Umwelt wahrnehmen, und daraus abgeleitet, wie sich Realitäten konstruieren. Im Kern des Konzeptes steht ‚Wissen‘. Über Wissen definieren Gesellschaften und Subjekte, welche Attribute Objekten und Räumen zugeschrieben werden. Dieses so verfestigte Wissen kann somit zu ‚Fakt‘ werden (SWIDLER/ARDITI 1994: 306) und einen entscheidenden Einfluss darauf nehmen, wie sich Akteure in ihren alltäglichen Handlungen verhalten. Nach dem

Verständnis FOUCAULTs entfalten diese Diskurse Macht. Mit diesem Machtbegriff wird jedoch nicht das klassische repressive Verständnis von Macht angesprochen, welches es herrschenden Akteuren ermöglicht durch Einfluss, Gesetze und Gewalt ihre Herrschaft zu erhalten oder zu verstärken (FOUCAULT 1977: 113f.). Vielmehr wird in FOUCAULTs Konzeption von Macht davon ausgegangen, dass sie etwas raumzeitlich Allgegenwärtiges ist und normierend auf die Gesellschaft und ihre Akteure wirkt (FOUCAULT 1977: 115). Hieraus ergibt sich, dass es zu gesellschaftlich dominanten Denk- und Handlungsmustern auf den verschiedenen Akteursebenen kommt. Je nach betrachtetem Akteur kann dies zu verschiedenen Implikationen für die Wahrnehmung von und Handlungen innerhalb eines Raumes führen (BELINA/DZUDZEK 2009: 133). Mit welchen diskursiven Repräsentationen ein Raum belegt ist, kann dabei jeweils entscheidend auf zukünftige Entwicklungen einwirken. Gilt beispielsweise eine Stadt als ‚angesagt‘ und entspricht dem zeitgenössischen Verständnis von aktuellen Lebensstrends ist es wahrscheinlich, dass sie in den nächsten Jahren einen vermehrten Zuzug verzeichnen wird. Dies lässt sich beispielsweise gut an Berlin zwischen den 2000er und 2010er Jahren ablesen, welches nicht nur von innerdeutscher, sondern auch stark von internationaler Migration geprägt wurde. Durch seine diskursive Repräsentation als modern-cosmopolitan-urbaner Raum in Kombination mit dem vorherrschenden Diskurs, dass gerade diese Art zu leben im Trend liegt, profitierte die Stadt und konnte stark wachsen (AMT FÜR STATISTIK BERLIN-BRANDENBURG 2021: 4). Dem gegenüber gespiegelt sind es rural geprägte Räume, welche in diesem Diskurs dem Druck ausgesetzt sind, dass sie kaum Zuzüge verzeichnen können und sich unter Umständen sogar weiter entleeren. Durch diese Entwicklung wird das Stigma der atrophierten ruralen Peripherie noch weiter vorangetrieben, was in der letzten Konsequenz zum Aussterben einzelner Dörfer und zur wirtschaftlichen und sozialen Benachteiligung auf der regionalen Ebene führen kann (KÜHN 2015: 368f.).

Es ist also wichtig zu verstehen, dass Diskurse und entsprechend auch diskursive Repräsentationen ein wichtiger Bestandteil in der jeweiligen Entwicklungsstrategie von Städten und Regionen darstellen können. Angesichts des globalen neoliberalen Wettbewerbs zwischen Räumen verschiedener Skalenebenen hat sich seit den 1980er Jahren vermehrt das Instrument des Stadt- bzw. Regionalmarketings oder in seiner konsequentesten Form des Stadt- bzw. Regionalbrandings herausgestellt. Gespiegelt hierzu haben touristische Destinationen, welche nicht zwangsläufig den administrativ-räumlichen Grenzen von Kommunen, Landkreisen oder Bundesländern entsprechen, ebenfalls begonnen, sich unter touristischen Gesichtspunkten in diesem Wettbewerb zu positionieren. Hinzu kommen weitere Akteure, deren Intention nicht vorrangig ist, bestimmte diskursive Repräsentationen von Räumen zu etablieren. Die Handlungen

dieser Akteure können jedoch entscheidenden Einfluss auf die Wahrnehmung und Konstitution dieser diskursiven Repräsentationen ausüben. Dies können beispielsweise Akteure aus der Politik sein, welche mit Handlungen und Nicht-Handlungen bestimmte Raumwahrnehmungen verfestigen (SCHREIBER 2005:73). Dieser Umstand ist u.a. dann entscheidend, wenn Fördergelder allokiert und Infrastrukturen aufgebaut und erhalten werden sollen. Insgesamt kann festgestellt werden, dass jegliche Personen, Unternehmen und Institutionen dabei mitwirken, dass diskursive Repräsentationen entstehen. Deutlich wird dies im digitalen Zeitalter auch an Beiträgen, welche als sog. user generated content entstehen. Durch diese nutzergenerierten Beiträge werden nicht nur in typischen sozialen Medien wie Facebook, Twitter oder Instagram tagtäglich Diskurse pro- und reproduziert. Auch auf Bewertungsportalen, Sharingportalen oder in Kommentarspalten wirkt ein jeder Nutzer daran mit, wie sich soziale Wirklichkeit konstituiert (UNGER et al. 2016:283). Ein eher klassischer Akteur in der Produktion diskursiver Repräsentationen kann in den Medien gesehen werden (ECKHOLD 2007: 187). Durch Berichterstattung über Orte und Personen entstehen Diskurse, welche durch die Reichweite der Medien in weite Teile des öffentlichen Lebens getragen werden. Die Stigmatisierung und eventuell sogar Skandalisierung, welche durch die Medien entstehen, werden durch andere Akteure aufgenommen und weitergetragen. Im Sinne von Bruno LATOUR durchläuft Wissen dabei verschiedene Stufen, bis es zu Fakt wird, welches kaum noch hinterfragt wird.

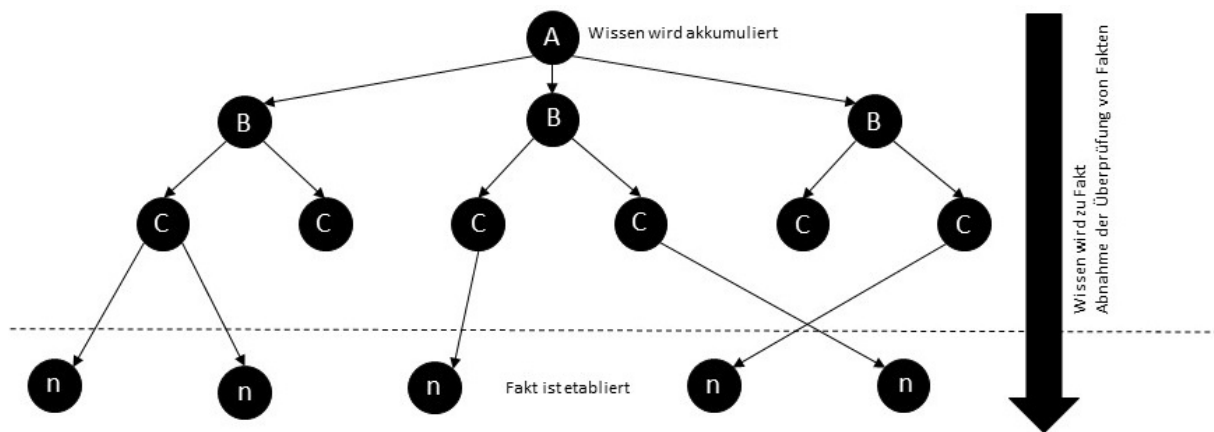


Abbildung 1: Prozess des Verfestigens von Wissen und Fakten in der Gesellschaft. Eigene Darstellung nach LATOUR 1987: 41 mit eigenen Ergänzungen.

Wie in Abb. 1 dargestellt geht LATOUR davon aus, dass Wissen in einer Quelle A erzeugt wird, welches dann durch weitere Akteure aufgenommen und weitergetragen wird. Bezogen auf die Wissenschaft kann dies bedeuten, dass Wissen über einen Untersuchungsgegenstand in einem Labor A erzeugt wird, durch wissenschaftliche Autoren B aufgenommen und in wissenschaftlichen Veröffentlichungen weitergetragen wird, beispielsweise durch Zitation. Die

Medien C wie Tageszeitungen oder populärwissenschaftliche Magazine und Beiträge in Funk und Fernsehen greifen diesen Diskurs dann auf und bringen ihn in die Zivilgesellschaft ein, in welcher das zu Fakt gewordene Wissen dann in n-ten Stufen immer weiter verfestigt wird. Dieses Beispiel lässt sich genauso auf andere Arten der Akkumulation von Wissen und andere Akteurskonstellationen übertragen. Wo Wissen seinen Ursprung hatte, ist dabei kaum nachzuvollziehen und auch nicht wichtig. Sobald ein Diskurs und entsprechend diskursive Repräsentationen in der Gesellschaft zirkulieren, sind sie der Konfrontation mit anderen Diskursen unterworfen, so dass ihre Bedeutung meist nur temporär ist und sie nur so lange aufrechterhalten werden, bis sie durch einen neuen, dominanteren Diskurs verdrängt werden oder parallel zu diesem existieren können (NONHOFF 2007: 185).

Es kann also festgehalten werden, dass, egal ob man sich der Tatsache bewusst ist oder nicht, Diskurse in allen Bereichen des alltäglichen Lebens zu finden sind und alle diese Bereiche auch durchweben. Dabei nehmen die Diskurse auch einen aktiven Einfluss auf die Entwicklung von Räumen. Wie sie sich äußern, ist sehr unterschiedlich, so dass sich sowohl positive als auch negative Einflüsse von Diskursen und diskursiven Repräsentationen feststellen lassen.

1.2 Die Relevanz der Diskursforschung in der Geographie

In der Geographie, welche grundlegend als multidisziplinäre Wissenschaft angelegt ist, haben bereits viele Paradigmenwechsel stattgefunden. In der Subdisziplin der Humangeographie ist insbesondere der „spatial turn“ hervorzuheben, welcher die alte Sichtweise eines sog. Containerraums negiert. Während vor dem spatial turn die Ansicht galt, dass Räume durch ihre innewohnenden Gegebenheiten konstituiert werden (bspw. durch vorhandene Ressourcen, klimatische Bedingungen, gewachsene Infrastrukturen, etc.) wird diese Theorie nun aus dem diametralen Blickwinkel betrachtet. Der spatial turn geht somit davon aus, dass es Beziehungen und aus diesen Beziehungen abgeleitete intentionale Handlungen zwischen Objekten und Akteuren sind, welche den Raum erschaffen (DÖRING/THIELMANN 2008: 11f.). Erste theoretische Grundüberlegungen der deutschsprachigen Humangeographie können in Benno WERLENS Arbeiten der 1980er Jahre zur „sozialen Regionalisierung des Alltäglichen“ gefunden werden. Innerhalb dieses Theoriegebäudes wird davon ausgegangen, dass Objekten eine symbolische Ordnung innewohnt, welche sich auf das alltägliche Handeln der Akteure auswirkt. Wie diese symbolische Ordnung jedoch aufgebaut ist, ergibt sich aus den jeweiligen Handlungen der Akteure (WERLEN 2008: 278). Hieraus ergibt sich ein ewig währendes Wechselspiel aus Konstitution der Alltagswelt und konstituierender Wirkung der sozialen Realität. Aufbauend auf WERLEN konnte sich in den Folgejahren die Idee einer relationalen Geographie in großen

Teilen der Humangeographie durchsetzen. Beispielsweise sind die Arbeiten von BATHELT und GLÜCKLER zum relationalen Ansatz der Wirtschaftsgeographie in ihren Grundzügen von den Überlegungen WERLENS geprägt (BATHELT/GLÜCKLER 2018: 16ff.). Wichtiger Ansatzpunkt ist hierbei, dass Akteure als autonom agierende Subjekte verstanden werden, welche zweckrational entscheiden und handeln und sich somit über ihre Umwelt und die eigene Wirkung auf die Umwelt bewusst sind (BATHELT/GLÜCKLER 2018: 178). Die humangeographische Diskursforschung steht dem kritisch gegenüber und geht davon aus, dass übergeordnete Strukturen existieren, welche verbal und nonverbal zum Ausdruck kommen und eine prägende Wirkung auf das Subjekt entfalten. Gegenüber den handlungszentrierten Ansätzen, beispielsweise WERLENS oder auch BARTHELTS und GLÜCKLERS wird nun nicht mehr gefragt, warum und wie welche Akteure welche Ziele erreichen möchten. Stattdessen wird der Blick darauf gelenkt, wie sich Gegenstände der sozialen Realität konstituieren (Subjekte, Gruppen oder auch Räume). Eng damit verbunden wird der Begriff der Identität in den Fokus diskurstheoretischer Arbeiten gestellt. Wie etwas wahrgenommen wird, wird als das Produkt diskursiver Aushandlungsprozesse in der Gesellschaft verstanden. Häufig sind damit Mechaniken der antagonistischen Konstitution ‚des Anderen‘ verbunden. Konkret auf verschiedene Skalenebenen heruntergebrochen, kann dies zur Herausbildung ‚des Islams‘, ‚der nordamerikanischen Stadt‘ oder ‚des Vorpommerns‘ führen. Es sind dabei in der Sprache oder in Symbolen verankerte Verbindungen, über welche das Andere konstruiert wird. So ist z.B. die Verwendung der Farbe Rot in Kartendarstellungen mit Negativassoziationen wie Gefahr und Bedrohung verbunden (DÜNNE 2008: 62). Im beispielhaften Diskurs um innerstädtische Gefahrenräume und Nogo Areas könnten somit alle Bewohner eines Stadtteils als kriminell stigmatisiert werden, ohne dass dies für den Einzelnen tatsächlich zutreffen muss (HUNOLD 2005: 292). Die Vorstellung davon, was die Quartiersbewohner sind (in diesem Fall kriminell), wird sich jedoch auf die alltägliche Lebenswelt der Subjekte niederschlagen. So ist in diesem hypothetischen Beispiel denkbar, dass Subjekte im Alltag für eine superfizielle Zuschreibung von Attributen diskriminiert werden, ohne diese tatsächlich zu erfüllen. Oder dass politische Handlungen aufgrund der diskursiven Repräsentation legitimiert werden. Im Beispiel des stigmatisierten Stadtquartiers könnten dies Durchführungen verdachtsunabhängiger Personenkontrollen sein. Hieran werden auch die Aspekte der Macht und Hegemonie deutlich (MATTISSEK 2005:121ff.) Die diskursive Repräsentation des kriminellen Quartiersbewohners wird über ihre Lebensdauer mit weiteren Diskursen konfrontiert (bspw. leistet das lokale Quartiersbüro Öffentlichkeits- und Aufklärungsarbeit darüber, dass das Stigma ‚kriminell‘ auf nahezu keinen der Quartiersbewohner zutrifft). In der Folge kann und wird sich die diskursive Repräsentation wandeln.

Es sollte an dieser Stelle deutlich geworden sein, dass Diskurse für (räumliche) Repräsentationen einen hohen Stellenwert gesellschaftlicher Relevanz einnehmen. Die Humangeographie als gesellschaftsorientierte Sozialwissenschaft kann also durchaus davon profitieren, diese Diskurse zu untersuchen. Dabei gehen die Implikationen der jeweiligen Forschungsergebnisse über die theoretische Ebene hinaus und entfalten auch im Bereich der angewandten Geographie ihre Wirkung und Bedeutung. Mit der aktuellen Entwicklung der deutschen Planungslandschaft, weg vom top-down Prinzip, hin zu partizipatorischen Ansätzen einer bottom-up orientierten Raumplanung, spielen Diskurse und Identitäten eine größere Rolle als in den vergangenen Dekaden (FUNG/WRIGHT 2001: 6f.). Quartiers-, stadt- oder regionenbezogene Identitäten haben schon immer eine Bedeutung für die jeweilige Planungsebene gehabt, ihre praktische Berücksichtigung kann aber in weiten Teilen erst seit dem Paradigmenwechsel zur ‚kundenorientierten‘ Verwaltung gesehen werden. Dieser Paradigmenwechsel lässt einen stärkeren Einfluss auf politisch-administrative Prozesse von nichtstaatlichen Akteuren zu, als es bis in die 1980er Jahre der Fall war (BENZ 2004: 18). In der konkreten Planung bedeutet dies, dass nun die Zivilbevölkerung bei Planungsvorhaben als Akteure einbezogen wird. Die Perspektive der Zivilbevölkerung auf den Raum und damit auch die diskursiven Repräsentationen, die durch die Bevölkerung dem Raum zugeschrieben werden, können so einen Einfluss auf die räumliche Gestaltung und die Entwicklung nehmen. Ein weiteres Feld mit Überschneidungspunkten zur angewandten Geographie kann in Konzepten des Stadt- und Regional- bzw. auch Destinationsmarketing gesehen werden. Über Marketingprozesse werden diskursive Repräsentationen oder auch Images dazu genutzt, um einerseits für außenstehende Akteure ein bestimmtes Bild des Raumes zu zeichnen, aber auch um für interne Akteure wie Bewohner oder ansässige Unternehmen eine Identität zu schaffen, welche zur Stärkung des Selbstbezuges zum Raum genutzt werden kann (KARMOWSKA 2002: 141). Nach außen wirkende diskursive Repräsentationen haben die klare Aufgabe, den vermarkteten Raum für externe Akteure interessant wirken zu lassen und fungieren so als weicher Standortfaktor. (Neu-)Ansiedlungen von Akteuren der Wirtschaft oder Migrationsbewegungen von potenziellen Neubürgern sollen so vorangetrieben werden. Touristisch dienen die Repräsentationen als Pull-Faktor um den Raum als Urlaubsort interessant wirken zu lassen. Die Bedeutung von nach innen wirkenden diskursiven Repräsentationen ist nicht so eindeutig. LALLI schreibt dazu: „Die Person erwirbt als Einwohner/in einer bestimmten Stadt eine Anzahl quasi-psychologischer Eigenschaften, die mit der Stadt assoziiert werden.“ (1989: 21). Durch die Übernahme der Eigenschaften, die von dem Raum auf die Zivilbevölkerung übergehen, findet im Umkehrschluss die Umsetzung von hegemonialen Machtprozessen statt. Durch die Machtstrukturen wird eine normierende Wirkung auf die Denk- und

Handlungsmuster der Bewohner ausgeübt, welche dann in der materiellen Ebene in Erscheinung treten können. RADTKE hat dazu ein Modell entwickelt, welche diese sehr abstrakten Vorgänge anschaulich darstellt (Abb. 2). In diesem Modell wird die immerwährende Wechselwirkung zwischen der ‚Raummarkenidentität‘ und der ‚Raumbezogenen Identität als Identität der Person‘ deutlich:

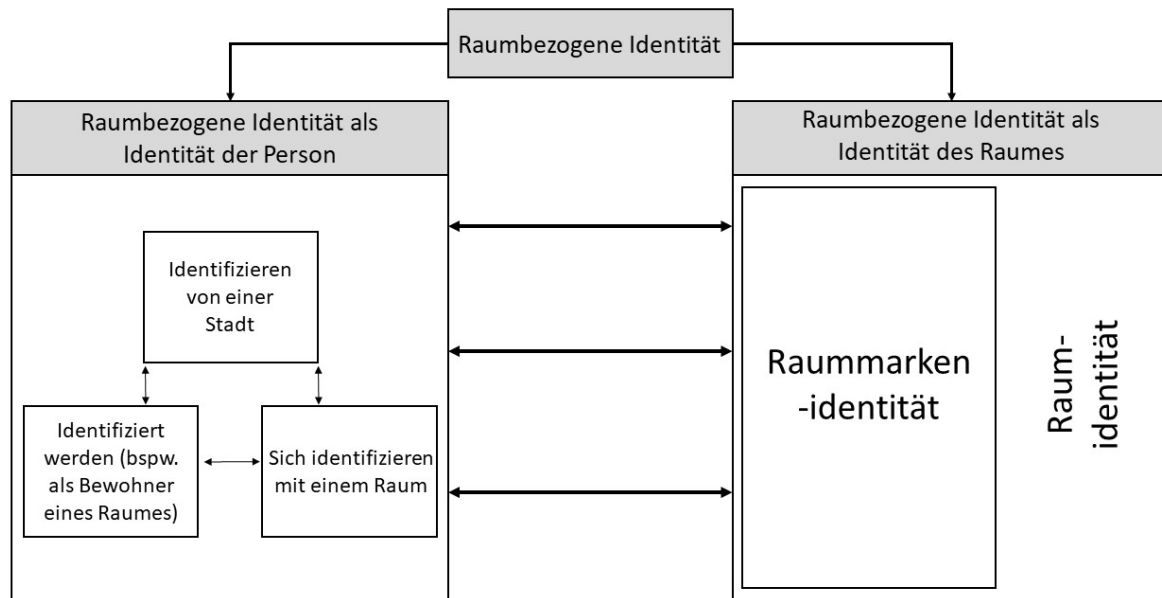


Abbildung 2: Wechselbeziehung zwischen Raumbezogener Identität als Identität der Person und Raumbezogener Identität als Identität des Raumes. Eigene Darstellung nach RADTKE 2013: 159.

RADTKE hat dieses Schema in Rahmen von Raumbezogenen Identitäten im städtischen Kontext entwickelt, es wird jedoch kein Grund ersichtlich, warum es auf anderen Skalenebenen seine Gültigkeit verlieren sollte. Durch das Schema werden innerhalb des Punktes Raumbezogene Identität als Identität der Person drei Handlungen genannt, welche mit diesem Punkt verknüpft sind. Zwischen diesen drei Punkten gibt es ständige Wechselbeziehungen. Diese drei Handlungen ergeben sich aus dem grundlegenden gesellschaftlichen Drang zu sozialer Distinktion (FRÖHLICH/REHBEIN 2014: 76). Die hieraus entstehende Identität nimmt einen Einfluss auf die Raumidentität (bspw. regionaltypische Baukultur, Feste und Bräuche in einem Raum, etc.), welche im neoliberalen Städtewettbewerb kommerzialisiert wird und als Raummarkenidentität genutzt wird. Durch Einflüsse bzw. Aushandlungsprozesse darüber, wie man sich als Raum vermarkten will, kann im zeitlichen Verlauf aber genauso Einfluss auf die raumbezogene Identität als Identität der Person genommen werden. Zuschreibungen, welche bisher nicht mit der Identität eines Bewohners übereingestimmt haben, können über ihre temporale

Wirksamkeit zur Konsultation der eigenen Identität führen und so die Selbstwahrnehmung beeinflussen.

Während also in der Vergangenheit diskursive Repräsentationen als Images eher über (Stadt-)Marketingaspekte ihren Weg in die Geographie und Raumforschung gefunden haben, spielen sie spätestens seit den 1990ern eine wichtige Rolle in der internationalen Forschung und mit dem Jahrtausendwechsel auch in der deutschsprachigen Geographie.

1.3 Forschungsdesign und Zielsetzung dieser Arbeit

Diskursive Repräsentationen können also als sozialkonstruktivistische Abbildungen der sozialen Realität über Sprache und Symbole erfasst werden (LACLAU/MOUFFE 2014: 175). Zu diesem Zweck haben sich in der deutschsprachigen Humangeographie die Methode der lexikometrischen Diskursanalyse und verschiedene in dieser Methode verankerte Analyseinstrumente etabliert. Über diesen methodischen Ansatz können sowohl große als auch kleine Textmengen dahingehend untersucht werden, welche Wörter gehäuft auftreten bzw. wie diese Wörter in Relationen zu anderen Wörtern erscheinen. Dieses quantitativ-orientierte Vorgehen muss im Anschluss durch gezielte Textanalysen auf der Mikroebene ergänzt werden, um verstehen zu können, wie sich ein Objekt oder Raum diskursiv konstituiert.

In dieser Arbeit soll am Beispiel des nordöstlichen Teiles Deutschlands untersucht werden, welche diskursiven Repräsentationen von diesem regionalen Teilraum bzw. einzelnen städtischen Teilräumen existieren. Wie in Kap. 1.2 beschrieben, sind die parallel existierenden diskursiven Repräsentationen mannigfaltig, so dass im Rahmen der hier vorliegenden Forschung der Fokus auf die drei Sprecherpositionen der überregionalen Printmedien, der jeweiligen kommunalen Verwaltung und des Tourismus gelegt wurde. Touristische Darstellungen nehmen hier eine solch prominente Sonderrolle ein, da Mecklenburg-Vorpommern in seiner Wirtschafts- und Wachstumsstrategie selbst einen klaren Fokus auf den Fremdenverkehr gelegt hat. Aus diesen Sprecherpositionen heraus wurden jeweils typische Schriftstücke gesammelt und analysiert. Dabei wurden für die Printmedien und die kommunale Verwaltung zwischen den Jahren 2009 und 2018 jeweils fast 2.000 Zeitungsartikel und nahezu 14.000 Pressemitteilungen der Verwaltung zusammengetragen. Die touristische Perspektive wurde durch 977 Inserate des touristischen sharing economy Anbieters Airbnb betrachtet. Dabei ist anzumerken, dass diese Inserate dabei im Sinne von user generated content eine Doppelrolle einnehmen. Durch sie kann auf der einen Seite festgestellt werden, welche Aspekte einer Stadt für die touristische Vermarktbarkeit eines Raumes eine Rolle zu spielen scheinen. Auf der anderen Seite sind die Anbieter solcher Angebote i.d.R. zumeist selbst Bewohner der Stadt. Somit kann ihre Sichtweise

auf die Stadt auch als ihre Position als Einwohner verstanden werden.

Hintergrund der Untersuchung soll dabei zum einen das Stigma der Abgeschlagenheit sein, welches den neuen Bundesländern nach wie vor anzuhaften scheint (FAUS/HARTL 2020: 6) bzw. die Tatsache, dass es noch immer ein innerdeutsches West-Ost-Gefälle in verschiedenen Bereichen des Lebens zu geben scheint (NAUMANN/RASCHKE 2020: 5).

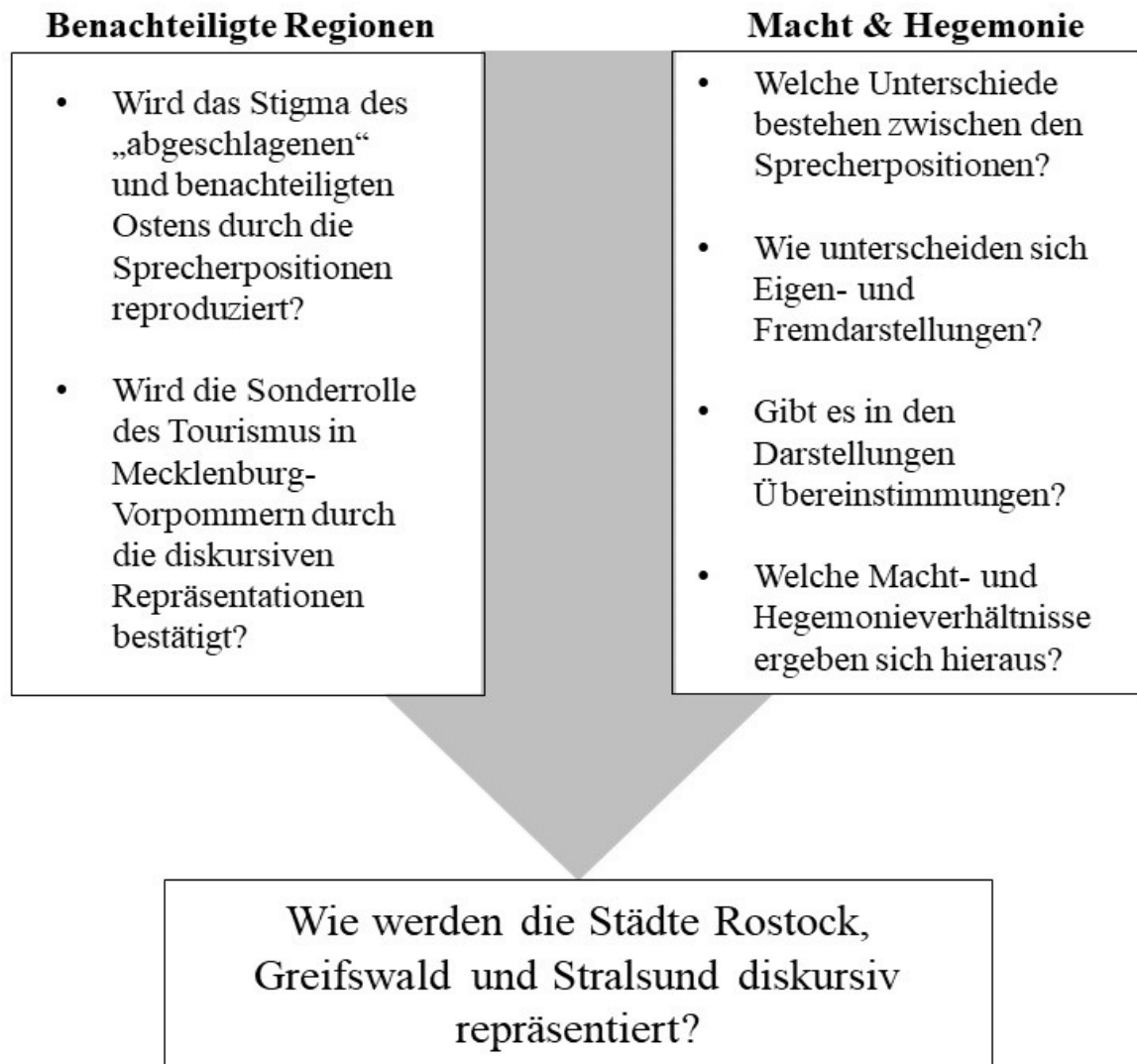


Abbildung 3: Zusammenfassende Darstellung der in dieser Arbeit untersuchten Forschungsfragen. Eigene Darstellung.

Die Tatsache, dass im September 2011 in Mecklenburg-Vorpommern eine Kreisgebietsreform in Kraft getreten ist, ist in den Augen der Greifswalder Verwaltung zudem ein wichtiger Punkt, der zu einem Schrumpfungsdiskurs und so zur Stigmatisierung der Stadt geführt haben könnte. Denn während die Stadt vor der Kreisgebietsreform als eigenständiges Verwaltungsgebiet stetig Zuzüge verzeichnen konnte, wurde Greifswald mit der Kreisgebietsreform mit umliegenden Verwaltungsbereichen fusioniert. Die Zuzüge in die Stadt Greifswald waren jedoch nicht

ausreichend, um die negativen Einwohnerentwicklungen der umliegenden Gebiete zu kompensieren (STATISTISCHES AMT MECKLENBURG-VORPOMMERN 2020a: 27; STATISTISCHES AMT MECKLENBURG-VORPOMMERN 2020b: o.S.). In den amtlichen Statistiken hat dies dazu geführt, dass die Universitäts- und Hansestadt Greifswald als einstige Wachstumsinsel nun als Landkreis Vorpommern-Greifswald negative Wanderungssaldi aufweist.

Schrumpfende Regionen und Städte sind dabei nicht nur ein Problem der neuen Bundesländer in Deutschland, sondern können als globales Phänomen betrachtet werden. Dementsprechend existieren seit den 2000er Jahren nationale Forschungsprojekte und Veröffentlichungen, welche seit Mitte der 2010er Jahre zunehmend internationalisiert werden und so auf eine komparative Ebene gehoben werden (DÖRINGER et al. 2020: 1693f.).

Diskursanalytische Betrachtungen haben im Kontext von schrumpfenden Regionen bisher jedoch kaum eine Rolle gespielt. Diesem Umstand soll mit dieser Dissertation Rechnung getragen werden. Ziel ist es dabei zu untersuchen, wie Städte aus stigmatisierten Räumen durch verschiedene Sprecherpositionen dargestellt werden. Die hieraus gewonnenen Erkenntnisse können genutzt werden, um die jeweiligen Machtverhältnisse nachzuzeichnen und daraus abgeleitet auch die Hegemonie im Sinne einer „gesellschaftlichen Organisationsform sozialer Beziehungen“ (WULLWEBER 2012: 37) aufzuzeigen. Das Verstehen solcher gesellschaftlichen Mechanismen kann gerade im Hinblick auf die Arbeit von Kommunal- und Kreisverwaltungen wichtig werden, da sie, wie oben aufgezeigt, durch ihre Wirkung auf die soziale Wirklichkeit einen Einfluss auf die physisch-materielle Bezugsebene entfalten können und somit die jeweilige Raumentwicklung nachhaltig mitprägen. Dies ist ebenso entscheidend, wenn Stadt-, Regional- und Destinationsmarketingprozesse ausgerichtet werden sollen. Innerhalb der Entwicklung entsprechender Konzepte wird der Blick auch immer auf ‚Raumtypisches‘ gelenkt (BRAUN 2011: 258f.). Dabei wird in der Regel jedoch nur aus der Perspektive des Marketings auf den Raum geschaut. Wenn überhaupt, existieren bei der Wahl von Städteslogans oder –claims nur rudimentäre Bürgerbeteiligungen, in welchen mit abgestimmt werden kann, wie die Stadt in Zukunft nach außen repräsentiert werden soll. Das hat in der Vergangenheit häufig dazu geführt, dass durch die Zivilbevölkerung der Vorwurf aufkam, dass diese Repräsentationen an der Lebenswirklichkeit der Stadtbewohner vorbeigeht (KAVARATZIS/ASHWORTH 2005: 509f.). Das Erkunden von diskursiven Repräsentationen unter Einbezug verschiedener Sprecherpositionen ermöglicht dabei eine andere Art der Sondierung, womit die Stadt assoziiert werden könnte. Nur wenn im Bewusstsein ist, mit welchen diskursiven Repräsentationen die Städte konfrontiert werden, können diese aufgegriffen und in der Identität des Raumes verarbeitet

werden. Es sollte dabei klar sein, dass keine Stadt ihre negativen Assoziationen betonen wird. Jedoch sollte ein grundlegendes Verständnis dafür gegeben sein, dass immer Interdependenzen und Brüche zwischen Fremd- und Eigenwahrnehmung existieren, so dass eine Referenzierung des Selbstbildes einer Stadt mit den Fremdwahrnehmungen dabei helfen kann, die Raumentwicklung in verschiedenen Bereichen zu verstehen und unter Umständen sogar zu lenken. Konkret bedeutet dies für die Fragestellungen dieser Arbeit, dass exemplarisch an den Hansestädten Rostock, Greifswald und Stralsund aufgezeigt werden soll, welche diskursiven Repräsentationen von diesen Städten durch die o.g. Sprecherpositionen erzeugt werden. Dabei sollen zum einen die Unterschiede in den Repräsentationen der verschiedenen Sprecher bezüglich der Eigen- und Fremddarstellung aufgezeigt werden. Es soll aber auch darauf eingegangen werden, welche Charakteristika als typisch für die jeweilige Stadt bezeichnet werden können und ob und wo Eigen- und Fremddarstellung innerhalb einer Stadt übereinstimmen können. Durch die bereits beschriebene Sonderrolle des Tourismus in der Landesentwicklung soll zudem untersucht werden, inwiefern die diskursiven Repräsentationen diese Sonderrolle bestätigen. Im gleichen Zuge werden die diskursiven Repräsentationen auch dahingehend untersucht, ob und wie sie das gesellschaftliche Stigma des wirtschaftlich abgeschlagenen und benachteiligten Ostens reproduzieren.

Nach dieser Einleitung (Kap. 1) werden grundlegende Theorien und Konzepte (Kap. 2) erläutert. In diesem Rahmen spielen insbesondere GRAMSCIs Hegemonietheorie und FOUCAULTs Machtbegriff eine Rolle und wie diese durch LACLAU und MOUFFE aufgegriffen werden, um eine diskursanalytische Grundtheorie des Politischen zu etablieren, welche insbesondere in der deutschsprachigen Humangeographie Anklang gefunden hat. Ergänzt wird diese Diskurstheorie durch URRYs Konzept des Tourist Gaze. Dabei wird erläutert, inwiefern der Tourist Gaze mit den Arbeiten LACLAUs und MOUFFEs kompatibel ist. Im Anschluss werden die Theorien raumwirksamer Prozesse des Stadt-, Regional- und Destinationsmarketings sowie schrumpfender Räume aufgezeigt. Insbesondere wird hier zudem auf den aktuellen Forschungsstand diskursanalytischer Arbeiten in der deutschen Humangeographie eingegangen. Neben den untersuchten Städten (Kap. 3) Rostock, Greifswald und Stralsund wird die Methode (Kap. 4) im Detail vorgestellt. Dabei werden sowohl die verschiedenen angewandten Instrumente der lexikometrischen Diskursanalyse erklärt als auch wie die mikroskalierte Inhaltsanalyse durchgeführt wurde. Im Anschluss hieran werden die Ergebnisse der Analysen vorgestellt und diskutiert. Die Erkenntnisse der Analysen werden durch Handlungsempfehlungen zusammengefasst (Kap. 6). Exemplarisch soll anhand der Fallbeispiele gezeigt werden, wie diskursive Repräsentationen in der alltäglichen Arbeit von Kommunal- und Kreisverwaltungen unter stadt-

und regionalentwicklerischen Gesichtspunkten einbezogen werden können. Der Abschluss wird durch ein umfassendes Fazit (Kap. 7) gebildet, in welchem jegliche Gesichtspunkte der Arbeit noch einmal reflektiert und zusammengetragen werden.

2 THEORETISCHER RAHMEN

Diskurstheorien und diskurstheoretisch orientierte Arbeiten erstrecken sich über viele verschiedene Disziplinen. Aus diesem Grund haben sich ebenso viele Theorien und Methoden herausgebildet, die Diskurse teilweise sehr unterschiedlich theoretisch verorten und ebenso unterschiedliche Instrumente zur Untersuchung von Diskursen vorschlagen (vgl. Kap 2.2.2). Der Rahmen dieser Arbeit orientiert sich in weiten Teilen stark an fest etablierten Grundprämissen der deutschsprachigen Humangeographie, welche sich seit den 2000er Jahren vermehrt diskursanalytischen Arbeiten geöffnet hat und dabei in Abgrenzung zur englischsprachigen Diskursforschung in der Humangeographie gewisse Spezifika herausgebildet hat (MAT-TISSEK/GLASZE 2014: 3). Ebenfalls als Theorie, welche sich mit der Konstruktion der sozialen Wirklichkeit über Zeichen und Symbole mit einem besonderen Fokus auf den Tourismus auseinandersetzt, wird der Tourist Gaze einbezogen. Dabei wird in dieser Arbeit überprüft, ob und wie es mit den deutschsprachigen Diskurstheorien verbunden werden kann und ob es als weiterführender Erklärungsansatz im Rahmen dieser Arbeit genutzt werden kann.

2.1 GRAMSCI'S Hegemoniebegriff als grundlegender Baustein der Diskurstheorie?

Der italienische Marxist Antonio GRAMSCI entwickelte im frühen 20. Jahrhundert vor dem Hintergrund der Historie Italiens sein Konzept der Hegemonie. Hegemonie fungiert dabei gleichzeitig als Schlüsselbegriff seiner philosophisch-gesellschaftskritischen Überlegungen aber auch als übergreifendes Konzept (CAMMET 1967: 205). Er ging dabei, in Übereinstimmung mit Marx, davon aus, dass soziale Verhältnisse der zentrale Forschungsgegenstand gesellschaftswissenschaftlicher Arbeiten sein sollten. Essenziell ist dabei in kommunistischer Tradition der Klassenbegriff (HAWLEY 1980: 585). Über die Hegemonie kann dabei im sozialen Verhältnis von einer Gesellschaftsgruppe auf eine oder mehrere andere Gruppen Herrschaft ausgeübt werden. Die hier greifenden Mechanismen treten jedoch nicht durch offensichtliche Repressionen zutage, sondern wirken über ein geteiltes Verständnis davon, wie sich eine Gesellschaft zu konstituieren hat (BUCKEL/FISCHER-LESCANO 2007: 11). Ziel ist nach dem Hegemoniekonzept seine eigenen Interessen gegenüber anderen Akteuren durchzusetzen (JACOBITZ 1991: 23f.). Um dies zu erreichen, findet durch eine führende Gruppe eine stetige Machtausübung über kapitalistisch geprägte Machtanwendung statt. Konkret bedeutet dies, dass durch die Verfügungsgewalt über bestimmte Ressourcen oder Produktionsfaktoren ein Verständnis darüber produziert bzw. reproduziert wird, wie sich Subjekte in die Gesellschaft einzuordnen haben (OPRATKO 2012: 63). Über die Zeit findet so ein Normalisierungsprozess dieser gesellschaftlichen Verhältnisse statt, der durch seine Etablierung als Ist-Zustand kaum in

Frage gestellt wird. An dieser Stelle werden Parallelen zu LATOURs Konzept der Faktenetablierung deutlich (vgl. Kap. 1.1).

Die Rolle der Ökonomie wird in der Literatur widersprüchlich wahrgenommen. Während HAAS schreibt:

„Dabei wies er [GRAMSCI] ökonomische Erklärungsansätze stets zurück: Der ‚Anspruch jede Schwankung der Politik und der Ideologie als einen unmittelbaren Ausdruck der Struktur hinzustellen und darzulegen, muß [sic!] theoretisch als primitiver Infantilismus bekämpft werden.‘ (GRAMSCI 2012: GH 13, § 24 [nach HAAS 2016: 52])“.

wird durch GLASZE und MATTISSEK festgestellt:

„GRAMSCI geht also davon aus, dass die Gesellschaft durch gegebene Klassen strukturiert ist. In seiner Perspektive bringt die Ökonomie Klassen hervor und diese Klassen haben wahre Interessen. (bspw. GRAMSCI 1991ff. GH 3 §90 [nach GLASZE/MATTISSEK 2012: 160])“.

Da GRAMSCIs Hegemoniekonzept jedoch auf die Produktion und Reproduktion sozialer Stellungen (Klassen) abzielt und dies mit der Inanspruchnahme und Beschlagnahmung von Ressourcen und Produktionsfaktoren begründet wird, scheint ein Ausklammern des Ökonomischen nicht sinnvoll. Zudem sollte im Zitat von HAAS berücksichtigt werden, dass von „Anspruch jede[r] Schwankung der Politik [...]“ geschrieben wird. Dies lässt in der Interpretation nach wie vor den Spielraum zu, dass zwar nicht jede, aber einige Schwankungen der Politik durch ökonomische Mechanismen zu erklären sind und somit die Ökonomie durchaus eine Rolle spielt.

Kompromisse bilden einen weiteren Aspekt GRAMSCIs Hegemonieverständnisses. Zwar wird durch eine Klasse Herrschaft über eine andere Klasse oder andere Klassen aufgebaut, indem sich der Wille und die Belange der Herrschenden gegenüber den Beherrschten durchsetzen können. Um dieses Ziel zu erreichen, sind jedoch auch immer Kompromisse notwendig (LACLAU/MOUFFE 2014: 175). So kann nach GRAMSCIs Ansicht die Herrschaft nur aufrechterhalten werden, wenn Zugeständnisse der Herrschenden dafür sorgen, dass die Beherrschten auch weiterhin ihre Stellung innerhalb der Gesellschaft akzeptieren bzw. durch Fügsamkeit nicht an der Konstitution der Machtverhältnisse rütteln. Über Partizipationsmöglichkeiten wird dabei den Beherrschten der Eindruck vermittelt, dass sie an materiellen und immateriellen Entwicklungsprozessen beteiligt sind und somit einen Einfluss auf diese Entwicklungen haben. Dass dabei, so GRAMSCI, der Entscheidungsrahmen durch die Hegemonen bereits beeinflusst wurde und sich somit eher nur der Anschein von Entscheidungsmöglichkeiten ergibt, deren Ausgang im Großen und Ganzen in jedweder Form immer den Wünschen der Herrschenden entspricht, wird dabei durch die Beherrschten nicht wahrgenommen

(WULLWEBER 2012: 34).

Durch HABERMANN wird festgestellt, dass GRAMSCIs grundlegende Überlegung auch heute noch durchaus eine Daseins- und Anwendungsberechtigung hat. Jedoch wird der zeithistorische Kontext der Entstehung deutlich kritisch angemerkt (2012: 86). Während GRAMSCI davon ausgeht, dass Hegemonie an das Kapital geknüpft ist und somit die Verhältnisse ökonomisch unterschiedlich aufgestellter Klassen betont, ist es nach Ansicht von HABERMANN unabdingbar, in einer modernen Spielart der GRAMSCischen Hegemonietheorie den Fokus auf andere gesellschaftliche Verhältnisse zu legen:

„[...] Vernachlässigung der Antagonismen jenseits von Kapital und Arbeit geht einher mit der Vernachlässigung der Frage nach dem Subjekt: Es wird entweder strukturalistisch das Subjekt als Träger von Funktionen oder voluntaristisch das einheitliche, geschlossene Subjekt der Aufklärung [...] zugrunde gelegt.“ (2012: 86).

Damit ist gemeint, dass aktuelle Diskursforschung ihre Forschungsschwerpunkte schon viel weiter gestreckt hat, als sie noch in den 1920ern und 30ern zur Zeit der Entstehung GRAMSCIs Theorie lagen. Vielmehr steht heute die Frage der Hegemonie beispielsweise mit Untersuchungsgegenständen des Feminismus, der Ethnizität, der Sexualität oder auch des Rassismus im Zusammenhang. Weiter wird durch HABERMANN kritisiert, dass mit der Reduktion des Hegemoniekonzeptes auf die Begriffe Arbeit und Kapital eher verschwörungstheoretischen Schlüssen Nahrung gegeben wird und durch diese Art der Anwendung die Stärke des Hegemoniekonzeptes, nämlich multilaterale Kräfteverhältnisse in einem jeweiligen Gefüge zu betrachten, negiert werden und stattdessen „wieder dahin [...] führen, Macht als kohärentes und einseitiges Verhältnis zu verstehen.“ (2012: 86). Zu einem ähnlichen Schluss kommen auch LACLAU und MOUFFE, woraus sich ergibt, warum sie zwar GRAMSCIs Hegemoniebegriff aufgreifen, jedoch versuchen ihn aus seinem ökonomisch verankerten Fundament zu lösen (GLASZE/MATTISSEK 2012: 160). In seiner fundamentalsten Ausprägung kann also festgestellt werden, dass GRAMSCIs Verständnis von Hegemonie auch heute noch eine wichtige Bedeutung in sozial- und gesellschaftswissenschaftlichen Arbeiten einnimmt. Jedoch wird dabei bewusst die Distanzierung zur Einschränkung der Untersuchung auf ökonomische Rahmenbedingungen und ihre normierende Wirkung gesucht. Vielmehr wird der Begriff der Hegemonie heute als ein allwirkender Modus verstanden, der in vielen verschiedenen Bereichen des Alltags inhärent ist und gesellschaftliche Verhältnisse permanent neu aushandelt.

2.2 FOUCAULT als Wegbereiter einer modernen Diskurstheorie

Wie in Kap 2.1 aufgezeigt, haben sich bereits Marx und einige seiner Vertreter wie GRAMSCI mit Diskursen und ihren gesellschaftlichen Implikationen beschäftigt. Mit FOUCAULT wird

sich an dieser Stelle einem französischen Vertreter mit neuen Ansätzen zur Untersuchung von Diskursen gewidmet. Dabei wird in diesem Kapitel genauer auf die Begriffe ‚Diskurs‘, ‚Macht‘ und ‚Gouvernementalität‘ eingegangen sowie der Blick darauf gelenkt, ob und wie sich FOUCAULTs grundlegende Überlegungen mit Raum verbinden lassen.

2.2.1 Grundlegende Begriffe in FOUCAULTs Diskurskonzept

FOUCAULT hat die Annahme einer sozialkonstruierten Wirklichkeit seit den 1970ern entscheidend mitgeprägt, wenn auch seine Forschung erst posthum seit den 1990er Jahren breiten Anklang in den internationalen Sozial- und Gesellschaftswissenschaften gefunden hat (GÜRSSES 2017: 161). Zentral hat sich FOUCAULT mit dem Wechselspiel aus Wissen, Diskurs, Macht und den sich daraus ergebenden Implikationen für die Konstruktion von Gesellschaft, alltäglichen Praktiken und der Wirklichkeit beschäftigt. Während er selbst in seinen früheren Werken noch von einer grundlegenden Ordnung und Struktur dieser sozialen Prozesse ausgeht und dementsprechend der ‚frühe‘ FOUCAULT dem Strukturalismus zugeordnet wird, revidiert er selbst in späteren Werken diese zugrundeliegende Struktur bzw. negiert diese sogar, so dass seine weiterführenden Arbeiten dem Poststrukturalismus zugeordnet werden (MATTISSEK 2008: 30f.). Wichtige Grundprämisse, sowohl im Strukturalismus als auch im Poststrukturalismus ist, dass Sprache in die soziale Realitätsgestaltung eingreift und über sprachliche Praktiken eine normierende Wirkung auf die Gesellschaft erzielt wird (DIAZ-BONE 2006: 247f.). Doch während der Strukturalismus betont, dass es die Verflechtung zwischen allen Elementen der Sprache ist, welche eine Struktur entstehen lässt und so ihre übergreifende Wirkung entfaltet, wird im Poststrukturalismus hervorgehoben, dass Brüche und Kontingenzen in der sprachlichen Konstitution der Wirklichkeit zentrale Elemente sind (DIAZ-BONE 2006: 248). Sprache ist demnach nicht nur Spiegelbild der sozialen Realität, sondern maßgeblich daran beteiligt, wie sich diese Realität zusammensetzt. In FOUCAULTs Arbeiten gibt es im Kanon seiner wissenschaftlichen Arbeiten dabei verschiedene Begriffe, welche durch ihn immer wieder aufgegriffen werden und somit als elementare Bestandteile seines Theoriegebäudes angesehen werden können. ‚Wissen‘ und ‚Macht‘ erscheinen dabei bereits in den frühen Werken FOUCAULTs. Wissen wird dabei einerseits als Produkt der Wissenschaft verstanden, welche durch ihre Forschung mit Messungen und Methoden versucht, objektive Fakten zu schaffen. Andererseits trägt sie aber auch durch ihre Beschreibung (sozialer) Phänomene dazu bei, dass sich das Verständnis von Wissen und Fakt wandelt. Als plastisches Beispiel arbeitet FOUCAULT selbst mit der Entstehung eines Verständnisses von psychischen Krankheiten und wie diese in einem modernen forensischen Diskurs genutzt werden (vgl. FOUCAULT 1978). Während in der

Vergangenheit bei der Urteilsfindung die mentale Gesundheit keine Rolle gespielt hat und nur die Tat an sich durch Juristen betrachtet und bewertet wurde, hat in der modernen Urteilsfindung eine Machtverschiebung stattgefunden, welche Psychiatern eine neue, höhergestellte Position im Machtgefüge einräumt – psychologische Gutachten können nach diesem neuen Verständnis einen erheblichen Teil zu Art und Maß der Strafe beitragen. Das Wissen darum, was eine psychische Krankheit ist und das Verständnis, dass diese Art von Leiden überhaupt eine Krankheit darstellt, ist somit auch Teil eines sozial-gesellschaftlichen Aushandlungsprozesses und durch wissenschaftliche und gesellschaftliche Diskurse geprägt. Wie sich dieses Wissen im Nexus einer Straftat einfügt, hat also einen neuen Stellenwert eingenommen. Das Verständnis davon, wie die psychische Krankheit im Kontext der Straftat einzuordnen ist, verleiht dem Gutachter somit Macht. FOUCAULT selber versteht den Machtbegriff dabei wie folgt:

„Unter Macht verstehe ich hier nicht die Regierungsmacht, als Gesamtheit der Institutionen und Apparate, die die bürgerliche Ordnung in einem Staat garantieren. Ebenso wenig verstehe ich darunter eine Unterwerfungsart, die im Gegensatz zur Gewalt in Form der Regel auftritt. Und schließlich meine ich nicht ein allgemeines Herrschaftssystem, das von einem Element, von einer Gruppe gegen die andere aufrechterhalten wird und das in sukzessiven Zweiteilungen den gesamten Gesellschaftskörper durchdringt. [...] Unter Macht, scheint mir, ist zunächst zu verstehen: die Vielfältigkeit von Kräfteverhältnissen, die ein Gebiet bevölkern und organisieren. [...] die Macht ist nicht eine Institution, ist nicht eine Struktur, ist nicht eine Mächtigkeit einiger Mächtiger. Die Macht ist der Name, den man einer komplexen strategischen Situation in einer Gesellschaft gibt“ (1977: 96f.).

Hieran erkennt man, dass es FOUCAULT weniger darum ging, repressive Mechanismen einer herrschenden Gruppe zu entlarven (im Gegensatz zu Marx). Stattdessen wollte er aufzuzeigen, dass jedem Akteur eine gewisse Macht innewohnt. Das Verhältnis dieser Mächte zueinander und wie diese eingesetzt werden, kann demnach bestimmte Wissensformen und somit auch diskursive Repräsentationen von Objekten, Subjekten oder Räumen hervorbringen. In Rückgriff auf LATOURs Konzept zur Verbreitung von Wissen sind dabei auch die verschiedenen Stufen von Bedeutung, welche das Wissen durchläuft. Während LATOURs grundlegende Idee aus der Wissenschaftssoziologie stammt und sich hauptsächlich damit beschäftigt, wie Wissen in Scientific Communities verbreitet wird (1987: 44), gibt es keinen Grund, warum die Prämissen seiner Idee nicht auch auf den Alltag und Wissen in der Gesellschaft angewendet werden können. Dabei ist anzunehmen, dass bestimmtes Wissen von Akteuren aufgegriffen wird, wenn es ihren Standpunkt unterstützt. Somit kann an dieser Stelle ein Mechanismus identifiziert werden, welcher dafür mitverantwortlich ist, dass sich Diskurse und diskursive Repräsentationen in der Gesellschaft verbreiten. FOUCAULT selbst soll diese Wechselwirkung wie folgt beschrieben haben:

“I have been trying to make visible the constant articulation I think there is of power on knowledge and of knowledge on power” (2019: 5).

Während also von Wissen eine gewisse Macht ausgeht, kann Macht auch Wissen legitimieren. Dies bedeutet, dass zu hegemonialem Wissen auch immer konträres Wissen existieren kann. Ob dieses gegen hegemoniales Wissen bestehen bzw. dieses sogar ablösen kann, um selbst hegemonial zu werden, hängt im Umkehrschluss jedoch von der Machtposition der Sprechenden ab. FOUCAULT macht deutlich, dass es nach seiner Ansicht einerseits einen klaren Unterschied zwischen der wissenschaftlichen Vorstellung von Wissen gibt, welche bestrebt ist, Sachverhalte objektiv zu beleuchten und somit der Wahrheit oder wahren Realität näher zu kommen und andererseits seiner Vorstellung von Wissen. FOUCAULT ist daran interessiert gewesen, wie Wissen konstitutiv und ordnend auf die Welt einwirkt (FOUCAULT 1971: 24). Er selbst betont dabei in seinen Arbeiten immer wieder die Wichtigkeit von Brüchen, Unterbrechungen und Umkehrungen in diesen Machtpositionen. Dabei findet eine enge Verzahnung zwischen seinen Ideen von Macht und Diskursen statt, welche sich auf zwei Ebenen abspielt. Zum einen existiert Wissen, welches als Kodifizierung alltägliche Praktiken wie Bräuche, Rituale, Institutionen und Sprache beeinflusst. Die zweite Ebene von Wissen wirkt in der Wissenschaftlichkeit. Dazwischen wirken als vermittelnde Ebene die Diskurse, also die Art und Weise wie mit Dingen verbal und nonverbal umgegangen wird (STRÜVER 2012: 64). Dies führt bei der Untersuchung von Diskursen auch dazu, dass nicht nur die Diskurse an sich, sondern auch ihre umspannenden Rahmenbedingungen und das Umfeld, in welchem sie entstanden und aufgetreten sind, mit analysiert werden (FOUCAULT 1981: 48). Aus diesem Grund kann FOUCAULTs Konzept des Diskurses als der Erfassungsversuch der sprachlichen und symbolischen Manifestation von Wirklichkeit in einem jeweiligen historischen oder zumindest zeitlichen Kontext verstanden werden. Hieraus ergibt sich eine bestimmte diskursive Praxis, welche in ihrem kulturellen Umfeld Bestand hat und ihre Wirkmacht auch auf der materiellen Ebene entfaltet, indem Diskurse und diskursive Praktiken das alltägliche Handeln von Subjekten beeinflussen. Durch STRÜVER wird ausgeführt, dass Wissen und Diskurse somit als „omnipotentes Strukturprinzip der Gesellschaft“ erscheinen (2012: 65). Weiter wird dann aber angemerkt, dass FOUCAULT so interpretiert werden sollte, dass „spezifische Verknüpfungen diskursiver Formationen und die durch sie angeleiteten (Kontroll-)Praktiken [...]“ (STRÜVER 2012: 65) betrachtet werden. Abgeleitet daraus und in Einklang mit FOUCAULT selber kann Diskurs somit als eine Anzahl verschiedener Aussagen betrachtet werden, welche sich in einer Sammlung von Aussagen einfügen und gemeinsam daran beteiligt sind, wie sich Wirklichkeit abzeichnet (FOUCAULT 1981: 156) Dabei existieren keine festen und vorhersehbaren Regeln, durch

welche die Art und Weise der Konstitution sozialer Realität bestimmt werden könnte (LUDWIG 2012: 105). Dies ist aber auch nicht das Ziel der Diskursforschung. Stattdessen geht es um die Beschreibung der tieferliegenden Strukturen, welche an der Schaffung der Diskurse beteiligt sind. Diese Zielvorstellung geht einher mit der Annahme, dass nicht Subjekte den Diskurs erschaffen, sondern dass Subjektivität durch Diskurse vermittelt wird (MATTISSEK 2008: 29). Identitäten und Räume sind somit das Produkt diskursiver Praktiken. Praktisch lässt sich dies zumindest in vielen Bereichen des Alltäglichen erleben. Wie sich Personen oder Raumeinheiten definieren, hat auch häufig mit der Abgrenzung gegenüber anderen Subjekten oder Räumen zu tun. Im Rahmen dieser Arbeit hat beispielsweise die Abgrenzung von West- und Ostdeutschland eine wichtige Position inne. Mit dem Label ‚ostdeutsch‘ gehen bestimmte Vorstellungen und Erwartungen einher, was im ostdeutschen Raum, der ostdeutschen Stadt oder ostdeutschen Region vorzufinden ist. Aus der Perspektive eines ‚Westdeutschen‘ mag dies sein, dass damit entleerte Räume verbunden werden, welche nachhaltig unter Abwanderung zu leiden haben. Damit verbunden gehen schwache Wirtschaftsstrukturen und die Vorstellung einer hohen Erwerbslosenquote einher. Hinzu kommt unter Umständen noch das Stigma der Fremdenfeindlichkeit (MÜLLER 2016: o.S.).

Ihren Ursprung haben solche stereotypischen Zuschreibungen in der jeweiligen diskursiven Praxis, welcher Subjekte unterworfen sind. Stigmata manifestieren sich als das oben beschriebene Artefakt der Geschichte und Kultur, welches als (vermeintliches) Fakt in diesen Diskursen verankert ist und somit als überindividuelle Praxis an einzelne Individuen weitergegeben wird. Wie sich die entsprechende Identität konstituiert, folgt hier ebenso wenig festen Mustern wie der Diskurs selbst. Dabei wird Abstand von der Idee genommen, dass es ein einfaches ‚Ich‘ oder ‚Wir‘ gibt. Vielmehr finden permanent diskursiv geprägte Prozesse statt, in welchen Einzelne oder Gruppen sich in einer bestimmten Identität lokalisieren oder lokalisiert werden (MATTISSEK 2008: 29). Regelmäßig kommt es in diesen Prozessen dazu, dass Überlagerungen und sogar Widersprüche in diesen Identitäten auftreten. Der Theorie FOUCAULTs weiter folgend sind diese Brüche und teils konträren Positionen in einem post-strukturalistischen Rahmen jedoch vollkommen selbstverständlich, da hier nicht von einer in sich abgeschlossenen Identität ausgegangen wird, sondern Identitäten immer das Produkt einzelner Fragmentkompositionen sind (HALL 1994: 196). Hieraus entstehen hybride Konstrukte von Identitäten, welche in ihren Übergängen sehr fließend sind und eine parallele Zuordnung zu verschiedenen diskursiven Repräsentationen zulassen (MATTISSEK 2008: 29). Diesem Umstand der „konstitutiven Offenheit“ (MATTISSEK 2008: 31) wird insbesondere in post-strukturalistischen Ansätzen Rechnung getragen, so dass gerade hier das Augenmerk darauf liegt, die Multidimensionalität

von (Raum-)Identitäten aufzuzeigen (MATTISSEK 2008: 29ff.).

Mit dem Gouvernementalitätskonzept ergibt sich bei FOUCAULT ein dritter Baustein mit raumwirksamer Gestaltungskraft. In seinem Schaffenskanon eher spät angesiedelt, sind in den Arbeiten zur Gouvernementalität viele Elemente wie Macht, Identität und Diskurs wiederzuentdecken, welche in den vorherigen Arbeiten FOUCAULTs von Bedeutung waren. Im Kern sollen durch die Gouvernementalität verschiedene Arten des Regierens und Regiertwerdens aufgezeigt werden. Dabei beschränkt FOUCAULT sich nicht allein auf die politische Dimension des Regierens, sondern spannt den Bogen über seine Konzepte der überindividuellen Praktiken, so dass unter Regieren nun auch gesellschaftliche (Selbst-)Regulation verstanden wird (FOUCAULT 2006: 135). Diskurse sind hierbei insofern von Bedeutung, als dass sie die Rahmung dafür geben, wie Kontrolle und Zwang stattfinden. Durch Prägung der Denkweisen von Subjekten wird Einfluss darauf genommen, was als normal oder abnormal zu betrachten ist (LEMKE et al. 2000: 8). Subjekte sind dabei dem ständigen Abgleich mit geltenden Regeln und Normen unterworfen und sanktionieren so Fehlverhalten in der Gesellschaft gegenseitig bzw. versuchen Fehlverhalten zu vermeiden. Nach LEMKE et al. wird „*Regierung* als Bindeglied zwischen strategischen Machtbeziehungen und Herrschaftszuständen“ (2000: 8) von FOUCAULT konzipiert. Damit ist gemeint, dass jegliche Machtausübungen, welche beispielsweise über hegemoniale Stellungen in Diskursen stattfinden, auch einen Einfluss auf die Aufrechterhaltung bestimmter hegemonialer Zustände haben. Beispielhaft wird durch HACKING der Themenkomplex des Autismus zur Veranschaulichung herangezogen. Im historischen Kontext betrachtet ist der Begriff Autismus erst seit 1908 präsent. Zu diesem Zeitpunkt wurden durch einen Schweizer Psychiater bestimmte Symptome, welche er im Rahmen seiner Forschung zu Schizophrenie beobachtet hat, beschrieben (HACKING 2007:301). Hieraus hat sich ein eigenes Krankheitsbild entwickelt, welches von nun an abgekoppelt von Schizophrenie diagnostiziert werden konnte. In diesem Prozess wurde entsprechend die diskursive Repräsentation des ‚Autisten‘ geschaffen, in Abgrenzung zu dem ‚Schizophrenen‘. HACKING selbst bezeichnet diesen Vorgang als „making up kinds of people“ (2007: 285), also die Erfindung von Sorten/Kategorien von Menschen. In Analogie dazu könnte also im Rahmen dieser Arbeit von ‚making up kinds of spaces‘ gesprochen werden. In HACKINGs Fallbeispiel wird weiter aufgezeigt, wie durch permanente Verschiebungen in der Hegemonie darum gerungen wird, wie Autismus zu definieren ist. Während der Terminus in den frühen Jahren seiner Entstehung hauptsächlich durch die Medizin geprägt wurde, hat sich mit seiner Diffusion in die Gesellschaft ein neues Feld an Akteuren ergeben, welche nun mit an der Bedeutung des Begriffes wirkten (HACKING 2007: 302). So wurde mit der Einführung eines Autismusspektrums das

Krankheitsbild weiter aufgespalten und mit dem Frühkindlichen und dem Asperger Autismus zwei Stränge der Krankheit mit unterschiedlichen Ausprägungen der Symptome etabliert. Hieraus ergab sich, dass nun auch Pädagogen und Sozialarbeiter an der Debatte und diskursiven Repräsentation beteiligt waren. In diesem Kontext geht HACKING tiefer auf die Implikationen des Erschaffens von Kategorien von Menschen (äquivalent zur Etablierung diskursiver Repräsentationen von etwas) ein. Dabei wird betont, dass es natürlich schon vor 1908 Menschen mit autistischen Zügen gab, aufgrund der Tatsache, dass die entsprechende Kategorie von Menschen jedoch noch nicht erfunden war, haben sie in Diskursen jedoch keine Rolle gespielt. Durch diese neue Verortung im gesellschaftlichen Verständnis und Diskurs war es nun einerseits möglich, über diese Kategorie von Menschen bzw. diese Identität zu verhandeln. Auf der anderen Seite konnten sich Menschen, bei denen Autismus diagnostiziert wurde, mit diesem neuen Kollektiv identifizieren und selbst am Diskurs teilnehmen. Dies hat unter anderem dazu geführt, dass sich die diskursive Repräsentation des „high-functioning autist“ etablieren konnte. Während Autisten bis zu diesem Zeitpunkt in der Gesellschaft als Personen mit einer Krankheit wahrgenommen wurden, wurde ihnen nun auch diskursiv eine (inselhafte) Hochbegabung zugesprochen (HACKING 2007: 304). Hieraus ergab sich im diskursiven Netz wieder eine neue Verhandlungsposition für Personen, welche als Autisten klassifiziert werden. In der Folge kommt es zu neuen Normalisierungsprozessen in die Gesellschaft.

Um HACKINGs Arbeit zu ergänzen: Im Diskurs um Autismus wird heute darum verhandelt, ob es noch zeitgemäß ist, Autismus als Krankheit zu definieren. Verschiedene Bewegungen versuchen in der diskursiven Praxis eine neue Normalisierung von Autisten voranzutreiben. Im Mittelpunkt steht hierbei den Autismus als eine ‚Wesensart‘ zu etablieren und vom Stigma der Krankheit zu lösen (BUMILLER 2008: 967).

An dieser Stelle wird die volatile Natur von Diskursen deutlich. Fakten die einst Bestand hatten, werden überarbeitet, verworfen oder ergänzt. HACKING bezeichnet diese Gruppen oder Klassifizierungen im Prozess des „making up kinds of people“ als „moving targets“ – in dem Moment, in welchem versucht wird, ein Subjekt, Objekt oder Raum zu erfassen, hat sich seine diskursive Konstitution schon wieder so schnell geändert, dass es niemals möglich sein wird, eine objektive Beschreibung des Zieles zu definieren. Dies ist auch dem Wesen der Wissenschaft und Gesellschaft geschuldet, denn in dem Moment wo etwas zum Untersuchungsgegenstand wird und mit diesem interagiert wird, wirkt man ebenso auf seine diskursive Repräsentation ein (HACKING 2007: 293). An dieser Stelle kann der Lückenschluss zu FOUCAULT gefunden werden: die permanente Metamorphose dessen, was Teil der diskursiven Sphäre ist, wird durch viele Sprecherpositionen geprägt und muss nicht zwangsläufig vom Hegemonen

vorgegeben werden. Vielmehr wird anhand des obigen Beispiels deutlich, wie sich Diskurse als konstitutive Elemente auf unsere soziale Realität auswirken. Damit einher geht auch der gouvernementale Einfluss auf Denk- und Handlungsmuster eines jeden Einzelnen. Am Beispiel Autismus kann dies bedeuten, dass Autismus sein Stigma als Krankheit verliert und durch seine Neuausrichtung als positiv konnotierte (Insel-)Begabung in der Gesellschaft einen neuen Stellenwert eingeräumt bekommt. Dieser Normalisierungsprozess führt dazu, dass Autismus aus seiner Fassung als etwas Abnormales gehoben wird und als normales Objekt in die Alltagswelt eingeführt wird. Auch in raumbezogenen Untersuchungsobjekten können solche Prozesse beobachtet werden. Allein das viel untersuchte Beispiel von gentrifizierten Stadtteilen bietet hier eine gute Argumentationsgrundlage. Im Gentrifizierungsprozess sind es meist stigmatisierte Stadtteile, welche auf Grund ihrer niedrigen Grundstücks- und Immobilienpreise durch Investoren aufgekauft und aufgewertet werden (ATKINSON/BRIDGE 2010: 52). Dabei ändert sich die diskursive Repräsentation des jeweiligen Raumes von meist stereotypischen Zuschreibungen der Ärmlichkeit (arbeitslos, kriminell, bildungsfern) zu einer neuen Ausrichtung. An der Zerrissenheit, mit welcher gentrifizierte Stadtteile auf den verschiedenen Ebenen der Gesellschaft diskutiert werden, wird deutlich, dass zur gleichen Zeit verschiedene Diskurse nebeneinander koexistieren und sich gegenseitig bedingen. Im Rahmen der Gentrifizierung reichen diese Diskurse vom Spektrum als neue Wohnviertel mit modern-urbanen Lebensweisen mit revitalisierter Infrastruktur und Ökonomie (HOLM 2010: 104) bis hin zu kritischer Ablehnung als hyper-kapitalistische Auswüchse einer neoliberalen ‚anything goes‘-Stadtpolitik, welche nur den Wohlhabenden nutzt und zur Exklusion der meisten Bevölkerungsteile führt (WYLY/HAMMEL 2004: 1221ff.). Im Sinne der oben eingeführten Gouvernementalität nach FOUCAULT sind auch hier Mechanismen des Regierens zu erkennen. Durch die vorhergehende Stigmatisierung als gefährliche oder bildungsferne Stadtteile lassen sich bestimmte politische und stadtentwicklerische Maßnahmen durchsetzen. Mit Rückgriff auf das Konzept des ‚making up kinds of spaces‘ geschieht dies zumeist über die Akkumulation von Wissen, beispielsweise über verschiedene Statistiken (HACKING 2007: 293f.). Entscheidende Kennzahlen können dabei exemplarisch Höhe der Kriminalitätsrate, häufigster Bildungsabschluss und durchschnittliches Einkommen sein. Wenn ein Kennwert nicht der Norm, z.B. dem bundesweiten Durchschnitt, entspricht, ist er eine ‚Anomalie‘, welche u.a. durch Instrumente der Stadtplanung und -entwicklung normalisiert werden kann. Mögliche Maßnahmen können Umgestaltungen, die Nutzung von Förderprogrammen oder das Etablieren eines Stadtteilbüros sein. Die Gouvernementalität greift also dort, wo Vorstellungen davon etabliert werden, wie etwas zu sein hat. Wenn im Leitbild der Gesellschaft diese Norm nicht erfüllt ist, wird von der breiten

Masse der Zivilgesellschaft ein Eingriff zumindest geduldet, wenn nicht sogar gutgeheißen. MATTISSEK legt dabei FOUCAULTs Konzept des Regierens so aus:

„Zentral am Regierungsbegriff ist an dieser Stelle, dass auf der einen Seite durch die Regierung die Handlungen von Individuen nicht determiniert, wohl jedoch in bestimmte Richtungen gelenkt und kanalisiert werden. Durch die Regierung wird also ein Kontingenzspielraum des Handelns eröffnet, innerhalb (!) dessen die Individuen Spielräume für einzelne Handlungen haben und durch den sie zur Entwicklung von Entwürfen für das eigene Leben angeleitet werden. Die Herrschaftszustände können hingegen als äußerlicher Einfluss auf das Handeln interpretiert werden, auf den die Individuen keinen direkten Zugriff haben.“ (2008: 36).

Weiter wird dabei ausgeführt, dass der Begriff des Individuums erlaubt, sich von der dichotomen Vorstellung zu trennen, dass entweder nur der autonom agierende Mensch mit einem komplett freien Willen oder nur eine uniformierte Gesellschaft, welche durch Diskurse und diskursive Praktiken fremdbestimmt ist, existiert. Es findet an dieser Stelle eine bewusste Distanzierung von Begriffen wie ‚Subjekt‘ oder ‚Akteur‘ statt (MATTISSEK 2008: 36). Der Begriff ermöglicht es „[...] auf der Ebene einzelner Personen anzusetzen, jedoch [hierbei] nicht voraussetzt, [dass] dies[e] über einen vor-diskursiven Willen verfügen würden.“ (MATTISSEK 2008: 36). Durch FOUCAULT wird hier der Begriff der Rationalität eingebracht, welcher umschreibt, dass Handlungen über den Diskurs mit Zuschreibungen aufgeladen werden, so dass manche Handlungsmuster eher zu erwarten sind als andere, wobei damit nicht ausgeschlossen bleibt, dass auch eine unerwartete Handlung durchgeführt wird, es ist nur eher unwahrscheinlich. Rationalität ist dabei nicht als universelle Vernunft zu verstehen, sondern eher als vernünftiges Handeln im Referenzrahmen, der durch den Diskurs vorgegeben wird (MATTISSEK 2008: 39). Gouvernamentalität und Rationalität können somit auch als maßgebliche Mechanismen in Bezug auf schrumpfende Räume, aber auch im Stadtmarketing bzw. place branding verstanden werden. Über das Aufladen der Raumbezeichnungen (Name der Stadt- oder Region, Bezug auf Landmark, grobe Georeferenzierung über Himmelsrichtung, usw.) mit bestimmten Attributen werden zum einen Herrschaftstechniken legitimiert. Zum anderen können Diskurse zur Selbstkontrolle, aber auch gegenseitiger Kontrolle in diesen Räumen animieren – gilt ein Raum beispielsweise als gefährlich oder hat eine ‚überdurchschnittlich‘ hohe Kriminalitätsstatistik, verändert sich auch das Verhalten in diesen Räumen. Als hypothetisches Beispiel tragen eventuell mehr Leute von nun an Gegenstände zur Selbstverteidigung mit sich, gehen im Dunkeln nicht mehr raus oder installieren Sicherheitssysteme an ihren Immobilien. Auch die Legitimierung einer höheren Polizeipräsenz ist in diesem Gedankenspiel möglich.

FOUCAULT nimmt den Raum an einigen wenigen Stellen seiner Arbeiten in den Fokus. Ein Großteil der Vereinigung seiner diskurstheoretischen Überlegungen im Rahmen von

geographischen Arbeiten erfolgt jedoch durch die Interpretation FOUCAULTs Werke (SCHREIBER 2012: 199). SCHREIBER führt aus, dass die Verbindung zwischen Raum und Diskurs bei FOUCAULT am stärksten in seiner ersten Vorlesung zur Gouvernamentalität zu Tage tritt:

„Während die Disziplin die praktische Ortsgebundenheit nutzt, um Körper von Individuen hierarchisch zu organisieren und zu kontrollieren, liegt die Aufgabe des modernen Sicherheitsraums darin, nicht kontrollierbare, zukünftige Ereignisse in einem veränderbaren Rahmen zu verwalten.“ (2012: 201).

In diesem Kontext werden von SCHREIBER explizit die Bereiche der öffentlichen Stadtplanung und räumlichen Kriminalitätsprävention als praktische Anknüpfungspunkte FOUCAULTs Theorien in der Geographie genannt.

FOUCAULT hat im Kanon seiner knapp zwanzigjährigen Schaffenszeit verschiedene grundlegende Theorien und Begriffe geschaffen, welche tendenziell eher zum Ende seines Lebens bzw. gar erst posthum breiten Anklang in verschiedenen Disziplinen der Wissenschaft gefunden haben. Problematisch ist dabei, dass durch FOUCAULTs Tod 1984 viele seiner Arbeiten und Ideen der Interpretation der verschiedenen Autoren unterworfen waren. FOUCAULT selbst schrieb „Ich liebe es erste Bände zu schreiben, und hasse es am zweiten zu arbeiten“ (FOUCAULT 1993: 18), was das Dilemma in der Interpretation seiner Arbeiten sehr deutlich auf den Punkt bringt – FOUCAULT hat seine eigenen Arbeiten stets weiterentwickelt und in Frage gestellt, was auch an seinem Übertritt vom Strukturalismus in den Poststrukturalismus deutlich wird. Hieraus haben sich viele lose Enden ergeben, was auch dazu geführt hat, dass durch FOUCAULT selbst kaum Anleitungen zur methodischen Umsetzung und empirischen Analyse seiner Theorien gegeben werden (KNEER 1998: 240). Stattdessen haben ab den 1990er Jahren viele Autoren eigene Ansätze zur Operationalisierung von FOUCAULTs Ideen vorgelegt, welche im Folgenden grob dargestellt werden sollen.

2.2.2 Die unterschiedlichen Ausprägungen der Diskursanalyse

Seit der breiten Rezeption von FOUCAULTs Werken haben sich verschiedene methodische Herangehensweisen als Anknüpfungspunkte seiner sehr theoretischen Überlegungen zu Diskurs, Individuum und Gesellschaft entwickelt. Prominentester Ansatz ist dabei wohl die Diskursanalyse (DIAZ-BONE 2006: 244).

Wie eine Analyse von Diskursen durchzuführen ist, wird durch FOUCAULT nicht erklärt, so dass sich unterschiedliche Herangehensweisen und Arbeitsschritte für ihre methodische Umsetzung herauskristallisiert haben. Im Rahmen dieser Arbeit wird eine lexikometrische

Diskursanalyse durchgeführt, da die Abgrenzung zwischen den einzelnen Operationalisierungsansätzen für eine Diskursanalyse jedoch nicht klar gezogen werden kann und sich in jedem der Ansätze Teile von anderen Ansätzen wiederfinden lassen, sollen hier die drei prominentesten Diskursanalyseansätze kurz aufgezeigt und soweit möglich ihre Unterschiede verdeutlicht werden. Die wissenssoziologische, die kritische und die lexikometrische Diskursanalyse machen einen Großteil der durchgeführten praktischen Anwendungen von FOUCAULTs Diskurstheorieansätzen aus und sollen hier vor dem Hintergrund ihrer jeweiligen Ursprungsdisziplin aufgezeigt und voneinander abgegrenzt werden. Dabei wird ebenso auf den Stand der Diskursanalyse in der deutschsprachigen Humangeographie eingegangen.

Wie DIAZ-BONE ausführt, wurde die Diskursanalyse durch PÊCHEUX bereits in den 1960er Jahren als Weiterentwicklung FOUCAULTs Theoriefundament aufgenommen. PÊCHAUX verstand die Diskursanalyse als „systematische und reflektierte Form des ‚Lesens‘ von Diskursen“ (DIAZ-BONE 2006: 245). PÊCHAUX zielte in der Entwicklung der Methode darauf ab, dass Wissenschaftler nicht ihre eigenen Vorurteile (oder „die eigene ‚Ideologie‘“ (DIAZ-BONE 2006: 245)) über das jeweilige diskursiv Repräsentierte in die Ergebnisse einfließen lassen. Zentraler Punkt ist dabei „wie Diskursanalysen erreichen können, die Widerständigkeit der Materialität des Gegenstandes (der ‚Empirie‘) von der eigenen theoriegeleiteten Forschungspraxis zu unterscheiden.“ (DIAZ-BONE 2006: 245). Die Diskursanalyse nimmt damit die Position als reflektierende Rekonstruktion ein, womit gemeint ist, dass es in soziologischen und sozialwissenschaftlichen Arbeiten heute in weiten Teilen den Konsens gibt, dass die soziale Realität als ‚konstruiert‘ angesehen werden kann (DIAZ-BONE 2006: 255). Durch die Diskursanalyse wird es nun möglich, diese Konstruktion nachzuvollziehen und zu rekonstruieren. So kann nun gefragt werden ‚wie?‘ über etwas gesprochen wird, anstatt lediglich das deskriptive ‚über was?‘ wird gesprochen, zu analysieren (BELINA/DZUDZEK 2009: 130). Aus dieser Grundidee haben sich im Folgenden verschiedene Vorstellungen davon herausgebildet, wie Diskursanalysen durchzuführen sind bzw. wie sie durchgeführt werden können.

Die wissenssoziologische Diskursanalyse konzentriert sich auf die unterschiedlichen Sprecherpositionen und hebt das Verhältnis hervor, in welchem die Sprecher zueinanderstehen (ANGERMÜLLER 2005: 29). Es existiert ein Speicher an gemeinsamem Wissen in der Gesellschaft, welches im chronologisch-historischen Voranschreiten von Zivilisationen gesammelt und geteilt wird. Dieses Wissen wird zwar zwischen den Sprechern geteilt – trotzdem wird je nach Kontext unterschiedlich mit diesem Wissen umgegangen. KELLER schreibt dazu:

„Summa summarum geht es der Wissenssoziologischen Diskursanalyse darum, die diskutierten Defizite durch eine Akzentverschiebung von der Konzentration auf die

Wissensbestände und Deutungsleistungen individueller Akteure des Alltags hin zur Analyse von diskursiven Prozessen der Erzeugung, Zirkulation und Manifestation kollektiver Wissensvorräte auszugleichen. Sie betont in diesem Sinne, auch wenn dies nicht immer explizit benannt wird, die Kompatibilität der pragmatistischen Tradition des Symbolischen Interaktionismus mit der sozialkonstruktivistischen Hermeneutischen Wissenssoziologie und knüpft explizit in ihrer theoretischen Grundlegung wie in den Vorschlägen zum methodischen Vorgehen an beide an, um sie mit einigen Überlegungen Foucaults zur Diskursperspektive zu verbinden. Die Wissenssoziologische Diskursanalyse stellt ein theoretisches Vokabular und eine empirische Perspektive zur Verfügung, um solche Wissenspolitiken (nicht nur) der posttraditionalen Gesellschaften als Diskurse zu untersuchen. Sie schlägt damit der Hermeneutischen Wissenssoziologie eine Fortführung vor, die notwendig wird, wenn sie ihrem erneuerten theoretischen und empirischen Anspruch als umfassendes wissenssoziologisches Paradigma gerecht werden will.“ (2011: 185).

In der Durchführung der wissenssoziologischen Diskursanalyse soll auf „bewährte Mittel der qualitativen Soziologie, etwa offene Kodierstrategien und im Material 'gegründete' Theoriebildung auf der Basis von Glaser/Strauss (Keller) oder die Sequenzanalyse und Fallstrukturanalytik von Oevermanns Objektiver Hermeneutik [zurückgegriffen werden].“ (ANGERMÜLLER 2005: 30).

Im Gegensatz dazu wird in der kritischen Diskursanalyse viel stärker das Verhältnis zwischen Diskursen, Wissen und Macht betont. Mit Anlehnung an JÄGER als einem der prominentesten Vertreter der kritischen Diskursanalyse ist das erklärte Forschungsziel der kritischen Diskursanalyse die Dekonstruktion der Selbstverständlichkeit des Alltäglichen (2012: 144). Damit ist gemeint, dass FOUCAULTS Idee von der Konstruktion der Realität und von Wahrheit so interpretiert wird, dass durch eine Diskursanalyse die innewohnenden Mechaniken aufgezeigt werden sollen, so dass Wissen und Wahrheit überhaupt erst als sozial-konstruiert entlarvt werden können. Es entsteht ein kritischer Blick auf Gesellschaftssysteme und ihren modus operandi (JÄGER 2012: 144). Die kritische Diskursanalyse hat das Selbstverständnis einer Politikanalyse, welche durch die Auflösung bzw. Offenlegung diskursiver Praktiken zu einem besseren Verständnis von demokratischen Prozessen und zwischenmenschlichen Beziehungen beitragen soll. Zentrale Begriffe sind nach JÄGER die Intertext- und Interdiskursbeziehungen (2012: 80). Womit beschrieben wird, dass es keine Bedeutungselemente gibt, welche für sich allein gestellt existieren können. Im konkreten Bezug auf Texte bedeutet dies, dass Texte und ihr Wissen immer nur durch Bezug auf andere Bedeutungselemente existieren können. Historisch hat dies zur Folge, dass auch die moderne Gesellschaft noch immer von historischen Bedeutungselementen geprägt ist, da sich jegliches Wissen und jegliche Fakten, nach dieser Vorstellung von Diskurs, aus vorhandenem Wissen und Fakten kristallisiert haben. Allerdings bedeutet dies nicht, dass kein neues Wissen und neue Fakten hervortreten können. Kernbegriff ist hierfür die Ideologie. Diese entfaltet eine herrschaftliche Wirkung und bestimmt, was innerhalb einer

Gesellschaft gesagt und nicht gesagt werden darf (JÄGER 2012: 81). Um diese Herrschaftsverhältnisse aufrecht zu erhalten, wird der Diskurs auf verschiedenen diskursiven Ebenen, die sich gegenseitig aktiv und passiv beeinflussen, geführt. JÄGER selbst führt beispielhaft die Ebenen der Erziehung, des Alltags, der Medien, der Politik und des Akademischen auf, welche miteinander verwoben sind. In der Methodik der kritischen Diskursanalyse steht somit das Erkennen der diskursiven Ebenen und welche Diskursstränge sich (historisch) durchsetzen konnten. JÄGER schreibt hierzu:

„Die verschiedenen Diskursstränge lassen sich nun wieder nach besonderen Kriterien bündeln, etwa: Diskursstränge der Ausgrenzung (von Einwanderern, Behinderten, Frauen, Jugendlichen, Alten etc.). Daneben sind andere Zuordnungsmöglichkeiten gegeben, die sich an den zurzeit zentralen gesellschaftlichen Themen orientieren, etwa Rechtsextremismus, Militarismus, Nationalismus, (demokratischer) Kapitalismus, Neo-Liberalismus usw. Das Gesamtziel könnte eine Analyse z.B. des Diskurses der Bundesrepublik Deutschland der Gegenwart oder internationaler Beziehungen sein.“ (2012: 89).

In diesem Sinne wird die kritische Diskursanalyse ihrem Anspruch als Gesellschafts- bzw. Politikanalyse gerecht, da durch konsequente Umsetzung eine temporal fixierte, ganzheitliche Abbildung einer Gesellschaft möglich werden würde. Dass die Art und Weise sogar innerhalb eines methodischen Stranges ständig in Bewegung ist und stetig weiterentwickelt wird, kann an der kritischen Diskursanalyse besonders nachvollzogen werden. Mit seiner 3. Auflage zur kritischen Diskursanalyse ergänzt JÄGER seinen eigenen Operationalisierungsvorschlag um den von FOUCAULT entliehenen Begriff des Dispositives und weitet die Methode somit zu einer Diskurs- und Dispositivanalyse aus (2012: 76).

Die dritte hier vorgestellte Methodik zur Untersuchung von Diskursen orientiert sich in ihrer Operationalisierung sehr stark an literaturwissenschaftlichen Forschungen. Inwiefern sie tatsächlich als eigene Unterart der Diskursanalyse anzusehen ist, ist diskutabel. Während einige Autoren die Art und Weise der Untersuchung als lexikometrische Analyse von Texten darstellen (vgl. bspw. MATTISSEK 2008), wird sie von anderen Autoren als lexikometrische Diskursanalyse dargestellt (vgl. bspw. WIESER 2012). Im Rahmen dieser Arbeit wird sie als eigenständige Unterart dargestellt, da mit ihrem starken Fokus auf sprachwissenschaftliche Instrumente eine klare Abgrenzung zu den vorherigen behandelten Unterarten gefunden werden kann. Die lexikometrische Diskursanalyse legt im Gegensatz zu anderen Operationalisierungen ihren Fokus auf eine quantitative Untersuchung von Texten. Insbesondere wird auf die Relationen geschaut, in welchen Worte zueinanderstehen (DZUDZEK et al. 2012: 233). Dies hat den Vorteil, dass weniger mit der subjektiven Interpretation des Forschenden argumentiert wird. Stattdessen gibt es klare statistische Aussagen darüber, welches Wort wie häufig vorkommt und

welche Worte sich in seiner Nähe im Text lokalisieren lassen. (DZUDZEK et al. 2012: 234). Diese praktische Herangehensweise entspringt laut DZUDZEK et al. aus einer fundamentalen Annahme des modernen sozialen Konstruktivismus:

„Folgt man der gemeinsamen theoretischen Grundannahme von Strukturalismus und Poststrukturalismus, dass Bedeutung ein Effekt der Beziehung von (lexikalischen) Elementen zu anderen (lexikalischen) Elementen ist, dann können lexikometrische Verfahren herangezogen werden, um diese Beziehung und damit die Konstruktion von Bedeutungen herauszuarbeiten“ (2012: 234).

Das Zitat verdeutlicht zudem, dass auch bei dieser Operationalisierungsform das Aufdecken von sprachlich konstruierten Wirklichkeiten das Ziel ist. Um diese tatsächlich aufzeigen zu können, reicht es jedoch nicht nur, die quantitativen Beziehungen zwischen Textelementen zu analysieren, so dass schlussendlich doch wieder eine subjektive Interpretation der Ergebnisse notwendig wird, diese jedoch durch die vorhergehende statistische Untersuchung auf einem weniger subjektiven Fundament basiert, als es bei einer reinen Interpretation von Texten und Symbolen der Fall wäre (MATTISSEK 2008: 131).

In der deutschsprachigen Humangeographie scheint es indes eine breite Rezeption der lexikometrischen Diskursanalyse zu geben. Dies scheint zwei Faktoren geschuldet zu sein. Einerseits lässt sich eine Gruppe von einigen wenigen Forschenden zu Beginn und Mitte der 2000er Jahre erkennen, welche das Themenfeld der Diskursanalyse in der deutschen Humangeographie entscheidend vorangetrieben haben. GLASZE und MATTISSEK schreiben dazu, dass ca. 20 Personen aus der Disziplin der Geographie gemeinsam in verschiedenen Workshops an der Integration von Diskursforschung in die Humangeographie gearbeitet haben. Hieraus entstand in den Jahren zwischen 2006 und 2010 ein von der DFG gefördertes wissenschaftliches Netzwerk „Methodologien und Methoden der Diskursanalyse“ (MeMeDa), welches schlussendlich im Jahr 2019 in eine internationale Vereinigung zur Diskursforschung gemündet ist, welche „der Förderung, der Repräsentation und der Vernetzung speziell von sozial- und sprachwissenschaftlich arbeitenden Diskursforschern dient“ (DISKURSNETZ 2021: o.S.). Aufgrund der engen Zusammenarbeit und Mitgliedschaft in dem Netzwerk vieler der Autoren, welche als Graswurzelbewegung der deutschsprachigen Diskursforschung in der Humangeographie angesehen werden können, ist auch eine deutliche gemeinsame methodische Positionierung zur lexikometrischen Diskursanalyse zu erkennen (MATTISSEK/GLASZE 2014: 7).

Der zweite Faktor ist eine Konsequenz des ersten Faktors: Die Diskursforschung an sich, aber im speziellen die deutsche Diskursforschung in der Humangeographie sind sehr junge Stränge der Disziplin. Durch die ersten Arbeiten des o.g. Forschungsnetzwerkes wurde ein stetig heranwachsendes Interesse an der Methode der Diskursanalyse und den praktischen

Anwendungen, welche der Wissen-Diskurs-Macht-Komplex für die Raumforschung bietet, festgestellt. Verschiedene Arbeiten schließen sich an diese ersten Arbeiten an, so dass eine ständige Weiterentwicklung, Ergänzung und Abwandlung von Theorien und Methoden der Diskursforschung beobachtet werden kann, in deren Kanon sich auch diese Arbeit einreicht.

2.3 LACLAUs und MOUFFEs Arbeiten als ganzheitliches Konzept der Hegemonie- und Diskurstheorie

Die Vereinbarkeit verschiedener Ansätze von Diskurs und Hegemonie wird durch die Politikwissenschaftler MOUFFE und LACLAU seit den 1980er Jahren vorangetrieben. Sie greifen dabei das Verständnis von GRAMSCI und FOUCAULT zur Konstitution der sozialen Wirklichkeit auf und erweitern diese um eine deutlich politischere Ebene (GLASZE/MATTISSEK 2012: 155). Grundannahme ist nach MOUFFE und LACLAU, dass Macht und Machtverhältnisse immer in der politischen Sphäre existieren – womit gemeint ist, dass jegliche Identitäten (einzelner Subjekte, Kollektive von Subjekten und von Objekten) aus politischen Verhandlungsprozessen hervorgehen (GLASZE/MATTISSEK 2012: 152). LACLAU und MOUFFE sehen sich dabei in ihrer Begriffsbildung in marxistischer Tradition und werden auch als Post-Marxisten bezeichnet (JACOBS 2018: 297). So lässt sich in ihren Arbeiten der Klassenbegriff wiederfinden, welcher beispielsweise auf ökonomische Klassen angewandt wird (LACLAU/MOUFFE 1985: 85). GLASZE und MATTISSEK sehen für die Humangeographie dabei zwei Schwerpunkte in den Arbeiten LACLAUs und MOUFFEs, welche einen wertvollen Beitrag für die raumorientierte Forschung leisten können. Die in der Konstruktion von Identitäten auftretende Differenzierung zwischen ‚Eigenem‘ und ‚Fremden‘ oder auch dem ‚Wir‘ und ‚Sie‘ (die anderen) ermöglicht es zu untersuchen, wie Macht und Machtverhältnisse zu gesellschaftlichen Ein- und Ausschlüssen führen (GLASZE/MATTISSEK 2012: 154). Hieraus ergibt sich der zweite Schwerpunkt: Da innerhalb dieses Theoriegebäudes von einem „radikal anti-essentialistischen Verständnis von Gesellschaft“ (GLASZE/MATTISSEK 2012: 154) ausgegangen wird, folgt daraus, dass die politische Position, die zur Herausbildung der Identitäten führt, nicht objektiv gegeben ist. Stattdessen werden wie schon bei FOUCAULT die Bruchhaftigkeit und Instabilität solcher diskursiven Identitäten betont (CHOULIA-RAKI/FAIRCLOUGH 1999: 124). Durch die Analyse von Diskursen und hegemonialen Verhältnissen kann so untersucht werden, an welchen Stellen im Diskurs diese Brüche auftreten, aber auch wo temporäre Homogenität zu erkennen ist (GLASZE/MATTISSEK 2012: 154). LACLAU und MOUFFE sehen besonders die materielle Ebene, als Ausdruck von diskursiven Repräsentationen und Praktiken, als einen zentralen Aspekt der Forschung an. Dies ergibt sich

aus dem Umstand, dass nach ihrer Ansicht keine Differenzierung zwischen den diskursiven und dem nicht-diskursiven Praktiken vorgenommen werden kann (LACLAU/MOUFFE 1985: 143). Vielmehr können auch vermeintlich nicht-diskursive Praktiken immer nur durch ebenso durchgeführte Bedeutungskonstruktion existieren:

"Unsere Analyse verwirft die Unterscheidung zwischen diskursiven und nichtdiskursiven Praxen und behauptet, dass zum einen sich jedes Objekt insofern als Objekt eines Diskurses konstituiert, als kein Objekt außerhalb jeglicher diskursiver Bedingungen des Auftauchens gegeben ist und zum anderen jede Unterscheidung von gewöhnlich als linguistisch und behavioristisch bezeichneten Aspekten gesellschaftlicher Praxis entweder eine falsche Unterscheidung ist oder als eine Differenzierung innerhalb der sich in verschiedene diskursive Totalitäten strukturierenden gesellschaftlichen Sinnproduktionen verortet werden sollte" (LACLAU/MOUFFE 1991: 157).

Durch LACLAU und MOUFFE wird diese abstrakt anmutende Aussage auf die praktische Beispielebene gebracht: Ein Erdbeben tritt auf, unabhängig vom Willen und Handeln des einzelnen Subjektes. Ob das Erdbeben dann jedoch als natürliches Phänomen der Umwelt oder als Zorn Gottes wahrgenommen wird, ergibt sich aus dem diskursiven Feld. Damit wird also nicht geleugnet, dass das Erdbeben als externes Ereignis und somit außerhalb der diskursiven Praxis auftreten kann, jedoch ist es im Moment seines Auftretens direkt dem Diskurs unterworfen und wird mit Bedeutungen aufgeladen. Mögliche Auslegungen sind beispielsweise das Erdbeben als Naturphänomen, als Einordnung durch die Wissenschaft, oder als strafende Handlung einer göttlichen Entität in einer religiösen Interpretation (LACLAU/MOUFFE 1985: 108). Hierin wird auch eine Begründung dafür gesehen, warum LACLAUs und MOUFFEs Interpretation von Diskurs als Gesellschaftstheorie bzw. für Gesellschaftsanalysen herangezogen werden kann. Die diskursive Konstruktion von Identitäten kann immer nur aus dem kollektiven Wissen (von Teilen) der Gesellschaft entstehen und Sinn erhalten. Damit geht die Idee einher, dass Diskurse somit immer nur Versuche sind, diesen Sinn der Elemente innerhalb eines Diskurses temporär zu fixieren (GLASZE/MATTISSEK 2012: 159).

Auch der Hegemoniebegriff wird durch LACLAU und MOUFFE aufgegriffen. Da das Konzept der Hegemonie eine stärkere Fixierung auf Subjekte und Kollektive innehat als die Diskurstheorie, kann der Einbezug hegemonialer Aspekte dabei helfen, Fragestellungen nach dem ‚wem mit wem?‘ zu formulieren (GLASZE/MATTISSEK 2012: 161). Damit ist gemeint, dass aufgrund der Brüchigkeit von Diskursen parallel eine ständige Veränderung in der Konstitution von Identitäten und damit, wie auch schon durch HACKING festgestellt, eine permanente Veränderung in der Zusammensetzung von Gruppierungen oder Allianzen zwischen Gruppen feststellbar wird (MATTISSEK 2008: 88f.). Damit geht auch einher, dass der für die Hegemonietheorie typische Antagonismus zwischen den Gruppierungen nicht fixierbar ist und somit,

wie der Diskurs selbst, nur temporär als Momentaufnahme festzuhalten ist. Daraus folgt die Einsicht, dass niemals ein permanenter, ewigwährender Blick auf die soziale Wirklichkeit in ihrer Gänze erfolgen kann, da dafür einfach zu viele instabile Elemente zur gleichen Zeit am Wirken sind (GLASZE/MATTISSEK 2012: 161). Stattdessen schlagen LACLAU und MOUFFE unter dem Begriff der ‚Dislokation‘ vor, auf komplett neue Phänomene der sozialen Wirklichkeit zu schauen, da sie aufgrund ihrer Neuheit eine deutliche Unterscheidung zu bereits verfestigten Strukturen zulassen. Diese verfestigten Strukturen werden von LACLAU und MOUFFE als ‚sedimentierte Diskurse‘ bezeichnet. Im Sinne dieses geologischen Terminus ist gemeint, dass, während große Teile des Diskurses in permanenter Bewegung sind, eine grundlegende Vorstellung von Wahrheit und Realität existiert, welche über eine höhere Stabilität als andere diskursive Elemente verfügt (JACBOS 2018: 307). Dislokationen werden demnach immer vor dem Hintergrund sedimentierter Diskurse betrachtet und behandelt. Sie geben einen Referenzrahmen vor, wie die Dislokationen gesellschaftlich eingeordnet werden sollten. Entscheidend dafür, welcher Diskurs bzw. welche diskursive Repräsentation dabei eine dominante Stellung einnehmen wird, ist die hegemoniale Stellung sedimentierter Diskurse. Am Beispiel des Erdbebens würde in der modernen Welt das Phänomen wohl eher als natürliches Ereignis eingeordnet werden, während vor der Aufklärung wahrscheinlich eher die Erklärung einer göttlichen Intervention herangezogen worden wäre. LACLAU benennt die Voraussetzungen hierfür mit ‚availability‘ und ‚credibility‘, womit gemeint ist, dass im jeweiligen historischen Kontext die diskursive Einordnung eines Phänomens überhaupt verfügbar sein muss (availability) und diese einen „plausiblen“ Erklärungsansatz (credibility) für das Phänomen bereitstellt (1990: 39). Wieder am Beispiel des Erdbebens ließe sich hier feststellen, dass in der modernen Welt sowohl der Erklärungsansatz des göttlichen Zornes als auch des geologischen Ereignisses verfügbar sind. In einer aufgeklärten westlichen Gesellschaft wird wahrscheinlich ein wissenschaftlicher Erklärungsansatz hegemonial sein, so dass sich dieser als plausiblerer Erklärungsansatz eher durchsetzen wird. Wie GLASZE und MATTISSEK feststellen, ist hiermit „immer die Unterdrückung und Marginalisierung von alternativen sozialen Wirklichkeiten verbunden (2012: 162).

Identitäten stellen in dieser Konzeptualisierung soziale Phänomene dar, welche denselben Regeln unterworfen sind wie andere Elemente des Diskurses. Auch Identitäten funktionieren demnach nach den Prinzipien der ‚availability‘ und ‚credibility‘. Damit also Identitäten von Subjekten oder Kollektiven mit Attributen belegt werden können, müssen existierende Erklärungsansätze zur Legitimierung plausibel erscheinen. Wie schon bei HACKING kann diese Legitimierung nach rationalen und emotionalen Gesichtspunkten geschehen. Rationale

Gesichtspunkte können beispielsweise Statistiken, Erhebungen und Vermessungen sein, also ‚harte‘ Fakten, welche die Entscheidung für die bestimmte Konstitution einer Identität begründen. Aber auch emotionale Faktoren wie patriotische Konstruktionen des ‚Wir‘ und der ‚Anderen‘, welche in historischer Tradition im nationalen Diskurs fortbestehen können, können zur Legitimierung führen. Diese Erklärungsansätze sind zwar nicht quantifizierbar, aufgrund ihres normierenden Charakters ohne rationale Basis („so ist es schon immer gewesen und darum muss es auch so bleiben“) können sie dennoch in der Gesellschaft als valide Standpunkte wahrgenommen werden (LACLAU/MOUFFE 2001: 108).

Dieser Vorgang wird als antagonistische Grenzziehung bezeichnet (LACLAU 2005: 130). Die Bezeichnung als antagonistisch bezieht sich in erster Linie auf politische Systeme. LACLAU argumentiert, dass unabhängig von jeweiligen politischen Herrschaftsformen in jedem politischen System eine Opposition besteht (LACLAU 2005: 92).

„Jede Anordnung, jede zeit-räumliche, soziale oder symbolische Ordnung und Struktur, jeder Diskurs, jede Identität, jede Institution bzw. jeder Kontext grenzt sich von einem Anderen, einem Außen ab, auf das er jedoch angewiesen ist, um sich (begrenzend) zu schließen und um existieren zu können“ (MOEBIUS 2009: 151).

Während diese Opposition in Diktaturen deutlich klarer zum Vorschein tritt, ist sie auch in anderen Herrschaftsformen deutlich zu erkennen. Die oppositionelle Position ist immer daran geknüpft, dass durch Subjekte oder Kollektive, welche dieser Gegenseite angehören, unerfüllte Bedürfnisse aufgezeigt werden. Diese Bedürfnisse können individueller Natur sein, aber auch von einem gemeinsamen Bestreben abhängig sein, so dass sich das politische System einer Vielzahl von Partikularinteressen gegenüberstellt (MATTISSEK 2008: 73). Diese Partikularinteressen werden von LACLAU in Anlehnung an die sprachwissenschaftliche Forschung de Saussures als Signifikanten bezeichnet (2005: 25). Das Phänomen dieser antagonistischen Haltung lässt sich laut MATTISSEK auch auf kleineren Skalenebenen, wie beispielsweise der kommunalen Ebene, entdecken, so dass eine Opposition auch gegenüber der kommunalen Verwaltung und Politik bestehen kann (2008: 73). Im deutschen Kontext der 2000er und 2010er Jahre lassen sich hier vor allem die Themenfelder Umwelt- und Naturschutz, Fremdenfeindlichkeit sowie Gleichstellung von Geschlechtern und sexuellen Orientierungen ausmachen, wo diese oppositionelle Haltung besonders deutlich in Erscheinung getreten ist (MATTISSEK 2008: 73). Und während in den einzelnen Themenfeldern die Interessenlagen sehr unterschiedlich sein können, kann allein die Oppositionshaltung zum politischen System dazu ausreichen, dass es zu Kollektivbildung innerhalb der unterschiedlichen Interessengruppen kommt. Diese laufen dann beispielsweise unter dem gemeinsamen Banner des Natur- und Umweltschutzes.

Nach LACLAU führt der Unmut über die gesellschaftlichen und politischen (subjektiv wahrgenommenen) Missstände dazu, dass aus isolierten demokratischen Bedürfnissen eine Kollektivierung der Bedürfnisse entsteht, welche in ihrer Vereinigung stärker als der etablierte politische oder gesellschaftliche Hegemon wird und so eine neue Vormachtstellung einnimmt (LACLAU 2005: 85). Dieser Vorgang wird von LACLAU als ‚equivalential chain‘ bezeichnet (2005: 74) und kann als Äquivalenzkette übersetzt werden (OPRATKO 2014: 137). Diese Äquivalenzketten sind demnach die Summe von Signifikanten, welche sich gegenüber dem etablierten System abgrenzen. Um als vereinte Identität auftreten zu können, findet nun eine Bündelung der Signifikanten statt, welche in einen sogenannten leeren Signifikanten (LACLAU 2005: 96) münden. Diese werden als grundlegende Notwendigkeit für die Entstehung hegemonialer Verhältnisse angesehen (LACLAU 2007: 74). Der leere Signifikant übernimmt somit einerseits die Aufgabe, ein nach Innen stabilisierendes Element für den Zusammenschluss aus Subjekten oder Kollektiven zu sein, da er alle Partikularinteressen auf den kleinsten gemeinsamen Nenner bündelt und somit den Referenzrahmen der neuen, gemeinsamen Identität vorgibt. Eine zweite Funktion des leeren Signifikanten ergibt sich aus einer nach außen stärkeren Repräsentationsfähigkeit. Während die Inselhaftigkeit der Partikularinteressen dazu führt, dass jedes der Subjekte oder Kollektive nur für sich wahrgenommen wird, wird durch den leeren Signifikanten ein schein-homogenes Kollektiv erzeugt, das durch seine Masse deutlicher wahrgenommen und unter Umständen auch eher zur Partizipation eingeladen wird, als es einzelnen Interessen sonst möglich wäre.

Der leere Signifikant entfaltet somit eine rahmende Wirkung, welche für die Herausbildung von Identitäten eine entscheidende Rolle spielt (vgl. Abb. 4).

„Leere Signifikanten entstehen dadurch, dass ein Element der Äquivalenzkette sich seiner spezifischen Bedeutung entledigt. Es entleert sich und befreit sich von seiner partikularen Semantik, um die äquivalentiell artikulierten Elemente in sich aufnehmen zu können. Die Rede von leeren Signifikanten bedeutet daher mitnichten, dass diese nichts mehr repräsentieren würden. Im Gegenteil, leere Signifikanten verkörpern den Zusammenhang der expandierenden Äquivalenz; sie ‚bezeichnen, was eigentlich nicht bezeichnet werden kann: die Identität des Diskurses‘“ (STÄHELI 2001: 201 [nach HILDEBRAND 2017: 101]).

Durch den Zusammenschluss zu einer ‚Interessengemeinschaft‘ wird es nun für die Partikularinteressen möglich, dass ihre Forderungen im Diskurs eine neue Gewichtung bekommen – wäre der Einfluss einzelner Subjekte oder Kollektive nicht stark genug, um im gesellschaftlichen Diskurs überhaupt wahrgenommen zu werden und so an der Konstitution von Realität oder Wahrheit mitzuwirken, ergibt sich für die vereinte Gruppe nun ein ‚Masseneffekt‘. Durch die Wahrnehmung von außen, dass ein gemeinsames Anliegen vertreten wird, wird dem

Kollektiv eine neue Sprecherrolle zuteil. Es tritt ein Normalisierungsprozess ein, welcher es für eine breitere Masse in der Gesellschaft legitimiert, dass eine Meinung, eine Forderung oder eine Ansicht vertreten werden darf, welche nicht der Vorstellung des ‚Normalen‘ entspricht. Ein Abweichen von dieser Norm wird nun ‚normaler‘. Dies geht so weit, dass die neue Identität oder Repräsentation von etwas die hegemoniale Stellung einnimmt und temporär die neue ‚normale‘ Vorstellung von etwas wird. Die soziale Realität wurde in diesem Prozess rekonfiguriert, so dass die einst dominante Konstruktion der Wahrheit nun zur Opposition geworden ist. Dieser Umstand führt dazu, dass die ständige Verhandlung darum, was Wahrheit ist, immer noch fortgeführt wird und im Laufe der Zeit durch weitere und neue Sprecherposition erneut um Identität und Normalität verhandelt wird (ŽIŽEK 1989: 95f. [nach LACLAU 2005: 102]).

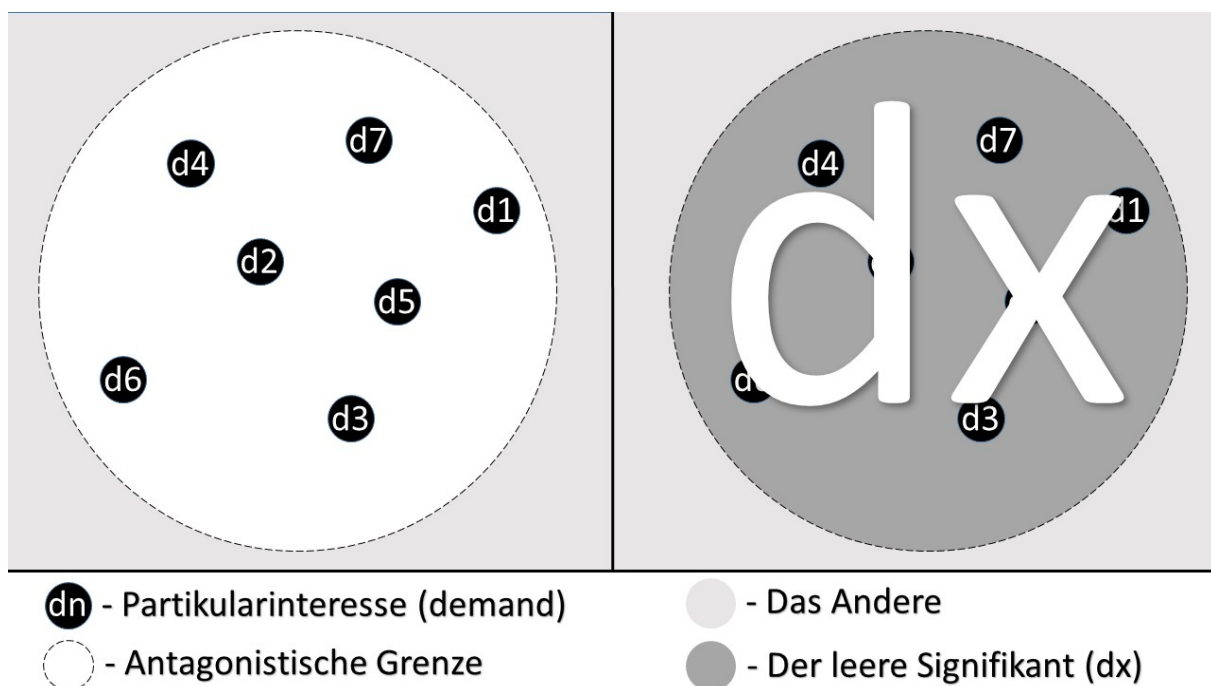


Abbildung 4: Vergleich zwischen den Organisationsarten mit und ohne leeren Signifikanten. Eigene Darstellung nach LACLAU 2005: 96.

Durch MATTISSEK wird aufgezeigt, dass der Aspekt der Identitätsbildung und Legitimation von Repräsentationen und Wirklichkeit hauptsächlich durch MOUFFE bearbeitet wurde und LACLAU seine Arbeit auf die Herausarbeitung des Theoriegebäudes fokussiert hat (2008: 82). Auffällig sind dabei starke Bezüge LACLAUs auf Lacan, welcher in seinen psychoanalytischen Arbeiten den Grundstein für die Konstitution von Subjekten und Identitäten liefert. Schon bei Lacan ist dabei die Sprache der zentrale Bestandteil der Konstitution der Wirklichkeit (LACLAU 2005: 103). Lacan wendet das Konzept auf einzelne Subjekte an, beispielsweise darauf wie die Mutter eines Kindes das erste ordnende Element im Leben eines Menschen ist, da sie dem Kind über Sprache die Regeln und Normalität vermittelt (JAMESON 1977: 338).

LACLAU überträgt das Konzept nun wie oben dargestellt auf Gesellschaften und ändert die theoretische Rahmung somit von der psychologischen Subjektforschung zu einer sozialen und politischen Gesellschaftsforschung. Wie HILDEBRAND weiter verdeutlicht, wird durch LACLAU dabei de Saussures Repräsentationsmodell invertiert (2017: 75). Geht de Saussure noch davon aus, dass existierende Subjekte und Objekte durch Sprache ihre Bezeichnung bekommen, wird nach LACLAU erst durch die Bezeichnung das Subjekt oder Objekt hervorgebracht:

„Der Akt der Bezeichnung mausert sich dieser Sichtweise folgend von einem passiven Abbilden, das nur von der richtigen oder falschen Wiedergabe von objektiven Eigenschaften oder Zusammenhängen ausgeht, hin zu einem kreativen Vorgang, der das Repräsentierte mitgestaltet. Insbesondere werden somit auch politische, soziale oder auch räumliche Identitäten und Positionen erst im Prozess der diskursiven Artikulation konstituiert.“ (MATTISSEK 2008: 83).

Demnach kann es durch die jeweils unterschiedlichen Zuschreibungen von Attributen oder Werten auf Grund verschiedener Sprecherpositionen nie eine richtige oder falsche, wahre oder unwahre Darstellung von etwas geben, da immer abweichende Vorstellungen von diesen richtig-falsch oder auch wahr-unwahr Dichotomien existieren werden. Für Forschende ergibt sich daraus die Konsequenz, akzeptieren zu müssen, dass Identitäten somit immer eine Offenheit innehaben, welche auch nie geschlossen wird. Nach Lacan bzw. LACLAU werden auch Subjekte selbst niemals ihre Forderungen als vollkommen erfüllt ansehen – vielmehr wird es sowohl auf der Ebene einzelner Subjekte als auch im Kollektiv der Gesellschaft immer Forderungen geben, welche (noch) nicht erfüllt sind (LACLAU 2005: 119). Auf der Ebene der Gesellschaft bedeutet dies, dass mit jeder Verschiebung der Hegemonie wieder eine empfundene Benachteiligung für eine oder mehrere andere Gruppierungen entsteht, so dass niemals ein Zustand vollkommener Zufriedenheit oder Befriedigung aller Partikularinteressen zur selben Zeit erfolgen kann (HILDEBRAND 2017: 97f.; 101). Durch LACLAU wird dieser Mangel bzw. das Ausscheiden der Möglichkeit zum Abschließen von Identitäten als der Antrieb der Diskurse gesehen (LACLAU 2005: 114). Teil dieses Prozesses ist zudem LACLAUs Konzept der flotierenden Signifikanten (floating signifiers). Durch dieses wird dem Umstand Rechnung getragen, dass leere Signifikanten nicht nur einer einzigen Bedeutung zugeordnet werden können. Wie MATTISSEK an den Beispielen Recht, Freiheit, Moral und Fortschritt aufzeigt, gibt es unterschiedliche Vorstellungen davon, wie sich die leeren Signifikanten konstituieren (2008: 88). Sie lassen sich durch die Inanspruchnahme unterschiedlicher Sprecherpositionen unterschiedlich auslegen bzw. werden im Umkehrschluss mit unterschiedlichen Attributen und Werten aufgeladen. Anstatt dass leere Signifikanten immer eindeutig einer Sprecherposition und

einer Äquivalenzkette zugeordnet werden können, können sie somit Teil unterschiedlicher Äquivalenzketten sein:

„[...] Oftmals ringen eine ganze Reihe unterschiedlicher Deutungsmuster und Verweissysteme, um den Anspruch bestimmen zu können, was als ‚moralisch‘, ‚rechtmäßig‘ oder ‚fortschrittlich‘ gilt – jeder Blick in die Zeitung oder die Nachrichten bestätigt, dass diese Frage keineswegs einheitlich verhandelt oder nur von einer diskursiven Formation beansprucht würden.“ (MATTISSEK 2008: 88).

Die flottierenden Signifikanten sind somit flexibel in ihrer Nutzung und Beanspruchung.

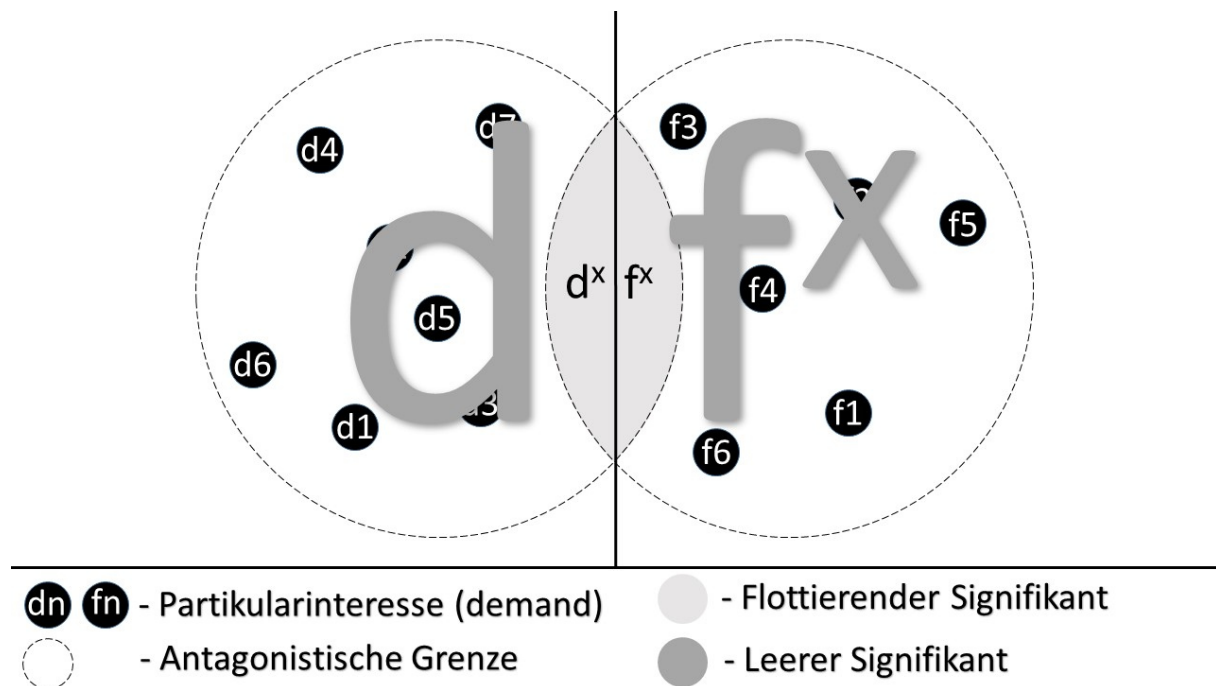


Abbildung 5: Flottierender Signifikant im Spannungsfeld verschiedener Partikularinteressen, welche sich über einen leeren Signifikanten Identität stiften. Dabei wird jedoch der gleiche leere Signifikant von zwei Identitäten mit Bedeutung aufgeladen, so dass er zu einem flottierenden Signifikanten wird. Eigene Darstellung nach LACLAU 2005: 131.

Wie MATTISSEK ausführt ist die Abgrenzung zwischen einem leeren und einem flottierenden Signifikanten in der wissenschaftlichen Praxis kaum möglich (2008: 89). Dies geht auch aus Abb. 5 hervor. Exemplarisch haben sich die Äquivalenzgruppen d und f herausgebildet. Beide konstituieren einen leeren Signifikanten d^x und f^x , auf welche sie sich in ihrer Identitätsbildung beziehen. Da jedoch beide unterschiedliche Vorstellungen davon haben, mit welchen Werten und Attributen der leere Signifikant aufzuladen ist, beide ihrer Konzeption jedoch die gleiche ‚Bezeichnung‘ geben, ergibt sich hieraus ein flottierender Signifikant $d^x f^x$, bei dem beide Identitäten in einem hegemonialen Prozess um die Deutungshoheit ringen. Verdeutlichen lässt sich dies, wie schon von MATTISSEK vorgeschlagen am Begriff des Rechtes. Was rechtens ist, ist auf nationaler Ebene durch entsprechende Gesetze festgelegt. In der Regel sind dies dabei

tradierte Regeln der entsprechenden Kultur. Spätestens bei der Untersuchung der unterschiedlichen Gesetze wird dabei auffallen, dass jedes Land verschiedene Vorstellungen davon hat, was im Rahmen dieses Rechtes verboten und geboten ist. Was laut Rechtsverordnungen eines Landes eine Straftat darstellt, kann andernorts lediglich eine Ordnungswidrigkeit darstellen oder überhaupt nicht geahndet werden. Ebenso können innerhalb einer Nation zwar Gesetze existieren, die das jeweilige nationale Recht vorschreiben, während sich jedoch Gruppierungen formieren, welche darauf hinarbeiten, dass Gesetze geändert oder abgeschafft werden. Prominentes Beispiel aus Deutschland kann hier im § 219a StGB gefunden werden, welcher die Werbung für Abbrüche von Schwangerschaften regelt. Während das Gesetz ein klares Verbot entsprechender Werbung vorschrieb und ein Verstoß dagegen somit eine kriminelle Handlung darstellte, wehrten sich unterschiedliche Kollektive dagegen, beispielsweise aus dem medizinischen oder feministischen Milieu. Auf der Gegenposition sprachen sich religiöse und konservative Kollektive für den Erhalt und die Unantastbarkeit des Lebens aus, welche durch den § 219a StGB angegriffen würden. In der Folge wurde 2018 und 2019 eine öffentliche Debatte über Sinn und Unsinn des Paragraphen angestoßen, welcher schlussendlich um einen Abs. 4 ergänzt wurde. Durch die Erweiterung des Paragraphen ist es für Ärzte, Krankenhäuser und Einrichtungen unter bestimmten Voraussetzungen nun entsprechend erlaubt, dafür zu werben, dass bei ihnen Schwangerschaftsabbrüche durchgeführt werden können. Während die Aufarbeitung des Sachverhaltes genügend Material für eine eigenständige diskursanalytische Arbeit hergeben würde, kann hier jedoch grob exemplarisch nachvollzogen werden, wie Worte von unterschiedlichen Sprecherpositionen mit unterschiedlichen Werten belegt werden können und wie es in der Analogie dazu zu Verschiebungen in der Hegemonie kommen kann. Die geführte Debatte geht dabei weit über den Inhalt des § 219a StGB hinaus. Unterschiedliche Subjektive und Kollektive haben sich auf beiden Seiten jedoch unter dem leeren Signifikanten ‚Recht‘, bzw. im weiteren Sinne auch dem leeren Signifikanten des ‚§ 219a StGB‘ zusammengetan. Auf Seiten der Gegner des Paragraphen könnten dies u.a. Feministen sein, welchen es um die generelle Selbstbestimmung des weiblichen Körpers geht, ohne dass es ihnen dabei um den konkreten Sachverhalt des Schwangerschaftsabbruches gehen muss. Eine andere Gruppierung könnten Betroffene sein, welchen aufgrund der Gesetzeslage die Beschaffung notwendiger Informationen nicht möglich war und sich somit das Anliegen herausgebildet hat, dies für zukünftige Suchende ändern zu möchten. Befürworter des Paragraphen könnten aus einer religiösen Position argumentieren, da Praktiken und Bräuche einen Schwangerschaftsabbruch verbieten. Anderen kann es bei der Beibehaltung des Gesetzes um die generelle Unantastbarkeit des Lebens gehen, so dass sie der Identität der Lebensrechtsbewegung zugeordnet werden könnten. Die Debatte

um den konkreten Sachverhalt des § 219a StGB hat nun dazu geführt, dass trotz der unterschiedlichen Grundpositionen (bspw. religiöser Antrieb mit einer Identität, die sich aus dem Befolgen religiöser Praktiken und Geboten konstituiert oder soziale Lebensrechtsbewegung, deren Identität darauf aufbaut, dass man für den Schutz des Lebens eintritt) unter den o.g. leeren Signifikanten eine Verbündung stattfindet, um gemeinsam für die Beibehaltung des Paragraphen einzustehen und den Begriff mit entsprechenden Attributen zu belegen. Da dieser Prozess auf ‚beiden Seiten‘ (Pro/Kontra § 219a StGB) stattfindet, werden aus den leeren Signifikanten somit flottierende Signifikanten. Der hier vorgestellte Exkurs kann dabei exemplarisch dafür angesehen werden, was tagtäglich an verschiedenen Stellen mit verschiedenen Begriffen passiert und wie dabei um die Deutungshoheit verhandelt wird.

Wie GLASZE und MATTISSEK aufzeigen, lässt sich das Identitätskonzept mit den Signifikanten auch auf eine wissenschaftliche Ebene mit Raumbezug heben (2012: 170). Nach ihrer Auffassung können Räume dabei als der Versuch verstanden werden, den Diskursen und hegemonialen Verhältnissen Persistenz zu verleihen. Sie nehmen dabei durch Abgrenzung (Nationalgrenzen, Stadtgebiet, Zusammenschlüsse durch Regionalverbände) gegenüber anderen Räumen eine Identität an:

„Die Artikulation von hier/dort-Differenzierungen in Texten, Bildern und Praktiken erlaubt die Zweiteilung des diskursiven Feldes als vermeintlich evidente territorial-erdräumliche Differenzierung zu konstituieren. So erscheint es vielfach als ‚ganz natürlich‘, dass zwischen Nationalstaaten, Kulturerdteilen und Regionen objektiv beschreibbare Unterschiede bestehen: Hier ist es anders als dort, in Europa ist es anders als in den USA, im Umland ist es anders als in der Stadt und im Westen ist es anders als im Orient.“ (GLASZE/MATTISSEK 2012: 170).

Wie durch GLASZE und MATTISSEK weiter aufgezeigt wird, ist die Konstitution des ‚Hier‘ und ‚Wir‘ dabei tendenziell eher durch positive Attribute aufgeladen. Es entsteht eine Konstruktion des Anderen als etwas Tiefergestelltes, da in der Regel das Hier als das vermeintlich Bessere inszeniert wird (GLASZE/MATTISSEK 2012: 170). Sie bewerten Räume somit als das Produkt von hegemonialen Diskursen, welche in ihrer Prozesshaftigkeit nach den durch LACLAU und MOUFFE vorgeschlagenen theoretischen Rahmungen untersucht werden können. Durch die Anwendung diskursanalytischer Instrumente kann aufgezeigt werden, welche Identitäten wo und wie räumlich verankert sind. Im Umkehrschluss lassen sich hieraus Erklärungsansätze für bestimmte räumliche Phänomene oder sozioökonomische Prozesse finden.

2.4 URRYs Tourist Gaze als diskursive Praxis im LACLAUSCHEN und MOUFFE-SCHEN Sinne?

Mit dem Konzept des Tourist Gaze wurde durch URRY ein Erklärungsansatz für die Identitätsbildung von Räumen gegeben. Der Begriff des Gaze (aus dem Englischen: Bestaunen oder Starren) umschreibt eine sozial organisierte Praxis, wie Räume und im Kontext von URRYs Arbeit, insbesondere Destinationen wahrgenommen werden (URRY/LARSEN 2011: 1). Die Bezeichnung dieser Praktik als Gaze ist durch URRY von FOUCAULT entliehen worden. FOUCAULT gebraucht den Begriff im Kontext der Akkumulation von medizinischem Wissen und der Praktik in medizinischen Institutionen. Er umschreibt mit ihm die professionalisierte Betrachtung von Kranken in Kliniken, welche durch die Institution Klinik legitimiert wird. Mit ihm geht eine Machtbeziehung einher, welche vom Subjekt ausgeht, das den Gaze anwendet und somit auf das ‚betrachtete‘ Subjekt oder Objekt wirkt (SCHRÖDER 1998: 11). URRY beschreibt den Gaze bzw. den damit einhergehenden Vorgang selber wie folgt:

„Gazing refers to the 'discursive determinations', of socially constructed seeing or 'scopic regimes'.“ (2011: 2).

An dieser Stelle lassen sich bereits auch viele Verknüpfungspunkte zu LACLAU und MOUFFE wiederfinden. Interessant ist zudem, dass URRY gerade zu Beginn seiner wissenschaftlichen Schaffenszeit in seiner Forschung ebenso einen starken Fokus auf die Untersuchung des Politischen und der Macht hatte. Durch das Definieren des Gaze als diskursives Festlegen der Art und Weise wie der Blick auf etwas sozial konstruiert wird, sind Parallelen dazu zu erkennen, wie LACLAU und MOUFFE mit ihrer Diskurs- und Hegemonietheorie über Diskurse als einfaches Produkt von Sprache hinausgehen möchten. Scopic Regimes spiegeln den Hegemonieaspekt wider. Dieser Terminus von ROSE beschreibt, wie Subjekte und Objekte wahrgenommen und durch Machtaspekte konstituiert werden. Wissen, welches durch Regime (oder Herrschende) verfestigt und sedimentiert wird, entfaltet eine hegemoniale Wirkung. Durch diese Wirkung wird formend auf die soziale Wirklichkeit eingewirkt und somit die Interpretation des Subjektes oder Objektes, auf welche der Gaze angewendet wird, beeinflusst (ROSE 2001: 7 nach WISCHMANN 2016: 145). Dabei ist eine naive, unbeeinflusste Weise des Betrachtens nicht möglich, da immer durch Faktoren wie Geschlecht, Nationalität, Alter oder Bildung gerahmte Ideen, Wünsche und Erwartungen mit der Betrachtung einhergehen und so eine filternde Auswirkung auf die Wahrnehmung ausüben (URRY/LARSEN 2011: 2). Auch URRYs Tourist Gaze erkennt sich somit als Theorie des sozialen Konstruktivismus:

„Gazing is a performance that orders, shapes and classifies, rather than reflects the world. [...]. Gazing at particular sights is conditioned by personal experiences and memories and

framed by rules and styles, as well as by circulating images and texts of this and other places.“ (URRY 2011: 2).

In seinem Hauptwerk zum Tourist Gaze geht URRY den Fragen nach, wie der Tourist Gaze durch verschiedene Gesellschaften oder Kollektive für bestimmte Objekte und Räume erschaffen und entwickelt wurde. Es wird auf die Prozesse geschaut, welche an der Konstruktion des Tourist Gaze beteiligt sind, so dass URRY selbst schon Möglichkeiten der Operationalisierung zum Tourist Gaze vorschlägt. Dabei liegt eine starke Betonung auf Material, welches erst durch den technologischen Fortschritt entstehen konnte. Fotografien, Filme und andere (multi-)mediale Produkte stehen dabei klar im Fokus von URRYs Untersuchungen. Zudem scheint der Gaze ein Phänomen zu sein, welcher erst durch die gesellschaftliche und tourismuswirtschaftliche Entwicklung zum Massentourismus möglich geworden ist (URRY/LARSEN 2011: 5). Eine weitere Analogie des Tourist Gaze zum Diskurskonzept FOUCAULTS bzw. LACLAUS und MOUFFEs lässt sich in der Tatsache erkennen, dass auch URRY deutlich herausstellt, dass zu einem Objekt oder Raum nicht nur ein einzelner Tourist Gaze existiert. Vielmehr sind es auch hier sehr unterschiedliche Attribute und Vorstellungen von etwas, welche dem betrachteten Raum oder Objekt übergestülpt werden und parallel zueinander bestehen, so dass für jeden (potenziellen) Touristen sehr unterschiedliche Verknüpfungen bestehen (URRY/LARSEN 2011: 2f). Die durch LACLAU und MOUFFE beschriebene antagonistische Grenze lässt sich ebenfalls bei URRY entdecken. Hier tritt der Kontrast in touristischen und nicht-touristischen, alltäglichen sozialen Praktiken zutage. Während also LACLAU und MOUFFE darauf abstellen, dass ‚das Andere‘ gegenüber dem ‚Eigenen‘ niedriger gestellt ist, so dass eine Herabsetzung dieses Anderen stattfindet, kann diese Vorstellung in URRYs Konzeption nicht wiedergefunden werden. ‚Das Andere‘ ist in einem touristischen Kontext vielmehr ein Sehnsuchtsort, der die Abgrenzung zum Alltag ermöglicht (URRY/LARSEN 2011: 4). Durch URRY wird in gazer (Betrachtender) und gaze (Betrachtetes) unterteilt, wodurch die antagonistische Grenze zwar zu erkennen ist, jedoch nicht dem scharfen Antagonismus von LACLAU und MOUFFE unterworfen ist (URRY/LARSEN 2011: 18). Vielmehr kann hier auf die Dichotomie zwischen Alltag und Urlaubsort verwiesen werden. Eine der prominentesten Theorien zu Reisemotiven stellt genau diese Neugier auf das Andere und die Abkapselung des Eigenen in den Mittelpunkt. Der Tourist Gaze versteht sich dementsprechend nicht nur als Theorie zur Erforschung der Konstruktion des Touristischen, sondern kann durch seine Kontrastierung zum Alltag oder dem ‚Normalen‘ auch aufzeigen, wie sich dieses ‚Normale‘ konstituiert (URRY/LARSEN 2011: 3). Die touristische Repräsentation eines Raumes wird als unauthentische Hyper-Stilisierung des Lokalen betrachtet. Was im ersten Moment paradox erscheint, macht bei näherer Betrachtung

durchaus Sinn: eine der gängigsten Annahmen ist, dass Touristen in den Reisen stets auf der Suche nach dem Authentischen eines Raumes sind. Dies kann einerseits auf der materiellen Ebene durch Architektur, Wahrzeichen, Natur usw. geschehen, aber auch die immaterielle Ebene mit Kulturen, Bräuchen, Festen, etc. wird hierbei bewusst gesucht (URRY/LARSEN 2011: 15f.). Dies führt dazu, dass bei der touristischen Inszenierung eines Raumes versucht wird, dieses typisch Lokale, das Authentische, stärker herauszuarbeiten, so dass eine Überrepräsentation des Authentischen entsteht, welche in ihrer schlussendlichen Wirkung jedoch nicht mehr authentisch ist (WANG 1999: 350f.). Es entsteht ein selbstantreibender Prozess, der in Wechselwirkung aus touristischer Konstruktion durch lokale Anwohner sowie touristische Akteure und mediale Produkte wie Schriftwerke, Fotos, Filme oder Social-Media-Beiträge dafür sorgt, dass eine bestimmte Repräsentation verfestigt wird und somit sedimentiert (URRY/LARSEN 2011: 8). In den letzten Jahren kann ein besonders starkes Wachstum des Segmentes Städtetourismus beobachtet werden, welches durch eine Veränderung des Reiseverhaltens mit Tendenz zu mehr Reisen von kürzerer Dauer und einem Ausbau der Flugnetze durch sog. low cost carrier begründet werden kann. Dementsprechend ist die Inszenierung des Raumes ein Phänomen, welche sehr deutlich auch auf Städte und dementsprechend auch auf die Stadtentwicklung auswirkt (FREYTAG 2009: 20).

URRY und LARSEN stellen deutlich heraus, dass die touristische Erfahrung in der Destination fundamental visueller Natur ist (2011: 14). Ob dies tatsächlich so zutrifft, kann an dieser Stelle nicht abschließend geklärt werden – dagegen spricht, dass auch auditive und olfaktorische Komponenten einen großen Einfluss auf die Reise- und Freizeiterfahrungen haben. Der Besuch eines Volksfestes am Urlaubsort wird nicht nur visuell aufgenommen, sondern auch Musik und Gerüche von kulturell typischen Speisen, die auf den Festen angeboten werden, sind prägende Elemente der Reiseerfahrung (DANN/JACOBSEN 2003: 17ff.). Es kann aber insofern zugestimmt werden, als dass visuelle Elemente einen Großteil der vor-touristischen Repräsentation eines Raumes ausmachen. Reiseberichte, Bilder oder andere mediale Darstellungen eines Ortes führen dazu, dass (stereo-)typische Vorstellungen davon definiert werden, was einen am Reiseziel erwartet (URRY/LARSEN 2011: 14). Die touristische Erfahrung durch die Praxis des Tourist Gaze wird durch URRY und LARSEN in fünf Kernbereiche eingeteilt:

- Einzigartige Objekte, wie der Eiffelturm in Paris, der Buckingham Palace in London, die Pyramiden bei Gizeh oder der Tunnel in Paris, in dem Prinzessin Diana starb. Sie sind dafür berühmt, berühmt zu sein. Zwar stellen sie monumentale Bauwerke oder Orte besonderer Ereignisse dar, jedoch lässt sich ihre Bekanntheit und der Grund für ihre Beliebtheit nicht

rational erklären. Vielmehr hat der Diskurs über ihre Bekanntheit und Bedeutung dazu geführt, dass sie bekannt(er) und bedeutend(er) geworden sind. Während die Anfänge der Bekanntheit noch mit der Sehnsucht nach dem Kennenlernen und Entdecken des Fremden zu begründen sind (Bsp.: Dichotomie oder Antagonismus von Westliche Welt/ Orient oder USA / Europa als ‚alte Heimat‘), ist mittlerweile der durch URRY beschriebene Prozess der selbstangetriebenen Konstruktion des Touristischen zu erkennen. Der Besuch dieser Wahrzeichen oder Landmarks ist mit dem Prestige verbunden, ‚dort gewesen zu sein‘ und das stilisierte Objekt der Sehnsucht ‚mit eigenen Augen‘ gesehen zu haben (URRY/LARSEN 2011: 15f.).

- Zeichen und Symbole, die als typisch für die besuchte Nation oder Kultur angesehen werden. URRY und LARSEN nennen hierfür die Beispiele der US-amerikanischen Wolkenkratzer, japanische Gärten, französische Châteaux oder norwegische Fjorde (2011: 16). Sie stellen das dar, was im sedimentierten Diskurs als ‚typisch Anders‘ verankert ist. Trotz der Position außerhalb der antagonistischen Grenze stellen die Zeichen und Symbole einen wichtigen Teil der persönlichen Reiseerfahrung dar – ohne ihr Bestehen gäbe es keine Differenzierungsmöglichkeiten zwischen Alltag und der Liminalität der Reise. Touristen führen so die semiotische Praxis des Lesens der Landschaft aus. Hierbei suchen sie die Umgebung nach imaginativen Ankerpunkten dessen ab, was sie glauben im entsprechenden Raum vorfinden zu müssen (URRY/LARSEN 2011: 16).
- Das Betrachten von unbekanntem Aspekten des Bekannten. URRY bezieht diesen Punkt eher auf die Retrospektive und nennt das Beispiel eines Museums, in dem das ordinäre Leben verschiedener Epochen durch realistische Darstellung mit Puppen und echten Objekten gezeigt wird. Dies gibt dem Betrachter die Möglichkeit dessen, was er als normal empfindet, in einen Referenzrahmen der Historie zu setzen (URRY/LARSEN 2011: 16). Dabei können unterschiedliche diskursive und hegemoniale Prägungen im Kontrast ‚Dahmals/Heute‘ deutlich werden, was insofern anschlussfähig an LACLAUs und MOUFFEs Konzept der leeren und flottierenden Signifikanten ist, als dass hierüber deutlich werden kann, wie sich Begriffe und Handlungen im chronologischen Verlauf über die Aufladung mit unterschiedlichen Attributen verändert haben. So kann eine museale Darstellung der Hexenverfolgung sehr unterschiedliche Konzepte von Recht und Justiz im Kontrast Dahmals/Heute aufzeigen.

- Das Betrachten von bekannten Aspekten im Unbekannten. Hiermit ist gemeint, dass alltägliche Praktiken im Kontext anderer Kulturen und Nationen anders aus- und durchgeführt werden, als man sie aus dem bekannten Aspekt des eigenen Wohnortes kennt (URRY/LARSEN 2011: 16). Als Beispiel kann hier die Handlung der Begrüßung herangezogen werden. Während es in westlichen Kulturen ‚normal‘ ist, sich gegenseitig die Hände zu reichen und diese zu schütteln, verbietet der islamische Glaube das Händeschütteln zwischen Mann und Frau. In der japanischen Kultur ist das Händeschütteln generell nicht üblich, stattdessen werden entsprechend der sozialen Ränge der beteiligten Personen Verbeugungen ausgetauscht. Die Handlung der Begrüßung wird somit je nach sozialem, historischem und politischem Diskurs der jeweiligen Kultur oder Nation mit unterschiedlichen Vorstellungen davon aufgeladen, was die ‚normale‘ Art der Begrüßung ist.
- Das Aufladen mit Attributen des Außergewöhnlichen von gewöhnlichen Objekten. Durch URRY werden hierfür zwei Beispiele genannt. Das erste ist die Ausstellung eines Stückes Mondgestein. Als eigentlich ganz gewöhnliches Objekt des Alltäglichen wird durch diskursive Prozesse die Konstruktion eines außergewöhnlichen Objektes erschaffen. Erst durch die Zuschreibung, dass der Stein etwas ‚Besonderes‘ ist, da er von einem außergewöhnlichen Ort wie dem Mond kommt, wird in der gesellschaftlichen Wahrnehmung die Repräsentation erschaffen, dass dieses Gestein besucht und betrachtet werden sollte. Das zweite Beispiel sind Kunstwerke in Galerien und Museen. Was als ‚künstlerisch‘ und somit außergewöhnlich gilt, ergibt sich ebenso durch den Diskurs. ‚Ästhetik‘ kann nicht quantifiziert werden, so dass die Vorstellung dessen, was ‚schön‘ und ‚betrachtenswert‘ ist, durch den Diskurs konstruiert werden muss. Gerade an Künstlern und Kunstwerken, welche erst posthum eine große kulturelle und monetäre Wertzuschreibung erfahren haben, lassen sich LACLAUs und MOUFFEs Konzepte zu Diskurs und Hegemonie wiederentdecken. Kunst und künstlerisch können als flottierende Signifikanten identifiziert werden, dessen Deutungshoheit durch die permanente Volatilität von parallel agierenden Kollektiven und Subjekten umkämpft ist.

Die sozialkonstruktivistische, diskursive Natur touristischer Produkte und Dienstleistungen tritt in allen fünf der Kernbereichen zutage, in manchen jedoch deutlicher als in anderen. Wie diese Kernaspekte zu generalisierenden Vorstellungen und zu Konstitutionen des ‚Anderen‘ führen, wird durch URRY anhand eines Textes von Heidegger aufgezeigt:

„Heidegger captures something of the visual puzzlement involved in being a tourist, in his case while cruising down the Adriatic. He particularly emphasizes the tourist gaze, that is how experiences of other places are transformed into 'an object ready-at-hand for the viewer' (HEIDEGGER 2005: 42 [nach URRY/LARSEN 2011: 16]). He goes on to complain, like countless other 'tourists' before and after, when his cabin 'did not offer much of a view, since it was blocked by the lifeboats' (2005: 7). But he subsequently gets a better view and gazes upon 'Greece'. Heidegger 's problem then is that it does not look like 'Greece'. Is it really 'Greece'? He asks: 'Was this, though, already Greece? What I had sensed and expected did not appear.... Everything more looked like an Italian landscape' (HEIDEGGER 2005: 8 [nach URRY/LARSEN 2011: 16]).“ (URRY/LARSEN 2011: 16).

An diesem Beispiel wird deutlich, wie eine sedimentierte Idee davon bestand, wie Griechenlands Landschaft auszusehen hat. In der Zeit Heideggers wird dies sehr wahrscheinlich durch Reiseberichte, Bücher, Photographien und eventuell durch Filmaufnahmen geprägt gewesen sein. In der Vorstellung des Touristen bauen sich nun diskursive Repräsentationen auf, was sie an der Destination (oder auf dem Weg dorthin) erwartet. Wenn diese Vorannahmen nicht durch sensorische Informationen bestätigt werden, führt dies zu Irritationen, so dass eine Konsultation des eigenen Wissens bzw. des sedimentierten Diskurses stattfindet. Neben dem Landschaftsbild gibt es entsprechend auch Erwartungen und Vorstellungen von der ‚anderen‘ Kultur, den Einwohnern und Objekten, die dem besuchten Raum als typisch zuzuordnen sind (URRY/LARSEN 2011: 17). Dementsprechend wird der Tourist Gaze durch URRY und LARSEN als psycho-kognitiver Prozess, der auf mehreren Ebenen stattfindet, beschrieben. Er ist eine Reihe von Handlungen und Praktiken, welche daraus bestehen zu interpretieren, abzuwägen, zu evaluieren, Vergleiche zu ziehen und Beziehungen zwischen Zeichen oder Symbolen und den persönlichen Referenzpunkten der eigenen Erwartung zu ziehen (URRY/LARSEN 2011: 17). Somit stellt der Tourist Gaze keinen Erklärungsansatz dafür dar, warum Menschen reisen. Vielmehr kann er als Erklärungsansatz dafür dienen, wie Räume, Objekte und Kulturen in der sozialen Wirklichkeit (touristisch) konstruiert werden und welche diskursiven Repräsentationen sich hieraus ergeben. URRY und LARSEN schreiben dazu: „Thus there is no simple relationship between what is directly seen and what this signifies.“ (2011: 17). Deutlich wird dies an zwei Beispielen. Ein altes englisches Dorf repräsentiert demnach die nationale Tradition, welche aus dem Mittelalter bis ins moderne England Bestand hat und inkorporierter Teil der räumlichen Identität ist. Das zweite Beispiel ist die diskursive Repräsentation von Paris als die Stadt der Liebe. Während der Ursprung wohl in der von Paris ausgehenden Literatur der Romantik im 18. Jahrhundert liegt, in welcher die Stadt als magischer Ort der Schönheit beschrieben wird, hat sich die Vorstellung davon bis heute durch mediale und gesellschaftliche Repetition dieser Repräsentation gehalten. Vor allem im US-amerikanischen Kontext nimmt Paris diese Rolle in vielen Texten, Spielfilmen oder sonstigen medialen Produktionen ein, so dass der bereits

deutlich sedimentierte Diskurs stetig weiter verfestigt wird. Hieraus ergibt sich, dass der Eiffelturm als Landmark von Paris somit auch eine symbolische Rolle innerhalb dieses Diskurses von Paris als Stadt der Liebe und Romantik einnimmt. Für einen touristischen Besuch der Stadt als Liebespaar ist das Fotomotiv eines Kusses vor der Kulisse des Eiffelturms zum Sinnbild eines romantischen Urlaubes geworden. Mit dem starken Wachstum der Nutzerzahlen und der Diversifizierung von Plattformen der social media hat sich zudem ein weiterer Faktor eröffnet, welcher zur Verankerung der diskursiven Repräsentation führt. Durch das Posten von Fotografien, Videos, Blog- oder Erlebniseinträgen oder Reiseempfehlungen und -bewertungen findet durch die Touristen eine ständige Reproduktion der eigenen Erwartungen statt. Wer mit der diskursiven Repräsentation von Paris als Stadt der Liebe dorthin reist, wird sehr wahrscheinlich Handlungen und Praktiken durchführen, welche diesen Kontext widerspiegeln. Wenn nun im Zuge dieser Reise durch die Touristen eigene Symbole, wie Fotografien, die die Reisenden bei romantischen Handlungen zeigen, entstehen und diese über soziale Netzwerke oder ähnliches verbreitet werden, fügen sich diese Symbole in das diskursive Mosaik der Repräsentation ein und wirken mit darauf hin, dass diese Repräsentation der Stadt hegemonial bleibt (URRY/LARSEN 2011: 17).

Auch URRY und LARSEN kommen zu dem Schluss, dass es nicht nur jeweils eine Repräsentation einer Destination gibt, sondern dass immer multiple Repräsentationen nebeneinander bestehen und konkurrieren. Hieraus ergibt sich auch, dass es sehr unterschiedliche Arten (Gazes) gibt, durch welche ein Raum wahrgenommen werden kann. Welche Repräsentation oder welcher Gaze jeweils bei einem Individuum dominiert, ergibt sich aus seiner sozioökonomischen Stellung. Am Beispiel Paris könnte so also von einem *romantic gaze* gesprochen werden. (URRY/LARSEN 2011: 19). Ein anderer *gaze* könnten nach URRY der *spectatorial gaze* sein, welcher im Mobilitätsprozess zur Destination stattfindet. Das o.g. Beispiel von Heidegger fällt in diese Kategorie. Der *spectatorial gaze* ist also beispielsweise der Blick vom Boot auf die Küste Griechenlands oder das Schauen aus dem Flugzeugfenster auf die untenliegende Landschaft. Bei Reisen mit dem Kreuzfahrtschiff nimmt der *spectatorial gaze* einen wichtigen Teil der Reiseerfahrung ein. URRY und LARSEN beschrieben dies mit dem Beispiel einer Kreuzfahrt nach Norwegen, wo das Schauen vom Deck des Schiffes die Erfahrung von „Norway in a nutshell“ vermitteln soll (2011: 20). Andere Beispiele sind der *anthropological gaze*, der einen historisch-räumlichen Blick auf die Destination zulässt, der *enviromental gaze*, der Destinationen unter verschiedenen Nachhaltigkeitsaspekten betrachtet oder auch der *mediated gaze*, der durch Filme und Filmtourismus induziert wird und Destinationen als Kulissen und Schauplätze von Filmen und Serien einordnet.

Der Tourist Gaze ist somit allgegenwärtig und auch wenn sich viele der touristischen Akteure nicht des konstitutiven Charakters von Wissen, Handlungen und Praktiken für die soziale Wirklichkeit bewusst sind, lassen sich zumindest Handlungen identifizieren, welche eindeutig darauf ausgerichtet sind, die diskursive Repräsentation eines Raumes oder einer Destination zu beeinflussen. URRY und LARSEN selber nennen hierfür Marketingprozesse, welche auf verschiedenen räumlichen Ebenen stattfinden können (2011: 49). Damit ist gemeint, dass eine Destination keine feste definitorische Größe besitzt. Das Marketing reicht somit von der Skalenebene der Stadt, über Regionen und Regionalverbände bis hin zu Marketingkampagnen, welche ganze Nationen betreffen. Aber auch jeder touristische Anbieter wirkt mit an der Erschaffung und Sedimentation diskursiver Repräsentationen – Abbildungen und Empfehlungen von umliegenden Attraktoren mit entsprechenden Beschreibungstexten sind auf Homepages oder Informationsbroschüren von Übernachtungsbetrieben zugänglich und formen damit auch die Vorstellung davon, was besuchenswert ist. Aber auch Berichterstattungen in Zeitungen nehmen einen Einfluss auf die Wahrnehmung von Räumen. Die Darstellung der Debatte von Touristifizierung von städtischen Quartieren und Overtourism in den Jahren 2018 und 2019 verdeutlichen dies. Zwar ist die Stadt Venedig mit ca. 5,5 Millionen jährlichen Besuchern 2019 (REGIONE VENETO 2021: o.S.) weiterhin eine beliebte Destination, ihren Ruf als ein ‚place to be‘, der alleine auf Grund seines historischen Stellenwertes, der Architektur und seiner Besonderheit der städtischen Kanalsysteme besuchenswert ist, verliert die Destination jedoch. Die öffentliche Wahrnehmung hat sich mittlerweile gewandelt und das touristische Wachstum ist in den letzten Jahren abgeflacht. Dies hat dazu geführt, dass sich als weitere Repräsentation von Venedig die Vorstellung einer touristisch übervollen und kollabierenden Stadt etabliert hat (SERAPHIN et al. 2018: 274ff.). Somit ist es in der Summe ein Zusammenwirken verschiedener Subjekte und Kollektive, welches aktiv daran beteiligt ist, welche (touristisch geprägte) diskursive Repräsentation hegemonial wie stark vertreten ist.

Weiter wird durch URRY und LARSEN aufgezeigt, wie sich zwischen Touristen, Einwohnern und Ort ein relationales Dreieck aufspannt (2011: 64). Eine aus dem Tourismus entstammende Repräsentation eines Raumes entfaltet demnach nicht nur eine Wirkung nach außen auf (potenzielle) Besucher (*guests*), sondern auch nach Innen auf die Einwohner (*hosts*) eines Raumes (URRY/LARSEN 2011: 60). Es werden elf Faktoren erläutert, die einen Einfluss auf die Wechselwirkung zwischen diesem relationalen Dreieck ausüben. Diese sollen an dieser Stelle nicht alle einzeln behandelt werden, sondern übersichtsartig zusammengefasst werden. Auch hier eignet sich das Beispiel von Städten, in denen die touristische Tragfähigkeit überschritten wird bzw. die Tourismusintensität $(= (\text{Übernachtungen}/\text{Einwohner}) * 100)$ einen hohen Wert erreicht

(wobei bisher noch nicht fest definiert wurde, wo die Grenze zu einem ‚hohen‘ Wert liegt und somit overtourism vorerst ein subjektives Phänomen bleibt (KOENS et al. 2018: 1)). Hieraus leitet sich bereits der erste Faktor ab: die Anzahl bzw. die Intensität von Besuchern in Relation zur Anzahl der Einwohner, aber auch in Relation zur Größe der besuchten Destination. Sowohl an Venedig, als auch Städten wie Dubrovnik oder Prag kann gesehen werden, wie die diskursive Repräsentation eines Raumes durch seine Übernutzung eine neue Konnotation erhalten kann. Es findet eine Verschiebung von einem beliebten Reiseziel zu einer bewusst nicht besuchten Destination statt. Dies hängt zudem stark damit zusammen, was in den Fokus des Gaze gerät. URRY und LARSEN schreiben dazu, dass das Konfliktpotenzial und damit auch das Risiko einer diskursiven Repräsentation mit Negativassoziationen deutlich geringer sind, wenn unbelebte Objekte wie Wahrzeichen, Naturlandschaften oder Kunstobjekte betrachtet werden. Dem gegenüber steht ein auf Kultur, Bräuche und soziale Systeme gerichteter Gaze, welcher stark auf persönliche Praktiken, Handlungen und Einstellungen an der Destination gerichtet ist und die hosts in ihrem Lebensalltag betrachtet. URRY und LARSEN selbst nennen hierfür die Beispiele der Inuit oder Massai, deren Dörfer durch die Buchung von Tourismustouren besucht werden konnten. Durch die Praktik der Touristen und den (erzwungenen) Austausch von Kulturen sind die Volksstämme in ihrer eigenen Lebensweise und somit auch bei ihren sozialen Handlungen und Praktiken verändert worden. Im selben Zuge hat eine Entmystifizierung des ehemals ‚Fremden‘ oder ‚Anderen‘ stattgefunden, so dass mit der Zeit eine Veränderung darüber stattgefunden hat, wie die Lebensweise bzw. der Alltag der besuchten Personen wahrgenommen wurde. Hinzu kommt, dass mit der Zugänglichkeit zu Informationen wie Texten, Abbildungen und Videos über das Internet teilweise kein Besuch mehr stattfinden muss, um sich eine Vorstellung davon zu machen, wie sich die Identität einer Nation oder eines Stammes und damit auch in Teilen die Identität des Raumes konstituiert (URRY/LARSEN 2011: 61; 63). Mit der Mobilisierung und Digitalisierung auf einer globalen Ebene nimmt auch die Industrie einen immer höheren Stellenwert dabei ein, wie sich diskursive Repräsentationen sedimentieren (URRY/LARSEN 2011: 61). URRY und LARSEN verweisen hierbei auf den *mass gaze* – womit gemeint ist, dass durch die Tourismusindustrie in Zeiten des Massentourismus darauf hingearbeitet wird, ein generalisierendes Bild davon zu erzeugen, was ein touristischer place to be ist, dabei aber durch unterschiedliche Kampagnen versucht wird den jeweiligen unique selling point einer Destination herauszuarbeiten. Dabei entsteht ein paradoxer Prozess, in welchem sich Destinationen darauf ausrichten, den Massengeschmack zu treffen, welcher durch die Reiseindustrie gestaltet wird und die Destinationen dabei versuchen, ihre Einzigartigkeit im massentauglichen Tourismusprodukt zu finden (URRY/LARSEN 2011: 62.). Dass dieser Umstand

weder auf jeden Touristen noch auf jede Destination zutrifft, soll an dieser Stelle nicht bestritten werden. Dennoch lässt sich bei genauerer Betrachtung dieses Faktors zumindest ein Trend erkennen (vgl. Kap 2.5.2). Tourismus ist seit seinem starken Boom zu Beginn der 2000er Jahre zu einem wichtigen Instrument der Stadt- und Regionalentwicklung geworden (GÂRBEA 2013: 200). Dabei wird jedoch auch der Vorwurf laut, dass Tourismus teilweise als Panazee genutzt wird, welche bei falscher Anwendung nur kurzfristige ökonomische und somit auch stadt- und regionalentwicklerische Effekte erzielen kann (LEHMEIER 2015: 32). Hieraus formulieren URRY und LARSEN den Faktor der Auswirkung des Tourismus als Teil des tertiären Wirtschaftssektors auf den primären und sekundären Wirtschaftssektor (URRY/LARSEN 2011: 62). Agrarwirtschaftliche Betriebe und das erzeugende Gewerbe sind in der Vergangenheit maßgeblich Teil dessen gewesen, wie sich räumliche Identitäten konstituiert haben. Mit einer Ausrichtung der Wirtschaft zu einem stärkeren Wachstum des Tourismus und damit einhergehend auch häufig die Vernachlässigung der originären lokalen Wirtschaftsbereiche findet ein Wechsel in der Identität der Bevölkerung (hosts) und des Raumes statt (URRY/LARSEN 2011: 62). Als Beispiel hierfür dient URRY und LARSEN die griechische Insel Korfu, welche in der Vergangenheit hauptsächlich agrarisch geprägt war und heute mit rund 1,5 Mio. Gästen (Ankünfte im Jahr 2018) zu einer wachsenden Destination avanciert ist. Diese Entwicklung hat sich entsprechend auf die Kultur und den Diskurs über die Insel ausgewirkt. Tourismus und touristischen Diskursen kann so eine starke Gestaltungsmacht zugesprochen werden. Natürlich haben auch andere Agrar- und Industriewirtschaften eine entsprechende Gestaltungsmacht, wie im Laufe der Dissertation noch am Beispiel der Hansestadt Stralsund aufgezeigt wird. Jedoch liegt es in der Natur des Tourismus, verschiedene Kulturen, Weltanschauungen und damit auch Diskurse zusammenzuführen und eine Konfrontation des Eigenen oder Gewohnten und des Anderen oder Fremden zu erzeugen, welche als Erfahrung die Signifikanten eines Diskurses beeinflussen kann. Wenn ein besonders starkes ökonomisches Gefälle zwischen guests und hosts besteht, welches die Besucher ökonomisch besserstellt, besteht zudem die Gefahr, dass sich hieraus stigmatisierende diskursive Repräsentationen der Destination ableiten (URRY/LARSEN 2011: 63). Es ergibt sich in diesem Prozess eine Reaktion zwischen Einheimischen, welche den Besuchern und dem Tourismus die Schuld dafür geben, dass sich ihre gewohnte Umgebung in kurzer Zeit sehr stark verändert hat. In der Folge entsteht ein Diskurs über Tourismus und Touristen als ‚Heuschreckenplage‘ (FREYTAG/GLATTER 2017: 163), welche die besuchten Orte konsumieren, kaputt entwickeln und dann weiterziehen. Auf der Gegenseite kann sich die Repräsentation der Destination und der Einwohner als unfreundlich oder gar feindselig etablieren und damit eine generalisierende Stigmatisierung des Anderen

stattfinden (URRY/LARSEN 2011: 63). URRY und LARSEN merken jedoch auch kritisch an, dass der Tourismus in vielen Orten eher als Symptom einer sich unter der Globalisierung wandelnden Welt gilt, als dass er die Ursache für die Veränderungen darstellt (2011: 63).

Seine sozialräumliche Wirkung entfaltet Tourismus demnach häufig erst im Wechselspiel verschiedener Faktoren. Hinzu kommt, dass in der modernen, mobilen Welt die Grenzen zwischen Tourismus, Freizeit und Alltag immer stärker verwischen:

„Tourist places are not unique, bounded and fixed 'islands' that are subject to external forces producing impacts. They come into existence through relationships. Places float around within mobile, transnational networks of humans, technologies, objects, risks and images that continuously connect and disconnect them to other places.“ (URRY/LARSEN 2011: 63).

Resümierend kann also festgestellt werden, dass sich das Konzept des Tourist Gaze in die soziologische und kulturgeographische Forschung einer sozialkonstruierten Realität einreicht. Tourismus und Destination können dabei als (leere und flottierende) Signifikanten dienen, welche es Subjekten, Kollektiven und Objekten ermöglichen, ihre Identitäten herauszubilden. Damit knüpft der Tourist Gaze bewusst an die Arbeiten FOUCAULTs und unbewusst an die Arbeiten LACLAUs und MOUFFEs an. Entgegen seiner Bezeichnung als Gaze, also durchdringender Blick auf etwas, wird durch URRY (und ab der 3., überarbeiteten Fassung seines Hauptwerkes auch durch LARSEN) deutlich gemacht, dass der Tourist Gaze als ein Set an Einstellungen und Vorstellungen von etwas zu verstehen ist. Wie diese Ein- und Vorstellungen konstituiert sind, hängt maßgeblich, wie bereits in anderen Diskurstheorien, von hegemonialen Stellungen verschiedener Subjekte und Kollektive ab. Durch URRY und LARSEN werden in diesem Zuge vor allem die Medien und die touristische Anbieterseite, aber auch die kommunale, regionale und nationale Verwaltung und Politik genannt.

2.5 Stadt- und Regionalmarketing und ihre Entwicklung zum place branding

Während Stadt- und Regionalmarketing seit den 1980er Jahren etablierte Instrumente der jeweils korrespondierenden räumlichen Skalenebene sind (KAVARATZIS 2007: 698), kann seit den 2000er Jahren ein neuer Trend identifiziert werden, welcher als place branding benannt wird (KAVARATZIS 2004: 68f.). Beide Prozesse werden durch die Wissenschaft als Teilercheinungen der fortschreitenden Globalisierung und damit einhergehend auch der Neoliberalisierung der Stadt- und Regionalentwicklung eingeordnet. Im Folgenden werden die Neoliberalisierung und ihre Implikationen für die Entwicklung von Städten und Regionen kurz skizziert. Dabei wird aufgezeigt, wie sich die Arbeit von Verwaltungen geändert hat und somit neuen, meist wirtschaftlichen Akteuren ein neues Arbeitsfeld eröffnet wurde. Im Anschluss

daran werden die Instrumente des Stadt- und Regionalmarketings erläutert und ihre Abgrenzung zum place branding verdeutlicht. Abschließend sollen die Implikationen der Nutzung dieser Instrumente für den Diskurs und die Hegemonie erläutert werden.

2.5.1 Neoliberalisierung als globaler Prozess und seine Implikationen für die Stadt- und Regionalentwicklung

Mit einer globalisierten und neoliberalen Wirtschaftspolitik nehmen auch der Staat und die Gesellschaft eine stärker neoliberale Ausrichtung ein (KLAGES 2009: 166). Für kommunale Selbstverwaltungen bedeutete dies, dass Kosteneinsparungen, Deregulierung, Flexibilisierung und vor allem Privatisierung eine größere Rolle in alltäglichen Arbeitsprozessen einnehmen (MÜLLER/STRÄTER 2011: 147). In der Gesellschaft zeichnete sich eine wirtschaftliche Verschiebung des Anteils der Erwerbstätigen ab, welche weniger häufig im primären (Landwirtschaft, Jagd, Forstwirtschaft, etc.) und sekundären (Industrie und Handwerk) Sektor arbeiten, und dafür deutlich häufiger im tertiären Sektor (Dienstleistung) beschäftigt sind (PLAHUTA/HALDER 2006: 36). Dieser Strukturwandel äußert sich jedoch nicht nur auf gesellschaftlicher und wirtschaftlichen Ebenen, sondern bedeutet für Planungsabteilungen in Kommunen und Regionen, dass ein Umdenken stattfinden muss – industrielle Gebäude sind ungenutzt und führen zu sichtbaren Brachflächen und Leerständen; neue Bauflächen für den wachsenden Dienstleistungssektor, wie beispielsweise den Tourismus, werden im Gegenzug bereitgestellt und Binnenmigration durch eine Verschiebung der Arbeitsstätten führte zu wachsenden und schrumpfenden Städten (BUNDESINSTITUT FÜR BAU-, STADT- UND RAUMFORSCHUNG (Hrsg.) 2011: 2).

Die Neoliberalisierung bedeutete für die kommunale Planung in erster Linie, dass neue Akteure in die Stadtplanung und -gestaltung eingreifen – gerade durch die Privatisierung kommt es zu tiefgreifenden Veränderungen (MÜLLER/STRÄTER 2011: 133). Arbeitete die kommunale Verwaltung in den 1950er Jahren noch unter dem Paradigma des demokratischen Staats (Rechtsstaat und Demokratie), durchlief sie in den 60er Jahren eine Entwicklung zum aktiven Staat (Planung und innere Reformen), um in den 70er Jahren als schlanker Staat erste Entbürokratisierungen vorzunehmen und so mehr einen neoliberalen Managementansatz, als einen normativ-diktierenden Weg zu verfolgen. Hierdurch wurde für private und wirtschaftliche Interessenvertretern eine neue Möglichkeit geschaffen, aktiv in die Entwicklung und Gestaltung der Städte einzugreifen (JANN/WEGRICH 2004: 195ff.). Diese Entbürokratisierung wurde in den 90er Jahren mit der Entwicklung zum aktivierenden Staat noch weiter vorangetrieben, so dass zusätzlich zu den neuen Akteuren der 70er Jahre die Zivilgesellschaft über einen

„Gouvernanceansatz“ der Verwaltung neu eingebunden und in die Verantwortung genommen wurde (JANN/WEGRICH 2004: 200f.). Mit dem Begriff der Gouvernance wird beschrieben, dass der Staat und die kommunale Verwaltung nicht mehr regierend über die Städte herrschen, sondern in vertikalen Netzwerken mit Akteuren der Wirtschaft, Zivilbevölkerungen und anderen Privaten zusammenarbeitet und vielmehr eine koordinierende und steuernde Rolle eingenommen wird (BENZ 2004: 18).

Hieraus ergibt sich zwangsläufig die Frage „Wer lenkt die Stadt?“ (MÜLLER/STRÄTER 2011: 132) – obliegt die schlussendliche Entscheidungsgewalt noch dem Bund, Ländern und Kommunen oder sind es mittlerweile die o.g. neuen Akteure, welche u.a. Stadtplanung und -entwicklung lenken?

Mit Blick auf große Bauprojekte, wie bspw. Einkaufszentren in Innenstadtlagen oder der vermehrten Nutzung von Kooperationen zwischen Verwaltung und privatwirtschaftlichen Akteuren im Rahmen von Private-Public-Partnership Projekten oder auch einer Übernahme der öffentlichen Wohnungsbestände durch Wohnungsbauunternehmen (KOCKELKORN 2007: 32), wird deutlich, dass die Kommunen vermehrt Aufgaben der öffentlichen Hand in die Privatwirtschaft abgeben und somit an Lenkungsgewalt einbüßen (MÜLLER/STRÄTER 2011: 147). Hieraus ergibt sich für manche zivilgesellschaftlich engagierten Gruppierungen oder den Journalismus der Vorwurf, dass durch die kommunale Verwaltung ein „Ausverkauf der Städte“ stattfindet (WEIßMÜLLER 2014: 2; MANZEY 2015: o.S.). Der Fakt, dass diese Abgabe an Aufgaben in private Hände meist nur dem o.g. Umstand der Budget- und Stellenkürzungen geschuldet ist, wird dabei häufig außer Acht gelassen (MÜLLER/STRÄTER 2011: 141).

Städte und Regionen befinden sich vermehrt in einem „Wettbewerb“ untereinander – so zumindest die Annahme neoliberaler Akteure bzw. eines neoliberalen Städtediskurses (MATTISSEK 2008: 56). Innerhalb dieses Konstruktes herrscht die Meinung, dass Städte und Regionen als Leistungseinheiten zu betrachten sind, welche permanent untereinander konkurrieren und miteinander verglichen werden müssten. Der Wettkampf findet um verschiedene Ressourcen statt: Einwohner, Wirtschaftsunternehmen, Touristen, Fördergelder, Arbeitsplätze, Infrastruktur, Events, etc. (BRIDGE/WATSON 2011: 7f.). Begründet wird dies mit einer deutlich mobileren und informierten Gesellschaft. Paradoxerweise wird sowohl mit „people follow jobs“ als auch mit „jobs follow people“ argumentiert, wenn Stadt- und Regionalentwicklungen betrachtet und verglichen werden und selbst Meta-Analysen, welche die beiden Leitmotive auf die Probe stellen, müssen zu dem Schluss kommen, dass keine der Aussagen generalisierend bestätigt werden kann (HOOGSTRA et al. 2017: 371f.). Ob nun also beispielsweise der Fokus auf Anreizen zur Migration neuer Einwohner liegen sollte oder liberale Rahmenbedingungen für die

Neuansiedlung für Unternehmen geschaffen werden sollten, um im vermeintlichen Wettkampf der Städte die Oberhand zu behalten, ist nicht klar. Dennoch wird über verschiedenste Instrumente versucht, Einfluss auf die unterschiedlichen Ressourcen zu nehmen – einen zentralen Punkt stellt in vielen Fällen jedoch die diskursive Repräsentation eines Ortes dar, welche durch Marketingprozesse in der Regel als Image bezeichnet wird (AVRAHAM 2004: 471). Eine klare Unterscheidung zwischen diskursiver Repräsentation und Image findet in der Forschung bisher nicht statt. Vielmehr kann darauf abgestellt werden, dass die diskursive Repräsentation in ihrer Begrifflichkeit durch ihre philosophisch-psychologische Wurzel geprägt ist. Der Begriff Repräsentation ist dabei so zu verstehen, dass sich durch die verschiedenen Ideen, Vorstellungen und dem Wissen über etwas ein Abbild herausbildet, welches stellvertretend für die vielen unterschiedlichen Elemente steht, aus welchen es sich konstituiert. Der Begriff des Images ist in seiner Natur plakativer. Doch während auch der Begriff des Images seinen Ursprung in der Psychologie hat, wurde durch die Betriebswirtschaftslehre daraus eine wesentlich pragmatischere, jedoch nicht weniger komplexe Nutzung eines ähnlichen Grundkonzeptes wie bei der Repräsentation abgeleitet. Wichtigster Punkt hierbei ist, dass ein Image immer über eine Marke besteht:

„We understand image as the stereotype held toward a brand and propose that image effects in consumer behavior are analogous to stereotypes in social cognition. This conception facilitates the understanding of image effects, because images have a lot in common with stereotypes, as both represent schematically simplified, socially shared cognitions toward objects. Stereotypes occur when individuals think categorically about others. In this way, information is drawn from cognitive schemata that contain simplified information about objects. Thus, when cognitive resources are limited information is processed more automatically and with less effort. Transferred to consumer psychology, this means that image effects occur when consumers think categorically about products. Accordingly, we assume that images contain schematically simplified information about brands. Because products are associated with their manufacturers’ brand images, we expect that consumers draw information about products from brand images.“ (FICHTER/JONAS 2008: 226).

In dieser Definition lassen sich auch viele der grundlegenden Ideen von diskursiven Repräsentationen wiederentdecken. Ausgehend von der o.g. Definition lässt sich noch feststellen, dass Images sich auf den Aspekt der Fremdwahrnehmung beschränken („Stereotypes occur when individuals think categorically about others“ (FICHTER/JONAS 2008: 226)), während diskursive Repräsentationen sowohl in der Fremd- als auch der Selbstwahrnehmung funktionieren (vgl. Kap. 2.3). Dementsprechend soll für diese Arbeit festgehalten werden, dass die Konzepte der diskursiven Repräsentation und des Images durchaus artverwandt sind. Um jedoch Subjekte, Kollektive und Objekte näherungsweise in ihrer Gänze fixieren zu können, kann die diskursive Repräsentation mit der Betrachtung von sowohl Fremd- als auch Eigenwahrnehmung

eine bessere Rahmung geben. Es können also Prozesse und Handlungen, welche der Imagearbeit für eine Stadt und Region dienen, durchaus für das Verständnis von diskursiven Repräsentationen relevant sein und entsprechendes Material sollte in diskursanalytischen Untersuchungen mit einbezogen werden. Neben Instrumenten wie das Stadt- und Regionalmarketing bzw. place branding, welche in ihrer Art und Weise sehr offensichtlich darauf ausgelegt sind, das Image eines Raumes zu beeinflussen, lassen sich auch in anderen Instrumenten der neoliberalen Stadt- und Regionalentwicklung imagesteuernde Mechaniken entdecken. Das Ausrichten von Veranstaltungen und damit einhergehend auch die Festivalisierung des öffentlichen Raumes soll in erster Linie als Attraktor fungieren, der Besuchern einen Grund dafür gibt, einen bestimmten Raum aufzusuchen. Touristen induzieren hierbei tangible Effekte, wenn sie in den jeweiligen Raum anreisen und mit ihren Ausgaben dazu beitragen, dass zusätzlicher Umsatz vor Ort generiert wird. Dem gegenüber stehen Besucher, welche bereits am Ort der Veranstaltung oder des Ereignisses wohnen und dementsprechend gar nicht oder weniger stark mit ihren Ausgaben den Umsatz beeinflussen – so würden Ausgaben für Lebensmittel beispielsweise sehr wahrscheinlich sowieso am eigenen Wohnort anfallen und Ausgaben für Beherbergung gänzlich entfallen. Dennoch haben die Einwohner einen intangiblen Effekt auf das Image und damit auch die Ökonomie des Raumes. Ein festivalisierter Raum lebt von den Besuchern und je mehr davon den Raum aufsuchen, desto positiver ist das für einen Raum, der ‚ereignisreich‘ und ‚belebt‘ sein soll. Durch mehr Besucher kann dementsprechend das Image eines place to be oder eines besuchenswerten Ortes aufrechterhalten werden. In der Wahrnehmung nach Außen sind es dieses belebte Flair und Ambiente, was eine Stadt und Region für potenzielle Arbeitnehmer, aber eben auch Unternehmen interessant macht. FLORIDAS Konzeption der ‚creative class‘ beschreibt Arbeitnehmer im hauptsächlich tertiären Wirtschaftssegment mit einem hohen Anteil an kreativer und/oder wissensbasierter Arbeit als auf der Suche nach Erlebnissen und Unternehmungsmöglichkeiten in einem liberalen Umfeld, welches beispielsweise Geschlechteridentitäten abseits des binären Systems oder andere sexuelle Orientierungen neben Heterosexualität akzeptiert (FLORIDA 2005: 5). Das Image oder die diskursive Repräsentation eines Raumes gibt also für diese creative class einen ersten Anhaltspunkt dafür, ob die Stadt oder Region als zukünftiger Wohn- und Arbeitsort in Betracht kommt bzw. auch, ob es nicht Räume gibt, die besser zu der eigenen Vorstellung passen. Auch abseits von FLORIDAS Konzept, welches an dieser Stelle exemplarisch herangezogen wurde, herrscht wissenschaftlicher Konsens darüber, dass die diskursive Repräsentation eines Raumes einen wichtigen weichen Standortfaktor darstellt bzw. für Tourismus- und Migrationsbewegungen ein Pull-Faktor ist (PRAYAG 2010: 214; 221f.).

Für das Lenken der diskursiven Repräsentation hat sich seit den 1980er Jahren das Instrument des Stadt- und Regionalmarketings etabliert. Analog dazu existiert das touristisch ausgerichtete Destinationsmarketing. Jeder der drei Prozesse ist dabei eindeutig von neoliberalen Handlungsweisen bestimmt (PECK 2010: XVIIIff.). GRABOW und HOLLBACH-GRÖMIG nutzen für die Tätigkeiten des Stadt- und Regionalmarketings die Metapher eines Puzzles, dessen Vollkommenheit sich aus einzelnen Prozessen (Puzzlestücke) ergibt (2018: 2363). Die Benennung dieser Prozesse mit beispielsweise ‚Kommunikation‘, ‚Produkte und Service verbessern‘ oder auch ‚Stärken/Schwäche-Analyse‘ macht deutlich, dass der Grundstein dabei in einem neoliberalen Verständnis von Optimierung und Wirtschaftlichkeit von Städten und Regionen liegt, der darauf abzielt im o.g. Wettbewerb der Städte oder Regionen bestehen zu können bzw. sich abzuheben. Im Hinblick auf den Forschungsstand zu dieser Neoliberalisierung lassen sich sowohl Befürworter als auch Gegner der Entbürokratisierung von Verwaltungsvorgängen und die Ausrichtung von Stadt- und Regionalverwaltung hin zu Servicedienstleistern für Bürger im Sinne von Gouvernance-Ansätzen finden. Gerade in der kritischen Geographie lassen sich verschiedenste Debatten über Sinn und Unsinn einer als Unternehmen geführten Stadt oder Region und den damit einhergehenden Machtverschiebungen bei Verwaltung, Unternehmen und Zivilbevölkerung finden (MÜLLER/STRÄTER 2011: 133). So gibt es durchaus Zweifel am Wirtschaftsparadigma des ‚ewigen Wachstums‘, welches auch auf verschiedenste Raumeinheiten übertragen wird und im weitesten Sinne als Katalysator für die Neoliberalisierung verstanden werden kann (ZINN 2016: 66). Hieraus ergibt sich eine veränderte Art und Weise der Stadt- und Regionalentwicklung. Diese Veränderungen zeigen sich beispielsweise im Hinblick auf die wachsenden Bereiche einer Stadt oder Region. Exemplarisch hierfür kann der Ausverkauf kommunalen Wohnungseigentums an private Investoren und damit auch der Rückgang sozialen Wohnungsbaus zum Ende der 1990er Jahre herangezogen werden. Während damals mit klammen Kommunalkassen, welche durch den Verkauf der Immobilien aufgebessert werden sollten, argumentiert wurde, ergaben schlussendliche Evaluationen jedoch ein gegenteiliges Resultat. Zwar konnten kurzfristig positive monetäre Effekte festgestellt werden, jedoch hatten vielen Kommunen durch den Wegfall von Mieteinnahmen der Immobilien längerfristig weniger Mittel im Haushalt zur Verfügung, so dass sich eine Negativspirale aus mehr Schulden und noch mehr kurzfristigen Handlungen ergeben hat. Der Ausverkauf hat sich nicht nur auf Wohneigentum beschränkt, so dass auch Wasser-, Müllentsorgungs-, Gas- und Stromdienstleistungen als einst öffentliche Aufgabe gänzlich in private Hände gegeben wurden oder als Private-Public-Partnership (PPP) Projekte die Aufgaben zwischen öffentlichen und privaten Trägern aufgeteilt wurden. Seit Beginn der 2010er Jahre lässt sich ein Trend zur Rekommunalisierung erkennen,

indem einst abgegebene Aufgaben und Dienstleistungen wieder in die Arbeit der öffentlichen Verwaltungen eingegliedert werden, was auch auf starkes bürgerschaftliches Engagement zurückzuführen ist (BECKER et al. 2017: 80). Dennoch existieren nach wie vor bei vielen Aufgaben, welche einst nur durch Kommunen und Kreise durchgeführt wurden, Privatisierungen und PPP-Strukturen. Städte und Regionen werden demnach stärker durch die Willens- und Gestaltungskraft privater Akteure geformt, als es noch vor dem Millenniumswechsel der Fall war.

2.5.2 Vom Stadt- und Regionalmarketing zum place branding

Stadt- und Regionalmarketing werden seit den 1980er Jahren als Instrument einer integrierten Stadt- und Regionalentwicklung in Deutschland angewandt (GRABOW/HOLLBACH-GRÖMIG 2018: 2361). Damit ist gemeint, dass in den Prozessen der Stadt- und Regionalentwicklung Akteure und Aspekte verschiedenster Entwicklungsbereiche wie beispielsweise Wirtschaft, Soziales oder Umwelt mit einbezogen werden und so in die strategischen Raumplanung integriert werden (HOLLBACH-GRÖMIG/ZUR NEDDEN 2018: 34f.). Durch die neue, betriebswirtschaftliche Ausrichtung der Städte, setzte sich in den 1980ern somit das Leitbild der ‚Stadt als Unternehmen‘ bzw. ‚Stadt als Produkt‘ durch, wodurch sich für das Stadtmarketing die Aufgabe ergibt, Kommunikation oder Kooperationen zwischen verschiedenen Akteuren zu fördern (HOLLBACH-GRÖMIG/ZUR NEDDEN 2018: 35). Untrennbar mit dem Grundgedanken der Stadt als Produkt geht zudem einher, dass Städte somit auch als Marken zu betrachten sind (RADTKE 2013: 1). In diesem Sinne ist Stadtmarketing als Werbemaßnahme für Raumeinheiten zu verstehen. Nach SCHRIEFERS und SCHRIEFERS sind fünf Kernaufgaben des Stadtmarketings zu erkennen:

- „1. die Förderung der wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Entwicklung der Kommune,
2. die Unterstützung lokal ansässiger Wirtschaftsunternehmen, auch durch Vernetzung,
3. die Steigerung der Attraktivität der Kommune als Wohn-, Arbeits- und Lebensort, auch durch Vermarktung,
4. die Förderung und den Betrieb von kommunalen Einrichtungen, insbesondere auch als Informations- und Auskunftsstelle (allgemein als „Geschäftsstelle für Bürger und Besucher“) und
5. das Management öffentlicher Teilräume durch Bewirtschaftung einschließlich der Veranstaltungsorganisation und -durchführung.“ (2018: 81).

Hieraus lässt sich entsprechend schlussfolgern, dass trotz seiner allgemeinen Wahrnehmung als Werbeinstrument, das Stadt- und Regionalmarketing zwar die Außendarstellung einer Kommune oder Region verbessern soll, es im gleichen Maße jedoch auch als

Kommunikationsinstrument anzusehen ist, welches die Kooperation zwischen Verwaltung, privater Wirtschaft, Lokalpolitik und Zivilbevölkerung verbessern soll und somit auch eine Wirkung auf die Wahrnehmung des Raumes nach innen hat (WÖLFEL 2018: 39). Das gleiche Prinzip gilt auch im Regionalmarketing, erfordert jedoch unter Umständen einerseits die Kooperation verschiedener Städte und Gemeinden und kann sich zudem andererseits an andere Zielgruppen richten, als es im Stadtmarketing der Fall ist (CALDWELL/FREIRE 2004: 53). Zudem werden Regionalmarketingprozesse häufig von Akteuren angestoßen, welche bereits auf der regionalen Ebene agieren. Durch GRABOW und HOLLBACH-GRÖMIG werden in diesem Zusammenhang die Beispiele der Industrie- und Handelskammern, Regionalverbände und Raumordnungsbehörden als Leitfiguren bzw. initiiierende Akteure genannt (2018: 2364).

Eine exakte Definition dessen, welche Maßnahmen und Werkzeuge das Stadt- und Regionalmarketing umfasst, existiert nicht (HOLLBACH-GRÖMIG/ZUR NEDDEN 2018: 35). Je nach untersuchter Stadt oder Region lässt sich das Verfolgen sehr unterschiedlicher Ansätze beobachten, was auch daran liegt, dass nicht jede Maßnahme oder jedes Werkzeug in jedem Raum gleichwertig anwendbar ist (GRABOW/HOLLBACH-GRÖMIG 2018: 2365). Weiter schreiben HOLLBACH-GRÖMIG und ZUR NEDDEN dazu:

„Innerhalb des konzeptionellen Rahmens ist es Aufgabe des Stadtmarketings, gemeinsam mit den Partnern in den Fachressorts wichtige Profildfelder für die Stadt zu identifizieren, Kompetenzen zu bündeln und mit einer Stimme zu kommunizieren. Die Kommunikationskompetenzen des Stadtmarketings sind erfahrungsgemäß sehr ausgeprägt: Binnen- wie Außenkommunikation und Öffentlichkeitsarbeit sind Kernelemente von Marketingaktivitäten. Web 2.0 und „soziale Medien“ haben darin inzwischen einen hohen Stellenwert. Das Fördern der Kommunikation zwischen den verschiedenen Gruppen wird immer wieder als einer der größten Erfolge des Stadtmarketings genannt.“ (2018: 36).

Der räumliche Fokus liegt im Stadtmarketing in der Regel auf den Innenstädten, da sie in der ökonomischen Ausrichtung der Städte eine wichtige Rolle einnehmen – hier bündeln sich der Einzelhandel, Dienstleister und Beherbergungsbetriebe bzw. Freizeiteinrichtungen. Des Weiteren nehmen die Innenstädte eine repräsentative Funktion ein. Im Allgemeinen ist der Bereich, der als Innenstadt klassifiziert wird (auch als ‚City‘ oder ‚Central business district‘ bezeichnet), dort angesiedelt, wo einst der historische Teil einer Stadt gewachsen ist. In diesen Räumen befinden sich Gebäude, welche eine stadtgeschichtliche Bedeutung innehaben und sich architektonisch meistens von neuen Wohngebieten und Stadtrandsiedlungen abgrenzen (MURPHY 2017:2). Dieser Umstand macht diesen Stadtraum somit für touristische Aktivitäten interessant. Zudem werden die historischen Gebäuden häufig auch heute noch durch die Verwaltung genutzt und dort gearbeitet. Durch die Bürgerdienste wird der Innenstadt damit eine weitere

Kernfunktion mit herausstechende Bedeutung gegenüber anderen Quartieren der Stadt verliehen. In manchen Städten lassen sich jedoch durchaus Abweichungen von dieser Generalisierung feststellen. Existieren in einer Stadt beispielsweise Quartiere oder Stadtteile, welche eine herausragende Rolle für die Wirtschaft oder Repräsentation der Stadt einnehmen, werden Marketingmaßnahmen auch für diesen Bereich der Stadt ausgeführt. Die Stadtteile Wiek und Eldena in Greifswald stellen aufgrund der Historie so beispielsweise einen wichtigen Eckpfeiler in der touristischen Konzeption der Stadt als Hansestadt mit maritimen Merkmalen dar, was dazu führt, dass das Stadtmarketing der Stadt diesen Aspekt in seiner Kommunikation widerspiegelt (vgl. Kap. 5.3.3 und 5.3.4). Während Stadtmarketing zu Beginn seiner Verwendung in den kommunalen Verwaltungen häufig in die Wirtschaftsabteilung oder Pressestelle eingebunden war, lässt sich mittlerweile auch die Durchführung über Stadtmarketing-Gesellschaften, welche in der Regel als Tochterunternehmen der Stadt geführt werden, beobachten. Gründe hierfür können eine höhere Flexibilität in der Arbeit des Stadtmarketings sein, so dass der Geschäftsführer nicht den Dienstweg einer Behörde gehen muss, um einzelne Maßnahmen durchzuführen. Ebenso ermöglicht die Organisation des Stadtmarketings als GmbH, dass Kredite aufgenommen werden können und dass Gewinn durch das Stadtmarketing erwirtschaftet werden darf. Weitere Organisationsformen des Stadtmarketings stellen Vereine und Arbeitskreise dar (SCHRIEFERS/SCHRIEFERS 2018: 83).

Stadt- und Regionalmarketing verstehen sich als partizipative Prozesse. Anstoßende Ideen und Projekte werden dabei zwar von der jeweiligen Organisationsform des Marketings initiiert, in der schlussendlichen Ausgestaltung sollen im Idealfall dann aber Akteure verschiedenster Bereiche mit einbezogen werden (WÖLFEL 2018: 39). Dies ist stark im Einklang mit dem Paradigma der partizipativen Stadtplanung bzw. -entwicklung, welches aktuell einen wachsenden Einfluss in der Raumplanung ausübt. Grundlegend sollen durch das stärkere Einbeziehen verschiedener Akteursgruppen, aber vor allem der lokalen Zivilbevölkerung, Konflikte in Entwicklungs- und Planungsprojekten vermieden werden (SELLE 2011: 81). Die Neoliberalisierung ist nicht unbemerkt an der anwohnenden Bevölkerung vorbeigegangen und verschiedene Projekte wurden und werden vermehrt kritisch hinterfragt – sei es auf der Ebene des Großprojektes oder kleiner skaliert. Konfliktpunkte zwischen Verwaltung, Zivilbevölkerung und privater Wirtschaft wird man in nahezu jeder Kommune finden. Hauptkritikpunkt ist hierbei, dass aus Sicht der Zivilbevölkerung eine zu große Gestaltungskraft an Investoren und Wirtschaftsunternehmen abgegeben wird (MÜLLER/STRÄTER 2011: 152f.). So hat sich als Gegenbewegung zu diesen neoliberalen Tendenzen ein Widerstand in der Bevölkerung formiert, welcher nun das Kräfteverhältnis wiederherstellen soll (MÜLLER/STRÄTER 2011: 155ff). Da eine

erhöhte Zahl an Widersprüchen und Klagen in Planungsprojekte dazu führt, dass Verzögerungen entstehen, welche in der Folge meist auch zu stark steigenden Kosten führen, wird mit dem pragmatischen Einbezug der Bevölkerung versucht, diese Konflikte von Beginn an zu vermeiden. Neuralgische Punkte werden im Idealfall bereits in den partizipativen Prozessen erkannt und beseitigt. Mögliche Ansätze reichen hierbei von Projektvorstellungen, über Bürgerbefragungen bis hin zur vollen Kooperation zwischen verschiedenen Akteuren in Bürgerworkshops und Kreativwerkstätten (SCHAUBER 2003: 4).

Bei der Imagekonzeption wird von der Grundidee ausgegangen, dass jede Stadt oder Region eine ‚Marke‘ hat, egal ob sie dies möchte oder nicht (ZENKER 2018: 70). Es existieren immer Vorstellungen von einem Raum, diese können stereotypischer Natur sein, ohne dass die Person jemals den Raum besucht hat, wodurch ihre Wahrnehmung der Stadt oder Region lediglich auf sekundären Quellen beruht (HOLLOWAY/HUBBARD 2001: 48). Ebenso können Image und diskursive Repräsentation durch primäre eigene Erfahrungen entstehen, so dass eine Verbindung zwischen dem Stadtnamen oder der Regionalbezeichnung auf dem eigens Erlebten bzw. Gesehenen beruht (SCHNEIDER 2018: 60). Hinzu kommt, dass auch lokale Akteure, wie Anwohner oder Unternehmen eine Vorstellung davon haben, in welchem Raum sie sich befinden und welche Attribute sie diesem zuschreiben würden. Da diese Akteure aber nun zugleich auch konstituierender Teil dessen sind, was Akteure von Außerhalb des Raumes als ‚das Andere‘ wahrnehmen, kann hier nicht von Image gesprochen werden, da sich eigene Handlungen entsprechend auf die Fremdwahrnehmung des Raumes auswirken. So liegt es beispielsweise auch in der Hand der Anwohner, ob sie als ‚freundlich‘ oder ‚unfreundlich‘ klassifiziert werden. Wie sich einzelne Personen verhalten, kann sich zukünftig auf die diskursive Repräsentation des Raumes niederschlagen. Dieser Prozess ist dabei nicht immer vollständig rational – Besucher oder Außenstehende werden immer nur einen Ausschnitt der Subjekte, Kollektive und Objekte kennenlernen, welche die Attribute eines Raumes konstituieren. Eine Person kann bei ihrem Besuch in die Situation kommen, nur schlechte persönliche Erfahrung mit dem Raum zu machen, während eine andere Person einen Teil freundliche und einen Teil unfreundliche Elemente eines Raumes kennenlernen wird. Wie die tatsächliche Situation im Raum ist, spielt schlussendlich keine bis kaum eine Rolle – die Personen werden als Beitrag zum allgemeinen Diskurs über den jeweiligen Raum das beitragen, was sie selbst erlebt haben. Nichtsdestotrotz existieren Diskurse, welche über die persönliche Sphäre hinausgehen. Berichterstattung in verschiedenen Medien, Werbung und Reklame, Beiträge aus Social-Media-Netzwerken oder Anzeigen in Reisekatalogen oder auf entsprechenden Internetseiten von Anbietern formen den Diskurs darüber, welche Attribute einem Raum zuzuordnen sind (ZENKER 2018: 71). Wenn

nun gezielt ein bestimmtes Image oder eine bestimmte diskursive Repräsentation durch Marketingmaßnahmen nach Außen transportiert werden soll, wird im Vorwege sondiert, welche Identität, also welches Selbstbild, bei Akteuren im entsprechenden Raum existiert (EBERT 2004: 70). Im Selbstverständnis des Stadt- und Regionalmarketings ist eine Stadt- oder Regionenmarke dann am erfolgreichsten, wenn sie gleichzeitig die selbstwahrgenommene Identität der lokalen Akteure widerspiegelt. Dies führt dazu, dass solche Marken in der Regel in den o.g. partizipativen Prozessen erarbeitet werden. Nur wenn beispielsweise Einwohner das suggerierte Bild, welches über die Marke transportiert wird, als ‚wahr‘ empfinden, werden sie die zugeschriebenen Attribute annehmen und auf sich selbst übertragen, so dass auf lange Sicht auch ihre Handlungen und Praktiken beeinflusst werden. Wieder am Beispiel des ‚freundlichen Bewohners‘ bedeutet dies, dass wenn sich die Stadt oder Region selbst als freundlich vermarktet, der durch FOUCAULT und LACLAU und MOUFFE aufgezeigte Mechanismus der Selbstregulation greift. Individuen gleichen in diesem Prozess die Attribute der eigenen Identität mit den Attributen der Identität ab, welche ihnen durch die diskursive Repräsentation des Raumes zugesprochen wird. Akzeptieren die Einwohner diese Attribute, könnten sie beispielsweise zukünftig mehr darauf achten, freundlich gegenüber Touristen zu sein, um die Identität und damit die diskursive Repräsentation der ‚freundlichen Stadt‘ aufrecht zu erhalten. Es wird aber auch immer zu mehr oder minder starken Ablehnungen der Attribute kommen. Einerseits als bewusste Ablehnung, so dass man sich im Sinne einer Gegenkultur von dem ‚Anderen‘ oder dem ‚Normalen‘ aus Prinzip distanziert. Oder zum anderen, weil die übergestülpten Attribute der vermeintlichen Identität der Stadt tatsächlich nicht in das Selbstbild des Einzelnen passen (EBERT 2004: 89). Bei der Manifestation solcher diskursiven Repräsentationen im städtischen oder regionalen Kontext treten also Mechanismen der Hegemonie zutage, in welchen die Machtverhältnisse und damit auch die Art und Weise wie über Dinge gesprochen und gedacht wird, stetig verhandelt werden. Nach KAVARATZIS kann in der Kommunikation des Images oder der diskursiven Repräsentation eines Raumes in primäre, sekundäre und tertiäre Kommunikation unterschieden werden (vgl. Abb. 6). Knotenpunkt stellt die primäre Kommunikation dar, da ihr vier Strategien untergeordnet sind, welche die Kommunikation ihrer Inhalte beeinflussen. Die Landschaft einer Region oder das Stadtbild vermitteln einen visuellen Eindruck der Geschichte einer Stadt, aber auch von historischen Gegebenheiten. Die Infrastruktur bestimmt die Zugänglichkeit eines Raumes, ob es nun für Anwohner selbst ist, die sich innerhalb der Stadt fortbewegen, oder Touristen, welche in die Stadt reisen. Die Struktur beschreibt die

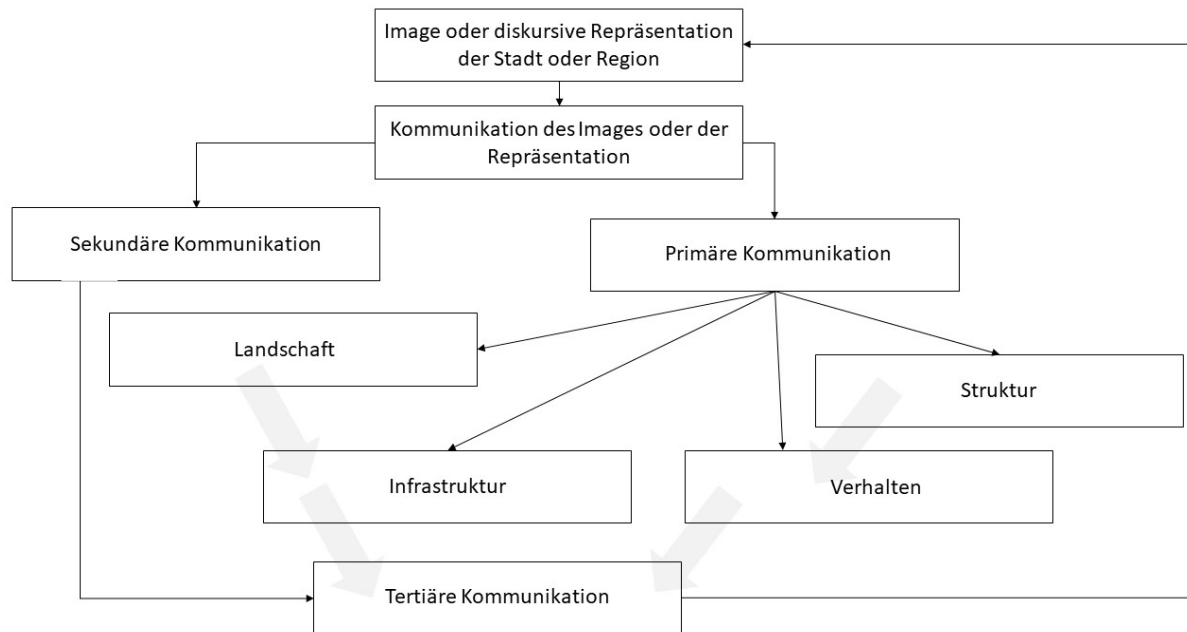


Abbildung 6: Kommunikation der diskursiven Repräsentation. Eigene Darstellung nach KAVARATZIS 2004: 67.

Organisation einer Stadt. Bedeutend ist dabei die Arbeitsteilung zwischen Verwaltung, Politik, wirtschaftlichen Akteuren und Einwohnern. Harmonisieren die Beteiligten, spiegelt sich das in einer positive(re)n Repräsentation wider. Gibt es Konflikte, können diese einen Raum stigmatisieren. Das Verhalten besteht aus der Art und Weise wie ‚stadtregernde‘ Akteure in der Stadt handeln und wie dies den Alltag von Einwohnern und den Besuch von Touristen beeinflusst (KAVARATZIS 2004: 68). Aus diesen vier Strategien ergibt sich die sekundäre Kommunikation. Sie ist das formalisierte Übermitteln von Informationen, beispielsweise über Pressemitteilungen. Die tertiäre Kommunikation entsteht durch informelle Mund-zu-Mund Propaganda (orig. word to mouth). Sie ist das, was beispielsweise von URRY mit dem Tourist Gaze beschrieben wird. Es können also romantisierend-idealisierende Vorstellungen eines Raumes sein, genauso wie überzogene negativ konnotierte Stigmata weitergetragen werden können. Die tertiäre Kommunikation ist somit über einen rückkoppelnden Effekt mit der diskursiven Repräsentation des Raumes verbunden. Nach KAVARATZIS Schema wirkt sich die sekundäre auf die tertiäre Kommunikation aus, was im Arbeitsalltag der Kommunen insofern nachvollzogen werden kann, als dass durch die Pressestellen der Verwaltungen oder lokalen Unternehmen und Vereine Pressemitteilungen herausgegeben werden, welche durch die Medien in Artikeln oder Beiträgen verarbeitet werden.

Durch die hier dargestellten Entwicklungen und Veränderungen in den kommunalen Verwaltungen mit neoliberalen Prozessen zur Ökonomisierung des Raumes und dem immer deutlicheren Etablieren von Städten und Regionen als Marken hat sich seit dem Beginn der 2000er Jahre

in der raumwissenschaftlichen bzw. wirtschaftswissenschaftlichen Forschung das Verständnis verfestigt, dass heute weniger von Stadt- und Regionalmarketing und mehr von Stadt- und Regionalbranding gesprochen werden kann (KAVARATZIS/ASHWORTH 2005; LUCARELLI/BERG 2011; OGUZTIMUR/ARTURAN 2016). Da Städte und Regionen mittlerweile über die bloße Vermarktung des ‚Typischen‘ eines Raumes hinausgehen und stattdessen vermehrt daran arbeiten ein völlig neues ‚Produkt‘ zu kreieren, hat sich heute in weiten Teilen der Forschung und Wirtschaft die Bezeichnung als place branding etabliert. Zentraler Ansatzpunkt ist, dass die Stadt als Marke künstlich erzeugt wird (ANHOLD 2008: 3). FIRAT und VENKATESH schreiben zum Stadt- und Regionalmarketing: „marketing is the conscious and planned practice of signification and representation“ (1993: 246). Im place branding hingegen wird die Stadt oder Region als Dachmarke verstanden, unter deren Schirmherrschaft eine corporate identity dessen entsteht, wie sich der Raum repräsentieren möchte (RAINISTO 2003: 50). Ein Teil dieser Identitätsbildung vollzieht sich dabei über Städte- und Regionalslogans, welche das ‚Typische‘ eines Raumes hervorheben sollen und so kurz und prägnant im Gedächtnis der Umworbenen bleiben sollen (RADTKE 2013: 45). Die Mehrheit der Slogans setzt den Fokus auf einen Aspekt des Raumes, welcher dann eine repräsentative Stellung für das Image oder die diskursive Repräsentation einnimmt (RADTKE 2013: 402). Diese Generalisierung gelingt dabei nur selten, so dass ein Großteil der Einwohner keine Identifikation mit dem Slogan empfindet und diesen dementsprechend auch nicht in die eigene Identitätsbildung übernimmt (RADTKE 2013: 406). An dieser Stelle wird eines der Probleme solcher raummarkenbildenden Instrumente deutlich – die Vorstellung dessen, was einen Raum ‚besonders‘ macht oder für diesen typisch ist, ist höchst individuell (EBERT 2004: 100). Jeder Versuch die hyperkomplexe Identität eines Raumes auf ein oder mehrere Worte bzw. einen Satz zu reduzieren, kann somit eigentlich nicht gelingen. Dementsprechend stehen Stadt- und Regionalmarketingmaßnahmen teilweise in der Kritik und werden regelmäßig bezüglich ihrer Sinnhaftigkeit kritisiert (BERGIEN 2017: 41). Auch städtebauliche Wettbewerbe und Rankings lassen sich als neoliberales Konstrukt eines interstädtischen oder interregionalen Wettbewerbs verorten (KLÜTER 2012: 53f.). Hierbei werden Städte und Regionen nach Thematik des Rankings oder Wettbewerbs miteinander verglichen. So existiert beispielsweise seit 2004 der Zukunftsatlas des privaten Wirtschaftsforschungs- und Beratungsunternehmens Prognos AG, welches im dreijährigen Turnus herausgegeben wird (PROGNOS 2020: o.S.). Die Methodik ist quantitativ ausgerichtet und basiert auf „objektiven, statistischen Daten“ (PROGNOS 2020: o.S.), wie beispielsweise Bevölkerungsentwicklung, Schulabbrecherquote oder auch BIP je Beschäftigten. Damit folgt die Prognos AG einer komparativen, stark raumdeterministischen Denkweise, welche davon

ausgeht, dass Städte und Regionen untereinander im Wettbewerb stehen und ihr Produkt (der Zukunftsatlas) soll dabei eine Entscheidungshilfe darstellen, wo es sich als Unternehmen lohnt zu investieren oder wo es sich als Arbeitnehmer lohnt einen neuen Lebensraum und Arbeitsplatz zu suchen. Dass allein das selbstbenannte Gütekriterium „objektiver, statistischer Daten“ nicht reicht bzw. in Widerspruch zu anderen raumwirtschaftlichen Ansätzen wie FLORIDAS creative class steht, welches auf subjektive, qualitative Daten wie die Liberalität oder den Look and Feel eines Raumes setzt, wird durch die Prognos AG nicht kritisch reflektiert. Wenn die Ergebnisse des Prognos Zukunftsatlases veröffentlicht werden, kann in den folgenden Tagen ein großes mediales Echo festgestellt werden – das Veröffentlichen und Diskutieren der Rankings in Tages- und Wochenzeitungen oder Fernsehbeiträgen, lässt sich regelmäßig und nicht nur beim Zukunftsatlas beobachten. Somit kreiert nicht nur Prognos die diskursive Repräsentation von manchen Regionen als ‚Gewinner‘ oder ‚Verlierer‘ (PROGNOS 2020: o.S.), sondern durch die Repetition vonseiten der Medien sedimentiert dieser Diskurs weiter und könnte so schlussendlich in der tertiären Kommunikation weiter verfestigt werden. Unkritisch wird dabei hingegenommen, dass die Prognos AG ein privates Wirtschaftsunternehmen ist und den Prognos Zukunftsatlas gerne als Werbemittel für die eigenen Dienstleistungen einsetzt – schafft die Darstellung einer Region als ‚Verlierer‘ doch gleichzeitig ein gutes Argument dafür, die Dienstleistungen der Prognos AG in Auftrag zu geben und so die aufgezeigten ‚Missstände‘ zu beseitigen und bei der nächsten Veröffentlichung als ‚Gewinner‘ veröffentlicht zu werden, was so als Teil ihrer Marke inkorporiert werden kann. Ähnlich verhält es sich mit städtebaulichen Wettbewerben. Häufig mit Fördergeldern verbunden können Kommunen oder Regionen an diesen Wettbewerben teilnehmen und Projekte einreichen, welche nach eigenem Ermessen förderungswürdig sind. Aus mehreren Bewerbern wird durch die Beurteilenden ein Projekt ausgewählt, welches in Zukunft die entsprechenden Fördergelder erhält. Selten wird mehr als ein Projekt ausgewählt, doch niemals erhalten alle Bewerber Förderungen. Für die Kommunen oder Regionen bedeutet eine Teilnahme, dass Anträge und Projektideen erarbeitet und geschrieben werden müssen. Hierfür wird Arbeitszeit bereits eingestellter Mitarbeiter aufgewandt oder es wird eine vollkommen neue Stelle geschaffen, welche u.a. mit der Erstellung der Anträge betraut wird. Eine schlussendliche Garantie, dass die aufgebrauchte Arbeitszeit und damit auch finanzielle Mittel der Kommune oder Region durch Fördergelder honoriert wird, gibt es nicht. Letzten Endes kann die Initiierung und Teilnahme an einem solchen Wettbewerbes also auch dazu führen, dass Arbeitszeit und Gelder im Vorfeld vollkommen umsonst aufgewandt werden, nur um die Aussicht darauf zu haben, dass die Stadt oder Region als Marke oder Teile dieser Marke gefördert werden.

Das place branding ist eine ganzheitliche Betrachtung des Raumes und der Versuch jegliche Aspekte aufeinander abzustimmen, um so eine einheitliche Markenerscheinung erreichen zu können. Dabei kann sowohl die Wahrnehmung als besonderer, positiv konnotierter Raum (bspw. ‚Grüne Stadt‘, ‚Fahrradfreundliche Region‘ oder auch ‚wirtschaftlich stärkste Stadt‘) erreicht werden, als auch, dass Stigmata als vermeintlicher ‚Verlierer‘ von Rankings oder Wettbewerben und ihrer medialen Darstellung mit einem Raum verbunden werden (bspw. ‚fremdenfeindliche Region‘, ‚Stadt mit hoher CO₂-Belastung‘ oder auch ‚wirtschaftlich abgeschlagene Region‘). Die Entwicklung vom räumlichen Marketing zum place branding kann dabei zudem auch als touristisches Phänomen betrachtet werden. Während Städte und Regionen in den 1980ern und 90ern als Orte des Lebens und Arbeitens noch durch Marketingmaßnahmen geprägt waren, hat der Tourismus Räume seit jeher als Produkt gesehen (LICHROU et al. 2008: 28f.). Begründet ist dies in der Natur des Tourismus, der die Konsumption des Raumes als Tätigkeit inhärent ist (LICHROU et al. 2008: 29). Für den Tourismus war es dementsprechend schon immer wichtig, einerseits über Raumbilder und diskursive Repräsentationen Sehnsüchte zu wecken, welche über den Erwerb der touristischen Dienstleistungen befriedigt werden können (URRY/LARSEN 2011: 172f.). Auf der anderen Seite wurden durch die Tourismusindustrie bzw. deren Marketingabteilungen auch immer schon vorhandene diskursive Repräsentationen genutzt und sedimentiert. Die einsame Insel als exotisches Paradies, der Sommerurlaub in den Bergen als traditionsreicher Deutschlandurlaub oder eine Reise an den Polarkreis als abenteuerliche Expedition im Stile großer Entdecker (GAO/ZHANG 2009: 2) sind nur einige Beispiele, wie der Tourismus Orte inszeniert. Mit dem Boom des Städtetourismus ist die Trennlinie zwischen der Funktion der Stadt bzw. Region als Arbeits-, Lebens-, und Freizeitraum und der Stadt als Freizeitraum bzw. touristische Destination stetig verblasst (BOCK 2015: 5). Das branding verleiht den Städten und Regionen Markeneigenschaften, welche für jegliche Zielgruppen relevant sind und weicht damit die Grenzen einzelner diskursiver Repräsentationen auf (BUNDESMINISTERIUM FÜR VERKEHR, BAU UND STADTENTWICKLUNG 2011: 10). Dieser Umstand kann mit der analog ablaufenden Aufweichung von der Konzeption des Tourismus an sich verstanden werden. Mit der Entwicklung zu kurzen (2-3 Tage, langes Wochenende) Reisen, welche vorrangig Städte als Ziel haben, gab es auch einen Wandel in präferierten Aktivitäten im Urlaub. Einrichtungen, welche ehemals hauptsächlich durch die lokale Bevölkerung genutzt wurden, werden nun auch touristisch mitgenutzt (HAASS 2017: 98f.), wodurch sich auch die Marketing- und Markenausrichtung mancher Städte und Regionen geändert hat und zu einer noch stärkeren Vorstellung von Räumen als Marke oder auch Produkt geführt hat (BRAUN 2008: 36).

Während also Städte und Regionen schon immer mit Attributen diskursiver Repräsentationen belegt waren, hat durch die Neoliberalisierung eine starke Kommerzialisierung und Privatisierung stattgefunden, welche in den 1980er und 90er Jahren einen Höhepunkt durch Stadt- und Regionalmarketing gefunden hat und seit der Jahrtausendwende durch place branding, also einer bewussten Inszenierung von Räumen verbunden mit der Kreation von Räumen als Marken, geprägt ist. Durch Handlungen und Praktiken verschiedener Akteure kommt es zur bewussten, aber auch unbewussten, Konstitution raumgebundener diskursiver Repräsentationen, welche merkliche Auswirkungen auf die soziale Realität von Subjekten und Kollektiven in diesem Raum haben.

2.6 Schrumpfende Regionen und Städte in Deutschland

Das Phänomen der schrumpfenden Regionen und Städte ist seit den 2010er Jahren zum global rezipierten Forschungsobjekt avanciert (DÖRINGER et al. 2020: 1694f.). Wie der Sammelband von PALLGAST et al. (Hrsg.) aufzeigt haben sich zum Aufkommen räumlicher Schrumpfungsprozesse je nach Nation unterschiedliche Forschungsansätze und -schwerpunkte entwickelt (2013). Bis zur Mitte der 2010er Jahre wurden dabei selten nationalkomparative Ansätze gewählt (DÖRINGER et al. 2020: 1707). Stattdessen wurden die Entstehung und die Auswirkungen immer im Kontext nationaler Rahmenbedingungen untersucht (DÖRINGER et al. 2020: 1707). Es gilt an dieser Stelle ebenso festzuhalten, dass die Forschung um schrumpfende Räume noch immer in ihren Anfängen begriffen ist und viele der Arbeiten sich demnach nicht nur räumlich stark beschränken, sondern dabei überwiegend auch einen Fokus bei den Aspekten der Schrumpfungsentwicklung setzen (DÖRINGER et al. 2020: 1694). Mal liegt der Fokus so beispielsweise auf wirtschaftlichen Entwicklungen und Folgen der Schrumpfung, mal auf demographischen Aspekten und in anderen Untersuchungen wird auf politische Handlungsmöglichkeiten und Strategien geschaut (DÖRINGER et al. 2020: 1700). Während sich Forschungen anfangs stark auf US-amerikanische und (mittel-)europäische Städte und Regionen konzentriert haben, zeichnet sich mittlerweile ein diverseres Bild ab, welches nun auch beispielsweise Fallstudien aus Russland, Australien oder Japan aufarbeitet (DÖRINGER et al. 2020: 1694). In Deutschland kann ein deutlicher räumlicher Fokus auf den Osten des Landes und die neuen Bundesländer festgestellt werden (vgl. bspw. FRANZ 2004; KÜHN 2010; STILLER 2012 oder auch MEYER et al. 2016). Dieser Umstand kommt dieser Arbeit insofern zugute, als dass er einen gewissen Referenz- und Erklärungsrahmen für die Ergebnisse der diskursanalytischen Untersuchungen der Städte Rostock, Greifswald und Stralsund geben kann – mit dem starken Fokus auf die neuen Bundesländer und die Koppelung an Worte wie „schrumpfend“ oder

„benachteiligt“ lässt sich bereits in der Forschung ein diskursiver Schwerpunkt in der Darstellung dieser Räume finden. Dabei wird teilweise durch die Autoren selbst eingeräumt, dass die Veröffentlichung und Diskussion dieser Darstellung den Effekt einer selbsterfüllenden Prophezeiung haben könnte (FRANZ 2004: o.S.). Die Darstellung als stigmatisierter Raum durch die Wissenschaft schafft Wissen, welches im HACKINGschen Sinne durch die Medien, Subjekte und Kollektive genutzt wird, um Arten von Räumen, aber auch Arten von Einwohnern zu erfinden (vgl. Kap. 2.2.1). Durch die Stigmatisierung des Raumes können Investitionshemmnisse und Barrieren für Migration entstehen, welche die Schrumpfungsprozesse weiter antreiben bzw. verstärken (HAASE et al. 2017: 4f.). Existierende Studien teilen sich in der Regel grundsätzlich in zwei Stränge auf – die Untersuchung von schrumpfenden Städten einerseits und auf der anderen Seite das Phänomen von schrumpfenden Regionen. Eine synergetische Betrachtung von Interdependenzen zwischen beiden Raumeinheiten findet man hingegen selten. Da sich die Fallbeispiele dieser Arbeit auf deutsche Städte beschränken, wird auch bei der Aufarbeitung des aktuellen Forschungsstandes zu schrumpfenden Räumen der Fokus auf existierende Arbeiten mit deutschen Fallbeispielen gelegt. Wie oben beschrieben, entfaltet sich aktuell ein internationales Feld aus komparativen Arbeiten zu dem Phänomen, jedoch gibt es bisher kaum zitierfähige Arbeiten zu der Thematik und des Weiteren gibt es in der Ausrichtung dieser Dissertation mit einer sprachwissenschaftlich geprägten Empirie keine zugänglichen internationalen Vergleichsarbeiten, welche an dieser Stelle als Referenzrahmen dienen könnten.

Erste Arbeiten zu schrumpfenden Räumen in Deutschland kamen bereits zu Beginn der 2000er Jahre auf. GATZWEILER et al. untersuchten vor dem Hintergrund des Förderprogrammes ‚Stadtumbau Ost‘ und sein Pendant ‚Stadtumbau West‘ die Diskrepanzen zwischen urbanen bzw. metropolitanen Wachstumsinseln und Städten, welche deutlich von Emigration betroffen waren (2003: 557). Dabei wurden schon damals Tendenzen aufgezeigt, welche auch 20 Jahre später noch zu beobachten sind – während Städte, welche in peripher ländliche Regionen eingebettet sind, Bevölkerung verlieren, profitieren insbesondere Großstädte. Aktuelle Lebensweisen und Wohntrends begünstigen eine Migrationsbewegung in Richtung metropolitan-urban geprägter Räume (VAN DER PLOEG/ POELHEKKE 2008: 11). Städtische Entwicklungen, wie die Entstehung suburbaner bzw. periurbaner Räume und die Entstehung vieler Arbeitsplätze und Zunahme an Dienstleistern waren nach GATZWEILER et al. erste Indikatoren für die Tendenz der kommenden Jahre (2003: 557; 559). Ebenso lässt sich bereits hier ein Trend in der Forschung erkennen, indem für Deutschlands räumliche Wachstums- und Schrumpfungsprozesse eine Ost-West Dichotomie eröffnet wird (GATZWEILER et al. 2003: 561). Damals wie heute kann dieses West-Ost-Gefälle mit dem Osten Deutschlands (meist als Synonym für

die neuen Bundesländer verwendet) als Emigrationsraum und der Westen Deutschlands (analog dazu als Synonym für die alten Bundesländer) als Immigrationsraum in der Forschung beobachtet werden. Auf einer rational-statistischen Argumentationsbasis lässt sich diese Beobachtung auch nicht wegdiskutieren. Gerade mit der Wiedervereinigung Deutschlands 1990 kam es zu starken Emigrationsbewegungen aus der ehemaligen DDR hinaus, mit der Hoffnung des Einzelnen auf ein besseres Leben im ‚reichen Westen‘ (WOLFF 2010: 85). Hierdurch kam es zu einer Entleerung der ländlichen Räume und kleineren Städte der neuen Bundesländer (HERFERT 2004: 57f.). Mancherorts standen große Teile der Wohnimmobilien leer und führten zu trading down Effekten (KULKE 2020: 188), welche selbstverstärkend darauf wirkten, dass mehr Menschen wegzogen und weniger zuzogen. Durch die hieraus entstehenden Verluste der Kaufkraft verzeichnete der lokale Handel Umsatzeinbußen, so dass schlussendlich ebenso ein Strukturwandel im lokalen Handel stattgefunden hat (BURDA 2013: 204f.). Hieraus hat sich für die Folgejahre das Stigma des ‚armen Ostdeutschlands‘ mit den ‚armen, arbeitslosen, faulen und fremdenfeindlichen Ostdeutschen‘ sedimentiert (MÜKKE 2021: 30), welches noch heute in weiten Teilen der deutschen Bevölkerung besteht und nachhaltig die nationale und lokale Politik mitbestimmt (LIOURIS/DEFFNER 2005: 17). Dieser Umstand wurde durch das von 2013 bis 2017 laufende DFG Projekt ‚Diskurs und Praktiken in schrumpfenden Regionen durch eine Untersuchung zur subjektiven Relevanz von Schrumpfungsdiskursen am Beispiel des Landkreises Altenburger Land‘ aufgegriffen (DEUTSCHE FORSCHUNGSGEMEINSCHAFT (Hrsg.) 2016: o.S.). Konkret wurde untersucht inwiefern sedimentierte Schrumpfungsdiskurse über periphere Räume eine Auswirkung auf die alltäglichen Praktiken und Handlungen der bewohnenden Subjekte und Kollektive haben. Hierzu wurden die drei thematischen Stränge ‚Jugendliche und ihre Zukunftsperspektiven‘, ‚Kirchliche Restrukturierung‘ und ‚Ehrenamtliches Engagement‘ herangezogen (MEYER et al. 2016; MEYER/MIGGELBRINK 2015; MIGGELBRINK/MEYER 2015). Innerhalb der Arbeiten wurde zumindest für die untersuchte Region festgestellt, dass Stigmatisierungen bzw. jegliche Diskurse durchaus einen Einfluss auf Migrationsentscheidungen und die Entwicklung eines Raumes nehmen können (MEYER/MIGGELBRINK 2015: 27f.). Jedoch wird auch deutlich, dass es keinen monokausalen Zusammenhang zwischen dem Schrumpfen einer Region und existierenden Stigmata gibt (MEYER/MIGGELBRINK 2015: 27). Weiter wird der Anteil der Medien, und im weitesten Sinne auch ihre Verantwortung, bei der Verbreitung diskursiver Repräsentationen diskutiert (MIGGELBRINK/MEYER 2015). Hierzu wurden Einzel- und Gruppeninterviews durchgeführt, in welchen herausgefunden werden sollte, welche diskursiven Raumrepräsentationen bei den Befragten Subjekten und Kollektiven existieren (MIGGELBRINK/MEYER 2015: 221)

und welche Rolle die Medien in der Konstitution dieser Repräsentationen gespielt haben könnten (MIGGELBRINK/MEYER 2015: 209). Die Prämisse der Arbeit wird dabei so dargestellt, dass auf „die Differenz zwischen medial kursierenden Subjektpositionen und deren konkretem Einnehmen mit Mitteln der qualitativen Sozialforschung“ (MIGGELBRINK/MEYER 2015: 212) geschaut wird. Dabei wird in der Studie das Fazit gezogen, dass medial verbreitete diskursive Repräsentationen einen Einfluss auf die soziale Realität einzelner Subjekte und Kollektive nehmen können und somit auch Auswirkungen auf Praktiken und Handlungen des Alltags entfalten. Dennoch sollte bei der Betrachtung von raumbezogenen Stigmata nicht allein die Rolle der Medien betrachtet werden. Vielmehr ist es ein komplexes Zusammenspiel aus Einbettung in soziale Strukturen wie Familie oder Freunde, aber auch Institutionen wie Schule oder Freizeitvereine, welche entscheidend dafür sind, ob ein Subjekt oder Kollektiv die medial verbreiteten Attribute von Raumidentitäten auf sich überträgt und unter Umständen eine selbsterfüllende Prophezeiung eintritt. Durch Handlungen und Praktiken der Subjekte und Kollektive tragen diese zur Reproduktion der Stigmata bei, welche dem Raum zugeschrieben werden und wodurch eine Negativspirale in Bewegung gesetzt werden könnte (MIGGELBRINK/MEYER 2015:211f.).

Mittlerweile wird der demographische Wandel in Deutschland als der hauptsächliche Antreiber schrumpfender Regionen und Städte angesehen (PASTERNAK 2015: 2). Durch medizinische und technische Innovationen ist es der modernen Gesellschaft möglich älter zu werden. Das aktuelle durchschnittliche Sterbealter liegt in Deutschland bei 78,93 Jahren, was sich wiederum in 81,91 Jahre für Frauen und 75,86 Jahre für Männer aufschlüsselt (STATISTISCHES BUNDESAMT (Hrsg.) 2020a: o.S.). Hinzu kommen weitere tiefgreifende Veränderungen in der Gesellschaft und Politik (MIEßNER/NAUMANN 2018:37). Exemplarisch hierfür ist bspw. eine seit dem 20. Jahrhundert stark veränderte Rolle der Frau – weg von der Reduktion auf Hausfrau und Mutter, hin zu einem emanzipierten Teil der Gesellschaft, welcher in Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Familie ihr Recht auf Selbstbestimmung und Teilhabe am öffentlichen Leben ausübt. Damit einher ging auch eine geänderte Vorstellung von Familienmodellen und Partnerschaften, welche in ihrer Folgewirkung zu einer Abnahme der Fertilität in Deutschland geführt hat (SCHRÖDER 2007: 365). So ist eine Partnerschaft ohne eheliches Verhältnis und/oder ohne Kinder gesellschaftlich akzeptiert(er) (SCHRÖDER 2007: 366). Mit der neuen Selbstverwirklichung der Frau und der gleichzeitig nicht entstandenen Bereitschaft des Mannes die Rolle der hauswirtschaftlichen und erzieherischen Person in Haushalten auszufüllen, konnte ein Rückgang der Geburten in Deutschland zu Ende der 1980er Jahre beobachtet werden – ein Trend der bis heute anhält (MARBACH/TÖLKE 2007: 264). Für die Gesellschaft ergibt sich

so die Situation einer überalternden Bevölkerung, welche nicht durch genügend Jüngere ersetzt werden kann. Für das Jahr 2019 hatte Deutschland eine Geburtenziffer von 1,54 Kindern pro Frau, wodurch das Bestandshaltungsniveau von 2,1 Kindern pro Frau weit unterschritten ist (STATISTISCHES BUNDESAMT (Hrsg.) 2020b: o.S.). Schrumpfende Regionen und Städte können in Deutschland somit Ursache zweier starker Faktoren sein, welche sich wechselseitig bedingen und verstärken können – die Abnahme der Bestandsgesellschaft an sich einerseits und Wanderungsbewegungen andererseits (FRANZ 2004: o.S.). Auch hier lässt sich der gesellschaftliche Diskurs als unterliegende Mechanik identifizieren – während es eine ‚normale‘ Vorstellung davon gibt, welche Aufgaben ein Mann in der Gesellschaft wahrzunehmen hat und sich diese stereotypische Repräsentation in den letzten Jahrzehnten kaum gewandelt hat, haben sich starke Verschiebungen in der diskursiven Repräsentation der Wahrnehmung von Frauen ergeben. Gespiegelt hierzu existiert eine ‚normale‘ Vorstellung davon, wie eine Stadt oder Region sein muss: Sie muss ökonomisch stark sein und wirtschaftlich wachsen. Damit einher geht auch die Grundannahme, dass dies nur in Städten und Regionen mit positiven Wanderungssaldi gelingen kann (BARDT/ORTH 2018: 22). Ob diese anscheinend vorhandene raumdeterministische Relation tatsächlich existent ist, ist bisher nicht abschließend geklärt und wird in der Forschung kritisch hinterfragt (FRANZ 2004: o.S.).

Um dem Trend schrumpfender Räume entgegenzuwirken, haben sich verschiedene politische und raumplanerische Instrumentarien etabliert. Die Möglichkeiten reichen hierbei von investitionspolitischen Instrumenten, über Raumneuordnungen, zu der Schaffung bzw. Beeinflussung weicher Standortfaktoren zur Attraktivitätssteigerung des Raumes für Arbeitnehmer und Einwohner (BARDT/ORTH 2018: 22f.). Dennoch herrscht bisher in großen Teilen von Verwaltungen und Forschung Ratlosigkeit darüber, wie mit dem Phänomen schrumpfender Räume umzugehen ist und ob tatsächlich Instrumente und Möglichkeiten existieren, um eine nachhaltige Trendwende in betroffenen Regionen und Städten zu induzieren (HOLLANDER/NÉMETH 2011:363). Dies wirft zugleich die Frage auf, ob das probateste Mittel nicht einfach die Akzeptanz der Schrumpfung als die neue ‚Normalität‘ ist. Hieraus würde sich für Politik und Verwaltung die Aufgabe ergeben, sich wirtschaftlich und planerisch an dieser neuen Normalität zu orientieren, anstatt durch Instrumente und Maßnahmen die alte Normalität wiederherzustellen.

Hochschulen nehmen in dieser Debatte eine Sonderrolle ein, da ihnen zugeschrieben wird, für Regionen und Städte als Wachstumsmotor zu fungieren und Innovationstreiber zu sein (TRIPPL 2015: 43). Die Untersuchung verschiedener Fallbeispiele hat gezeigt, dass

Hochschulstandorte demnach weniger anfällig für Schrumpfungstendenzen sind und eine Stärkung der Hochschule auch zu nachhaltigen Stärkungen der lokalen Ökonomie führen kann (FRITSCH 2015: 122f.). Hierbei gilt die Prämisse der unternehmerischen Universität, womit gemeint ist, dass die moderne Hochschule nicht mehr ihrem originären Anspruch als freier und unabhängiger Ort der Wissensakkumulation nachkommt, sondern vielmehr als Teil der (regional-)wirtschaftlichen Mechanismen funktioniert:

„Folgt man dem Konzept der unternehmerischen Universität, dann liegt die Rolle von Hochschulen in der Regionalentwicklung in erster Linie darin, dass sie aktiv die kommerzielle Verwertung ihres Wissens betreiben und ihre Forschungsergebnisse in ökonomische Entwicklung überleiten. Hochschulen leisten in diesem Modell vor allem einen Beitrag zur ökonomischen Prosperität bzw. Evolution von Regionen. Zu den Hauptmechanismen bzw. -aktivitäten zählen die Patentierung universitärer Forschungsergebnisse, Lizenzen, akademische Ausgründungen und der Technologietransfer an Unternehmen.“ (TRIPPL 2015: 46).

Wie KUJATH hierzu aufzeigt, nehmen Hochschulstandorte in den neuen Bundesländern eine besondere Rolle in der Regional- und Stadtentwicklung ein. Ihre Effekte entfalten eine Strahlkraft in ihre jeweiligen Standortstädte und reichen bis ins Umland, so dass sie auch in die Region hineinwirken (KUJATH 2015: 32). Neben einer erhöhten Ansiedelung von wissens- und technologiebasierten Unternehmen und privaten Forschungseinrichtungen mit einem direkten ökonomischen Effekt für die Städte und Regionen lassen sich zudem für manche der Hochschulstandorte in neuen Bundesländern sekundäre Effekte, wie eine höhere Quote an Schulabschlüssen mit Hochschulreife, nachweisen (KUJATH 2015: 32). Auch können Hochschulen für eine temporäre Migration sorgen. Damit ist gemeint, dass Neubürger für den Zeitraum ihres Studiums in die Stadt oder ihr Umland migrieren und so einen Einfluss auf die Einwohnerzahlen ausüben, womit zumindest ein Teil des Bevölkerungsrückganges kompensiert werden kann (FRITSCH/PIONTEK 2015: 82). Dieser Umstand führt auch dazu, dass die Studierenden das von FLORIDA postulierte liberale Umfeld mit einem dynamischen und belebten Look and Feel für die Stadt mitgestalten. Dennoch ist anzumerken, dass sich für die Städte und Regionen in der Regel keine langfristigen Bevölkerungsveränderungen ergeben. Nach Beendigung des Studiums bleiben wenige der Studierenden in der Stadt oder Region. Nachrückende Studierende ersetzen sie, was zu konstanter Bewegung in den Migrationsstatistiken führt (FRITSCH/PIONTEK 2015: 73). Dennoch profitieren gerade Städte von den Studierenden, da bei ihnen eine besonders hohe Bereitschaft zur Partizipation des städtischen Lebens und der Gestaltung der Stadt vorhanden ist, so dass (ehemalige) Studierende unter anderem als treibende Kräfte der Stadtentwicklung angesehen werden können (KUJATH 2015: 38). Über die Gründung von kleinen und mittleren Unternehmen oder gastronomischen Betrieben regt eine sehr kleine Zahl

von Zugezogenen damit die Ökonomie vor Ort an und trägt somit zur Stadt- und Regionalentwicklung bei (KUJATH 2015: 38). Der weit größere Teil der Studierenden wird jedoch durch seine Migration an den späteren Arbeitsort das erworbene Wissen der Stadt und Region wieder entziehen. Auch durch Professuren und angegliederte Forschungseinrichtungen können Impulse für die Stadt- und Regionalentwicklung gegeben werden. Dies hängt aber in der Regel auch sehr stark von inhaltlichen und räumlichen Forschungsschwerpunkten der Einzelnen ab (KUJATH 2015: 39f.).

Insgesamt ist die Thematik schrumpfender Räume ein Forschungsfeld, das aktuell an Fahrt gewinnt. Auch wenn es bereits seit mehreren Dekaden in der Forschung präsent ist, gibt es bisher wenig gesicherte Erkenntnisse. Dies scheint auch der Tatsache geschuldet, dass jede Stadt und Region sehr einzigartige Entwicklungspfade zurücklegt und auch wenn durch Untersuchungen wie beispielsweise das Betrachten von Pfadabhängigkeiten versucht wird, generalisierende Aussagen über Erfolgs- und Misserfolgskriterien in der Raumentwicklung treffen zu können, ist die tatsächliche Aussagekraft solcher Deterministen doch sehr gering. Zu komplex gestaltet sich das Zusammenspiel der Faktoren Wirtschaft, Politik, Verwaltung und Bevölkerung, welche nicht nur auf lokaler Ebene zusammenwirken, sondern durch Globalisierungsprozesse ebenso auf nationaler und internationaler Ebene wechselseitige Beziehungen eingehen (WETZEL 2005: 29f.). Schrumpfungprozesse aufzuhalten oder gar umzukehren, würde bedeuten, auch auf nationaler Ebene den Geburtenrückgang zu invertieren. Ob dies mit momentan herrschenden Gesellschafts- und Familienbildern vereinbar ist, ist sehr fraglich. Stattdessen sollten eine schrumpfende Bevölkerung und damit auch schrumpfende Städte und Regionen als die neue Normalität akzeptiert werden. Dies würde auch Hand in Hand mit aktuellen Debatten über Sinn und Unsinn des Wachstumsparadigmas gehen, mit der anhängenden Frage, ob ewiges Wachstum tatsächlich erstrebenswert und realistisch ist (LORENZ 2016: 8). Aus der Entstigmatisierung schrumpfender Räume könnte ein neues Paradigma erwachsen, welches mit kleineren Gesellschaften zu leben lernt und somit einst ‚abgeschlagene‘ Regionen und Städte wieder attraktiv machen könnte. Vor dem Hintergrund aktueller technologischer Entwicklungen, wie die Automatisierung der Arbeits- und Lebenswelt und der damit einhergehenden Debatte darum, ob und wann Menschen weniger arbeiten werden und ein (bedingungsloses) Grundeinkommen erhalten sollten, könnte in nicht allzu ferner Zukunft bereits wieder eine Disruption den hegemonialen Diskurs um Rollen- und Familienbilder wandeln.

2.7 Versuch einer zusammenfassenden Theorie von Diskurs und Hegemonie im Kontext von Stadt- und Regionalentwicklungsprozessen

In den vorherigen Kapiteln wurden sechs theoretische Schwerpunkte für diese Arbeit gesetzt und erläutert. Sie alle hatten gemeinsam, dass sozial-konstruktivistische Mechanismen und Prozesse und diskursive Praktiken und Repräsentationen als grundlegend in ihnen identifiziert werden konnten. In den Theorien von GRAMSCI, FOUCAULT, LACLAU und MOUFFE sowie URRY ist dies sehr offensichtlich. Ihre komplette Konzeption fußt auf unsichtbarer Wirkmacht, welche durch Sprache, Bilder, Ton und Handlungen die subjektive soziale Realität erschafft. Durch Hegemonie und Diskurs üben Subjekte und Kollektive einen Einfluss darauf aus, wie andere Objekte, Subjekte, Kollektive und Räume wahrgenommen werden. Dabei kann sowohl die Eigendarstellung als auch die Fremddarstellung im Mittelpunkt stehen. Tagtäglich wird ein jeder mit diskursiven Repräsentationen konfrontiert und ebenso tagtäglich wird ein jeder mit neuem Wissen über diese diskursiven Repräsentationen konfrontiert, so dass ein ewigwährender Prozess mit stetigen Neuverhandlungen um den identitätskonstituierenden Kern des Selbst und Anderen stattfindet. Dieser Umstand wird im Stadt- und Regionalmarketing genutzt, um möglichst positive Assoziationen und damit auch diskursive Raumrepräsentationen in der Gesellschaft zu verankern. Ob dies gelingt, hängt u.a. davon ab, welche Akteure welche hegemoniale Stellung im jeweils betrachteten Machtgefüge einnehmen. In jeglichen Bereichen des alltäglichen Lebens werden diese Deutungshoheiten neu verhandelt und gerade in einer globalisierten Welt mit einem Telekommunikationsnetz, das über soziale Plattformen, user-generated content Seiten oder Kommentarfunktionen einen völlig neuen Meinungsaustausch ermöglicht, als es noch in den 1970er Jahren der Fall war, verlieren fest etablierte Konstrukteure von diskursiven Repräsentationen wie Medien, Politik und Wissenschaft womöglich etwas von ihren Vormachtstellungen (JAQUES et al. 2019: 1). Diese These ließe sich zumindest in Anbetracht aktueller wissenschaftlicher und gesellschaftlicher Debatten um Verschwörungstheorien aufstellen. Etablierten Akteuren wird hierbei durch bestimmte Bevölkerungsteile Glaubwürdigkeit abgesprochen und in diesem Prozess die hegemoniale Deutungshoheit von bestimmten ‚Wissen‘ über etwas oder jemanden verschoben. In der Folge wird dem ‚Wissen‘ fremder Menschen, beispielsweise aus dem Internet, eine hohe Glaubwürdigkeit zugesprochen. Auch wenn Verschwörungstheorien ein Extrem bei dieser Verbreitung von Wissen und damit auch diskursiven Repräsentationen darstellen, kann an ihnen die Neuordnung von Diskursen und Hegemonie sehr gut nachvollzogen werden. Besonders im Tourismus nimmt die Bedeutung von Internet im Allgemeinen und user-generated content im Speziellen stetig zu (MARCHIORI/CANTONI 2015: 194). Ob nun Travel Blogs, Einträge und Empfehlungen auf der Webseite bzw. in der

App Trip Advisor oder selbstgeschriebene Beherbergungsangebote auf der Sharing Economy Plattform Airbnb, die hier durch die Nutzer erstellten Einträge und Inhalte haben einen Einfluss darauf, was als touristisch attraktiv und somit auch als besuchenswerte Destination oder Attraktor wahrgenommen wird. Im Sinne von URRYs Tourist Gaze tragen diese Texte, Bilder oder Videos genauso zur Konstitution bestimmter räumlicher Repräsentationen bei, wie es beispielsweise die Medien, Reiseveranstalter oder Marketingunternehmen bzw. -abteilungen tun. Die subjektive Bedeutungszumessung einzelner diskursiver Repräsentationen ist dementsprechend im Tourismus für die Wahl des Reisezieles entscheidend, so wie die Standortwahl eines Unternehmens durch die diskursiven Repräsentationen eines Raumes geprägt wird oder in der Zivilbevölkerung einen Einfluss auf die Wahl des Lebens- und Arbeitsortes hat. In der Theorie um schrumpfende Räume ist mit solchen diskursiven Repräsentationen ein bedeutender, aber in weiten Teilen noch negierter, Einflussfaktor aufgezeigt worden. Dabei wurden zwei Ebenen des Einflusses von diskursiven Repräsentationen erläutert. Zum einen eine gesellschaftlich-historische Ebene, welche über den Diskurs generellen Einfluss auf aktuelle Trends bei Lebensstilen und Wohnraumwahl hat (bspw. suburbanes vs. innerstädtisches Wohnen). Zum anderen raumspezifische Diskurse, welche für den jeweiligen Raumtyp (Kontinent, Nation, Region, Stadt, Dorf, etc.) existieren und sich somit auch gegenseitig überlagern können. Diskursive Repräsentationen größerer Skalenebenen diffundieren jedoch auch auf kleinere Skalenebenen. So existiert für die Nation Deutschland die stereotypische Vorstellung des fleißigen, pünktlichen Arbeitsethos, welche somit allen Einwohnern des Landes als Attribut zugesprochen wird. Für den Norden Deutschlands existieren marine Assoziationen, so dass jeder ‚Norddeutsche‘ stereotypisch im Fischerhemd dargestellt wird, während der Süden Deutschlands mit den alpinen und almwirtschaftlichen Repräsentationen des jodelnden Ziegenhirten in Lederhosen stereotypisiert wird (HOLZHAUSEN 2018: o.S.). Diese Zuschreibung diskursiver Attribute ließe sich entsprechend auf immer kleineren Raumskalen fortführen. Zudem existieren für jede Skalenebene multiple Vorstellungen des ‚Typischen‘, je nach persönlichem ‚Wissensstand‘, sozialem Umfeld und Medienkonsumption. Zurück zum konkreten Beispiel schrumpfender Räume könnte dies also bedeuten, dass die dominante diskursive Repräsentation des ‚abgeschlagenen und arbeitslosen Ostdeutschlands‘ schon stark stigmatisierend wirkt, während spezielle diskursive Raumrepräsentationen diesen Effekt lokal verstärken könnten. So wird die Stadt Hoyerswerda im Schrumpfungsdiskurs nicht nur durch die einzelnen Diskurse zu Arbeitslosigkeit und ökonomischer Schwäche geprägt, sondern ist zusätzlich durch einen Xenophobie-Diskurs beeinträchtigt, der die Stadt aufgrund von fremdenfeindlichen Ausschreitungen im Jahr 1991 prägt (POLLACK 2005: 15). Durch dieses Stigma können Migrations- ebenso wie

Investitionshemmnisse entstehen. Die Stadt könnte an touristischer Attraktivität verloren haben sowie durch das Stigma des wenig liberalen oder gar fremdenfeindlichen Umfeldes potenzielle Neubewohner abgeschreckt haben.

Schlussendlich kann Diskurs also als eine allgegenwärtige Faser verstanden werden, welche tief in unseren Alltag eingewoben ist und bemerkt und unbemerkt ein jedes Leben über ausgeführte Handlungen und gedachte Vorstellungen von etwas oder jemandem beeinflusst oder sogar bestimmt. Für Räume wird durch Marketingmaßnahmen versucht, einen aktiven Einfluss auf die Konstitution ihrer diskursiveren Repräsentationen zu nehmen. Dies mag während seines Aufkommens in den 1980er Jahren noch einfacher gewesen sein, da zu diesem Zeitpunkt die Hauptinformationsquellen durch Medien und Mund-zu-Mund Propaganda gegeben waren. Mit der weiteren Vernetzung der Welt durchlaufen Wissen und diskursive Repräsentationen einen unabhängigeren Prozess. Es darf hierbei nicht vergessen werden, dass auch Verbreitung von Wissen und Informationen im user-generated content vorherigen diskursiven Prägungen oder sogar einer Agenda unterworfen sind. Es kann dennoch argumentiert werden, dass die Verbreitung von Wissen und Informationen liberaler geworden ist. Es sind nun nicht mehr einzelne Akteure, welche in ihrer Wissens- und Informationsauswahl stark selektiv sind, sondern jeder kann seine persönlichen Erfahrungen und Blickwinkel zu einem Objekt, Subjekt, Kollektiv oder eben auch Raum veröffentlichen. Für Städte- und Regionen ergeben sich hieraus sowohl Chancen als auch Risiken. Schrumpfende Räume sind so nicht in erster Linie die Ursache für eine stigmatisierte diskursive Repräsentation, sondern das Symptom. In der Kausalkette war es nicht der abgeschlagene Osten Deutschlands, der zu Migrationsbewegungen aus den neuen in die alten Bundesländer geführt hat, sondern der ‚verheißungsvolle Westen‘. Durch die nachfolgende Entleerung der neuen Bundesländer ergab sich erst das Stigma des ‚abgeschlagenen Ostens‘ und von diesem Punkt an ein Wechselspiel aus realphysischer Manifestation des Stigmas und eine hierauf reagierende Neuverhandlung der diskursiven Repräsentation. Ergänzend kam ein genereller gesellschaftlicher Wandel durch Verschiebungen im Diskurs um Familie, die Rolle von Frau und Mann in der Gesellschaft und Lebensstile hinzu, welche in Verbindung mit dem aktuellen wirtschaftswissenschaftlich dominanten Paradigma des ewigen Wachstums zusätzlich Druck auf Städte und Regionen in Deutschland aufbauten. Räume die nicht dieser Norm des Wachstums entsprechen, werden als ‚abnormal‘ klassifiziert und können somit die o.g. Stigmata erhalten. Fraglich ist demnach, ob Stadt- und Regionalmarketing die gewünschten Veränderungen in den diskursiven Repräsentationen erreichen können. Sie allein können und sollten vielleicht auch gar nicht den gesellschaftlichen Wandel hervorrufen, der für die Entstigmatisierung dieser Räume notwendig wäre. Vielmehr scheint ein genereller gesellschaftlicher

Wandel durch Aufklärung der Bevölkerung und Wirtschaft über und Akzeptanz von Verwaltung und Politik von Schrumpfungstendenzen in Räumen notwendig zu sein, um so ein neues Verständnis von Normalität zu schaffen und hierüber die diskursiven Repräsentationen auf natürliche Weise anzupassen.

3 BESCHREIBUNG DER FALLBEISPIELSTÄDTE

Mecklenburg-Vorpommern mit seiner Lage an der Ostsee und als nordöstlichstes Bundesland Deutschlands fällt eine interessante Sonderrolle im nationalen Diskurs zu. Einerseits wird auch hier das Stigma des entleerten und abgeschlagenen Ostens angewandt (NEU 2006: 11). Gründe hierfür können in der Ausgangslage, welche das Bundesland nach der Wende hatte, gesucht werden. Sowohl in der DDR als auch heute ist Mecklenburg-Vorpommern durch weite Agrarflächen und den Schiffbau geprägt (KLEIN/TAMÁSY 2020: 363; JOHANSEN 2013:256f.). Die flächenintensive Agrarwirtschaft kann heute in weiten Teilen automatisiert und somit ohne menschliches Zutun realisiert werden, so dass sich hieraus wenige Arbeitsplätze ergeben, welche als Migrationsgrund dienen könnten (KLEIN/TAMÁSY 2020: 368). Zudem werden viele der Arbeitsplätze in der Landwirtschaft durch Saisonarbeiter aus Ländern der EU-Osterweiterung besetzt, so dass entsprechend nur temporäre Migration stattfindet und der Lohn nicht zurück nach Mecklenburg-Vorpommern oder Deutschland fließt, sondern in der Regel in die Wirtschaft des Heimatlandes eingespeist wird (SCHIOPU/SIEGFREID 2006: 15). Auf der anderen Seite positioniert sich Mecklenburg-Vorpommern seit den 2010er Jahren und insbesondere durch das Landestourismuskonzept, welches 2018 als Weiterentwicklung des 2010er Landestourismuskonzeptes veröffentlicht wurde, als Top-Destination in Deutschland. Mit der Nähe zur Ostsee und generell sehr vielen und weiten naturbelassenen Landschaften erscheint dies auch durchaus sinnvoll. Weiterhin sind auch städtetouristische Ziele in diese Konzeption mit eingebunden, so dass versucht wird ein breites Spektrum an möglichen Attraktoren zu bedienen (MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT, ARBEIT UND GESUNDHEIT MECKLENBURG-VORPOMMERN 2018: 14). Hinzu kommen die Mecklenburgische Seenlandschaft bzw. mecklenburgische Schweiz als mögliche innerdeutsche Alternative zu Seenlandschaften in Bayern und Italien (MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT, ARBEIT UND GESUNDHEIT MECKLENBURG-VORPOMMERN 2018: 15). Während lange Zeit Bayern das Bundesland mit den höchsten Übernachtungszahlen war, hat Mecklenburg-Vorpommern im Jahr 2017 erstmals die Position als meistbesuchtes Bundesland erreicht und konnte sie in den Folgejahren bis 2019 auch halten. Zuletzt wurden über 34 Mio. Übernachtungen in Mecklenburg-Vorpommern gemeldet (STATISTISCHES AMT MECKLENBURG-VORPOMMERN 2020a: 555). Hierdurch ergeben sich, dass rund 12 % der Wirtschaftsleistung des Bundeslandes durch den Tourismus induziert sind und die Branche ca. 60.000 Beschäftigte aufweisen kann (DEUTSCHER HOTEL- UND GASTSTÄTTENVERBAND 2021: o.S.). Kritisch ist hierbei anzumerken, dass Tourismus gemeinhin eine Niedriglohnbranche ist. Viele der Angestellten und Arbeiter sind, wie schon im Agrarsektor, saisonal über den Sommer angestellt (MAYER/STOLL-

KLEEMANN 2020: 492), was teilweise prekäre Lebensverhältnisse mit sich bringt. Zudem sind die Effekte des Tourismus generell schwer zu messen, da in tangible und intangible Effekte unterschieden werden muss. Tangible Effekte sind hierbei alle direkten, indirekten und induzierten wirtschaftlichen Effekte. Intangible Effekte machen sich durch Struktur-, Infrastruktur-, Image-, Kompetenz- oder Kooperationseffekte bemerkbar (WOLTERING 2012: 68), womit gemeint ist, dass beispielsweise für den Tourismus gebaute Infrastruktur (z.B. Autobahn) auch durch die regionale Bevölkerung oder andere Branchen genutzt wird und auch einen Investitionsvorteil für Unternehmen abseits der Tourismusbranche darstellt.

Historisch finden die drei Städte Rostock, Stralsund und Greifswald das erste Mal im 11. bzw. 12. Jahrhundert Erwähnung (FOCK 2021: 56, 92; SEDLMAIER 2020: 5). Es ist jedoch davon auszugehen, dass schon weit vor diesen geschichtlichen Erscheinungen bereits Siedlungen an den jeweiligen Gründungsorten existierten, welche schlussendlich in die Städte übergegangen sind (SEDLMAIER 2020: 5). Mit der Lage an der Ostsee entwickelten sich die Städte zu Umschlagszentren und wurden schließlich zu Mitgliedern des Händler- und Städteverbundes Hanse (FOCK 2021: 92). Neben acht anderen Städten war Rostock dies sogar bis zum letzten Hansetag 1669 (GRUNDLACH 2013: 39). Das maritime Erbe der Hansemitgliedschaft ist in der Architektur deutlich zu erkennen, sei es an dem Baustil der Backsteingotik mit seinen roten Klinkerbauten oder an speziellen Gebäudetypen wie Handelskontoren, welche zur Zweckausübung von Hansetätigkeiten errichtet wurden. Neben dem historischen Baustil der Hanse mischt sich in den Städten Stralsund und Greifswald zudem ein schwedischer Einfluss, welcher durch die Besetzung Vorpommerns durch Schweden zwischen 1648 und 1903 entstanden ist – auch bekannt als Schwedisch-Pommern (OLDACH 2020: 193). Des Weiteren lassen sich ebenso die Einflüsse der DDR auf Stadtkorpus und -architektur erkennen. Dieser Einfluss tritt vor allem in den städtischen Randlagen, wo mehrstöckige Betonplattenbauten in der genormten Bauweise sowjetischen Chruschtschowka entstanden sind, zutage. Die innerstädtischen Lagen mit den historischen und für die Altstadt typischen Hansebauten wurden durch die Verwaltung der DDR größtenteils ignoriert und im Sinne der sowjetischen Stadt hauptsächlich für Parade- und Repräsentationszwecke genutzt (BARTETZKY 2014: 120). Hierdurch kam es zu einem starken Verfall der Innenstädte, welcher erst nach der Wende durch städtebauliche Förderprogramme sukzessive beseitigt wurde (BUNDESMINISTERIUM FÜR VERKEHR, BAU UND STADTENTWICKLUNG 2012: 19). Durch die Sanierungs- und Restaurierungsarbeiten wurden die alten Stadtbilder mittlerweile nahezu flächendeckend wiederhergestellt und stellen einen bedeutenden Attraktor der jeweiligen städtetouristischen Destination dar.

3.1 Rostock – die inoffizielle Landeshauptstadt?

Rostock stellt das westlichste der drei untersuchten Fallbeispiele dar. Als kreisfreie Stadt ist es in den Landkreis Rostock eingebettet. Die Stadt selbst erstreckt sich über eine Fläche von 181,4 km² (UNIVERSITÄTS- UND HANSESTADT ROSTOCK 2018: o.S.), und stellt den Wohnort von 209.191 gemeldeten Personen dar (STATISTISCHES AMT MECKLENBURG-VORPOMMERN 2020c: 4). Rostock wird als kreisfreie Universitäts- und Hansestadt betitelt. Der Kreis Rostock erstreckt sich mit 3.422,51 km² (LANDKREIS ROSTOCK 2019: o.S.) über eine weitaus größere Fläche, hat jedoch lediglich 215.794 Einwohner (STATISTISCHES AMT MECKLENBURG-VORPOMMERN 2020c: 4). Die Stadt Rostock verfügt über einen positiven Pendlersaldo durch 34.543 Einpendler und 23.031 Auspendler, wodurch sich ein Saldo von 11.512 ergibt (BUNDESAGENTUR FÜR ARBEIT 2020: o.S.). Dieses Verhalten ist für Städte dieser Größenordnung normal, da die Stadt selbst eine deutliche Konzentration von Wirtschaftsunternehmen, Geschäften und Verwaltung darstellt, so dass innerhalb des Stadtraumes auch entsprechend viele Arbeitsplätze vorhanden sind. Nach der Beendigung der Trennung Deutschlands stand 1990 Rostock, neben Schwerin, als Landeshauptstadt zur Option. Schlussendlich wurde sich für Schwerin als Landeshauptstadt entschieden, da dort bereits die nötige Infrastrukturen eines Verwaltungsapparates vorhanden waren und Rostock durch Universität, Hafen und Industrie ein bereits vorhandenes starkes Entwicklungspotenzial attestiert wurde. Auf Grund der Tatsache, dass Rostock über 100.000 Einwohner mehr als Schwerin innehat und über eine gute wirtschaftliche Ausgangsposition verfügt, sitzen auch heute noch Unwissende dem Trugschluss auf, dass Rostock und nicht Schwerin die Landeshauptstadt Mecklenburg-Vorpommerns ist (KAHLSTORFF 2020: o.S.). Rostocks Wirtschaft hat traditionell einen starken Fokus auf Fischfang und -verarbeitung sowie den Schiffbau. Als Entwicklung der 2000er Jahre kommt durch die AIDA Cruises – German Branch of Costa Crociere S.p.A. mit der Marke AIDA Cruises der Kreuzfahrttourismus als wichtiger Wirtschaftszweig hinzu. Vor der COVID-19 Pandemie und der damit einhergehenden ‚Corona-Krise‘ im Tourismus galt die Kreuzschiffahrt als Wachstumssegment des Tourismus (STEINECKE 2018: 31). So verzeichnete diese Reise- bzw. Destinationsform im Jahr 2019 gegenüber dem Vorjahr ein Wachstum von 17 % des Passagieraufkommens (CRUISE LINES INTERNATIONAL ASSOCIATION 2020: 12). Hinzu kommen beim Kreuzfahrttourismus weitere ökonomische Effekte für die Stadt, da die Passagiere häufig bereits einen Tag vor dem Boarding des Schiffes anreisen und so mindestens eine Nacht im Hotel verbringen. Dies gilt ebenso, wenn auch seltener, bei der Rückreise (TORBIANELLI 2012: 140). Generell versucht die Hansestadt Rostock sich stärker als städtetouristische Destination zu etablieren. Im Jahr 2019 wurden 2.288.907 Übernachtungen erfasst,

welche in Verbindung mit den Ankünften von 829.222 Personen eine durchschnittliche Übernachtungsdauer von 2,8 Tagen ergibt. Gegenüber dem Vorjahr hat sich ein Wachstum der Übernachtungen von rund 7 % eingestellt (STATISTISCHES AMT MECKLENBURG-VORPOMMERN 2020d: 8). In der Stadt existierten im Jahr 2019 genau 130 Übernachtungsbetriebe, welche mit einer Auslastung von 28,9 % operierten (STATISTISCHES AMT MECKLENBURG-VORPOMMERN 2019: 18). Die Stadt verfügt in ihrem Süden zudem über einen Regionalflughafen, von welchem hauptsächlich Inlandsflüge und nahe Ziele im europäischen Ausland angeflogen werden. Mit dem FC Hansa Rostock ist ein überregional agierender Fußballverein in der Stadt, welcher seit 2012 in der 3. Fußball-Liga vertreten ist. In den Jahren zwischen 1995 und 2005 spielte der Verein in der 1. Fußball-Bundesliga und half somit dabei, den Städtenamen Rostocks bzw. die Stadt an sich national bekannter zu machen. Ab der Saison 2005/2006 stieg der Verein in die 2. Fußball-Bundesliga ab, gefolgt von einer kurzen Rückkehr in die 1. Fußball-Bundesliga in der Saison 2007/2008. Sportclubs und -vereine spielen für die Bekanntheit von Städten eine wichtige Rolle. Zudem sind sie insbesondere unter Anhängern und Fans der jeweiligen Clubs und Vereine für die Bildung regionaler Identitäten mitverantwortlich und können somit einen Einfluss auf die Darstellung und Entwicklung diskursiven Repräsentationen nehmen (HAMM 2015: 3). Die Universität der Stadt Rostock stellt einen weiteren wichtigen Arbeitgeber und Bildungsstandort in der Stadt dar und ist neben dem Max-Planck-Institut für demographische Forschung eine der zentralen Forschungseinrichtungen der Stadt. Gekoppelt hieran sucht die Stadt zudem eine stärkere Ausrichtung als Kongress- und Tagungsstandort. Die Hanse Sail ist neben der Kieler und Warnemünder Woche eine der bedeutendsten deutschen Veranstaltungen mit maritimer Ausrichtung. Mit rund 1 Mio. Besuchern gilt es als Mecklenburg-Vorpommerns größtes Volksfest, welches überregionale Strahlkraft entfaltet und somit ebenso für den Tourismus einen entscheidenden Attraktor darstellt (NORDDEUTSCHER RUNDFUNK 2019: o.S.).

3.2 Greifswald als kulturelle Schnittstelle zu Polen

Die Universitäts- und Hansestadt Greifswald ist weit im Nord-Osten des Bundeslandes Mecklenburg-Vorpommern angesiedelt. Mit ca. 106 km Luftlinie und knapp 160 km Fahrstrecke nach Stettin ist es in unmittelbarer Nähe zur polnischen Grenze gelegen. Dies führt zu einem starken internationalen Austausch in der Region zwischen Polen und Deutschland, welcher sich über verschiedene Austauschprogramme, Städtepartnerschaften und Kulturveranstaltungen zwischen den Städten bzw. Ländern äußert. So ist der polenmARkT, welcher jährlich durch den gleichnamigen Verein durchgeführt wird, eine mehrtätige Veranstaltung, welche dem

kulturellen Austausch zwischen Polen und Deutschland dient und über Musik, Literatur, Performance, Probesprachkurse, Ausstellungen und weitere Veranstaltungspunkte ein Zusammenkommen im deutsch-polnischen Grenzgebiet fördern möchte (POLENMARKT e.V. (Hrsg.) 2020: o.S.). Ebenso existieren Forschungs- und Austauschprogramme der Universitäten in Greifswald und Stettin, welche den Austausch beider Länder auch auf der wissenschaftlichen Ebene weiter fördern.

Die Stadt Greifswald verfügt über 59.421 Einwohner und erstreckt sich über eine Fläche von 50,05 km². Als wichtigste Arbeitgeber gelten die Universität und das Universitätsklinikum. Das Klinikum hat zudem eine regionale Leuchtturmfunktion, da es den Hauptpunkt der medizinischen Versorgung nicht nur für Greifswald, sondern auch für die nahe Insel Usedom darstellt. Durch die geringe Distanz zu Usedom ergibt sich mit der maritimen Lage am Greifswalder Bodden in den Sommermonaten eine stabile Tourismuswirtschaft in Greifswald. Die Stadt verzeichnete 2019 106.247 Ankünfte und 286.415 Übernachtungen, woraus sich durchschnittlich 2,7 Übernachtungen pro Touristen ergeben. In der Stadt sind 36 Übernachtungsbetriebe angesiedelt, welche 2019 eine Bettenauslastung von 40,3 % verzeichnen konnten (STATISTISCHES AMT MECKLENBURG-VORPOMMERN 2020d: 8; 19). Ebenso wie in Rostock könnte ein Teil der Übernachtungen durch die Universität induziert werden, da regelmäßig verschiedene Fachtagungen und -kongresse durch die verschiedenen Institute der Universität durchgeführt werden. In den erfassenden Statistiken wird jedoch nicht explizit nach den Reismotiven gefragt, so dass es sich hierbei nur um eine naheliegende Vermutung handelt.

In der DDR stellte das Atomkraftwerk Lubmin einen wichtigen Arbeitgeber in der Region dar, wodurch gerade in südöstlich peripheren Stadtrandlagen neue Wohnquartiere entstanden sind. Heute stellt das Unternehmen HanseYachts, welches Segelyachten zusammenbaut und weltweit der zweitgrößte Hersteller in diesem Segment ist, (HANSEYACHTS AG 2021: o.S.) neben der Universität und dem Universitätsklinikum einen weiteren wichtigen Grundpfeiler der Wirtschaft Greifswalds dar.

3.3 UNESCO-Weltkulturerbe Stadt Stralsund

Die Hansestadt Stralsund ist seit 2002 in die Liste der UNESCO-Weltkulturerbe aufgenommen. Die Bewerbung fußte dabei auf der besonderen Architektur bzw. dem Arrangement der verschiedenen Gebäude der Backsteingotik (UNESCO 2015: 2). Mit der Bewerbung bzw. dem Titel als UNESCO-Weltkulturerbe wird die Strategie einer starken Ausrichtung der städtischen Wirtschaft auf das Tourismussegment verfolgt (HANSESTADT STRALSUND 2015: 17). Die Stadt verzeichnete im Jahr 2019 250.362 touristische Ankünfte und 584.806 Übernachtungen

(STATISTISCHES AMT MECKLENBURG-VORPOMMERN 2019: 8). Mit 2,2 durchschnittlichen Übernachtungen pro Gast hat Stralsund im direkten Vergleich zu Rostock und Greifswald somit die kürzeste Aufenthaltsdauer. Hinzu kommen jedoch viele nicht-registrierte Tagesgäste von der Insel Rügen, welche in unmittelbarer Nähe zu Stralsund liegt. Zudem stellt die Rügenbrücke in Stralsund den einzigen Landweg auf die Insel dar, so dass ein Besuch der Stadt als tagestouristisches Ziel mit An- oder Abreise verbunden werden kann. In der Stadt existierten in 2019 43 Übernachtungsbetriebe mit einer Bettenauslastung von durchschnittlich 46,3 % (STATISTISCHES AMT MECKLENBURG-VORPOMMERN 2019: 20). Im Vergleich zum Bundesdurchschnitt von 39,2 % (STATISTISCHES BUNDESAMT 2020: o.S.) ist dies ein sehr guter Wert. Weiterhin wird der Fokus auf Tourismus als stadtwirtschaftliche Wachstumsstrategie daran deutlich, dass mit dem Deutschen Meeresmuseum und dem Ozeaneum zwei wichtige Attraktoren in der Stadt angesiedelt sind und besonders in der Tourismusmarketingstrategie der Stadt berücksichtigt werden (HANSESTADT STRALSUND 2015: 75). Das Ozeaneum stellt hier den wesentlich bedeutenderen Attraktor dar. Die Planungen zu diesem Naturkundemuseum mit fünf Dauerausstellungen lebender Meerestiere begannen bereits 1998 und wurden von Beginn an als Zweitausstellung zum Meeresmuseum konzipiert, da dieses in seinen Räumlichkeiten nicht weiter wachsen konnte. Gefördert durch Mittel des Bundes entstand von 2006 bis 2008 der Bau auf der Stralsunder Hafeninsel. Das mehrstöckige Gebäude verfügt über 8.700 m² Ausstellungsfläche und die Aquarien fassen knapp 2,6 Mio. Liter Wasser. Im Jahr 2019 kamen 545.857 Besucher ins Ozeaneum, was in Verbindung mit den Ankünften aus 2019 immer noch eine Summe von fast 300.000 Tagesbesuchern offenlassen würde. Allein hieran wird deutlich, dass das Ozeaneum eine überregionale Strahlkraft entfaltet und so seiner Funktion als touristischer Attraktor für die Stadt gerecht wird. Dennoch muss festgestellt werden, dass es nahezu jährlich eine Abnahme der Besucherzahlen gibt. Waren es 2009 noch 802.540 jährliche Besucher, sanken die jährlichen Besucher 2012 auf 598.711. Im Sinne des Destinations-Lebenszyklus nach Butler befindet sich das Ozeaneum somit in der Stagnationsphase und es müssten vor der drohenden Abnahmephase bei diesem anhaltenden Trend entsprechende Maßnahmen eingeleitet werden, um eine Revitalisierungsphase einzuleiten (HAYWOOD 2006: 66).

Neben dem Tourismus stellte und stellt die Werftenindustrie einen wichtigen Wirtschaftsmotor für die Stadt dar. Jedoch hat seit den 1980er Jahren eine kontinuierliche Abnahme an Aufträgen stattgefunden, so dass die Bedeutung sich mittlerweile vom einst wichtigsten Wirtschaftsfaktor der Stadt deutlich nach unten verschoben hat. Zwischenzeitlich war weltweit, aber insbesondere im Norden Deutschlands, von einer Werftenkrise die Rede, welche besonders in den 2010er

Jahren deutlich wurde (LUDWIG et al. 2014: 9.). Heute kann von einem konstanten Niveau gesprochen werden, wobei der langfristige Trend gemessen an Auftragslage und Beschäftigungsquote weiterhin leicht sinkend ist (LUDWIG 2020: 2f.).

Mit der Störtebeker Braumanufaktur befindet sich ein Traditionsunternehmen in der Stadt, welches 1827 gegründet wurde. Das Unternehmen bestand auch in der DDR weiter, musste jedoch nach der Wende einen deutlichen Rückgang der Verkaufszahlen verzeichnen (DOSTER 2015: o.S.). 2012 schloss sich die Brauerei dem Verbund mittelständischer Privatbrauereien ‚Freie Brauer‘ an und kann seitdem wieder eine deutliche Absatzsteigerung verzeichnen (STÖRTERBEKER BRAUMANUFABRIK 2012: o.S.). Aktuell liegt der Absatz bei geschätzten 300.000 hl, wobei dieser Wert nur aus dem Wachstum der Brauerei gegenüber dem Jahr 2018 mit einem Absatz von 250.000 hl abgeleitet wird (STÖRTERBEKER BRAUMANUFABRIK 2020: o.S.). Im Vergleich hierzu hatte die Radeberger Brauerei als Deutschlands größte Brauerei einen Absatz von 11,5 Millionen hl im Jahr 2017 (LEBENSMITTEL ZEITUNG 2021:12). Die Störtebeker Brauerei setzt dabei stark auf eine Vermarktung als regionales bzw. ‚norddeutsches‘ Produkt und betreibt beispielsweise auch eine Gastronomie in der Elbphilharmonie in Hamburg, um diesen ‚typisch‘ regionalen bzw. norddeutschen Charakter zu unterstreichen.

Weiterhin verfügt Stralsund über eine Fachhochschule, welcher jedoch in der Regionalökonomie keine herausgestellte Bedeutung zugeschrieben werden kann. Zwar existieren Kooperationen in die Region und zu dort angesiedelten Wirtschaftsunternehmen, mit 240 Mitarbeitern und 2.336 eingeschriebenen Studierenden im Wintersemester 2019/20 (HOCHSCHULE STRALSUND 2020: o.S.) kann hier jedoch nicht von einer weitreichenden Strahlkraft gesprochen werden.

Stralsund hat insgesamt 59.418 Einwohner und eine Stadtfläche von 54,07 km² (HANSESTADT STRALSUND 2020: o.S.). Im langfristigen Trend verliert die Stadt jedoch Einwohner. Hatte Stralsund zur Wende 1990 noch 72.780 Einwohner, sank diese Zahl bis 2000 auf 60.663 Einwohner und stagniert seit 2010 auf diesem Niveau. Jedoch ist auch zukünftig mit einer leichten Tendenz zur erneuten Bevölkerungsabnahme zu rechnen (HANSESTADT STRALSUND 2020: o.S.). Anders als im Falle Greifswalds kann hier also das Schrumpfen der Bevölkerung in der reinen Statistik nicht auf die Kreisgebietsreform von 2011 zurückgeführt werden, da die Stadt selbst bereits vor der Reform Stagnations- bzw. Schrumpfungstendenzen in der Bevölkerung aufgewiesen hat.

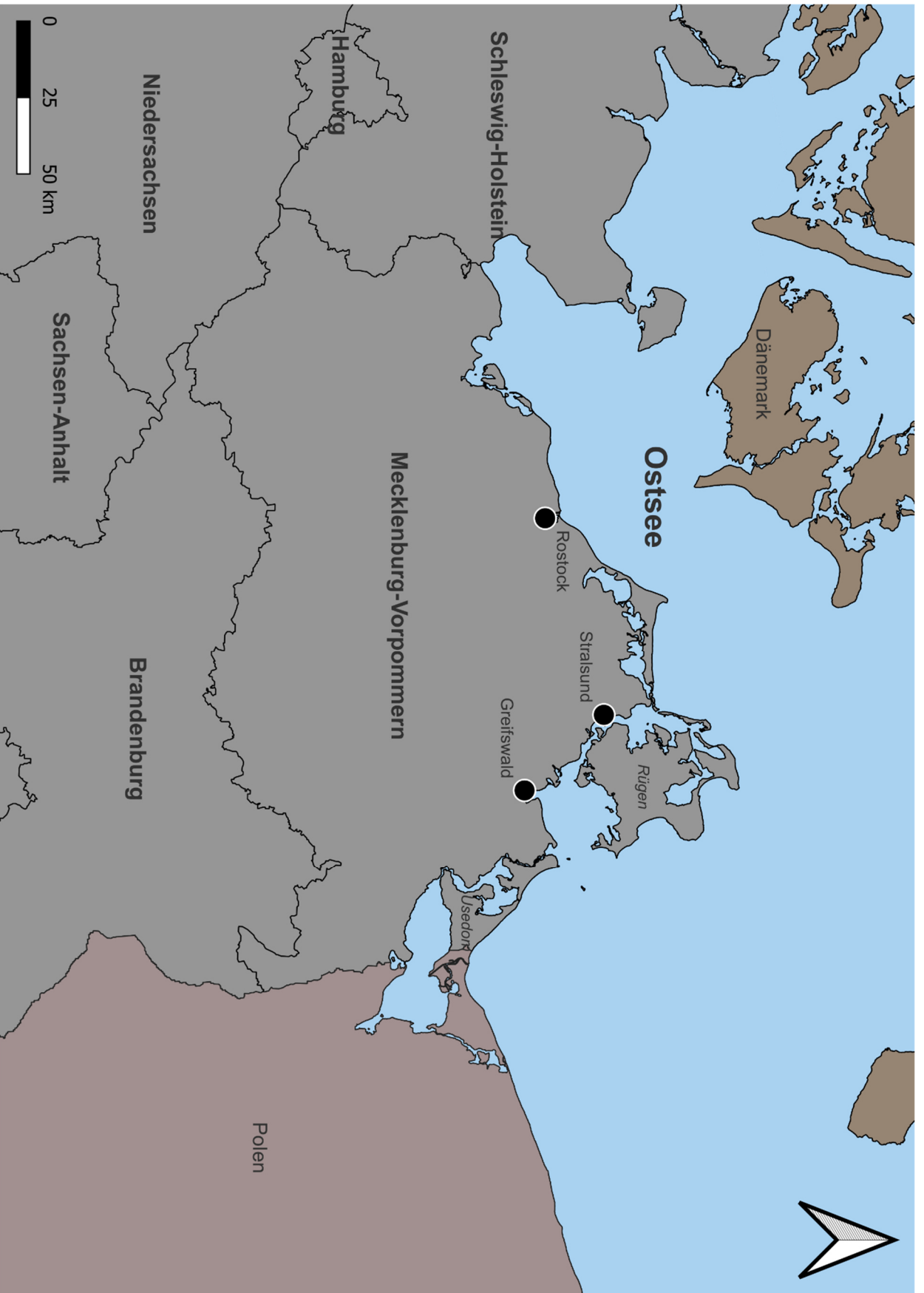


Abbildung 7: Räumliche Verortung der drei Untersuchungsstädte Rostock, Stralsund und Greifswald. Eigene Darstellung. Daten von DIVA-GIS.

4 METHODIK

Mit der lexikometrischen Diskursanalyse wird in dieser Arbeit eine Methode angewandt, welche ihren Ursprung in der sprachwissenschaftlichen Forschung hat (GLASZE 2008: 197). Für diese Methode ist jedoch weder in der Linguistik noch in den Gesellschaftswissenschaften klar definiert welche Analysen durchzuführen sind, wie diese anzuwenden sind und welches Material am sinnvollsten zu untersuchen ist. Dieses Kapitel soll aus diesen Gründen eine grobe Übersicht über die Methodik an sich geben und anschließend die einzelnen Analysen vorstellen, die zur Untersuchung der diskursiven Repräsentationen von Rostock, Stralsund und Greifswald angewandt wurden. Zudem soll ihre Wahl begründet werden. Des Weiteren wird das Untersuchungsmaterial näher erläutert und die getroffene Auswahl ebenso begründet. Abschließend folgt eine kritische Reflexion der gewählten Methode und Materialien.

4.1 Die lexikometrische Diskursanalyse als ein zweischrittiges Verfahren

Wie sich diskursive Repräsentationen konstituieren, kann immer auf den Gebrauch von Sprache und ihren Elementen zurückgeführt werden (DZUDZEK et al. 2009: 234). Wie in Kap. 2 erläutert, verbreitet sich in linguistisch basierten Arbeiten der Geistes- und Gesellschaftswissenschaften das Verständnis dafür, dass diskursive Repräsentationen nicht nur aus textlichen Elementen, sondern ebenso aus Symbolen und Zeichen bestehen. Die Sprache wird dennoch als das Quasi-Axiom angesehen, welches den Grundpfeiler diskursiver Repräsentationen darstellt und weitere Elemente leiten sich aus diesem ab (MIGGELBRINK/SCHLOTTMANN 2009: 183). Wenn beispielsweise Karten als nicht sprachliche, sondern symbolische Elemente diskursiver Repräsentationen und somit auch der diskursiven Praxis angesehen werden, kann sich ihre Wirkung nur dann entfalten, wenn vorher sprachliche Grundregeln zur Interpretation der Symbole und Zeichen etabliert wurden. Oder, wenn auf Toilettenzeichen die Darstellung der binären Geschlechter dazu genutzt wird, um anzuzeigen welche Toilette für welches Geschlecht gedacht ist, muss vorher über Sprache und damit auch über diskursive Repräsentationen verhandelt worden sein, was als ‚typisch weiblich‘ und ‚typisch männlich‘ gilt. So stellen diese Symbolbilder Frauen in Kleidern bzw. Röcken und mit langen Haaren dar. Männer haben hingegen keine erkennbaren Haare und tragen Hosen. Im Diskurs um ‚Männlichkeit‘ und ‚Weiblichkeit‘ musste also vorher erst sprachlich verhandelt werden, welche Attribute diese Bezeichnungen ausmachen, so dass eine abstrahierte Darstellung hieraus für die Piktogramme abgeleitet werden konnte. Die Frage danach wie zeitgemäß und notwendig diese Art der Darstellung für die Piktogramme ist, wird ebenso sprachlich ausgetragen, was aktuell an der generellen Debatte um Geschlechterzuschreibungen und Gender beobachtet werden kann. Das kontinuierliche

Verhandeln und die Veränderung von symbolischen Elementen des Diskurses müssen also ebenso erst sprachlich stattfinden, bis sie in die abstrahierte Darstellung münden. Die Methode der lexikometrischen Diskursanalyse untersucht, welche sprachlichen Muster in Texten auftreten (DZUDZEK et al. 2009: 233). Hierzu werden im Rahmen der Analyse verschiedene Werkzeuge eingesetzt, um so anschließend ein umfassendes Bild nachzeichnen zu können. Die Methode hat somit ihren Ursprung in den Sprachwissenschaften. Mit den in Kap. 2 beschriebenen Überlegungen und theoretischen Grundsteinlegungen in den Geistes- und Sozialwissenschaften wurden die Analysen entsprechend adaptiert und für einen geistes- und sozialwissenschaftlichen Kontext zugänglich gemacht. Mit FOUCAULTs Arbeiten zu Diskursen und der Weiterführung durch LACLAU und MOUFFE hat eine weitere Verbreitung des Mehrwerts literaturwissenschaftlicher Methoden in Geistes- und Sozialwissenschaften stattgefunden. Insbesondere durch GLASZE (2007), ANGERMÜLLER (2007) und MATTISSEK (2008) wurden entsprechende Grundlagen für die deutschsprachige Humangeographie erarbeitet, welche in entsprechenden Forschungsarbeiten mit textbasierten Diskursanalysen zum Tragen kommen. Während die Methode einerseits den Anspruch erfüllen muss, sich davon zu lösen, dass Handlungen subjektorientiert zu betrachten sind und vielmehr als Konsequenz von diskursiven Repräsentationen und diskursiven Praktiken zu verstehen sind (MATTISSEK 2008: 113), sollen trotzdem durch die Analyse diese Konsequenzen als Spiegelung einer sozialen Realität aufgezeigt werden können (ANGERMÜLLER 2007: 101). Um also (raumbezogene) Handlungen verstehen zu können, muss der jeweilige Diskurs betrachtet werden. Dabei gilt es die multidimensionale Existenz von Diskursen insofern zu berücksichtigen, als dass zumindest deutlich sein muss, dass zu viele Diskurse über einen Raum, ein Objekt oder ein Kollektiv existieren, um sie alle erfassen, darstellen und untersuchen zu können (ANGERMÜLLER 2007: 102). GLASZE schreibt weiter dazu, dass die Diskursanalyse im Sinne LACLAUs und MOUFFEs immer nur als „temporäre Fixierung von Differenzbeziehungen“ (2007: 7) verstanden werden kann. Was schlussendlich bedeutet, dass neben der Quantität der Diskurse ebenso seine temporale Komponente zu berücksichtigen ist. Auch ANGERMÜLLER macht dies deutlich, wenn er davor warnt, dem Trugschluss des Adlerblicks aufzusitzen (2007: 102). Als forschende Person ist es schlichtweg nicht möglich, alle Diskurse und ihre jeweiligen Veränderungen, die über die Zeit auftreten, zu erfassen. Vielmehr muss die Tatsache ins Bewusstsein gerufen werden, dass immer nur jeweils eine Ausprägung des Diskurses zu einem bestimmten Zeitpunkt betrachtet werden kann. Weiterhin zeigen ANGERMÜLLER (2007) und MATTISSEK (2008), dass sich seit den 1970er Jahren in Frankreich methodische Ansätze zur Interpretation von Texten bzw. Textkorpora etabliert haben. Diese haben ihren Ursprung größtenteils in den

Literaturwissenschaften, während die anglophone und auch deutsche Diskursforschung eher sozialwissenschaftliche Zugänge zu Texten und ihren Interpretationen gesucht haben (MATTISSEK 2008: 115f). Problematisch an diesem Vorgehen ist insbesondere die Gefahr des Verlustes einer objektiven Positionierung zu den Untersuchungsräumen oder -objekten (MATTISSEK 2008: 115). Die französische Schule der Diskursforschung wird durch ANGERMÜLLER als formal-qualitativ bezeichnet, wodurch sie in besonderer Weise für die Untersuchung in Arbeiten mit strukturalistischen und post-strukturalistischen Theoriegebäuden genutzt werden kann (2007: 104). Weiterhin werden durch MATTISSEK in Anlehnung an ANGERMÜLLER drei Gründe dafür genannt, warum eine sprachwissenschaftliche Orientierung in der Methode sinnvoller erscheint als eine sozialwissenschaftliche Analyse:

1. Eine linguistische Untersuchung macht es der forschenden Person einfacher eine objektive Position beizubehalten. Unter dem Begriff der ‚Materialität der Form‘ argumentiert ANGERMÜLLER, dass die quantitative Untersuchung des Diskurses verhindert, dass in den Ergebnissen (über-)interpretative Schlüsse gezogen werden. Nach ANGERMÜLLER geht auch formal-qualitative Diskursforschung davon aus, dass die Untersuchungsgegenstände mit Sinn behaftet sind. Der Frage nach der Konstitution oder der Natur dieses Sinnes wird jedoch erst viel später nachgegangen, so dass die Diskursanalyse an sich nur die objektiv-quantitativen Parameter wie das Auftreten bzw. die Häufung von bestimmten Worten untersucht oder welche Worte signifikant häufig miteinander verbunden sind. Worte als Produkt aus Zeichen und Symbolen sind neutral, ihr Sinn und somit auch ihre Wertung findet erst im Diskurs statt (MATTISSEK 2008: 116). Ob ein Wort also nun mit positiven oder negativen Attributen belegt wurde, ist an diesem Punkt der Untersuchung noch nicht feststellbar. Somit können auch nur objektive Aussagen über die Texte getroffen werden.
2. Es findet ein Bruch zwischen Objekt und Theorie statt, welcher nach MATTISSEK daraus entsteht, dass in formal-qualitativen Untersuchungen die neuen Erkenntnisse aus einem aktiven Konstruktionsprozess entstehen (2008: 116). „[...] es werden Elemente aus dem Objektdiskurs (Beobachtungen, empirische Daten, Texte) herausgenommen und in den Theoriediskurs überführt. Die so transferierten Elemente werden also durch die Kategorien und Relevanz des Theoriediskurses ‚gebrochen‘.“ (MATTISSEK 2006: 16). Hieraus ergibt sich komplett neues Wissen, welches nicht schon im Untersuchungsobjekt existiert und somit losgelöst von diesem bestehen kann.

3. Durch die Anwendung der Methodik findet eine Reduktion der Komplexität statt. Da nicht auf den nachgestellten Sinn der Worte, sondern in der Analyse selbst nur auf das Wort als kleinstes konstitutives Element (MATTISSEK 2008: 114) geschaut wird, wird noch nicht danach gefragt mit welchen Attributen und entsprechend eventuellen Stigmata ein Wort oder Satz belegt ist. Vielmehr geht es darum, durch die Analysen Regelmäßigkeiten in der Sprache aufzudecken und zu verstehen, welche Wirkung sich aus diesen Regeln ergeben (ANGERMÜLLER 2007: 105).

Als grundlegende Prämisse gilt hierbei, dass, in Abgrenzung zu qualitativen Methodenwerkzeugen, die formal-qualitative Forschung von einer anderen Konstruktionsweise der Realität ausgeht. Ein Großteil der sozialwissenschaftlichen Theorien nimmt an, dass Akteure über ihre Wahrnehmung und Handlung die Realität definieren und sie somit in ihrer Konsequenz auch Realität wird (THOMAS/THOMAS 1928: 572). Demnach würde intentionales Handeln dazu führen, dass ein bewusster Einfluss auf die Realität ausgeübt werden kann. Die formal-qualitative Forschung geht hingegen davon aus, dass Subjekte, Objekte und Räume konstruiert sind und sich im Sinne der Hegemonie auf das Handeln und Denken auswirken. Das intentionale Handeln bzw. eine Beeinflussung der Welt kann somit nicht mehr geschehen, da jegliche Handlungsmöglichkeiten bereits durch die Vordefinition der Realität beeinflusst und eingeschränkt werden (MATTISSEK 2008: 114).

In der deutschsprachigen Humangeographie wurde durch MATTISSEK ein seitdem breit rezipiertes Analyseverfahren für Diskurse entwickelt, welches auch in dieser Arbeit angewandt wird (MATTISSEK 2008: 119). Als erster Schritt wird hier, wie oben beschrieben, ein Überblick über die sprachlichen Muster in geschriebenen Texten gegeben. Diese Sammlung verschiedener Texte wird als Korpus bzw. Korpora bezeichnet. Wie ein Korpus definiert ist, ist dabei sehr offen gehalten. So kann bei einer Gegenüberstellung von Texten aus verschiedenen Wochenzeitschriften und wissenschaftlichen Fachjournalen jeweils ein Korpus aus den Texten der Wochenzeitschriften und ein Korpus aus den Texten der wissenschaftlichen Journale bestehen. Ebenso können die Korpora kleiner gefasst sein und jeweils die Texte aus einem Medium in einer bestimmten Zeitspanne beinhaltet. Also wären beispielsweise alle Texte aus den verschiedenen Wochenzeitschriften im Jahr 2000 ein Korpus, ebenso stellen alle Texte aus dem Jahr 2001 ein Korpus dar, usw. Dasselbe würde dann für die Texte aus den wissenschaftlichen Journalen gelten. Ebenfalls können die Korpora nach der jeweiligen Wochenzeitschrift zusammengefasst sein. So würden beispielsweise alle Beiträge des Sterns ein Korpus darstellen, ebenso wie alle Beiträge des Spiegels und alle Beiträge sonstiger Zeitschriften. Weiterhin kann

eine thematische Filterung vorgenommen werden, so dass sich vielfältige und sehr offene Möglichkeiten zum Kompilieren der Korpora ergeben und in verschiedenen Situationen verschiedene Kompilierungsvariationen Sinn ergeben (DZUDZEK et al. 2009: 239f.). Der zweite Schritt des durch MATTISSEK erarbeiteten Analyseverfahrens sieht eine Aussagenanalyse als Mikromethode vor (MATTISSEK 2008: 130). In Anlehnung an ANGERMÜLLER wird das Vorgehen in der Aussagenanalyse der Äußerungslinguistik entliehen (2007). Während die Lexikometrie noch nüchtern auf Worte als neutrale Elemente der Sprache geblickt hat, zielt die Aussagenanalyse nun darauf ab, den Sinn dieser Worte zu untersuchen (MATTISSEK 2008: 130). Durch diese Aussage können nun auch die Attribute und Stigmata aufgedeckt und aufgezeigt werden, welche mit bestimmten Worten und Begriffen verbunden werden. Die Kontexte in denen Äußerungen getroffen werden, spielen in diesem Analyseverfahren also eine entscheidende Rolle, so dass der Umstand berücksichtigt wird, dass dasselbe Wort in unterschiedlichen Kontexten ebenso unterschiedliche Bedeutungen mit unterschiedlichen Attributen haben kann (MATTISSEK 2008: 131). Wie das Verfahren der Lexikometrie ist auch die Aussagenanalyse auf die Forschungsarbeit der französischen Sprach- und Diskursforschung zurückzuführen (MATTISSEK 2008: 131). Auch hier bezieht sich MATTISSEK stark auf die vorher durch ANGERMÜLLER herausgearbeiteten Grundlagen, wonach die Äußerungstheorie Sprache grundsätzlich anerkennt, Sätze in der Sprache jedoch so lange als Abstrakta angesehen werden, bis sie durch Äußerungen in einen Kontext gesetzt werden, der eine Analyse als spezifische Aussage innerhalb eines Diskurses zulässt (ANGERMÜLLER 2007: 134). Da diese Worte bzw. Texte je nach Art der vorkonstruierten Realität sehr unterschiedlich mit Sinn behaftet sein können, ergibt sich nach MATTISSEK folgende Situation:

„Aufgrund dieser Kontingenz der Verbindungen zwischen Aussage/Text und Kontext kann also nicht davon ausgegangen werden, dass ein und derselbe Text eine singuläre Bedeutung tragen würde, die unabhängig vom Kontext ist, in dem er geäußert oder verstanden wird. Dies wirkt sich natürlich auch auf die Möglichkeit des kommunikativen Austauschs zwischen einzelnen Sprechern, also die Möglichkeit des ‚Verstehens‘ im Diskurs aus: Eine eins-zu-eins Übertragung von Sinn über den Austausch von Texten ist durch die vielfältigen kontingenten Anschlüsse, die Rezipienten zu ‚ihrem‘ jeweiligen Kontext herstellen müssen, um eine Aussage mit Bedeutung zu verstehen, in aller Regel nicht möglich und kann höchstens als Ausnahme vom Normalfall gegenseitigen Missverstehens angesehen werden.“ (2008: 133).

Worte und Texte entfalten also demnach sehr unterschiedliche Wirkungen. Entscheidend ist hierbei vor allem, mit welchen Attributen die Worte im Vorwege beladen wurden, so dass sich je nach Identitätszuordnung bzw. -zuschreibung abweichende Auslegungen des Geschriebenen oder Symbolisierten ergeben können – durch MATTISSEK wird dieser Umstand mit dem Begriff der Polyfonie bezeichnet (2008: 138). Wie diese Zuschreibungen sich konstituieren, wird dabei entscheidend mit durch die hegemonialen Strukturen geprägt.

4.2 Auswahl relevanter Texte und Kompilieren der Korpora

Ziel dieser Arbeit ist es, den Blickwinkel verschiedener Sprecherpositionen einzunehmen und dabei zu untersuchen, wie über die Städte Rostock, Greifswald und Stralsund geschrieben wird. Dabei erschienen drei Blickwinkel besonders sinnvoll: eine Außenansicht auf die Stadt, welcher ein gewisser emotionaler Abstand zum Objekt der Berichterstattung attestiert werden kann, wodurch keine Übereinstimmung mit der Identität dieser Stadt besteht. Eine Innenansicht, welche emotional eher mit der jeweiligen Stadt verbunden ist und damit auch eher der Identität der Stadt gleichgestellt ist, dabei aber die gesamte Stadt im Hinblick auf die Stadtentwicklung bzw. langfristige Ziele der Stadt berücksichtigt. Und eine touristische Innenansicht, welche einerseits der vordergründigen ökonomischen Entwicklung Mecklenburg-Vorpommerns als Tourismusland Rechnung trägt, aber auch gleichzeitig eine Position im Sinne des Tourist Gaze nach URRY einnimmt und somit berücksichtigt, dass diskursive Repräsentationen sehr stark durch den Tourismus bzw. die touristische Wahrnehmung eines Raumes geprägt werden können. Aus diesen Gründen wurde sich dafür entschieden, für die Außenansicht Korpora aus Beiträgen überregionaler Tageszeitungen heranzuziehen (FICHTER/JONAS 2008: 226f.). Für die Innensicht mit einem Identitätsbezug zur kompletten Stadt und unter Berücksichtigung der Ziele der Stadtentwicklung wurden Presse- und Nachrichtentexte der jeweiligen Stadtverwaltungen zu Korpora kompiliert (WIEDMANN 2013: 7). Für die Innensicht mit einer Perspektive welche, eher dem Tourismus der Stadt zugeschrieben werden kann, wurden Angebote der Plattform Airbnb mit user-generierten Texten kompiliert. Diese Texte können daraufhin untersucht werden, wie eine touristische Vermarktung des eigenen Wohnorts durch die Nutzer stattfindet (SUTHERLAND/KIATKAWSIN 2020: 2).

Die Texte der überregionalen Tageszeitungen wurden aus der Süddeutschen Zeitung und Frankfurter Allgemeinen Zeitung bezogen. Beide gehören neben der Bild-Zeitung zu den deutschlandweit auflagenstärksten Tageszeitungen (INFORMATIONSGEMEINSCHAFT ZUR FESTSTELLUNG UND VERBREITUNG VON WERBETRÄGERN e.V. (Hrsg) 2019: o.S). Gegen die Verwendung der Bild-Zeitung wurde sich entschieden, da bewusst oder unbewusst

eine geringe Qualitätskontrolle in der redaktionellen Arbeit der Zeitung stattfindet, so dass der deutsche Presserat regelmäßig Rügen wegen Verstößen gegen den deutschen Presskodex gegen die Zeitung ausspricht. Mit 219 Rügen seit 1986 (Stand September 2019) liegt die Bildzeitung weit vor den 21 Rügen der Zeitung mit den zweitmeisten Rügen (DEUTSCHER PRESSERAT (Hrsg.) 2020: o.S.). Die Bild-Zeitung kann somit nicht als zuverlässiges Medium im Hinblick darauf betrachtet werden, dass zumindest der Versuch einer objektiven Berichterstattung stattfindet, so dass bereits im Vorfeld eine zu starke Verzerrung stattfindet. Die ausgewählten Artikel wurden aus den Archiven der jeweiligen Zeitung nach dem Kriterium herausgesucht, dass sie zumindest den Stadtnamen enthalten. Anschließend wurde überprüft, ob die Artikel sich entweder auf die Stadt beziehen, beispielsweise ökonomische oder soziale Ereignisse, welche die Stadt betreffen, oder ob die Artikel Unternehmen oder Institutionen betreffen, welche in der Stadt angesiedelt sind bzw. eine enge Verbindung mit dieser aufweisen. Dies betraf z.B. Artikel, welche die Universitäten, den Schiffbau oder den Tourismus behandelten. Artikel, die nicht berücksichtigt wurden, waren u.a. Beiträge aus der Sportsektion, welche nur Spielergebnisse wiedergaben, oder Artikel, welche Personen behandelten, welche eine Verbindung (z.B. Geburtsort) zur Stadt aufweisen, diese durch ihr Handeln und Auftreten aber in keiner Weise beeinflussen. So spielt der Autor Walter Kempowski für die Stadt Rostock eine prägende Rolle, da u.a. das Kempowski Archiv als Museum in der Stadt auch Spuren in der Kultur und Stadtentwicklung des Raumes hinterlässt. Artikel, die den Fußballer Toni Kroos mit der Stadt Greifswald in Verbindung bringen, stellen diese Relation jedoch immer nur über die Nennung der Stadt als Ort der Geburt und Beginn seiner persönlichen Karriere dar, so dass keine langfristigen Wahrnehmungseffekte für die Stadt selbst zu erwarten sind, sondern umgekehrt eher bei einer Untersuchung der diskursiven Repräsentation Toni Kroos' die Stadt Greifswald eine Rolle spielen würde. Zusätzlich wurde für alle Korpora ein Untersuchungszeitraum zwischen 2009 und 2018 festgelegt, da diese 10 Jahre als kurz- und mittelfristige Zeitachsen in der Stadt- und Regionalentwicklung und der Flüchtigkeit von Diskursen relevanter sind als eine historisch-diskursive Betrachtung. Schlussendlich ergab sich eine Summe aus insgesamt 1943 Artikeln beider Zeitungen, welche diesen Kriterien entsprachen (vgl. Tab. 1).

Beide Zeitungen veröffentlichten die herausgesuchten Artikel nicht nur in Printform in den jeweiligen Tageszeitungen, sondern übernahmen die Artikel in einem Großteil der Fälle auch für ihre Online-Nachrichtenplattform. Der Unterschied der Anzahl der Artikel zwischen den Zeitungen Süddeutsche Zeitung und Frankfurter Allgemeine Zeitung mit jeweiligem Bezug auf Rostock, Greifswald und Stralsund sind auffällig, die Gründe hierfür können jedoch nicht abschließend geklärt werden.

Tabelle 1: Vergleich der ausgewählten Zeitungsartikel aus der Süddeutschen Zeitung und der Frankfurter Allgemeinen Zeitung. Eigene Darstellung.

Greifswald	SZ	86
	FAZ	684
Rostock	SZ	269
	FAZ	713
Stralsund	SZ	46
	FAZ	145
Σ	SZ	401
	FAZ	1.542

Die Pressemitteilungen und Beiträge der Stadtnachrichten wurden für Stralsund und Rostock nach Absprache mit den Presseämtern der Stadt über die jeweilige Online-Archive bezogen. Problematisch in diesem Prozess war, dass auch hier die Zeitspanne zwischen den Jahren 2009 bis 2018 repräsentiert sein sollte, um einerseits eine konsistente Vergleichsmöglichkeit zwischen den Quellen bzw. unterschiedlichen Sprecherpositionen zu ermöglichen – so lässt sich beispielsweise feststellen, ob es Ereignisse und Themen gab, welche von beiden Sprecherpositionen aufgegriffen wurden und wie sich hierbei die Darstellungsarten unterscheiden. Die Archive von Stralsund und Greifswald gingen jedoch nicht bis in das Jahr 2009 zurück, so dass für Stralsund eine Freischaltung durch die Verwaltung erfolgen musste, um weiter zurückliegende Jahre einzusehen. Für Greifswald wurde ein persönlicher Termin vereinbart, bei dem die Beiträge durch die Presseamtsleitung als separate Dateien herausgegeben wurden. Durch die Betrachtung von Beiträgen über 10 Jahre lässt sich zudem überprüfen, ob und wie sich die jeweiligen Diskurse der Innenansicht auf die Stadt bzw. stadtrelevante Themen gewandelt haben. Bereits während des Kompilierens der Korpora wurden die Beiträge überprüft und gegebenenfalls nicht in die Datenbank aufgenommen. Entscheidende Kriterien für eine Aufnahme in die Datenbank waren, dass die Beiträge Informationen enthalten mussten, welche für die Entwicklung, Wirtschaft oder Kultur der Stadt nachhaltig relevant waren, womit gemeint ist, dass die Beiträge in der Lage sein mussten, eine Auswirkung auf die Wahrnehmung der diskursiven Repräsentation der Stadt zu entfalten. Nicht relevante Beiträge waren demnach Terminmitteilungen für Konzerte, Ausstellungen oder städtische Gremien, ebenso wie die Bereitstellung von Informationen für Abfalltermine, Brennzeiten oder Ähnlichem. Insgesamt blieben so 13.911 Beiträge zur Analyse übrig. Während Greifswald und Stralsund eine annähernd ähnliche Menge an nutzbaren Beiträgen aufwiesen, waren die Beiträge Rostocks in der Anzahl ca. doppelt so hoch wie die Beiträge der jeweiligen Vergleichsstädte (vgl. Tab. 2). Dies ist jedoch sehr wahrscheinlich mit den unterschiedlichen Größen der Städte zu erklären. Es ist

dementsprechend davon auszugehen, dass Städte mit mehr Einwohnern auch eine größere Anzahl von Veranstaltungen, mehr Wirtschaftsunternehmen und mehr stadtentwicklerische Prozesse aufweisen, so dass es schlichtweg mehr berichtenswerte Vorgänge im Generellen gibt.

Tabelle 2: Vergleich der Anzahl an genutzten Presse- und Nachrichtenbeiträgen der Städte Greifswald, Rostock und Stralsund nach Jahren. Eigene Darstellung.

Jahr/Stadt	Greifswald	Rostock	Stralsund
2009	340	723	433
2010	496	684	396
2011	444	592	355
2012	376	586	324
2013	400	459	284
2014	338	643	384
2015	337	669	335
2016	316	762	310
2017	290	774	316
2018	310	891	344
Σ	3.647	6.783	3.481

Durch die Beiträge der Plattform Airbnb wurden 977 von Nutzern generierte Beiträge untersucht. Airbnb ermöglicht seit 2008 im Sinne der Sharing Economy, also die Bereitstellung von Objekten zur Nutzung von mehr Nutzern als den eigentlichen Besitzern mit einem monetären Ausgleich für den Besitzer, seinen eigenen Wohnraum über Inserate anzubieten. Während der Grundgedanke bei der Konzeption des temporären Teilens von Wohnraum zu touristischen Zwecken eher privaten Personen zu Grunde lag, sind heute auch viele kommerzielle Anbieter auf Airbnb zu finden, die ihre Ferienwohnungen und -häuser nun auch online inserieren, statt sie in Katalogen zu bewerben. Mit der Digitalisierung touristischer Angebote ist die Nachfrage nach Reise- und Ferienkatalogen so weit zurückgegangen, dass sich der Druck kaum noch lohnt und somit auch private Anbieter von Ferienwohnungen und -häusern auf neue Distributionswege zurückgreifen mussten. Offizielle Statistiken wie Umsatz- oder Angebotszahlen bzw. auch Angebotsarten existieren von Airbnb nicht, so dass ein genaues Verhältnis zwischen professionalisierten Angeboten durch private Nutzer (private Ferienwohnungen und -häuser), professionalisierten Angeboten durch Unternehmen (Hotelzimmer, Pensionszimmer, Ferienwohnungen und -häuser) und nicht-professionalisierten Angeboten durch private Nutzer

(Couchsurfing, temporäres Überlassen des eigenen Wohnhauses oder der eigenen Wohnung) kaum bestimmt werden kann. Aus Nutzerperspektive wird in der Regel nicht explizit deutlich, um welche Art von Angebot es sich handelt und ist für den Endnutzer generell auch nicht relevant. Im Rahmen dieser Arbeit konnte bei Betrachtung der Angebote zumindest festgestellt werden, dass es einige Nutzer mit Inseraten in den untersuchten Städten gab, welche fünf oder mehr Angebote eingestellt haben, so dass hier von einem unternehmerischen bzw. gewerblichen Nutzen der Plattform auszugehen ist. Zudem existieren Inserate, in denen die Titel explizit die Bezeichnung als „Ferienwohnung“ oder „Ferienhaus“ beinhalten oder ein Zimmer in einem Hotel oder Hostel inseriert ist. Hier ist deutlich, dass es sich um eine gewerbliche Nutzung der Immobilie handeln muss, so dass kein Entzug des Wohnungsmarktes bzw. eine Untervermietung stattfindet und das Wohnobjekt somit einer dauerhaften touristischen Nutzung unterliegt.

Die Abfrage hat über die Stichwortsuche nach dem jeweiligen Stadtnamen im Suchfeld der Airbnb-Webseite stattgefunden. Die Plattform unterbreitet dem Suchenden immer 300 Vorschläge zur Buchung. Falls nicht genügend Inserate in der jeweiligen Stadt bzw. am jeweiligen Ort existieren, wird ein flexibler Radius um den gesuchten Raum gezogen und ebenso Angebote aus dem Umland dargestellt. Dies war bei jeder der drei Fallbeispielstädte der Fall, so dass bereits während der Datensammlung bzw. dem Einpflegen der Daten in die Datenbank eine Selektion nach relevanten Angeboten stattgefunden hat. Einziges Kriterium war hierbei, ob die Übernachtungsangebote tatsächlich in der Stadt lokalisiert waren. Die Inserate wurden im Jahr 2019 gesammelt und quartalsweise erhoben. Dementsprechend fanden die jeweiligen Datensichtungen im Januar, April, Juli und Oktober 2019 statt. Dieses Vorgehen wurde gewählt, um eventuelle saisonale Unterschiede in den Inseraten feststellen zu können. Zudem wurde durch mehrmaliges Suchen in den jeweiligen Monaten sichergestellt, dass möglichst viele Inserate im Untersuchungsmonat gesammelt wurden, da Inserate eventuell kurzzeitig wegen Buchung oder Eigennutzung nicht online gestellt waren. Zusätzlich zu den jeweiligen Textinhalten der Inserate wurden die Preise für eine Übernachtung und die Art des Inserats, wie sie von Airbnb selbst kategorisiert werden, nach ‚Ganze Wohnung‘, ‚Ganzes Haus‘, ‚Privates Zimmer‘ und ‚Zimmer in Hotel oder Hostel‘ vermerkt. Greifswald und Stralsund haben in der Summe nahezu eine gleiche Menge an gefundenen Inseraten im Jahr 2019. Rostock hingegen kommt sogar auf mehr Inserate als die addierte Summe der Korpora von Greifswald und Stralsund. Durch seine generell höhere Anzahl an Einwohnern, Stadtfläche und somit auch touristischer Strahlkraft ist dies jedoch nicht weiter verwunderlich. Ebenso werden Unterschiede bei den gefundenen Inseraten in der Wintersaison (Quartale 1 und 4) und der Sommersaison (Quartale 2 und 3) deutlich.

Tabelle 3: Verteilung der untersuchten Inserate der Plattform Airbnb in den Untersuchungsstädten Greifswald, Rostock und Stralsund über die Quartale des Jahres 2019. Eigene Darstellung.

Quartal 2019 / Stadt	Greifswald	Rostock	Stralsund
1. Quartal	67	106	59
2. Quartal	21	39	22
3. Quartal	38	242	68
4. Quartal	89	159	67
Σ	215	546	216

Während in der Wintersaison teilweise deutlich mehr Inserate gefunden werden konnten, ist die Datenlage aus der Sommersaison (abgesehen von Rostock im 3. Quartal) deutlich kleiner, was wahrscheinlich drauf zurückzuführen ist, dass zum Recherchezeitpunkt bereits viele der Unterkünfte für die kommenden Monate ausgebucht waren und somit nicht in der Suche aufgeführt wurden. Bei Analysen mit jeweils einem Korpus für eine Stadt und einem Quartal hat sich gezeigt, dass zwischen den Quartalen keine signifikanten Unterschiede in Wortwahl und Satzkomposition existierten, so dass für die schlussendlichen Analysen, welche für die Auswertung relevant waren, jeweils ein Korpus aus allen Inseraten einer Stadt gebildet wurde, welche anschließend untereinander verglichen wurden.

4.3 Angewandte Analysen und ihre Funktionsweisen

Wie oben beschrieben, existieren für die lexikometrische Diskursanalyse verschiedene untergeordnete Analysemethoden, deren Kombinationsmöglichkeiten je nach Untersuchungsvorgehen und Zielsetzungen der Forschungsarbeit unterschiedlich ausfallen können. Zur Untersuchung der hier kompilierten Korpora wurde das explorative Vorgehen eines corpus driven Ansatzes verwendet. Dem gegenüber steht ein corpus based Ansatz (DZUDZEK et al. 2009: 234). Die maßgebliche Unterscheidung ist hierbei, dass bei einem corpus based Ansatz vor den Analysen bereits eine Sichtung des Datenmaterials stattfindet und hieraus Hypothesen abgeleitet werden, welche durch die Analysen nun veri- und falsifiziert werden (DZUDZEK et al. 2009: 234). Im Gegensatz dazu werden im corpus driven Ansatz die verschiedenen gewählten Analysen durchgeführt und ihre Ergebnisse ohne die Beeinflussung durch vorher aufgestellte Hypothesen betrachtet. Da das Ziel dieser Arbeit das Aufdecken der jeweiligen diskursiven Repräsentationen im Zusammenhang mit jeweiligen verschiedenen Sprecherpositionen ist, erschien ein hypothesengeleiteter Ansatz nicht sinnvoll und das explorative Vorgehen somit als die geeignetere Methodik, um unvoreingenommen die Ergebnisse der Analysen zu beurteilen.

Im ersten Analyseschritt ist das Ziel, quantitative Beziehungen zwischen Textelementen zu untersuchen. Diese stellen sich durch Häufigkeiten dar, in denen bestimmte Wörter auftauchen. Aber auch bestimmte Muster in Gruppen von Wörtern, die zusammen auftreten, können Aufschluss über Deutungs- und Denkmuster und somit hegemoniale Wirkkräfte von Texten geben. Das Werkzeug der Frequenzanalyse zählt die absolute oder relative Häufigkeit von Textelementen, während die Konkordanzanalyse den Kontext untersucht, in dem bestimmte Textelemente auftreten, indem sie eine bestimmte Anzahl von Wörtern vor und nach einem Suchwort zählt (DZUDZEK et al. 2011: 177f.). Das im Rahmen dieser Arbeit genutzte Computerprogramm *wordsmith 7* bietet zusätzlich die Möglichkeit, eine Keyword-Analyse durchzuführen. Mit diesem Werkzeug kann eine Wortliste, die aus einem Korpus oder mehreren Korpora zusammengestellt wurde, mit einer Referenzwortliste verglichen werden. Die Ergebnisse dieser Analyse zeigen, welche Wörter im Vergleich zur Referenzwortliste in ihrer Häufigkeit auffällig sind. Dadurch können Wörter mit hohem Erklärungsgrad identifiziert werden, die Teil der diskursiven Repräsentation eines Raumes sind. Die Signifikanz dieses Erklärungsgrades wird durch den *Keyness-Wert* eines Wortes dargestellt, der von *wordsmith 7* mittels klassischem *Chi-Quadrat-Test* mit *Yates-Korrektur* für eine 2×2 -Tabelle und *Ted Dunning's Log Likelihood-Test* berechnet wird (SCOTT 2010a: o.S.). Höhere *Keyness-Werte* deuten darauf hin, dass ein Wort einen hohen Erklärungsgrad innerhalb der untersuchten Textdokumente hat. Schlüsselwörter sind also Wörter, die auffällig im Kontext des untersuchten Korpus vorkommen. Dabei muss es sich nicht um Wörter handeln, die besonders häufig in den Texten vorkommen, sondern sie können zur inhaltlichen Beschreibung von Texten und damit zur Beschreibung der untersuchten Städte verwendet werden (SCOTT 2010b: o.S.). Für die Analyse wurde eine vorkompilierte *Stoppwortliste* mit einer Summe von 1853 *Stoppwörtern* gewählt, die hauptsächlich *Konjunktionen*, *Ziffern* und *Artikel* enthält (GÖTZE/GEYER 2016: o.S.). Während diese Methode in der Lage ist, Aufschluss darüber zu geben, wie eine Stadt diskursiv repräsentiert wird und wie sich diese Repräsentationen möglicherweise im Laufe der Zeit verändert haben, wird kritisiert, dass eine Schwäche des methodischen Ansatzes der lexikometrischen Diskursanalyse darin besteht, dass nur betrachtet wird, welche Wörter in unmittelbarer Nähe zueinander vorkommen, es aber nicht möglich ist, die Ergebnisse zueinander oder in einen übergreifenden Rahmen zu kontextualisieren (MATTISSEK 2008: 114). Um dem entgegenzuwirken, müssen die Ergebnisse für eine interpretative Ebene der Analyse kodiert werden. Dies geht Hand in Hand mit der Untersuchung von Textteilen auf der Mikroebene. Um diese Mikroebene betrachten zu können, werden die verschiedenen Textkorpora durch eine *Kookkurrenz-Analyse* untersucht. Diese zielt darauf ab, spezifische Wortverbindungen aufzudecken und

zeigt somit auch überproportional häufig auftretende Wortverbindungen auf (STEYER 2004: 89). Die relative Nähe von Wörtern wird durch den MI-Score (mutual information) beschrieben, wobei höhere Werte auf eine stärkere Beziehung zwischen den Wörtern hinweisen. Diese Vorgehensweise hat sich besonders in der englischsprachigen Lexikometrik etabliert und wird auch als Kontextualismus bezeichnet (STEYER 2004: 89). Auch dieses computergestützte Vorgehen entspringt dabei dem unterliegenden Gedanken, die Sprache durch mathematisch-statistische Methoden zu beschreiben und zu analysieren. Hieraus ergibt sich nach STEYER jedoch auch gewisse Diskrepanz:

„Ganz generell existiert nach wie vor eine Kluft zwischen der Entwicklung von Korpus-technologien und automatischen Analysemethoden einerseits und der linguistischen Adaption und reflektierten Interpretation andererseits, was u. E. vor allem mit Folgendem zu tun hat: Wenn Linguisten diese inter-disziplinäre Herausforderung annehmen, stellen sich spätestens dann bei vielen Zweifel ein, wenn sie mit Resultaten konfrontiert werden, die sie nicht zu deuten wissen, die nicht ihrer Erwartung, ihrer Intuition oder den ihnen vertrauten linguistischen Modellen bzw. Konstrukten entsprechen. Computerspezialisten haben andererseits ein gewisses Misstrauen gegenüber interpretativen Verfahren, wie sie in vielen Zweigen der Linguistik üblich sind. Soll die Zusammenarbeit erfolgreich werden, müssen beide Seiten Barrieren überspringen: Der Linguist muss dem Rechner mehr zutrauen, als er das in der Regel tut. Er muss vor allem seiner eigenen Sprachkompetenz und Sprachintuition misstrauen und sich möglichst unvoreingenommen auf ‚Rechenprozesse‘ einlassen. Der Computerspezialist muss dagegen die Grenzen seines Rechners mehr akzeptieren, als er das in der Regel tut. Sprache ist in ihrer Vielfalt und Lebendigkeit nur bis zu einem gewissen Grade formalisierbar, und die deutende und interpretierende Hand des Linguisten bleibt für viele Zwecke letztlich immer unabdingbar.“ (2004: 90).

Dies bedeutet also, dass auch wenn der Computer in der Lage ist, vermeintliche Muster in den analysierten Texten aufzuzeigen und so erste Ansatzpunkte für die Makroanalyse zu geben, vom Forschenden immer noch selbst überprüft werden muss, wie diese Muster zu interpretieren sind bzw. ob diese Muster tatsächlich auch im Sprachgebrauch existieren können. Aus der Kookkurrenz-Analyse der Korpora wurden im zweiten Schritt der Makroanalyse entsprechend direkte Zitate entnommen, wenn sie aufgrund der Häufigkeit der Themen als ‚typisch‘ für die jeweilige Stadt angesehen werden konnten. Dies hilft zu verstehen, inwiefern bestimmte Teile repräsentativ für die Gesamtdarstellung sind und woraus sich diese Darstellungen zusammensetzen (DZUDZEK et al. 2011: 179). Zu diesem Zweck wurden die Wörter in den Ergebnissen der Aussagenanalyse in thematische und übergreifende Kategorien eingeordnet, die zeigen, in welchen diskursiven Feldern die Wörter am häufigsten auftauchten.

4.4 Kritische Reflexion der gewählten Theorie und Methodik

Der thematische Kern dieser Arbeit ergibt sich aus den diskursiven Repräsentationen dreier Städte in Mecklenburg-Vorpommern. Je nach Ausgangsdisziplin bzw. nach gewähltem

Theoriemodell innerhalb einer Disziplin ergeben sich hierfür sehr verschiedene Ansätze, was diese diskursiven Repräsentationen darstellen oder wie sie zu untersuchen sind. Mit der Geographie als übergreifende Disziplin und der Humangeographie als Subdisziplin ergeben sich als forschende Person mannigfaltige Möglichkeiten, um auf das Thema raumrelevanter Repräsentationen zu blicken. Der für diese Arbeit gewählte Standpunkt entspringt dabei deutlich einer Prägung der kritischen Geographie, welche sich von der geodeterministischen Ausrichtung der Disziplin in der Vergangenheit lösen und stattdessen Interdependenzen zwischen Gesellschaft, sozialen Phänomenen und Raum untersuchen möchte. Entsprechend haben in der Theoriebildung der kritischen Geographie insbesondere Anleihen aus der Soziologie, Philosophie und Psychologie stattgefunden (ACME REDAKTIONSKOLLEKTIV 2008: 25; KÜHNE 2008: 40ff.). Eine klare thematische Trennung dieser Felder ist jedoch nahezu unmöglich. Zudem hat ein stetiger Austausch zwischen den Disziplinen stattgefunden, so dass von einer gegenseitigen Befruchtung und Inspiration in der Theorie- und Methodenentwicklung gesprochen werden kann. In der Folge hat sich der oben bereits beschriebene Standpunkt entwickelt, dass Räume und ihre Wahrnehmung nicht durch ihre Gegebenheiten und die in ihnen befindlichen Objekten geprägt sind (Geodeterminismus) oder der handelnde Mensch einen bewussten Einfluss auf die Wahrnehmung der Räume ausübt, sondern dass Wissen sich in Sprache und sprachlichen Elementen kristallisiert und damit die Räume repräsentiert.

Dem entgegen stehen Theorien aus anderen Unterdisziplinen der Geographie oder anderen Forschungsdisziplinen, welche sich ebenso mit dem Phänomen räumlicher Repräsentationen beschäftigen und hierzu andere methodische Vorgehensweisen entwickelt haben. Am weitesten dürfte hierbei der Begriff des Images verbreitet sein. Einerseits als Begriff des Marketings und damit ökonomischer Forschungszweige, aber auch angehängt an die Wirtschaftsgeographie bzw. Stadtgeographie, ist Image zum Schlagwort verschiedener Lebensbereiche geworden. Dabei haben Firmen, ebenso wie Personen oder eben auch Räume, ein Image. Für Räume kann sich dieses auffächern, so dass ein Raum ein separates Image als Lebensraum, als Destination, als Unternehmensstandort, als Produktionsstädte, als Migrationsraum usw. haben kann. Ebenso können alle Bereiche in ein gemeinsames Image münden. Eine Trennlinie zwischen diskursiver Repräsentation und Image zu ziehen, ist dementsprechend schwer. Die oben beschriebenen separaten Images wurden ebenso im Rahmen dieser Arbeit als Faktoren für diskursive Repräsentationen aufgezählt (vgl. Kap. 2.3) – größter Unterschied ist somit der grundlegende Gedanke bei der Entstehung dieser Raumrepräsentationen. Während das Image nach dem Verständnis der an ihm forschenden Disziplinen aktiv gestaltet und verändert werden kann, sind diskursive Repräsentationen das Produkt eines passiven Prozesses von Attributen, welche einem Raum

zugeschrieben werden. Weiter scheint der Unterschied in den Identitäten der forschenden (Sub-)Disziplinen zu liegen – was ironischerweise wieder in Linie mit der kritischen Geographie und diskursiven Repräsentationen fällt. Der Begriff der diskursiven Repräsentation ist somit eher als eine bewusste Abgrenzung zum Begriff des Images zu verstehen. Dies ist auch nur konsequent, lehnt seine konstruktivistische Wurzel mit einem linksliberal gerichteten Denken doch kapitalistische Denkweisen und Ausprägungen als unterdrückende Instrumente einer klassenbasierten Gesellschaft ab (vgl. Kap 2.1; 2.2 und 2.3). Der Begriff des Images steht somit auch für die Kapitalisierung des Raumes. Dieser Umstand soll und braucht gar nicht weiter bewertet zu werden. Wichtig ist an dieser Stelle nur, dass durch die unterschiedlichen Umgänge mit der Idee davon, was Raumrepräsentationen sind und ob und wie sie beeinflusst werden können, auch weitere Methoden und Werkzeuge zur Untersuchung existieren.

Das Stadt- und Regionalmarketing mit seiner tiefen Verwurzelung in den Wirtschaftswissenschaften sieht das Image als ein ökonomisierbares Gut. Das Image ist sowohl Standortfaktor als auch Push- oder Pullfaktor für Migrationsbewegungen und Tourismus. Im Gegensatz zur Perspektive der kritischen Geographie wird der Standpunkt eingenommen, dass das Image durch Maßnahmen optimiert werden kann bzw. muss, um somit eine Maximierung des ökonomischen Beitrags zur Wirtschaft zu erreichen (BLOCK/ICKS 2010: 6). Um die Wirkung des Images zu messen, hat sich das Instrument der Imageanalyse etabliert. Diese besteht aus verschiedenen Methoden, welche in ihrer Gesamtheit ein umfassendes Bild des existierenden Images abbilden sollen (ZENKER 2018: 72). Wichtigen Eckpfeiler für diese Analyse stellen Interviews dar. Diese Befragungen sind in der Regel als Tiefen- oder Gruppeninterviews angelegt (ZENKER 2018: 72). Diese Analyse ist jedoch hauptsächlich für die tatsächlichen Endkunden mit Eigeninteresse an einem Imagewandel interessant, so dass eine volle Umsetzung im Rahmen und angesichts der Konzeption dieser Arbeit nicht sinnvoll erschienen ist.

Interviews könnten auch als ergänzender Ansatz zu den Erkenntnissen der lexikometrischen Diskursanalyse Aufschluss über die Einstellungen der verschiedenen Sprecherpositionen geben. So könnten in einem weiterführenden Schritt beispielsweise die Ersteller von Airbnb Inseraten dazu befragt werden, welche Verbindungen sie zu der jeweiligen Stadt haben, wie sie generell ihren eigenen Wohnort wahrnehmen und diese Positionen dann mit den Ergebnissen der Untersuchung der Korpora abgeglichen werden. Ähnlich könnte auch mit Personen gesprochen werden, welche die jeweiligen Texte verfasst haben und ihr persönliches Bild vom Untersuchungsraum abgefragt werden. So ist beispielsweise auffällig, dass eine Person viele der Artikel mit Mecklenburg-Vorpommern-Bezug in der Süddeutschen Zeitung geschrieben hat und

eventuell sogar im Bundesland wohnt, während die Beiträge der Frankfurter Allgemeinen Zeitung von unterschiedlichen Personen verfasst worden sind. Das Abfragen von persönlichen Einstellungen zu Räumen und ein anschließender Abgleich zu identifizierten diskursiven Repräsentationen aus Textkorpora ist selbstverständlich in vielen weiteren Kombinationen denkbar und in ihren Konzeptionsmöglichkeiten zu mannigfaltig, um sie an dieser Stelle alle aufzuzählen. Grundlegend sollte an dieser Stelle deutlich geworden sein, dass die Ergebnisse einer lexikometrischen Diskursanalyse nur eine hypothesenartige Interpretation des Forschenden darstellen. Ob die in den Korpora gefundenen sprachlichen Muster tatsächlich in der Gesellschaft anklingen, kann nur durch Befragung und Gespräche veri- oder falsifiziert werden. Die Analyse muss sich dabei nicht auf lexikalische Elemente beschränken. Ebenso existieren methodische Konzeptionen zur Analyse von Bildern, Webseiten oder Filmen, welche ebenso angewandt werden könnten, falls näherungsweise ein vollständiges Bild eines Raumes erarbeitet werden soll.

5 ERGEBNISSE DER LEXIKOMETRISCHEN DISKURSANALYSE

Im Nachfolgenden werden die Ergebnisse der lexikometrischen Diskursanalyse dargestellt und interpretiert. Innerhalb der verschiedenen Blickwinkel (Außen- und Innendarstellung bzw. touristische Darstellung der Stadt) werden jeweils Gemeinsamkeiten, als auch die Unterschiede aufgezeigt.

5.1 Analyse der Außendarstellungen

5.1.1 Gemeinsamkeiten in der Außendarstellung der drei Untersuchungsstädte

Für jede der drei Städte wurden alle 30 Korpora welche in der Süddeutschen Zeitung zwischen den Jahren 2009 und 2018 veröffentlicht wurden mit einem Referenzkorpus verglichen. Dieser Referenzkorpus wurde aus COSMAS II (Corpus Search, Management and Analysis System) bezogen und enthält jegliche Artikel der SZ, welche ebenfalls zwischen den Jahren 2009 und 2018 erschienen sind und das Wort ‚Stadt‘ enthielten. Das Wort mit dem höchsten Keynes-Wert war hierbei Mecklenburg-Vorpommern (419,31). Bei der Aussagenanalyse der entsprechenden Textpassagen wird dabei deutlich, dass das Wort häufig verwendet wird, um dem Lesenden einen räumlichen Rahmen für die Lage der Städte zu geben. Das gleiche Prinzip kann auf die Worte ‚Ostsee‘ und ‚Ostdeutschland‘ angewandt werden. Die geografische Lage der drei Städte spielt ebenfalls eine wichtige Rolle, nicht nur für die räumliche Perspektive, sondern auch, weil sie im deutschen Kontext oft als allgemein geläufiger Begriff für die neueren Bundesländer genutzt wird. Die Nutzung des Begriffes Ostdeutschland ist jedoch stark kontrovers. Obwohl er als neutrale Standortindikatoren verwendet werden kann, ist er in der deutschen Sprache mit einem Stigma behaftet, das das Klischee der wirtschaftlich schwachen, ungebildeten und fremdenfeindlichen Teile Deutschlands impliziert (MÜLLER 2016: o.S.). Begriffe wie ‚Neonazis‘ (Keyness-Wert von 167,69), ‚AFD‘ oder ‚Pegida‘ scheinen in Artikeln über die drei Städte im Vergleich zum Referenzkorpus überrepräsentiert zu sein. Diese diskursive Repräsentation des Deutschen Ostens als Raum für rechte Gesinnungen kann in einigen Artikeln beobachtet werden, so dass das Wiederholen dieses „Wissens“ bzw. „Faktes“ zu einer stetigen Verfestigung der diskursiven Repräsentation führt und prägt, wie die Bürger in anderen Teilen Deutschlands über die neuen Bundesländer denken:

„Ostdeutschland, Berlin ausgenommen, ist weitgehend ausländerfrei. Der größte Erfolg der Neonazis in Deutschland ist nicht ihre Präsenz in Landesparlamenten, sondern dieses Faktum: Unter den Migranten gilt Ostdeutschland als No-go-Area. Staat und Politik haben es in zwei Jahrzehnten nicht geschafft, das Klima zu wenden.“ (21. August 2012, SZ).

„Laut der ‚Beauftragten der Bundesregierung für die Belange der neuen Bundesländer‘, Iris Gleicke, stellt der Rechtsextremismus sogar eine ‚sehr ernstzunehmende Bedrohung für die gesellschaftliche, aber auch für die wirtschaftliche Entwicklung Ostdeutschlands‘ dar. [...]. Fast die Hälfte der Gewalttaten geschah in Ostdeutschland - allerdings lebt dort nur knapp ein Fünftel der deutschen Bevölkerung.“ (23. September 2016, FAZ).

Es existieren jedoch auch Artikel, die mit diesen überrepräsentativen Stigmata brechen und die neueren Bundesländer und insbesondere Mecklenburg-Vorpommerns mit positiven Attributen belegen:

„Der wirtschaftliche Abstand zwischen dem dünnbesiedelten Land im Nordosten Deutschlands zu den Boom-regionen im Süden der Republik ist zwar noch riesig, doch die Aufholjagd hat spürbar Fahrt gewonnen. Nach dem Zusammenbruch der Industrie nach der Wende steigt die Zahl der Arbeitsplätze in Industrie und verarbeitendem Gewerbe wieder stetig. Die Urlaubsregionen an der Ostsee melden Besucherrekorde. 30,5 Millionen Übernachtungen werden in diesem Jahr erwartet. Die Landwirtschaft ist wegen ihrer großen Flächen oft wettbewerbsfähiger als viele Höfe im Westen.“ (27. August 2016, FAZ).

Der erwähnte Artikel untermauert auch die Bemühungen Mecklenburg-Vorpommerns, sich als wachstumsstärkste Destination Deutschlands zu profilieren. Derzeit ist der Tourismus eine wichtige Säule der Wirtschaftsstrategie des Bundeslandes. Dieser Umstand wird sowohl auf Landesebene als auch auf kommunaler Ebene durch Entwicklungspläne und Strategien reflektiert (MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT, ARBEIT UND GESUNDHEIT MECKLENBURG-VORPOMMERN 2018: 4). Ermöglicht wird diese Inszenierung auch durch die Medien, die das Konzept der wachsenden Tourismusindustrie verstärken und damit die diskursive Repräsentation Mecklenburg-Vorpommerns und der drei Städte als maritime Urlaubsdestination schaffen. In einer Schlagzeile heißt es zum Beispiel sogar:

„Rügen statt Toskana. Mecklenburg-Vorpommern hat sich zum Touristenmagnet entwickelt [...]“ (29. September 2015, FAZ).

Interessanterweise kommen das Wort Tourismus und seine Lemmata in den gemeinsamen Korpora nur 67-mal vor; und bei der Analyse der gemeinsamen Korpora wurde kein tourismusbezogener Begriff als Schlüsselwort markiert.

Eine weitere wichtige diskursive Repräsentation für den Nordosten scheint sich um ‚Schiffswerften‘ (Keyness-Wert von 145,59) und die Schiffbauindustrie zu drehen. Dies mag an der gewählten Zeitspanne für die Artikel liegen, die mit einem tiefgreifenden Strukturwandel in der Werftindustrie zusammenfällt. Betrachtet man die ‚Insolvenz‘ mit einer Kookkurrenz-Analyse so zeigt sich, dass sie meist im Zusammenhang mit geschlossenen oder gefährdeten Werften verwendet wird:

„Die absehbare Insolvenz der P+S Werften erschüttert das Land [Mecklenburg-Vorpommern] in seinem Kern.“ (22. August 2012, FAZ).

Andere Begriffe, die im gesamten gemeinsamen Korpus vorkommen, stehen im Zusammenhang mit der Hochschulbildung. Dies spiegelt die Bedeutung der lokalen Universitäten wider, insbesondere in Greifswald und Rostock. Im gemeinsamen Korpus werden die Wörter ‚Forscher‘ (Keyness-Wert von 153,71) und ‚Wissenschaftler‘ (Keyness-Wert von 139,68) in Artikeln über spezifische Forschungsergebnisse erwähnt. Die Universitäten in Greifswald und Rostock erscheinen als Wissenszentren und schaffen starke diskursive Repräsentationen beider Städte als Orte der Wissenschaft und Innovation, nicht nur in ihren jeweiligen Regionen, sondern in ganz Deutschland. Darüber hinaus werden Greifswald und Rostock als Universitätsstädte bezeichnet:

„Die aufblühende Universitätsstadt Greifswald liegt nicht weit entfernt [von dem Dorf Groß-Kiesow].“ (19. Dezember 2015, FAZ).

„Wartelisten für Plattenbauten - das ist selten in den östlichen Bundesländern, vor allem in kleineren Städten. Ganz typisch ist es dagegen für die Universitätsstadt Greifswald. Sie liegt in Vorpommern in reizvoller Lage, zwischen den Inseln Rügen und Usedom. Die Universität ist seit der Wende kräftig gewachsen, die Studentenzahlen haben sich seit 1993 mehr als verdreifacht.“ (5. August 2012, FAZ).

Im krassen Gegensatz dazu wird die Fachhochschule Stralsund in dem geteilten Korpus aller drei Städte nur siebenmal erwähnt. Dies ist überraschend, wenn man bedenkt, dass die Hochschule sich selbst als "Innovationsmotor der Region" (HOCHSCHULE STRALSUND 2019: o.S.) bewirbt.

Das letzte Thema, das für Nordostdeutschland und alle drei untersuchten Städte in den Zeitungsartikeln repräsentativ zu sein scheint, ist das Wort ‚Theater‘ (Keyness-Wert von 63,27). Seit der Kreisgebietsreform gab es Überlegungen für eine Zusammenlegung verschiedener Theater in kleineren Städten Vorpommerns, insbesondere Greifswald, Stralsund, Neubrandenburg, Putbus und Neustrelitz. Diese Pläne wurden von einigen Kontroversen begleitet und die „Pläne zur Fusion [wurden im Jahr 2017] vorerst ausgesetzt“ (22. Dezember 2017, FAZ).

5.1.2 Rostock ist mehr als nur Fußball

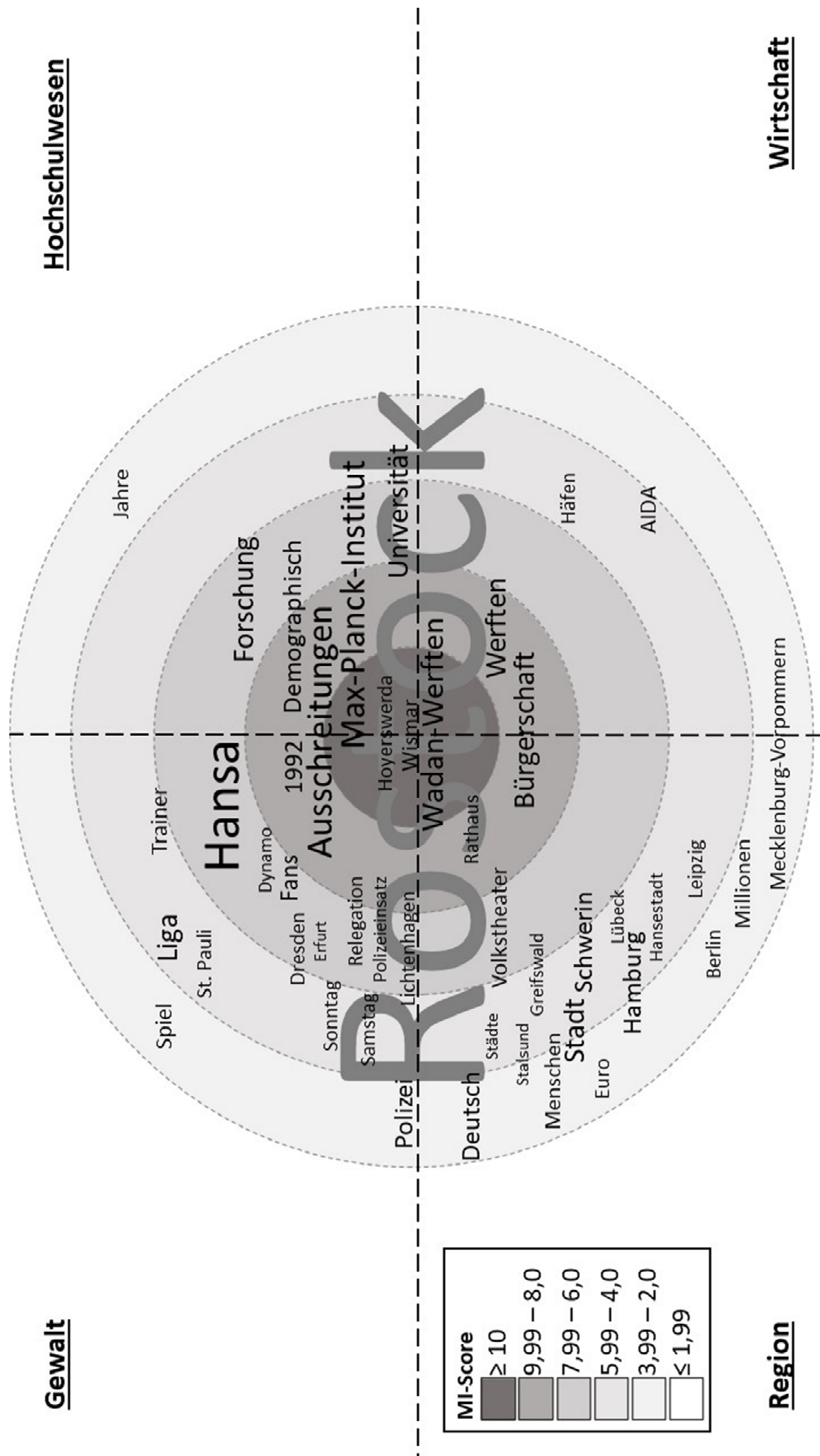
Betrachtet man die Kookkurrenz - und Keywordanalyse für die zehn Korpora von Rostock, so wird deutlich, dass die diskursive Repräsentation der Stadt und des Fußballs untrennbar miteinander verwoben sind. Der ‚[FC] Hansa [Rostock]‘, als der größte Fußballverein der Stadt, ist das wichtigste Schlüsselwort mit einem Keyness-Wert von 640,31. Bei der Suche nach dem

Begriff in den einzelnen Korpora für jedes Jahr lässt sich ein Zusammenhang zwischen der Platzierung des FC Hansa Rostock in den Fußball-Bundesligen und dem medialen Vorkommen des Begriffs in den beiden Zeitungen feststellen. Die Korpora bestehen größtenteils aus der Zeit, in der der FC Hansa Rostock in der zweiten oder dritten Bundesliga spielte, jedoch sind auch hier Unterscheidungen zu erkennen. In der Saison 2009/10, in der der Verein in der zweiten Bundesliga spielte, gab es 102 Einträge, in der Saison 2015/16, in der der Verein in der dritten Bundesliga rangierte, waren es nur 13 Einträge. Nichtsdestotrotz ist Fußball ein wichtiger Faktor bei der Schaffung von diskursiver Repräsentation von Räumen (HAMM et al. 2016: 143f.). Der Name der Stadt wird über die Berichterstattung von Sportereignissen täglich durch die Medien transportiert und schafft so in der breiten Bevölkerung eine direkte Verbindung zwischen dem Verein und der Stadt. Dies kann auch zu negativer Presse führen, da in einigen Artikeln der Zusammenhang zwischen aggressiven Fußballfans, gewalttätigen Konflikten und Polizeieinsätzen betont wird.

„Nur mit einem massiven Aufgebot hat die Polizei im Umfeld des Spiels zwischen Hansa Rostock und dem Halleschen FC in der dritten Liga Ausschreitungen verhindert. Nach Angaben der Polizeiinspektion Rostock haben bei der als Risikospiele eingestuften Begegnung gewaltbereite Anhänger beider Vereine ‚zielgerichtet und offensichtlich abgesprochen‘ immer wieder die direkte Konfrontation gesucht“ (24. September 2009, FAZ).

„Der Kampf gegen die Unzählbaren. Gewaltbereite Fans bedrohen die Existenz von Hansa Rostock. Heimspiele werden zu einer Belastung für die ganze Stadt.“ (27. November 2011, FAZ).

Für die Vereine ‚Dynamo Dresden‘ und ‚FC Rot-Weiß Erfurt‘ existieren ähnliche problematische Darstellungen bezüglich Gewalttätigkeiten und Ausschreitungen bei Fußballspielen, weshalb in der Kookkurrenz-Analyse mit 6,12 bzw. 6,2 ein noch starker MI-Score erreicht wird. Ebenso auffällig ist, dass in der Kookkurrenz-Analyse mit Lübeck, Schwerin, Berlin, Stralsund und Greifswald dem Anschein nach eine enge Verbindung zu den anderen Städten besteht. In den entsprechenden Artikeln findet diese Verbindung in der Regel über generalisierende Aufzählungen von Städten in Mecklenburg-Vorpommern, an der Ostsee oder im Osten Deutschlands statt. Durch Schwerins Position als Landeshauptstadt findet auch eine Verbindung der Städtenamen Rostock und Schwerin in Artikeln mit landespolitischen Berichterstattungen und Themen statt. Die kritischen Berichterstattungen aus dem Umfeld des Fußballs wirken sich auf die Wahrnehmung der Vereine aus, erzeugen aber auch Stigmata gegen die Stadt und ihre Bevölkerung. Auch andere fußballbezogene Begriffe belegen hohe Ränge in der Keyword-Liste, wobei ‚Fans‘ (Keyness-Wert von 262,16), ‚Bundesliga‘, ‚Spiel‘, ‚Trainer‘, ‚Mannschaft‘,



Hochschulwesen

Gewalt

Wirtschaft

Region

MI-Score
≥ 10
9,99 – 8,0
7,99 – 6,0
5,99 – 4,0
3,99 – 2,0
≤ 1,99

Abbildung 8: Ergebnisse der Kookkurrenz-Analyse des Korpus mit Artikeln überregionaler Tageszeitungen für die Stadt Rostock. Je häufiger ein Wort im Korpus vorkommt, desto größer ist es dargestellt. Die Worte wurden in die Themenbereiche „Gewalt“, „Hochschulwesen“, „Region“ und „Wirtschaft“ eingeordnet. Eigene Darstellung.

‚Fußball‘ oder ‚Stadion‘ die häufigsten sind.

Ein weiterer wichtiger Aspekt ist die wirtschaftliche Basis der Stadt Rostock. Betrachtet man die Zusammenhänge der Wardan-Werften, so weisen die Wörter ‚Werften‘ und ‚Hafen‘ hohe Keynes-Werte auf und unterstreichen den Fokus auf die maritime Industrie. Weitere wirtschaftlich orientierte Begriffe sind ‚Nordex‘ [Hersteller von Windkraftanlagen] und ‚Flughafen‘. Eine Sonderstellung scheint das Unternehmen ‚AIDA‘ mit einem Keynes-Wert von 229,31 einzunehmen. Dies unterstreicht seine Bedeutung als einer der größten Arbeitgeber Rostocks. Ebenso taucht das Wort ‚Passagier‘ in deutlicher Verbindung zu Rostock auf. Die Universität und das Max-Planck-Institut für demografische Forschung etablieren die diskursive Repräsentation Rostocks als Zentrum von Wissenschaft und Innovation.

„Keine Frage, Rostock hat Zukunft, die Stadt ist Wachstumsregion. Zwischen 2006 und 2011 stieg ihre Einwohnerzahl um mehr als 6000 auf etwa 204 000 Einwohner an. Auch die Wirtschaft – siehe die sich erholende Neptunwerft oder den im Hafen angesiedelten Kranbauer Liebherr – zieht seit einigen Jahren wieder an. Der Tourismus sowieso. Rostocks Universität wird für Studenten aus den alten Bundesländern immer attraktiver. Überall wird gebaut. Die großen Plattenbau-Viertel am Rande der Stadt sind weitgehend modernisiert.“ (8. Februar 2013, SZ).

Ein problematischer Aspekt der diskursiven Darstellung zeigt sich in Artikeln über Fremdenfeindlichkeit und Rassismus. Besonders in den Jahren nach 2015 und während der europäischen Migrantenkrise wurde in Artikeln über den Zustand des Rassismus in Deutschland und speziell in den neuen Bundesländern debattiert. Dies ist darauf zurückzuführen, dass die politischen Parteien mit rechten Tendenzen in Osten Deutschlands besonders stark sind und diese Bundesländer somit als fremdenfeindlicher als andere Teile Deutschlands stigmatisiert werden (MÜLLER 2016: o.S.). Als diese Tendenzen in ganz Deutschland zuzunehmen begannen, tauchte der Fall ‚Rostock-Lichtenhagen‘ (Keynes-Wert von 202,62) in vielen Artikeln als warnendes Beispiel dafür auf, wie Fremdenfeindlichkeit zu gewalttätigen Ausbrüchen gegen Ausländer, Flüchtlinge oder Menschen mit anderem Glauben führen kann. Im Sommer 1992 kam es zu Ausschreitungen gegen ein Wohnheim, in dem vietnamesische Fremdarbeiter untergebracht waren. Die Ausschreitungen gipfelten in Gewaltakten gegen die Polizei und dem Niederbrennen des Gebäudes. Seitdem wird die Geschichte von Rostock-Lichtenhagen oft im Zusammenhang mit Gewalt gegen Ausländer in Deutschland herangezogen. Da sich ein ähnliches Ereignis in ‚Hoyerswerda‘, einer Stadt in Sachsen, ereignete, wird es in der Kookkurrenz-Analyse für Rostock mit einem sehr hohen Wert eingestuft.

Mit dem Schriftsteller Walter ‚Kempowski‘ existiert eine diskursive Repräsentation mit starker

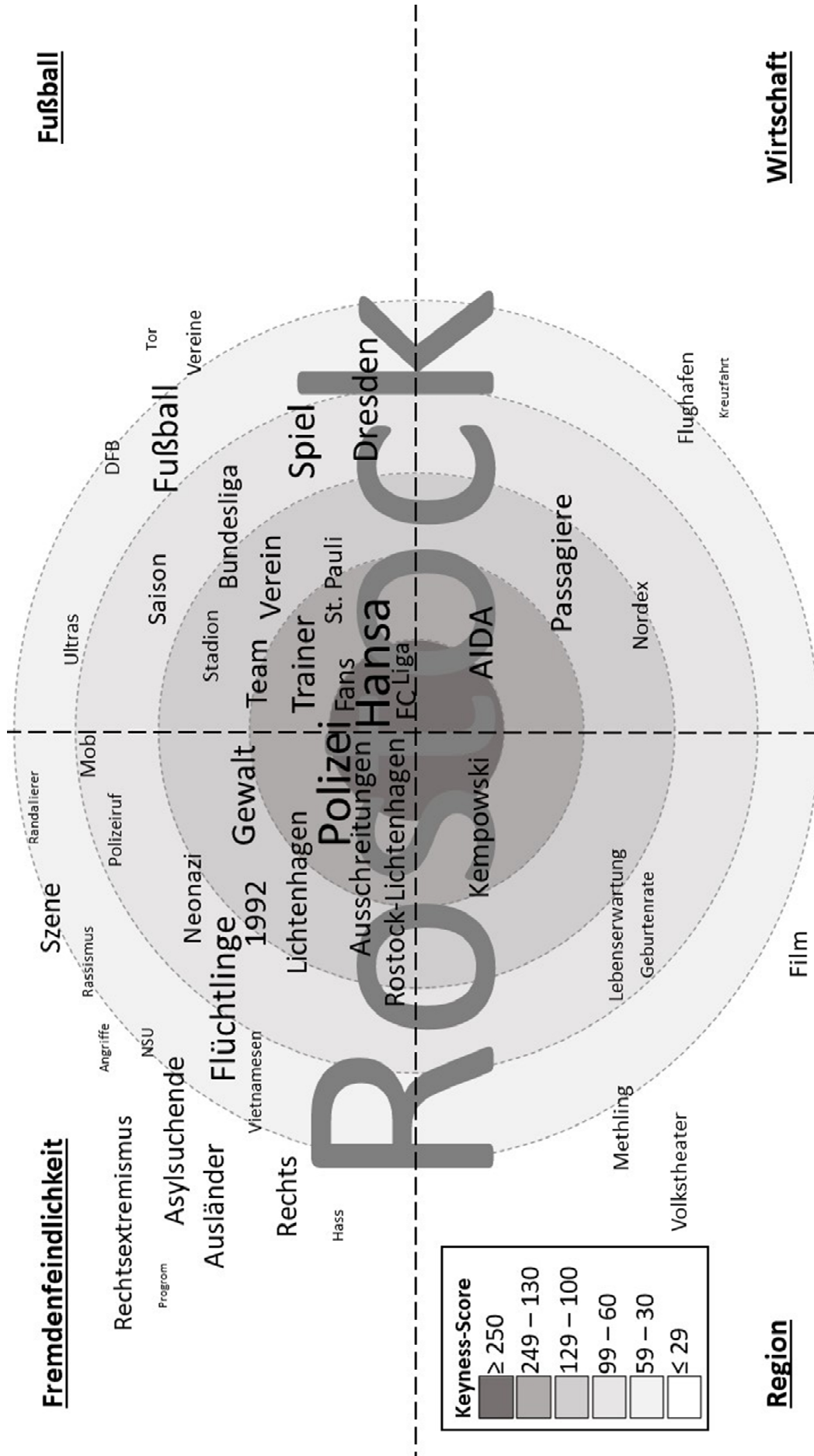


Abbildung 9: Ergebnisse der Keyword-Analyse des Korpus mit Artikeln überregionaler Tageszeitungen für die Stadt Rostock. Je häufiger ein Wort im Korpus vorkommt, desto größer ist es dargestellt. Die Worte wurden in die Themenbereiche „Fremdenfeindlichkeit“, „Fußball“, „Region“ und „Wirtschaft“ eingeordnet. Eigene Darstellung.

Verbindung zwischen der Person und dem Ort Rostock, welche auch so medial widergespiegelt wird. Die Stadt Rostock inszeniert sich selbst als Kultur- und Literaturraum, mit deutlichen Verweisen auf Kempowski und Rostock als seine Geburtsstadt.

„Das Kempowski-Prinzip. Deutsche Szene: Rostock feiert seinen großen Chronisten“ (30. Mai 2009, FAZ).

„Die Stadt Rostock will den in Rostock geborenen Schriftsteller Walter Kempowski (1929-2007) mit einem Straßennamen in bester Lage ehren. Die rund einen Kilometer lange Promenade im Stadthafen soll künftig "Kempowskiufer" heißen. Kempowski wuchs in Rostock als Sohn eines Reeders auf, wurde hier 1948 vom sowjetischen Geheimdienst verhaftet und wegen Spionage zu 25 Jahren Arbeitslager verurteilt.“ (26. Oktober 2009).

Besonders am zweiten Textbeispiel wird dabei deutlich, dass es nicht nur vordergründig um die Nutzung Kempowskis Namen für Vermarktungszwecke der Stadt geht, sondern mit Kempowski auch ein Stück weit die Nachkriegszeit und das kommunistische Erbe der neuen Bundesländer aufgearbeitet wird. Die Stadt Rostock hat zur weiteren Ehre Kempowskis ein Kempowski-Archiv errichtet und feiert jährlich die Kempowski-Tage. Für die geplante Veranstaltung 2021 heißt es auf der Webseite des Archivs:

„Derzeit planen wir die nächsten Kempowski-Tage mit dem Titel Sichtachsen – Die Stadt als Schauplatz und Inhalt“ für den Zeitraum vom 22. bis 28. März 2021. Wir konzentrieren uns auf thematische Stadtrundgänge. Sie sollen Raum, Zeit und Funktion von urbanen Räumen für die Kunst und Literatur ausleuchten. Auf den Spuren der Familie Kempowski sind unsere Besucher in zwei Laufrichtungen und mit verschiedenen Schwerpunkten (literarisch bzw. stadthistorisch) eingeladen. Außerdem wird es Rundgänge auf den Spuren der Familie Mann in Rostock sowie eine Erkundung des literarischen Rostocks geben. Hinzukommen Streifzüge von und mit verschiedenen Autoren, mit denen der Einfluss von Erinnerungen, urbanem Raum und eben auch Sichtachsen auf das literarische Feld besprochen werden soll. Ausflüge in die sakralen Bauten sowie auf den Spuren von historischen Persönlichkeiten komplettieren die 13. Kempowski-Tage.“ (KEMPOWSKI-ARCHIV-ROSTOCK 2021: o.S.).

Rostock wird somit nicht nur mit der Person Kempowskis verwoben, sondern auch mit den Handlungsorten seiner Romane. Hieraus ergibt sich eine neue diskursive Repräsentation Rostocks, welche durch eine lexikometrische Analyse von literarischen Werken, welche in Rostock angesiedelt sind, untersucht werden könnte. Die Nutzung des Raumes Rostocks als Handlungsort lässt sich zudem auch mit URRYs Theorie des Tourist Gaze erklären. Die Darstellung eines Raumes in einem Roman hat dabei eine andere Qualität als die Darstellung in einem Zeitungsartikel. Während ein Roman Einflüsse realer Ereignisse und Orte verarbeiten kann, bleibt es dennoch eine Fiktion. Nichtsdestotrotz baut auch diese Repräsentation eine Erwartungshaltung an den realen Ort auf. Und während dies bei textlichen Medien immer noch

der Imagination des Lesers überlassen ist, wächst aktuell das Segment des Filmtourismus sehr stark, welches teilweise von Kommunen und Nationen bewusst genutzt wird, um über Darstellungen in Filmen und Serien ein gewisses Landschafts- und Kulturbild zu festigen (JUŠKELYTĖ 2016: 54). In der Keyword-Analyse zu Rostock taucht das Wort ‚Film‘ auf, welches aufgrund der deutschen Film-Reihe ‚Polizeiruf 110‘ mit über 20 Folgen ist Rostock und einigen anderen Filmproduktionen im Korpus vertreten ist:

„Adieu, Schwerin. Der ‚Polizeiruf‘ geht nach Rostock

[...]. Die Geschichten aus Schwerin seien auserzählt, lautet die Begründung des NDR. Man wolle sich weiter in den Osten, in eine andere Stadt, orientieren. Ab dem Jahr 2010 soll es ein neues Ermittlerteam geben - aus Rostock. Die zwei letzten Folgen aus Schwerin sind abgedreht. Sie werden im kommenden Jahr gezeigt.“ (11. Dezember 2008, FAZ).

„Am 3. Juni beginnen in Rostock die Dreharbeiten zu dem Sat.1-Film ‚Die Grenze‘.“ (15. Mai 2009, FAZ).

In anderen Texten wird das Wort Film dabei nicht im Sinne von Spielfilm verwendet, sondern als das Produkt filmischer Aufnahmen.

Für andere Worte war bereits im Vorwege ein hoher Keynes-Wert zu erwarten. Hierzu gehört der Name ‚Methling‘, da Roland Methling von 2005 bis 2019 amtierender Oberbürgermeister der Stadt war und somit in der kompletten Zeitspanne, die die Korpora umfassen, in enger Verbindung mit Rostock war. Auch beim Wort ‚Flughafen‘ war eine enge Verbindung zu erwarten, da in der Berichterstattung mit dem ‚Flughafen Rostock-Laage‘ eine klare Raumbezeichnung gegeben werden muss, um eine Verwechslung mit anderen Flughäfen zu vermeiden.

5.1.3 Greifswald als Innovationsraum

Greifswald ist vor allem für seine Universität und seine historische Altstadt bekannt. Dies spiegelt sich in den Korpora beider Zeitungen wider. Begriffe wie ‚Hanse‘ (Keyness-Wert von 128,36) oder ‚Universität‘ (Keyness-Wert von 125,12) stellen die häufigsten Begriffe in den Artikeln mit direktem räumlichem Bezug zur Stadt dar. Die diskursive Repräsentation Greifswalds als Universitätsstadt wird weiter durch die Begriffe ‚Studenten‘ und seine Lemmata, ‚Wissenschaftler‘, ‚Wendelstein 7-X‘, ‚Max-Planck-Institut für Plasmaphysik‘ oder die Insel ‚Riems‘ etabliert. Auf Riems ist das ‚Friedrich-Löffler-Institut‘ beheimatet, welches in isolierter Lage an Viren und Krankheitserregern forscht. Trotz seiner räumlichen Position im Außenbereich ist Riems ein Stadtteil Greifswalds. Neben der virologischen Forschung scheint die Erforschung von Energie und Energieerzeugung ein bedeutender Teil der diskursiven

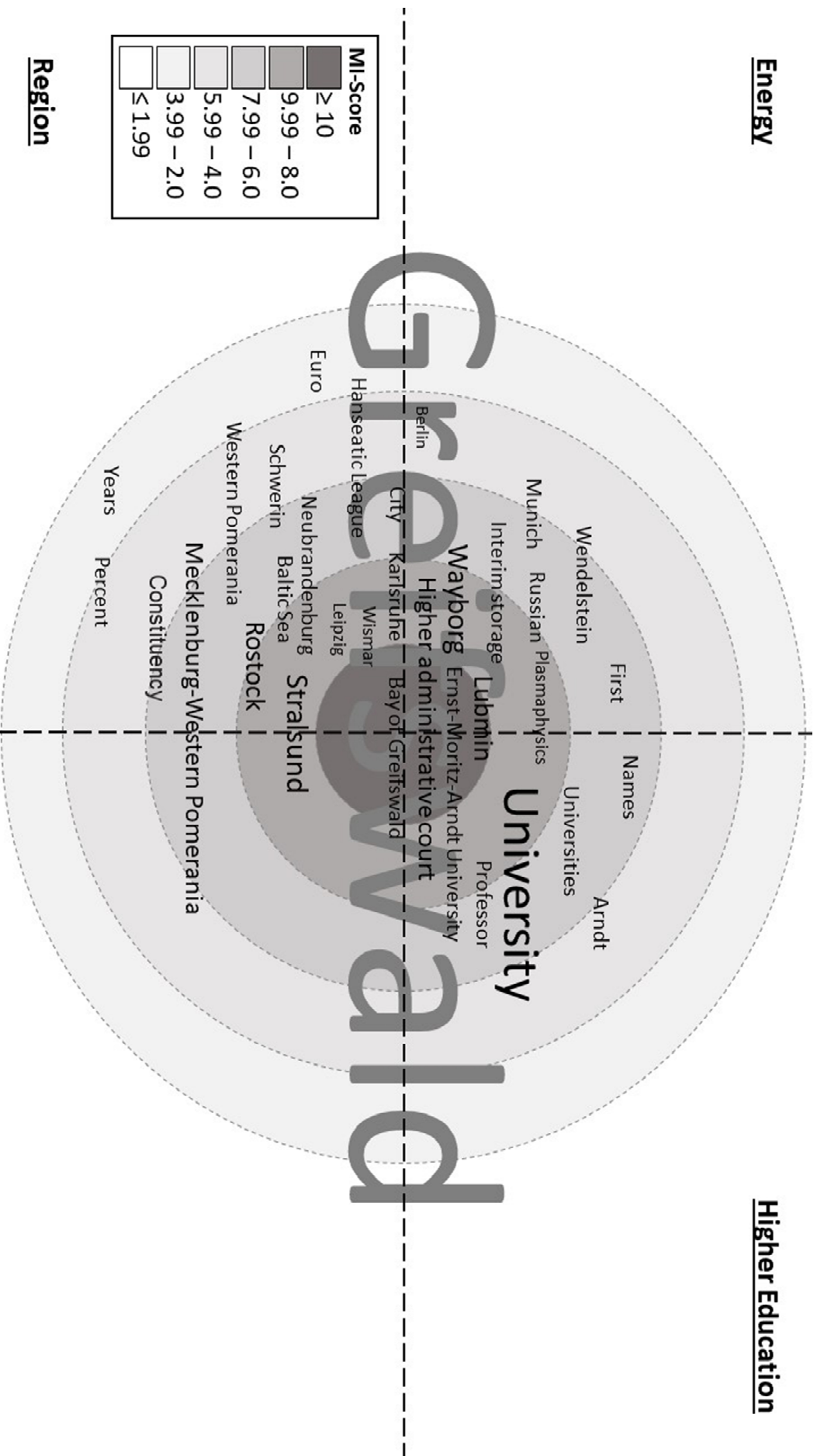


Abbildung 10: Ergebnisse der Kookkurrenz-Analyse des Korpus mit Artikeln überregionaler Tageszeitungen für die Stadt Greifswald. Je häufiger ein Wort im Korpus vorkommt, desto größer ist es dargestellt. Die Worte wurden in die Themenbereiche „Energie“, „Hochschulwesen“ und „Region“ eingeordnet. Eigene Darstellung.

Repräsentation der Stadt zu sein, da der Begriff ‚Plasma‘ in den Korpora mit einem starken Zusammenhang zum Max-Planck-Institut vorkommt.

Der MI-Score von 8,05 im Zusammenhang zwischen Greifswald und dem ‚Verwaltungsgericht‘ ist durch die Berichterstattung zum Fall Nasibullah S. aus dem Jahr 2018 zu erklären. Ein Abschiebungsverfahren gegen den gebürtigen Afghanen wurde deutschlandweit durch die Medien aufgegriffen und verfolgt. Der Mann war Teil der Gruppe der ‚Seehofer 69‘ – der bayrische Ministerpräsident Seehofer hatte an seinem 69. Geburtstag verkündet, dass 69 Personen zurück nach Afghanistan abgeschoben worden waren und dies bei einer Pressekonferenz mit einem Kommentar als ein Geburtstagsgeschenk an sich selber dargestellt (SPIEGEL.DE 2018: o.S.). Hierauf ergab sich in Presse und sozialen Medien eine Protesthaltung, welche Seehofer mit diesem „zynischen Kommentar“ (SPIEGEL.DE 2018: o.S.) ein menschenunwürdiges und ignoranten Verhalten vorgeworfen haben. Nasibullah S. lebte vor seiner Abschiebung in Neubrandenburg, so dass eine von ihm eingereichte Klage gegen die Abschiebung vor dem Verwaltungsgericht Greifswald verhandelt wurde. Durch die mediale Aufmerksamkeit des Falles, welcher ausgelöst durch Seehofers Kommentar auch den Sachverhalt aufgriff, dass einige der Abschiebungen zu Unrecht durchgeführt worden sein könnten, fand in unregelmäßigen Abständen, aber über Monate hinweg eine konstante Berichterstattung statt, so dass das Verwaltungsgericht Greifswald immer wieder in den Artikeln der Presse auftauchte.

Die Universität selbst war ab 2017 Thema von Artikeln, da die Entscheidung getroffen wurde, sie von ‚Ernst-Moritz-Arndt-Universität Greifswald‘ in ‚Universität Greifswald‘ umzubenennen. Die Arbeiten des deutschen Schriftstellers Ernst-Moritz Arndt werden regelmäßig mit dem Vorwurf konfrontiert, verdeckt bis offen antisemitische und frankophobe Ansichten zu beinhalten (21. Januar 2019, FAZ). Dies löste zahlreiche Debatten in der Stadt und deutschlandweit aus, nicht nur über Ernst-Moritz Arndt als Person, sondern auch über Tradition und Fremdenfeindlichkeit im weiteren Sinne.

Interessanterweise sind die Worte ‚Nord Stream‘, ‚Gas‘, ‚Russland‘, ‚Russisch‘ und ‚Pipeline‘ auch stark mit Greifswald verbunden. Da die Gaspipelines Nord Stream 1 und 2 von Wyborg in Russland nach Lubmin in Deutschland verlaufen, wird Greifswald oft anstelle von Lubmin als räumliche Referenz verwendet. Ähnlich scheint es sich auch mit dem ehemaligen Atomkraftwerk vom Bautyp ‚Tokamak‘ zu verhalten. In der DDR als VE Kombinat Kernkraftwerke ‚Bruno Leuschner‘ Greifswald bezeichnet, liegt die Verbindung mit Greifswald jedoch weitaus näher als beim Beispiel Nord Stream 1 und 2. Auch heute noch ist die Bezeichnung als ‚Atomkraftwerk‘ Greifswald durchaus gängig. Viele der Begriffe in den Korpora, welche mit dem Kraftwerk und Greifswald in Verbindung stehen, beziehen sich jedoch eher auf dessen

Stilllegung im Jahr 1995. Seither befindet sich das Gebäude in Rückbau. Dementsprechend beschäftigen sich Artikel mit Atomkraftwerk-Inhalten auf ‚Castor-Transporte‘, ‚Zwischenlager- und Endlagerlösungen‘ für ‚radioaktive‘ Trümmerteile des Rückbaus bzw. Elemente, die zur Energiegewinnung genutzt wurden.

Neben Rostock ist Greifswald die einzige Stadt in Mecklenburg-Vorpommern, die an Bevölkerung gewinnt. Dies wird durch Artikel über die Gesamtentwicklung der Stadt dokumentiert.

„Boom am Bodden. Kein Leerstand in der Platte. Greifswald in Vorpommern ist auf Wachstumskurs.“ (5. August 2012, FAZ).

Über die Greifswalder Wirtschaft wird dagegen nur selten berichtet. Die veröffentlichten Artikel mit ökonomischen Themen konzentrieren sich auf den Segel- und Motoryacht-Hersteller ‚HanseYachts‘ AG, da dieser ein weltweit führendes Unternehmen in seinem Marktsegment ist. Der Begriff ‚Bavaria‘ taucht in der Keyword-Analyse auf, da es sich um den Namen des größten deutschen Segel- und Motorbootunternehmens handelt und dieses ein direkter Konkurrent von HanseYachts ist. Alle Analysen geben keine Hinweise darauf, dass Greifswald mit dem befürchteten Schrumpfungsdiskurs in den Printmedien in Verbindung gebracht wird. Dennoch gibt es überwiegend neutrale Darstellungen des Migrationsverhaltens in Greifswald, so dass auch nicht davon gesprochen werden kann, dass das real existierende Wachstum der Stadt in Bezug auf die Einwohnerzahl widerspiegelt wird:

„Auch die Regionen um diese Städte herum, die suburbanen Wohngebiete, entwickeln sich prächtig. Vor allem weil junge Familien mit gutem Einkommen sich hier ansiedeln. Weniger gut sieht es in den ländlichen Weiten abseits aller Zentren aus. [...]. Es sind dabei noch immer mehr Frauen als Männer, die weggehen. Auch das lässt sich seit vielen Jahren schon beobachten. Ohne die Frauen aber auch keine Geburten. Das ist dann sozusagen eine doppelte Abwanderung.“ (7. Januar 2018, FAZ).

5.1.4 Die Werftenkrise in Stralsund

Für Stralsund scheint die Wirtschaft die wichtigste Rolle für die Berichterstattung über die Stadt zu spielen. Ein großer Teil der Artikel konzentriert sich auf die ‚Werften‘ (Keyness-Wert von 619,55) der Stadt, eng verbunden mit dem Wort ‚Reederei‘. Wie in der allgemeinen Analyse für alle 60 Korpora ist dies auf das rückläufige Werftengeschäft und Insolvenzen einiger Werften zurückzuführen. Viele dieser schließenden Werften hatten ihren Standort in Stralsund.

„Die Krise hat die lange boomende Schifffahrt vom Kurs abgebracht. Einbrüche im Weltmarkt ließen die Frachtpreise fallen, Reedereien fahren hohe Verluste ein, und Werften wie hier in Stralsund leiden unter Stornierungen.“ (16. März 2010, SZ).

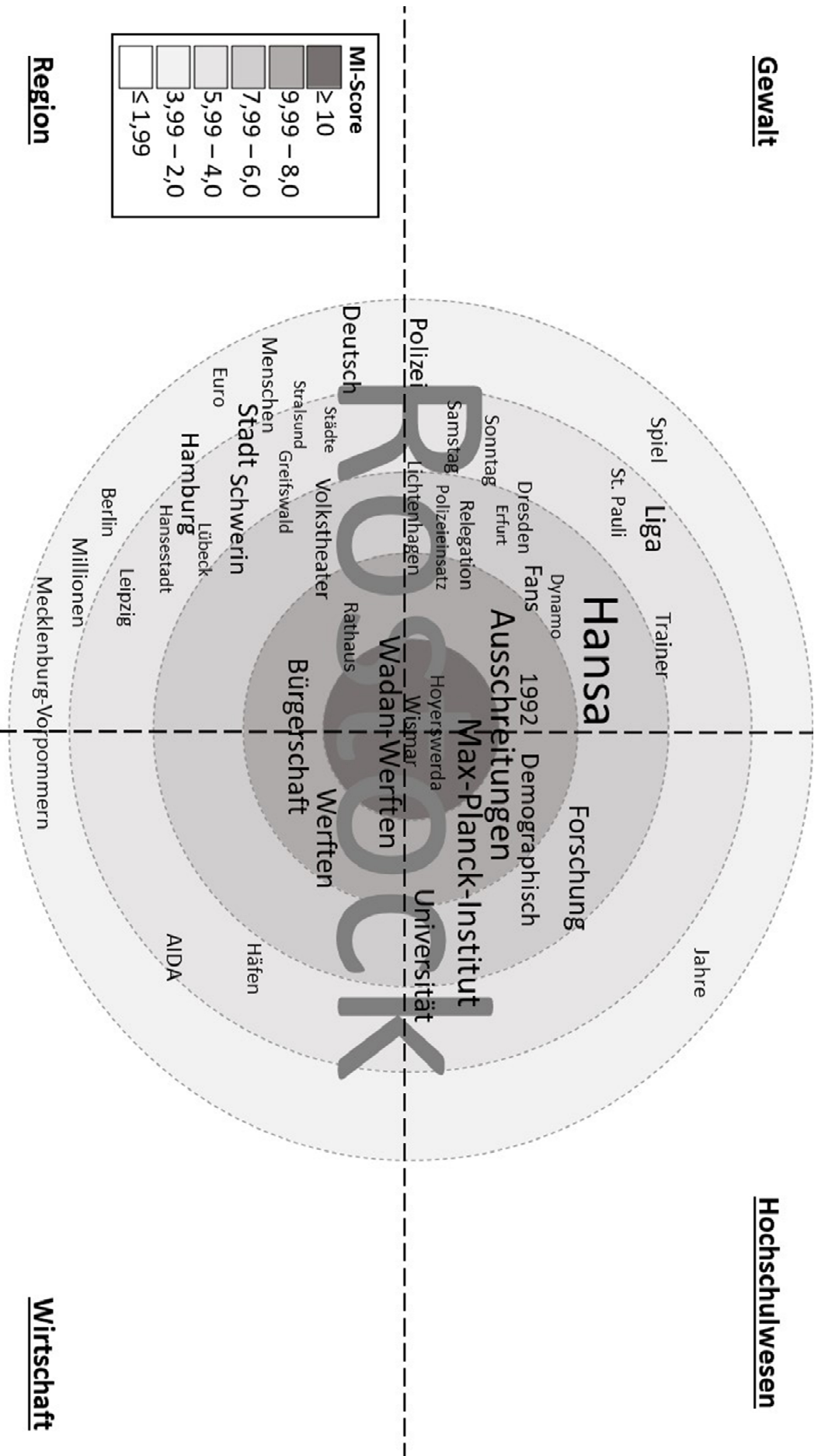


Abbildung 12: Ergebnisse der Kookkurrenz-Analyse des Korpus mit Artikeln überregionaler Tageszeitungen für die Stadt Stralsund. Je häufiger ein Wort im Korpus vorkommt, desto größer ist es dargestellt. Die Worte wurden in die Themenbereiche „Kultur“, „Wirtschaft“, „Region“ und „Tourismus“ eingeordnet. Eigene Darstellung.

„Erneut stehen Werften in Mecklenburg-Vorpommern vor dem Aus. Nach monatelangem Hin und Her bei der Rettung für die P+S-Werften in Stralsund und Wolgast stoppt die Landesregierung nun ihre Hilfen. Knapp 2000 Jobs sind damit in Gefahr, denn den Werften geht das Geld aus.“ (21. August.2012, SZ).

Viele der Schlüsselwörter beziehen sich auch auf Namen von Werften, über die im Rahmen der Werftenkrise berichtet wurde, so beispielsweise die ‚Peene-Werft‘, ‚P+S Werften‘, ‚Volks-werft‘ oder ‚Sietas‘. Die Berichterstattung hat sich somit in Stralsunder Artikeln nicht nur auf Werften in Stralsund selbst bezogen, sondern stattdessen wurden immer wieder Parallelen zu anderen insolventen Werften gezogen, was die Vermutung eines strukturellen Wandels, der die gesamte Branche ergreift, weiter untermauert und auch durch das obige Zitat bestätigt wird. Die Insolvenz der Werften wird darin nicht als Phänomen beschrieben, das typisch für Stralsund ist, sondern bezieht sich auf ganz Mecklenburg-Vorpommern. Besonders interessant ist der hohe Keynes-Wert des Namens ‚Brinkmann‘ (252,23). Dieser ist Insolvenzverwalter und hat bei seiner Arbeit einen besonderen Fokus auf Werften:

„Insolvenzverwalter Berthold Brinkmann hat bereits vielen maroden Werften geholfen – doch wenn sich der Bau neuer Windparks und Aufträge für Montageschiffe weiter verzögern, sieht es für einige düster aus“ (18. März 2013, SZ).

Und auch wenn der Name einen entsprechend hohen Keynes-Wert aufweist, wird eine reale Verknüpfung zwischen der Stadt und der Person sehr wahrscheinlich nicht existieren, sondern ist nur eine Erscheinung des temporär sehr hohen Aufkommens von Artikeln mit Bezug zu Werftinsolvenzen im gewählten Zeitfenster und der generell eher kleinen Korpora. An Brinkmann geknüpft, weist auch das Wort ‚Insolvenzverwalter‘ sowohl einen hohen Keynes-Wert als auch einen hohen MI-Score auf, womit diesem Wort tatsächlich zugeschrieben werden kann, ‚typisch‘ für Stralsund zu sein, zumindest im Rahmen der untersuchten Korpora. Viele der insolventen Werften wurden im zeitlichen Verlauf durch Investoren übernommen. Einer dieser Investoren ist der ehemalige russische Energieminister Igor ‚Jussofow‘, welcher schlussendlich die Volkswerft übernahm. Damit war auch eine mediale Debatte über ausländische Investoren in deutschen Industrien zu beobachten

„Dass nun mit dem ehemaligen russischen Energieminister Igor Jussofow ausgerechnet abermals ein Russe als Kaufinteressent auftritt, sorgt bei den Werften für Hoffnung, aber ganz sicher auch für Irritationen. Schließlich war es der Russe Burlakow, der erst im vergangenen Jahr die beiden Werften gekauft und Staatsaufträge von Putin und dem Gasprom-Konzern versprochen hatte. Doch Burlakow brachte nicht einen neuen Auftrag zustande.

Jussofow soll indes jedoch als Gegner Burlakows gelten. Ob hinter Jussofow wirklich Gasprom steht, die der deutschen Bundeskanzlerin nun einen Gefallen tut, darüber wird in Moskau und Berlin spekuliert“ (15. August 2009, FAZ).

Das Fehlen von Bauaufträgen wird auch in den Korpora dokumentiert, wobei das Wort ‚Auftrag‘ und sein Lemma sowie das Wort ‚Job‘ und sein Lemma überwiegend in Artikeln auftauchen, die die Situation der insolventen Werften in Stralsund dokumentieren. In Analogie zur gemeinsamen Korpora-Analyse gibt es fast keine Berichterstattung über touristische Aspekte der Stadt. Das ‚Ozeaneum‘ und das ‚Deutsche Meeresmuseum‘, die zwei großen touristischen Attraktoren, machen einen großen Teil dieser untergeordneten diskursiven Repräsentation aus, welche sich mit der touristischen Darstellung der Stadt in den Printmedien befasst. Dies wird noch weiter durch Begriffe wie ‚Ostsee‘, ‚Hansestadt‘ oder ‚Weltkulturerbe‘ verstärkt, interessanterweise aber ohne, dass der Begriff UNESCO in den Korpora auftaucht.

5.2 Analyse der Eigendarstellung

5.2.1 Gemeinsamkeiten in der Eigendarstellung aller drei Städte

Im Gegensatz zu den Analysen der Zeitungsartikel erschien eine übergreifende Analyse zu allen drei Städten wenig sinnvoll. Während in COSMAS-II Texte aus verschiedenen Presseergebnissen, Wikipedia-Einträgen und historischen Schriftstücken hinterlegt sind, existiert keine Sammlung, die einen Vergleich der Korpora der drei Städte mit einem entsprechenden Referenzkorpus zugelassen hätte. Stattdessen wurden die 60 aus Pressemitteilungen und Stadtnachrichten kompilierten Korpora der drei Untersuchungsstädte vergleichend betrachtet, um nach allgemeinen Mustern zu suchen. Hierbei gehörte ‚Mecklenburg-Vorpommern‘ (Keyness-Wert von 2.908) auch in den Pressemitteilungen und Stadtnachrichten zu den am häufigsten verwendeten Wörtern. Es scheint so, als wäre der Grund hierfür, dass Themen, die in den Stadtverwaltungen diskutiert werden, oft in den größeren Kontext des Bundeslandes oder der entsprechenden ‚Region‘ gehören (Keyness-Wert von 1.124) Auch die Worte ‚Oberbürgermeister‘ (Keyness-Wert von 5.141) ‚Stadtparlament‘ und ‚Rathaus‘ werden in allen analysierten Texten häufig verwendet. Dieser Umstand kann auf Sitzungen und Beschlüsse der jeweiligen städtischen Gremien zurückgeführt werden. Kommunale Themen werden durch die politischen Entscheidungsträger diskutiert, so dass die Ergebnisse dieser Diskussionen in den Pressemitteilungen und Nachrichten für die Bevölkerung aufgearbeitet werden. Andere Texte, die diese Begriffe enthalten, beziehen sich auf anstehende Sitzungen zur Stadtpolitik und informieren die Bürger über die ‚Tagesordnungspunkte‘ (Keyness-Wert von 1.828) dieser Sitzungen. Sie dienen dazu, die Bürger über die ‚Stadtentwicklung‘, die ‚soziale Entwicklung‘ und die Arbeit der

„Stadtverwaltungen“ zu informieren. Worte wie ‚Sanierung‘, ‚Anfrage‘ und ‚Stadtplanung‘ unterstreichen den informativen Charakter solcher Pressemitteilungen, die sich gleichermaßen an die Bürgerinnen und Bürger richten, aber auch als Werbung für die Städte dienen, da sie zeigen, dass sich die Stadt und Region als Ganzes entwickelt und damit für potenzielle Investoren und zuziehende Bürger attraktiver erscheint.

"Greifswald ist Gastgeber der bundesweiten Konferenz zum Thema Stadterneuerung [...]. Die Gastgeberstadt präsentiert Best-Practice-Beispiele, aber auch Probleme und Lösungen aus den Bereichen Stadtentwicklung, Sanierung und Stadtumbau. Wie der Amtsleiter [des Stadtentwicklungsamtes] mitteilt, wird es unter anderem um die Umstrukturierung des Ostseeviartels gehen, aber auch um die Einbeziehung von Landschaft und Wasser in die Stadtentwicklung oder den infrastrukturellen Ausbau der Universität und die Nachnutzung von bald leerstehenden Gebäuden in der Innenstadt." (30. April 2009, Stadtverwaltung Greifswald).

Themen monetärer Natur scheinen wichtig zu sein, da sie in den gemeinsamen Korpora auftauchen. Der mit Abstand häufigste Begriff in dieser Kategorie ist ‚Euro‘ (Keyness-Wert von 5.208), da ‚Projekte‘ in den Städten oft durch ‚staatliche Fördermittel‘ finanziert werden oder einfach nur die ‚Kosten‘ für aktuelle oder zukünftige Projekte in den Mitteilungen diskutiert werden. Diese Projekte werden oft in ‚Kooperationen‘ realisiert, was dazu führt, dass das Wort ‚zusammen‘ (Keyness-Wert von 2.473) im gemeinsamen Korpus auftaucht. Das Wort zusammen kann aber auch als Aufforderung an die Bürger der Städte verstanden werden, durch gemeinsames Handeln und Erleben in bestimmten Angelegenheiten eine gemeinsame Identität zu bilden:

„Gemeinsam mit der Organisation 'G3 - gender gestaltet gesellschaft' lädt Rostocks Gleichstellungsbeauftragte [...] zu einem Vortrag und einer Diskussion ins Rathaus ein [...].“ (29. September 2016, Stadtverwaltung Rostock).

„Gemeinsam für eine saubere Stadt [...] Die Hansestadt Stralsund lädt alle Bürgerinnen und Bürger ein, gemeinsam den Wintermüll zu beseitigen [...].“ (14. April 2018, Stadtverwaltung Stralsund).

Ein weiterer Aspekt, der in allen Städten auftaucht, ist der Fokus auf kulturelle Veranstaltungen und Bildungsangebote, die durch die Stadt oder eine der städtischen Einrichtungen wie ‚Museen‘ (Keyness-Wert von 2.374) oder die ‚Volkshochschulen‘ (Keyness-Wert von 2.256) durchgeführt werden. Vertieft wird dies durch Begriffe wie ‚Ausstellung‘, ‚Veranstaltung‘, ‚Bibliothek‘, ‚Kultur‘, ‚Kunst‘ oder ‚Konzert‘. Während einige dieser Begriffe wie Veranstaltung, Kultur oder Konzert für Touristen von Interesse sein könnten, scheint die Art und Weise, wie diese Pressemitteilungen verfasst sind, eher an die Einwohner der Städte gerichtet zu sein

oder vielleicht auch für diejenigen in den umliegenden Dörfern und Städten von Bedeutung zu sein, die noch als Tagesbesucher für die jeweilige Stadt betrachtet werden könnten.

Historische Aspekte der Stadt tauchen in den Pressemitteilungen mit unterschiedlichen Themen auf. So wird die ‚DDR‘ (Keyness-Wert von 290) in Pressemitteilungen und Stadtnachrichten im Zusammenhang mit Fotoausstellungen, Themenabenden mit Zeitzeugen oder der Renovierung alter Gebäude erwähnt. Weitere Textelemente in den Korpora mit einer historischen Komponente sind ‚Hanse‘ (Keyness-Wert von 1.638), ‚Geschichte‘, ‚Historisches‘, ‚Kulturge-schichtliches‘ und ‚Altstadt‘.

Auch wirtschaftliche Themen spielen in einer großen Anzahl der Pressemeldungen eine wichtige Rolle. Dies wird auch durch die hohe Menge von Wörtern mit wirtschaftlichem Hintergrund unterstrichen: ‚Mitarbeiter‘ (Keyness-Wert von 2.150), ‚Markt‘, ‚Arbeiten‘, ‚Werk‘, ‚Unternehmen‘, ‚Wirtschaft‘, ‚Standort‘, ‚Hafen‘, ‚touristisch‘ und ‚Werft‘. Die Pressemitteilungen, die diese Wörter enthalten, befassen sich häufig mit der ökonomischen Entwicklung der Städte:

„Auch wenn es im Moment aussichtslos erscheint, ist es notwendig, die Werft als Standort für den spezialisierten Schiffbau zu stabilisieren, um den Menschen in der Region wieder eine Perspektive zu geben.“ (15. Juli 2012, Stadtverwaltung Stralsund).

Diese Pressemitteilungen könnten entweder als Signal an die Bürger der Stadt dienen, um zu zeigen, dass die Verwaltung und die lokale Politik an der Erhaltung und Entwicklung der Stadt als Wirtschaftsstandort arbeiten. Sie wissen um die Missstände in der städtischen Wirtschaft und versichern den Bürgern, dass es Maßnahmen geben wird, um die Situation für sie zu verbessern, damit sie und die Unternehmen die Stadt nicht als wirtschaftlich rückläufig und schwach wahrnehmen.

„Oberbürgermeister Roland Methling wirbt für eine weiterhin vertrauensvolle Atmosphäre am Wirtschaftsstandort Rostock. 'Die Zeiten, in denen wir als Standort nur die verlängerte Werkbank waren, sind zum Glück vorbei. Das beweisen die zahlreichen Unternehmensansiedlungen der letzten Jahre. Wir bieten interessierten Unternehmen eine hervorragende Infrastruktur und ein Umfeld, das die perfekte Balance zwischen Leben und Arbeiten ermöglicht und dabei auch die berechtigten Interessen der Unternehmen im Blick behält.“ (27. Juli 2015, Stadtverwaltung Rostock).

Andere Pressemitteilungen mit wirtschaftlicher Einordnung werden meist mit dem Ziel herausgegeben, Werbung für den Wirtschaftsstandort zu machen. Sie richten sich an Unternehmen und Betriebe, um die Qualitäten der Stadt als Standort für diese Wirtschaftsakteure zu unterstreichen.

Die letzte große Säule der Pressemitteilungen dreht sich um das Thema Bildung. Begriffe wie ‚Schule‘ (Keyness-Wert von 2.613), ‚Schüler‘, ‚Musikschule‘, ‚Universität‘, ‚Universitätsstadt‘, ‚Bildung‘, ‚Grundschule‘ und ‚Wissen‘ unterstreichen, dass sich Städte auch als Orte des Fortschritts und der Bildung positionieren müssen. Insbesondere die Universitäten scheinen in dieser diskursiven Darstellung eine Schlüsselrolle zu spielen. In den Fällen von Rostock und Greifswald ist dies auch mit dem Begriff ‚Klinik‘ (Keyness-Wert von 802) verbunden, da beide über Universitätskliniken verfügen, die für die entsprechenden Regionen von großer Bedeutung und mit den Universitäten der Städte verwoben sind. Pressemitteilungen, die von Bildungsthemen handeln, reichen von der Information für Bürger über Bildungsangebote der Volkshochschulen bis hin zu Planungsprozessen für neue Schulen und Bildungseinrichtungen.

"Akteure aus den Themenbereichen Bildung, Kultur, Sport und Jugendhilfe [...] wurden von der Senatorin für Jugend und Soziales, Gesundheit, Schule und Sport zu einer Bildungskonferenz unter dem Motto 'Lernen vor Ort' eingeladen. Die Konferenz [...] in Schmarl soll [sic!] dazu beitragen, Lösungen zu finden, wie jedem Menschen in einer Stadt das Lernen in jeder Lebensphase ermöglicht werden kann, ohne dass er seinen jeweiligen Sozialraum verlassen muss. 'Bildungsprozesse beginnen in jeder Lebenssituation auch auf der kommunalen Ebene', sagt Senatorin Dr. Liane Melzer. Kommunen werden negativ betroffen sein, wenn ihr Bildungssektor fehlentwickelt ist. Aber Erfolge in diesem Bereich werden der Stadt einen noch größeren Nutzen bringen. Viele Städte beginnen, das Thema Bildung stärker in ihre Kommunalpolitik zu integrieren. Auch die Hansestadt hat begonnen, sich damit zu beschäftigen.

Auf der Konferenz werden wir nach Möglichkeiten suchen, bestehende positive Ansätze des Konzepts des lebenslangen Lernens aus einem Handlungsfeld auf andere bildungspolitische Bereiche unserer Stadt zu übertragen. Wir werden auch nach Möglichkeiten suchen, dieses Konzept weiterzuentwickeln und in Aspekte der Stadt einzubetten. Wir wollen erreichen, dass jeder Mensch in dieser Stadt, vom Kleinkind bis zum älteren Menschen, das lernen kann, was er braucht, um jede Lebenssituation zu bewältigen, unabhängig von seiner sozialen Zugehörigkeit und dem Stadtteil, in dem er lebt." (03. März 2011, Stadtverwaltung Rostock).

Diese Pressemitteilungen verdeutlichen die Stellung der Städte im neoliberalen Diskurs, denn Bildung ist nicht nur eine Notwendigkeit im kommunalen Handeln, sondern auch eine Investition in die Bürger und ein weicher Standortfaktor. Die Stadt selbst profitiert von besser ausgebildeten Bürgern, da sie für Unternehmen attraktiver erscheint, aber auch für mögliche Migranten attraktiver erscheint, da Schule und Bildung eine entscheidende Rolle bei der Entscheidung spielen, wohin man auf der Suche nach einem Arbeitsplatz zieht (SPINNEN 2018: 272). Daran gekoppelt sind auch immer wieder Begriffe aus dem Spektrum zwischen kommunaler und regionaler Ökonomie und Demographie wie ‚Jugend‘, ‚Einwohner‘, ‚Migration‘, ‚Menschen‘ oder ‚Facharbeitskräfte‘:

„Rostock gehört bundesweit zu den erfolgreichsten Projektentwicklern. [...] Mit dem neu aufgelegten und „Die Soziale Stadt“ ergänzenden Bundesprogramm BIWAQ sind nun auch Förderungen in den Bereichen Wirtschaft und Arbeit möglich; BIWAQ steht für „Bildung, Wirtschaft, Arbeit im Quartier“. Bis 2015 stellt der Bund insgesamt 156 Mio. Euro zur Verfügung, davon 100 Mio. Euro aus dem Europäischen Sozialfond. Gefördert werden sozial-integrative Projekte in einem Zeitraum von bis zu vier Jahren, die sich vor allem an Langzeitarbeitslose und Jugendliche wenden. „Damit haben wir einen weiteren Weg gefunden, in diesen Stadtteilen Sozialarbeit zu leisten“, freut sich Oberbürgermeister Roland Methling. [...]. Das Schmarler BIWAQ-Projekt „Grenzen sprengen“ wird vom ASB getragen. Ziel ist es, Schülern durch Praktika einen Einblick in den Berufsalltag Rostocker Unternehmen zu geben und sie als künftige Facharbeiter frühzeitig an die lokale Wirtschaft zu binden. Die Praktika werden dabei nicht nur in der Hansestadt Rostock durchgeführt, sondern auch in Filialen oder bei Partnern im Bundesgebiet und im Ausland.“ (28. Januar 2009, Stadtverwaltung Rostock).

Pressemitteilungen, welche die städtische Entwicklung in den Kontext demographischer Begriffe rücken, existieren für jede der hier untersuchten drei Städte, so dass das oben genannte Zitat als eine exemplarische Darstellung für diesen Typ von Pressemitteilungen angesehen werden kann. Jede der Städte informiert einerseits über laufende Förderprogramme, wie sich diese in die soziale und ökonomische Entwicklung der Stadt einfügen und welche langzeitliche Entwicklung sich die Verwaltung auf der Kommunal- oder Quartiersebene von den Förderprogrammen erhofft. Interessant ist hierbei, dass diese Art der Pressemitteilung als ein zweiseitiges Schwert anzusehen ist. Während es einerseits der Kommune attestiert, dass seine Projektideen als förderwürdig erachtet werden und somit diese Art der Darstellung die Position der jeweiligen Kommune im intrakommunalen neoliberalen Wettbewerb der Städte stärkt, kann hierin andererseits aber auch ein Eingeständnis an eigene Problemquartiere oder -themen der Kommune gefunden werden. Die oben genannte Städtebauförderung ‚Die soziale Stadt‘ wird beispielsweise für Quartiere mit besonderem Entwicklungsbedarf vergeben, was sich in der Förderpraxis stark auf soziale Brennpunkte und sozioökonomisch schwache Stadtteile beschränkt (WALTHER/GÜNTNER 2007: 390).

5.2.2 Rostock als grüne und nachhaltige Stadt

Rostock legt in seinen Pressemitteilungen einen starken Fokus darauf, sich als ‚umweltfreundliche‘ (Keyness-Wert von 948) und ‚nachhaltige‘ (Keyness-Wert von 335) Stadt zu positionieren. Dies spiegelt sich auch in textlichen Elementen wie ‚Umweltschutz‘, ‚Naturschutzgebiet‘, ‚Stadtgrün‘, ‚Landschaft‘, ‚Bäume‘ und ‚Klimaschutz‘ wider.

"Die Hansestadt Rostock ist auf dem Weg zur Energiewende. Die Bürgerschaft der Stadt hat die Umsetzung des von der Stadtverwaltung erarbeiteten Masterplans '100% [sic!] Klimaschutz' beschlossen. Anschließend müssen die vorgeschlagenen Maßnahmen in die Tat

umgesetzt werden [...]. Um die langfristigen Ziele einer Reduzierung der CO₂-Emissionen um 95% [sic!] bis zum Jahr 2050 und eines um 50% [sic!] reduzierten Energieverbrauchs im Vergleich zu 1990 zu erreichen, sind weitere Maßnahmen erforderlich.“ (03. April 2014, Stadtverwaltung Rostock).

Der genannte Masterplan wurde 2005 erlassen und 2009 aktualisiert und erneuert. Er ist Teil eines größeren Klimaschutzkonzeptes. Mit ihren Maßnahmen für eine umweltfreundliche und nachhaltige Stadt arbeitet die Hansestadt Rostock an einer diskursiven Darstellung, von einer Stadt, die verstanden hat, dass sich die Art und Weise der Stadtplanung und -entwicklung ändern muss, um eine lebenswerte Umwelt für ihre Bürger zu erhalten. Sie sendet auch ein Signal an die ansässigen Unternehmen, dass die Stadtverwaltung als Vorbild dafür fungiert, wie Arbeitsprozesse und Rahmenbedingungen so verändert werden können, dass es möglich ist, umweltfreundlich zu sein. Hier zählen beispielsweise auch groß angelegte ‚Baumpflanzungsmaßnahmen‘ oder eine Planung der Stadt unter verkehrstechnischer Nachhaltigkeit. Die Worte ‚Radregion [Rostock]‘ oder ‚Wandern‘ beziehen sich dabei nicht nur auf die Stadt, sondern auf den gesamten Stadt-Umland-Raum. So beschränkt sich die Anwendung des Nachhaltigkeitsgedankens nicht nur auf Rostock, vielmehr reicht er bis in die Nachbargemeinden und in den Tourismus hinein:

„Auch am neuen Zähler in der Rostocker Heide wurden im Mai über 10.000 Radler erfasst. Gerade diese Zahl erfreut den Rostocker Bau- und Umweltsenator. „Der Radtourismus ist ein wichtiger Wirtschaftsfaktor. Gerade die Rostockerinnen und Rostocker steigen offensichtlich im Freizeitverkehr mehr aufs Rad und entdecken unsere Rostocker Heide zunehmend als attraktives Naherholungsgebiet mit sauberer Luft, gut ausgebauten Wegen, schattigem Wald und einmaliger Lage am schönsten Ostseestrand des Landes.“ (09. Juni 2016, Stadtverwaltung Rostock).

Zusätzlich zum Aspekt der ökologischen Nachhaltigkeit positioniert sich Rostock durch seinen Beitritt zur weltweiten Kampagne ‚Fairtrade-Towns‘ als Ort der sozialen Nachhaltigkeit. Mit der Kampagne wird das Ziel verfolgt, den Fairtrade-Gedanken auf die kommunale Ebene zu bringen, wozu beispielsweise auch Bildungsprojekte an Universitäten und Schulen, die Einrichtung von sharing-community Plätzen in der Stadt und die nachhaltige Nutzung von Ressourcen gehören (TRANSFAIR – VEREIN ZUR FÖDERUNG DES FAIREN HANDELS IN DER EINEN WELT 2021: o.S.). Diese nachhaltige Nutzung wird durch die Kommune beispielsweise über Repair-Cafés oder Tauschmessen unterstützt. Aufgrund der städtischen Kommunikation, vor allem über den Label-Namen Fairtrade-City Rostock, hat die Bezeichnung selbst einen hohen Keynesswert von 183,52. Innerhalb des Themenspektrums sozialer, aber vor allem auch ökologischer Nachhaltigkeit sind ebenfalls Gesundheitsaspekte angesiedelt. An dem

obigen Zitat wird deutlich, dass durch die Stadt eine Zusammenführung aus Natur, Bewegung und Gesundheit genutzt wird, um eine synthetische Darstellung als grüne Stadt zu erreichen. Durch die Entwicklung der letzten Jahre kann darauf abgestellt werden, dass eine strikte Trennung in die drei klassischen Säulen der Nachhaltigkeit (Ökologie, Ökonomie und Soziales) kaum noch möglich ist und vielmehr in der breiten Bevölkerung mit dem Begriff ‚Nachhaltig‘ eine Gesamtmenge aus den drei Säulen repräsentiert wird, die in der allgemeinen Wahrnehmung einen starken Einschlag in den ökologischen Aspekt der Nachhaltigkeit nimmt (HANS-MANN et al. 2012: 451f.). Durch das Nutzen dieses Nachhaltigkeitsaspektes von verschiedenen Unternehmen und Organisationen hat auch eine assoziative Verknüpfung von Nachhaltigkeit und Gesundheit stattgefunden, die zwar in vielen Einzelfällen durchaus real ist (bspw. ist Fahrradfahren gegenüber dem Autofahren tatsächlich ökologisch nachhaltiger und für den Einzelnen durch die zusätzliche Bewegung gesünder), aber im Gesamten doch eine falsche Konnotation auf die Nachhaltigkeit vermittelt. Deutlich wird dies auch daran, dass die Nachhaltigkeit in der Regel als grünes Thema bezeichnet wird, also eine Farbe, die assoziativ ebenso mit Natur und Gesundheit verbunden wird (AMSTEUS et al. 2015: 33).

Weitere Repräsentationen Rostocks, welche durch die Stadtverwaltung etabliert werden, drehen sich um ‚maritime‘ (MI-Score von 18,65) und ‚touristische‘ (MI-Score von 5,1) Themen. Für die ‚Hanse Sail‘ (Keyness-Wert von 444), eine der größten jährlichen Segel- und maritimen Veranstaltungen in Deutschland, die Ende Juli oder Anfang August stattfindet, werden ein Großteil der touristischen Pressemitteilungen und Stadtnachrichten in den Sommermonaten veröffentlicht. Wiederkehrende Textelemente in diesem Themenbereich sind das ‚Seebad Warnemünde‘ (Keyness-Wert von 1.735), ‚Hanse‘, ‚Museum‘, ‚Besucher‘, ‚Gäste‘, ‚Stadthafen‘, ‚Wasser‘, ‚Ostsee‘ und ‚Meer‘.

"Ein weiteres 'Ostseeprojekt' ist für die nächsten drei Jahre auf dem Weg. Die Hansestadt Rostock agiert in Kooperation mit dem Hanse Sail-Büro im EU-Projekt 'SeaSide' als 'Lead Partner'. Gemeinsam mit 13 Institutionen und Organisationen aus Schweden, Litauen, Polen und Deutschland soll das herausragende Potenzial an maritimen Kulturgütern, vom maritimen Museum über maritime Veranstaltungen bis hin zur Traditionsschiffsvielfalt im südlichen Ostseeraum positioniert werden, um eine starke touristische Wirkung zu entfalten." (16. Januar 2009, Stadtverwaltung Rostock).

"Die Kreuzfahrtindustrie und der Tourismus in Rostock haben in den letzten Jahren an Bedeutung gewonnen. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Besucher lag bei 2,6 Nächten. Der Großteil der ausländischen Gäste kam aus Schweden." (20. Dezember 2012, Stadtverwaltung Rostock).

Mit seiner Lage an der Ostsee hat der Tourismus einen großen Einfluss auf die lokale Wirtschaft und damit auch auf die Planung und Entwicklung der Stadt. Dies wird auch über die MI-Scores der Wörter ‚Modellregion‘ (7,41), ‚Tourismus‘ bzw. ‚Tourist‘ (3,65) und ‚Flughafen‘ (4,97) deutlich. Die Modellregion Rostock hat die Aufgabe der Koordination zwischen der Stadt Rostock und den vier umliegenden Ostseebädern, um den Tourismus in der Region des Rostocker Umlandes zu fördern und Wachstum zu induzieren (DWIF-CONSULTING GMBH 2020: o.S.). Diese Auswirkungen und die Bedeutung des Tourismus den Bürgern zu vermitteln, ist ein wichtiger Faktor für den Erfolg dieser Branche, da der Tourismus nicht nur von Attraktoren, Veranstaltungen und Unterkünften getragen wird, sondern auch davon, wie sich die Menschen gegenüber den Touristen verhalten und welche Atmosphäre in den Interaktionen der Touristen mit den Bürgern und dem touristischen Umfeld der Stadt entsteht (DIRKSMEIER/HELBRECHT 2015: 277f.). Indem sie die Bürger an die Bedeutung der Branche erinnern, befruchten sie auch eine positive Einstellung gegenüber den Touristen.

Wie die Analyse der Zeitungskorpora gezeigt hat, tragen einige der diskursiven Repräsentationen noch das Stigma vom Osten Deutschlands und auch Rostocks, fremdenfeindlich zu sein (PRENZEL 2015: 80). Auch in den Pressemitteilungen finden sich Hinweise zum Rostock-Lichtenhagen-Pogrom. Die Mittelungen haben dabei einen aufklärenden und aufarbeitenden Charakter und werden in der Regel genutzt, um Aktionen gegen Fremdenfeindlichkeit und für ein weltoffenes Rostock zu kommunizieren:

"Die Hansestadt Rostock wird einen neuen Baum pflanzen", sagt Senatorin Dr. Liane Melzer. Wir werden uns an Lichtenhagen 1992 erinnern und damit leben müssen, dass Lichtenhagen auch weiterhin eine Plattform für Diskussionen über Fremdenfeindlichkeit, Rassismus und Asylpolitik sein wird." (29. August 2012, Stadtverwaltung Rostock).

„Ungeachtet dessen, mahnt und verpflichtet uns das, was in Lichtenhagen geschehen ist, bis heute und auch in Zukunft. Gerade die beiden letzten Jahre haben gezeigt, dass der Umgang mit Migration und Integration, mit Ressentiments und auch mit öffentlicher Zustimmung zu rechtsextremen Straftaten enorme Herausforderungen für die gesamte Gesellschaft bleiben.“ (23. August.2017, Stadtverwaltung Rostock).

Mit Aussagen wie dieser versucht die Stadt noch immer sich von diskursiven Repräsentationen, die sie mit rassistischen und fremdenfeindlichen Stigmata in Verbindung bringt, zu trennen. Da gerade Städte im Osten Deutschlands mit diesem Vorurteil zu kämpfen haben, spielt es eine entscheidende Rolle, die diskursive Repräsentation als offener und weltoffener Standort aufzubauen, die wichtig ist, um Studenten und Fachkräfte aus dem Ausland anzuziehen. Kulturell

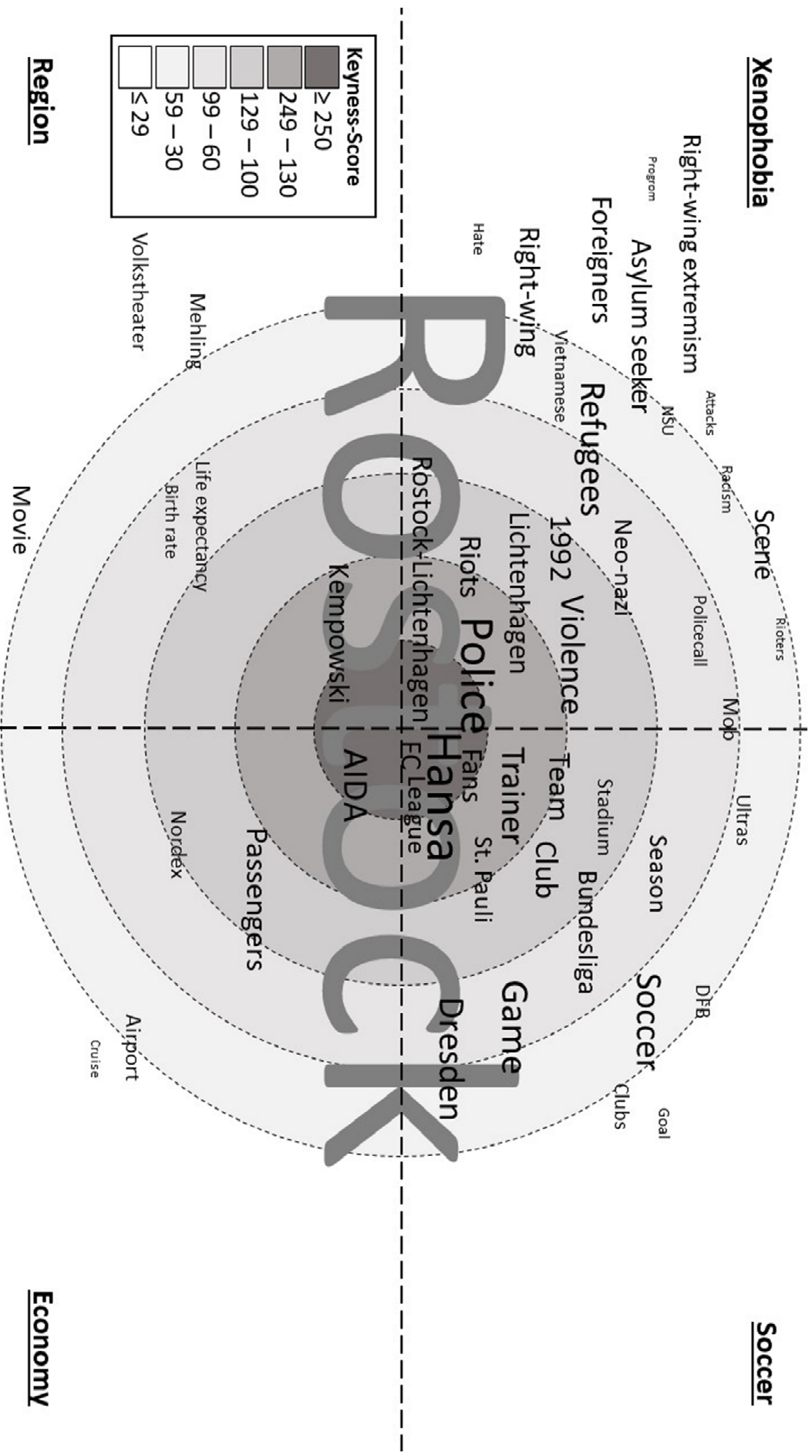


Abbildung 15: Ergebnisse der Keyword-Analyse des Korpus mit Beiträgen der Portale für Stadtnachrichten und Pressemitteilungen für die Stadt Rostock. Je häufiger ein Wort im Korpus vorkommt, desto größer ist es dargestellt. Die Worte wurden in die Themenbereiche „Nachhaltigkeit“, „Stadtkultur“, „Region“ und „Kommunalverwaltung“ eingeordnet. Eigene Darstellung.

findet in den Texten der Pressemitteilungen bzw. Stadtnachrichten über Begriffe wie ‚Kempowski‘, ‚Künstler‘ oder ‚Kunstwerk‘ eine Repräsentation statt. Wie schon in der Repräsentation durch die Tageszeitungen nimmt Kempowski für die Stadt Rostock eine besondere Stellung ein, welche sich in ihrer Darstellung weitestgehend mit jener der Tageszeitungen deckt. Die Person Kempowski wird durch verschiedene Darstellungen als wichtiger Teil der Rostocker Identität durch die Stadtverwaltung inszeniert, welcher in der Art der Darstellung auf die gleiche Stufe wie andere historische Ereignisse oder Persönlichkeiten gestellt wird, wie das folgende Zitat verdeutlicht:

„Am 24. Juni 2015 um 14 Uhr eröffnet Oberbürgermeister Roland Methling in der St. Marienkirche den „Historischen Stadtrundgang“ anlässlich des 797. Jahrestages der Stadtrechtsbestätigung Rostocks aus dem Jahr 1218. [...] Pastor Dr. Stoll wird zur Reformation in Rostock sprechen. Im Rosengarten werden Jörg Schröder zum Ständehaus und Bildhauer Wolfgang Friedrich zum 1840 gegründeten Kunstverein zu Rostock informieren. Dann geht es zur Reiferbahn, dem früheren Arbeitsplatz der Seiler und Reepschläger. Dr. Karsten Schröder erläutert die Umgestaltung des früheren Arbeitsplatzes zum Stadtpark. Klaus Armbröster wird an den Beginn der Industriegeschichte in der Steintorvorstadt erinnern. Am Leibnizplatz wird Dr. Joachim Lehmann vom Geschichtsverein einen Überblick zum früheren Militärlazarett und der zur Universität gehörenden früheren Arbeiter- und Bauernfakultät geben. In der Stephanstraße referiert Dr. Jan-Peter Schulze zur Entstehung der Steintorvorstadt und zur Familie Kempowski.“ (17. Juni 2015, Stadtverwaltung Rostock).

Aufgrund des autobiographischen Charakters der meisten Werke Kempowskis findet sich auch Rostock als Schauplatz der Bücher wieder, so dass in der synergetischen Nutzung von Kempowskis Person ein Einfluss auf die kulturelle, aber auch historische diskursive Repräsentation Rostocks entsteht.

5.2.3 Tourismus und Kultur als treibende Wirtschaftskräfte in Greifswald

Greifswald scheint sich in seinen diskursiven Darstellungen stark auf touristische Themen zu konzentrieren, die mit kulturellen Aspekten verwoben sind. Dies ist ein deutlicher Kontrast zu Rostock, welches eine maritim fokussierte touristische Darstellung hat. Das führt dazu, dass Wörter wie ‚Ostsee‘ (Keyness-Wert von 65), ‚Maritim‘ oder ‚Meer‘ im Vergleich zu anderen touristischen Begriffen in den Pressemitteilungen unterrepräsentiert sind. ‚Weihnachtsmarkt‘ (Keyness-Wert von 409), ‚Historische Altstadt‘, ‚Museumshafen‘, ‚Greif‘ [historisches Segelschulschiff], ‚Jazz‘, ‚Eldena‘ [historischer Stadtteil mit alter Klosterruine], ‚Caspar David Friedrich‘ [Maler, der in Greifswald geboren wurde], ‚Gaffelrigg‘ [Takelagetypp, der zwischen dem 17. und 20. Jahrhundert stark vertreten war und zugleich der Name des jährlichen Fischerfestes ist], ‚Wieck‘ [historischer Stadtteil, der aus einem Fischerdorf hervorging], ‚Kulturnacht‘, ‚Fest‘, ‚Veranstaltung‘, ‚Fischerfest‘ [jährliche Veranstaltung im Stadtteil Wieck, bei

der das maritime und historische Flair im Mittelpunkt steht] gehören zu den meist verwendeten Begriffen. Es ist nicht wirklich zu unterscheiden, ob sich die Pressemitteilungen, die diese Begriffe enthalten, an die Einwohner der Städte oder an Touristen in einem breiteren Spektrum richten. Da Greifswald vor allem eine Destination für den Tagestourismus ist (DWIF CONSULTING GMBH 2016: 20), ist es unwahrscheinlich, dass Veranstaltungen wie die ‚Eldenaer Jazzabende‘ oder das ‚Fischerfest Gaffelrigg‘ eine nationale oder internationale Anziehungskraft entfalten und damit der Hauptgrund für Touristen sind, mehrfach in Greifswald zu übernachten. Vielmehr kann es ein Grund für Menschen sein, die auf Rügen oder Usedom übernachten, oder für Menschen aus den umliegenden Regionen, Greifswald für einen Tagesausflug zu besuchen und die Veranstaltung mit Sightseeing zu verbinden (DWIF CONSULTING GMBH 2016: 47).

Interessanterweise taucht der Begriff ‚Backsteingotik‘ sowohl in den Ergebnissen der Konkurrenz-, als auch der Keyword-Analyse für Greifswald auf. Interessant ist dies vor allem deshalb, da diese Wörter eher in Zusammenhang mit Stralsund zu erwarten gewesen wären, schließlich sind es gerade architektonische und stadtgestalterische Faktoren, welche dazu geführt haben, dass Stralsund seinen Status als UNESCO-Weltkulturerbe erhalten hat. Tatsächlich wirbt Greifswald jedoch offensiver mit der Backsteingotik als Attraktor des städtischen Tourismus:

„Entlang der Europäischen Route der Backsteingotik - Reiseführer 2014/15 erschienen

Der Reiseführer der Europäischen Route der Backsteingotik für die Saison 2014/15 ist auf dem Markt. In der vierten aktualisierten Auflage werden die 39 Mitgliedsstädte und -regionen entlang der Route ausführlich vorgestellt, angefangen von ihren backsteingotischen Sehenswürdigkeiten bis hin zu weiteren kulturtouristischen Angeboten wie Museen, Veranstaltungen, Natur und Sport. Wie ihre beliebten Vorgänger enthält die Broschüre darüber hinaus ausführliche Tipps zu den wichtigsten Fahrradrouten in der Region sowie Beiträge zu verwandten Themen wie Hanse, Klöster und Romanik. Der Reiseführer ist ab morgen auch in der Tourist-Information der Universitäts- und Hansestadt Greifswald erhältlich.

Greifswald zählt mit seinen gut erhaltenen mittelalterlichen Backsteinbauten zu den bedeutendsten Städten entlang der Route. Drei prächtige Backsteinkirchen in der historischen Altstadt sowie die gotischen Giebelhäuser am Markt künden noch heute vom Reichtum und der Blüte der einst mächtigen Stadt. Weitere bedeutende Backsteinbauten sind neben der Klosterruine Eldena die alten Wehranlagen mit dem Fangenturm am Museumshafen und der Stadtmauer entlang der grünen Promenade des Walls, das soziokulturelle Zentrum St. Spiritus sowie die frühere Klosterbibliothek der Franziskaner, heute Teil des Pommerschen Landesmuseums. Führungen bietet der Fremdenverkehrsverein der Hansestadt Greifswald und Land e.V. an.

Die Europäische Route der Backsteingotik schlängelt sich von Dänemark nach Deutschland bis weit ins östliche Polen. Die backsteingotische Architektur charakterisiert vor allem die

hanseatisch geprägten Küstenregionen der Ostsee, aber auch das Binnenland entlang der alten Handelswege.“ (26. Juni 2014, Stadtverwaltung Greifswald).

Die im Zitat angesprochene europäische Route der Backsteingotik ist ein Projekt, welches weitestgehend aus der Kooperation der Deutschen Stiftung Denkmalschutz und zwei europäischen Denkmalschutzprojekten sowie Beiträgen einzelner Privatpersonen oder Organisationen hervorgegangen ist (EUROPÄISCHE ROUTE DER BACKSTEINGOTIK E.V. 2020: o.S.). Insgesamt nehmen 32 Städte aus den drei Ländern Dänemark, Polen und Deutschland an dem Projekt teil, wobei der überwiegende Teil der Städte in Deutschland und hier insbesondere an der Ostseeküste lokalisiert sind. Auch Stralsund und Rostock sind Partnerstädte dieses Projektes, jedoch ist in den Jahren zwischen 2009 und 2018 für Rostock keine Pressemitteilung bzw. Stadtnachricht zu finden, welche Auskunft hierüber gibt. Im Falle Stralsunds existieren lediglich fünf Mitteilungen, welche sehr allgemein gehalten sind und eher informativen Charakter haben und sich nicht in einen touristischen Kontext einordnen lassen, obwohl beispielsweise auch das Katherinenkloster als eines der ältesten Klöster an der Ostsee im Stil der Backsteingotik errichtet ist. Ein Grund dafür, dass Rostock und Stralsund das Projekt nicht so stark in die Eigendarstellung einbeziehen, könnte für Rostock an seiner Größe und damit einhergehend auch einer anderen touristischen Reichweite liegen. Ähnlich wie Stralsund mit dem Faktor UNESCO-Weltkulturerbe hat Rostock mit dem Kreuzfahrttourismus und der Hanse Sail bereits gut etablierte Attraktoren bzw. Tourismusformen. Durch die Nutzung dieser „Label“ existieren für die Städte so eventuell schon ausreichend touristisch ausgerichtete diskursive Repräsentationen, so dass vorerst auf die Vermarktung als Stadt der Backsteingotik verzichtet wird.

Eine weitere Säule in der diskursiven Repräsentation Greifswalds, die durch Pressemitteilungen erzeugt wird, ist der Fokus auf die Stadt als Wissens- und Wissenschaftsstandort.

"Der Oberbürgermeister appelliert an die Landtagsabgeordneten: 'Bleiben Sie Ihrem Wort treu und unterstützen Sie das Fusionsprojekt Wendelstein 7-X in Greifswald. Sie stärken damit den Wissenschaftsstandort Greifswald und damit die Stärke der Region Vorpommern. Sie steigern auch die nationale und internationale Reputation von Forschung und Entwicklung hier vor Ort. Damit halten Sie hochqualifiziertes Personal hier im Bundesland. Außerdem stabilisieren und erweitern Sie die Möglichkeiten der zukünftigen Energiegewinnung, kurzum, Sie stärken damit das ganze Bundesland und das sollte unser gemeinsames Ziel sein!'" (25. März 2013, Stadtverwaltung Greifswald).

Darüber hinaus spiegelt sich die Nähe zu Polen in der diskursiven Repräsentation Greifswalds wider, denn in Pressemitteilungen, die den internationalen Kulturaustausch zwischen den Städten Stettin und Greifswald thematisieren, finden sich häufig Textelemente wie ‚Kooperationen‘

(Keyness-Wert von 264), ‚Stettin‘, ‚Kulturbüro‘, ‚Austausch‘ und ‚deutsch-polnische Beziehungen‘ wieder.

„Bereits seit 1996 pflegen Greifswald und Stettin eine intensive Freundschaft. Beide verbinden nicht nur die gemeinsame Lage in Pommern beidseitig der deutsch-polnischen Grenze und damit die führende Rolle in der Euroregion Pomerania, sondern auch gemeinsame geschichtliche Wurzeln. Zahlreiche Akteure der Stadt Greifswald wie das Pommerische Landesmuseum, die Ernst-Moritz-Arndt-Universität, das Theater Vorpommern, der Regionale Fremdenverkehrsverband, die Kunstwerkstätten, die Musikschule oder der alljährliche polenmARkT erfüllen die partnerschaftliche Beziehung mit Leben. Nicht ohne Grund hat Stettin daher Greifswald gebeten, es bei der Bewerbung zur Europäischen Kulturhauptstadt 2016 zu unterstützen.“ (12. August 2010, Stadtverwaltung Greifswald).

Beiträge und dementsprechend auch textliche Elemente zu internationalen und städtepartnerschaftlichen Kooperationen lassen sich in den Korpora aller drei Untersuchungsstädte finden. Die Intensität, mit der die deutsch-polnische Beziehung in der Partnerschaft zwischen Greifswald und Stettin dargestellt wird, erreichen Stralsund und Rostock jedoch nicht. Die räumliche Nähe zwischen Greifswald und Stettin bzw. Polen wird hierbei auch kulturhistorisch eine entscheidende Rolle spielen. Während beispielsweise in Stralsund im Jahr 2016 rund 326 Personen mit polnischer Staatsbürgerschaft gelebt haben (HANSESTADT STRALSUND 2017: 17), lebten im Vergleich hierzu im Jahr 2018 mit 620 Personen fast doppelt so viele polnische Staatsbürger in Greifswald. Entsprechend scheint eine stärkere Bindung zwischen Greifswald und Polen zu bestehen als für die anderen beiden Städte dieser Fallstudie. Dieser Umstand wird zudem durch die hohen MI-Scores der Worte ‚international‘ (4,33), ‚interkulturell‘ und ‚welt-offen‘ im Kontext der entsprechenden Pressemitteilungen und Stadtnachrichten weiter unterstrichen.

Die Bedeutung der (Hochschul-)Bildung wird durch Begriffe wie ‚Schule‘ (Keyness-Wert von 824), ‚Universität‘, ‚Musikschule‘, ‚Ausbildung‘, ‚Kita‘, ‚Grundschule‘, ‚Studenten‘, ‚Max-Planck-Institut‘ und ‚Universitätsklinikum‘ weiter gefestigt.

5.2.4 Stralsund als historische Stadt für Familien

Wie Rostock und Greifswald zeigt auch Stralsund ein Muster von tourismusorientierten Pressemitteilungen und Stadtnachrichten, wobei es den Vorteil hat, sich durch seinen Status als ‚UNESCO‘-, ‚Welterbe‘ (Keyness-Wert von 230 bzw. 522) zu positionieren. Während Stralsund als UNESCO-Welterbe vergleichsweise selten erwähnt wird, haben Begriffe wie ‚Weltkulturerbe‘ oder ‚Weltkulturerbestadt‘ einen MI-Score im mittleren Bereich, so dass eine Verbindung zwischen den Termini und dem Stadtnamen existiert. Insgesamt liegt der Schwerpunkt touristischer Pressemitteilungen auf den Faktoren, die Stralsund den Status als UNESCO-Kulturerbe

verliehen haben. ‚Hansestadt‘ (Keyness-Wert von 120), ‚historisch‘, ‚Altstadt‘, ‚Vorpommern‘, ‚Ausstellung‘, ‚Katharinenkloster‘, ‚kulturhistorisch‘, ‚Hafeninsel‘, ‚Hafen‘, ‚Denkmalschutz‘ und ‚Denkmal‘ sind die am häufigsten verwendeten Begriffe, um den Diskurs um eine touristische Darstellung von Stralsund als historisches Ausflugsziel aufzubauen.

Der Begriff ‚Sund‘ wird in der Keyword-Analyse mit einem Keyness-Wert von 162,8 abgebildet, was darauf zurückzuführen ist, dass Sund in vielen der Beiträge als Ortsangabe bzw. räumliche Orientierungshilfe genutzt wird, beispielsweise, wenn von der Klinik am Sund (Helios Hanseklinikum Stralsund) geschrieben wird. In anderen Fällen enthält die offizielle Bezeichnung einer Einrichtung schlichtweg das Wort, wie bei dem Stralsunder Schulzentrum am Sund. Dem Sund fällt somit in einem Großteil der Beiträge weder eine touristische noch eine historische Rolle in der Repräsentation der Stadt zu. Auch historisch-sakrale Bauten wie ‚St. Nikolai‘ oder der Begriff ‚Kirche‘ allgemein kommen im touristischen Kontext von Stralsund als Reiseziel vor, werden jedoch auch in Pressemitteilungen und Stadtnachrichten benutzt, welche Gottesdienste und andere kirchliche Aktivitäten in der Stadt behandeln. Die starke touristische Repräsentation Stralsunds wird weiter ausgebaut durch den Verweis auf andere Attraktoren in der Stadt, die das historische Tourismusangebot durch eine Reihe von Kultur- und Bildungsangeboten ergänzen. Der ‚Zoo‘ und das ‚Schiffahrtsmuseum‘ werden als etablierte Attraktoren genutzt und mit dem ‚Ozeaneum‘ kombiniert (Keyness-Wert von 393). Dass der Zoo mit einem Keyness-Wert von 1651,31 laut der computergestützten Analyse ein zentraler Mittelpunkt der diskursiven Repräsentation Stralsund ist, ist durch zwei mögliche Ansätze zu erklären. Zum einen rückt der Zoo durch seine Bezeichnung als ‚Zoo Stralsund‘ oder ‚Stralsunder Zoo‘ in einen kontextualen Zusammenhang zur Stadt, zum anderen wird der Zoo durch die Stadt als Veranstaltungsort genutzt, so dass für Stralsund spezifische Kulturthemen auch den Zoo einbeziehen:

„Im Rahmen der Interkulturellen Woche findet am 20. September in der Zeit von 14.00 bis 16:00 Uhr im Zoo Stralsund ein Integrationsfest zum Thema ‚Rotkäppchen in verschiedenen Kulturen‘ statt.“ (16. Juli 2016, Stadtverwaltung Stralsund).

Auch ist sich Stralsund seiner Gateway-Funktion nach Rügen bewusst und positioniert sich als Tagesausflugsziel, während die ‚Besucher‘ (Keyness-Wert von 661) oder ‚Gäste‘ (MI-Score von 11,1) ihre Übernachtungen auf der ‚Insel‘ buchen.

"Die Weltoffenheit der Stralsunderinnen und Stralsunder ist Ausdruck unserer hanseatischen Identität. Unser reiches architektonisches Erbe ist ein Spiegelbild für den Stolz unseres städtischen Bürgertums. Die weitgehend unberührte mittelalterliche Anlage der historischen Altstadt war die Grundlage dafür, dass Stralsund und Wismar im Jahr 2002 als

UNESCO-Welterbe anerkannt wurden. Im Mittelalter segelten Kaufleute aus Stralsund mit ihren Koggen nach Bergen. Heute fahren einige der Hurtigruten-Schiffe, die hier in Stralsund auf der Volkswerft gebaut wurden, an der norwegischen Küste entlang und nehmen Touristen aus unserer Region an Bord. Der Tourismus ist ein wichtiger Wirtschaftsfaktor für Stralsund. Jedes Jahr gibt es viele Gäste aus Skandinavien." (12. Juni 2010, Stadtverwaltung Stralsund).

Andere wirtschaftliche Themenbereiche von Stralsund sind in Pressemitteilungen und Stadtnachrichten sehr rar. Dominierte in den Darstellungen der Medien noch das Thema der Werften und in diesem Zusammenhang die Abnahme von Aufträgen in der Werftenindustrie mit drohenden Insolvenzen, wird das Thema durch die Stadtverwaltung nicht erwähnt. Der Name ‚Störtebeker‘ wird in der Darstellung der Keyword-Analyse dem Übergang zwischen wirtschaftlichem und touristischem Themenspektrum zugeordnet, da ein Großteil der Beiträge, in denen Störtebeker als Keyword identifiziert wird, sich mit der in Stralsund ansässigen Störtebeker Brauerei beschäftigt. Die Brauerei ist sowohl etabliertes Element der Stralsunder Stadtökonomie als auch Teil des Wachstums der Stadt:

„Die Störtebeker Braumanufaktur ist mit ihren Produkten europaweit und inzwischen weltweit bekannt“ (08. Juni 2011, Stadtverwaltung Stralsund).

„Geplante Erweiterung der Störtebeker Braumanufaktur [...]“ (12. Mai 2015, Stadtverwaltung Stralsund).

Neben der Brauerei beschäftigten sich einige der Pressemitteilungen natürlich aber auch mit der historischen Figur des Klaus Störtebeker, der ebenso den thematischen Hintergrund für die jährlich auf Rügen stattfindenden Störtebekerfestspiele vorgibt, bei welchen im mehrjährigen Turnus verschiedene fiktionale Geschichten mit historischer Grundlage auf einer Freilichtbühne aufgeführt werden. Mit seiner starken Verbindung zur Insel Rügen existieren auch in Stralsund vereinzelt Veranstaltungen mit Störtebekerbezug.

„Verschiedene Vorträge finden zu den Themen ‚Die Hanse und ihre Bedeutung‘, ‚Schiffe der Hanse‘ und ‚Mythos Klaus Störtebeker‘ statt“ (03. Mai 2016, Stadtverwaltung Stralsund).

Eine direkte Verbindung zwischen Störtebeker und Stralsund existiert hierbei nicht. Anders als dies beispielsweise für Rügen der Fall ist, wo Störtebeker u.a. einen Schatz versteckt haben soll, gibt es keine historisch belegten bzw. überlieferten Zusammenhänge zwischen der Person Störtebeker und der Stadt, so dass die diskursive Repräsentation der Stralsunder Brauerei und der damit einhergehenden assoziativen Verknüpfung zwischen Raum und Person zu einem nicht existierenden Zusammenhang in der Wahrnehmung der Öffentlichkeit führen könnte.

Ein zweiter großer Themenkomplex scheint sich eher um Stralsund als Arbeits- und Lebensort zu drehen. Worte wie ‚Kinder‘ (Keyness-Wert von 692), ‚Menschen‘, ‚Firma‘, ‚Markt‘, ‚Alt‘, ‚Leben‘, ‚Kultur‘, ‚Arbeit‘, ‚Region‘, ‚Familie‘, ‚Entwicklung‘, ‚Arbeitnehmer‘, ‚Eltern‘, ‚Schule‘, ‚Junge‘, ‚Mädchen‘, ‚Wirtschaft‘, ‚Schüler‘, ‚Bürger‘ treten in einem Narrativ auf, das eine diskursive Repräsentation als modernen und lebenswerten Raum schafft. Dies kann als Reaktion darauf verstanden werden, dass viele Städte und Gemeinden in Mecklenburg-Vorpommern mit Einwohnerverlust und Schrumpfung ihrer Größe und Wirtschaftskraft konfrontiert sind.

"Unter dem Motto 'Wirtschaft bewegt - Leben und Arbeiten in Stralsund' liefern Unternehmen aus Handwerk, Dienstleistung, Gastronomie und Handel gemeinsam mit Vertretern von Institutionen den Beweis: Stralsund ist eine dynamische und lebenswerte Hansestadt mit leistungsstarken und modernen Unternehmen." (8. Mai 2018, Stadtverwaltung Stralsund).

Die Formulierung „den Beweis liefern“ scheint in diesem Zusammenhang besonders interessant, da sie sich so liest, als gäbe es eine laufende Debatte, ob die Stadt eine dynamische und lebenswerte Stadt ist oder nicht. Dies unterstreicht auch das Anliegen der Verwaltung, gezielt Images zu schaffen, um bestehenden negativen Images entgegenzuwirken. Das Wort ‚Innovation‘, welches als eines der wenigen Wörter wirtschaftlicher Konnotation im Stralsunder Korpus auffällt, ist darauf zurückzuführen, dass in Stralsund die Stralsunder Innovations Consult GmbH angesiedelt ist. Als Tochterunternehmen der Stadt liegt das Betätigungsfeld des Unternehmens in der Wiedereingliederung von Langzeitarbeitslosen und schwer vermittelbaren Arbeitssuchenden (STRALSUNDER INNOVATIONS CONSULT GMBH 2021: o.S.). Durch die Nennung des Unternehmensnamens erreicht das Wort Innovation so einen relativ hohen MI-Score. Da das Wort jedoch nur aufgrund der Nennung des Unternehmens im Vergleich zu den Referenzkorpora so häufig vorkommt, kommt die computergestützte Analyse fälschlicherweise zu dem Ergebnis, dass Innovation ein typisches Wort für Stralsund ist. Hier lässt sich auch die in Kap. 4.3 genannte Notwendigkeit verdeutlichen, dass eine lexikometrische Diskursanalyse immer ein Zusammenspiel aus technischen und menschlichen Arbeitsschritten sein sollte.

Interessant ist der hohe MI-Score des Wortes ‚Marzipan‘. Niederegger in Lübeck hat beispielsweise mit seiner Marzipanherstellung erreicht, dass Lübecker Marzipan in der Gesellschaft eine wohlbekannte Bezeichnung ist (EUROPEAN COMMISSION 1996: o.S.) und somit eine deutliche Verbindung der diskursiven Repräsentation zwischen Marzipan und der Stadt Lübeck entstanden ist. Stralsund ist in der breiten Bevölkerung jedoch nicht für sein Marzipan bekannt. Der hohe MI-Wert entspringt in diesem Fall einer kleinen Anzahl von elf Beiträgen. Mit der

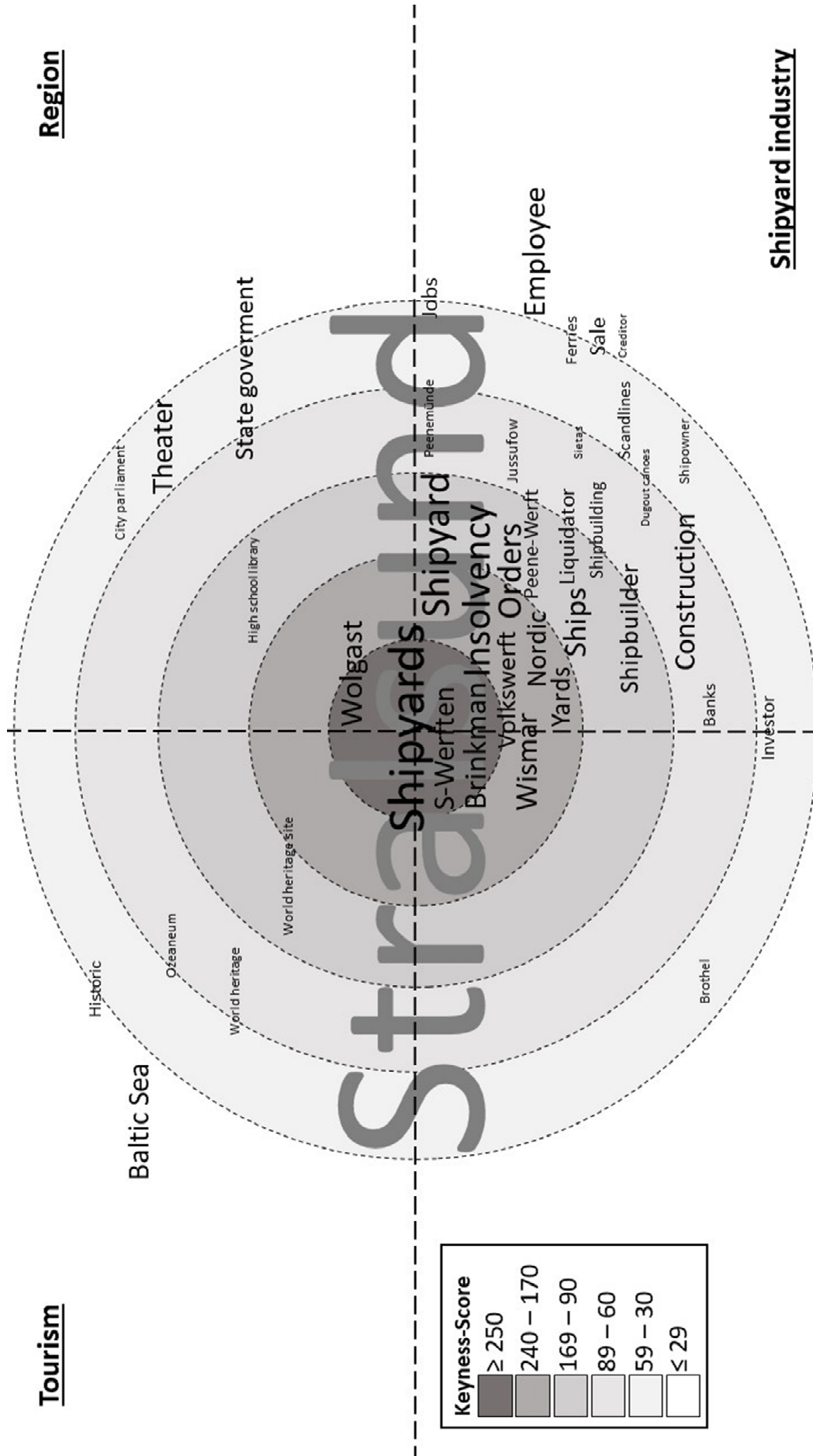


Abbildung 19: Ergebnisse der Keyword-Analyse des Korpus mit Beiträgen der Portale für Stadtnachrichten und Pressemitteilungen für die Stadt Stralsund. Je häufiger ein Wort im Korpus vorkommt, desto größer ist es dargestellt. Die Worte wurden in die Themenbereiche „Stadtgeschichte“, „Stadtkultur“ und „Region“ eingeordnet. Eigene Darstellung.

Bezeichnung als ‚Stralsunder Marzipan‘ befinden sich die Worte jedoch in unmittelbarer Nähe zueinander, was den hohen MI-Wert entstehen lässt. Für die diskursive Repräsentation Stralsunds wird die ansässige Marzipanmanufaktur jedoch keine stärkere Bedeutung haben.

Mit dem Narrativ, eine dynamische Stadt mit hoher Lebensqualität zu sein, die durch die maritime Natur und eine familienfreundliche Kommunalpolitik geprägt ist, versucht die Verwaltung einen Gegendiskurs zur allgemeinen Meinung zu schaffen, die den Nordosten Mecklenburg-Vorpommerns als schrumpfenden und wirtschaftlich schwachen Ort darstellt. Ob diese Strategie Früchte tragen wird, ist derzeit ungewiss, aber die Bevölkerungsstatistik der Hansestadt Stralsund zeigt seit 2010 zumindest eine leicht positive Bevölkerungsentwicklung auf.

"Familien brauchen Zukunft. Familien sind unsere Zukunft. Um die Entscheidung für Familie und die Vereinbarkeit von Privatleben und Beruf zu erleichtern, müssen Politik und Stadtverwaltung, Wirtschaft und Gewerkschaften, Kirchen und Vereine, Betreuungseinrichtungen, Elterninitiativen und weitere gesellschaftliche Akteure in der Hansestadt Stralsund Stellung beziehen, um familienfreundliche Strukturen in der Stadt zu etablieren und durchzusetzen.“ (29. Januar 2009, Stadtverwaltung Stralsund).

Des Weiteren werden vereinzelte Themen, die nicht in ein weitergefasstes thematisches Gesamtspektrum passen, durch die Kookkurrenz-Analyse aufgezeigt. Bedeutend ist hierbei u.a. mit ‚Merkel‘ ein Name aus dem politischen Bereich. Mit Stralsund als Angela Merkels Wahlkreis beschäftigen sich viele der Beiträge, in denen der Name vorkommt, mit Besuchen von ihr in ihrer Position als Kanzlerin und Bundestagsabgeordnete.

„Die Kinder der Stralsunder Kindertagesstätten ‚Brunnenaue‘ und ‚Anne Frank‘ haben heute eine ganz besondere Vorlesestunde mit einer sonst vielbeschäftigten Vorleserin erlebt: Bundeskanzlerin Angela Merkel hat sich in ihrer Funktion als Bundestagsabgeordnete in ihrem Wahlkreis die Zeit genommen, die Kinderbibliothek Stralsund zu besuchen, um auf das bundesweite Leseförderprogramm ‚Lesestart – Drei Meilensteine für das Lesen‘ aufmerksam zu machen, das vom Bundesministerium für Bildung und Forschung finanziert und von der Stiftung Lesen durchgeführt wird.“ (23. Juni 2015, Stadtverwaltung Stralsund).

5.3 Touristische Darstellung der drei Untersuchungsstädte durch Angebote der Vermittlungsplattform Airbnb

5.3.1 Gemeinsamkeiten in der touristischen Darstellung der drei Untersuchungsstädte

Wie schon bei der Analyse der Pressemitteilungen und Stadtnachrichten existierte für die Plattform Airbnb kein Referenzkorpus im COSMAS-II. Stattdessen wurde auch hier bei den individuellen Ergebnissen der einzelnen Korpora für die drei Untersuchungsstädte nach sichtbaren gemeinsamen Mustern bzw. deutlichen Unterschieden in der generellen Struktur gesucht, welche somit als typisch für touristische diskursive Repräsentationen des nordöstlichen

Deutschlands angesehen werden können. Was auffällt ist, dass jede der drei Städte sehr unterschiedliche Ausprägungen in der Art der Unterbringung aufweist. Während in Rostock deutlich mehr private Zimmer in Wohngemeinschaften und größeren Gebäuden, welche sogar als Villen inseriert werden, auf der Plattform angeboten werden, lässt sich für Stralsund ein stärkerer Trend zu Ferienwohnungen und –häusern finden. In Greifswald gibt es einen proportional höheren Anteil an Inseraten für Hotelzimmer als in den anderen beiden untersuchten Städten. Ebenso wird deutlich, dass es generell keinerlei saisonale Unterschiede bei der Art und dem Schreibstil der angebotenen Unterkünfte gibt. Manche der Inserate waren bei allen vier Erhebungszeitpunkten gelistet, ohne dass an ihren Inhalten irgendetwas verändert worden wäre. Bei der Preisstruktur der Inserate war auffällig, dass höherpreisige Unterkünfte tendenziell sachlicher, knapper und häufig stichpunktartiger geschrieben waren. Private Zimmer und private Wohnungen, welche tatsächlich nur in begrenzten Zeitfenstern buchbar waren und somit wahrscheinlich keinem professionellen Vermieter gehörten, waren häufig in einem persönlicheren Stil verfasst. Diese Angebote gingen häufiger detaillierter auf die Umgebung der Wohnung ein, gaben in ihrem Angebot die Möglichkeit zu gemeinsamen Aktivitäten zwischen Bewohner und Tourist an, wie bspw. das Zeigen der Stadt oder das gemeinsame Kochen am Abend und nutzten in der Anrede für potenzielle Buchende eher das Personalpronomen 2.

Insgesamt haben alle drei Städte, wie zu erwarten war, einen deutlichen Fokus auf maritime Themenaspekte. Welche Aspekte des Maritimen hervorgehoben werden, variiert jedoch zwischen den Städten. Ebenso werden infrastrukturelle Punkte für jede der drei Städte angesprochen, welche sich in Mobilität, Raumausstattung und Art der Unterkunft äußern. Abgesehen hiervon werden jedoch deutliche Unterschiede zwischen den diskursiven Repräsentationen durch Airbnb zwischen den Städten deutlich.

5.3.2 Modernes Flair und Ambiente im Rostocker Tourismus

Auffällig für Rostock ist, dass sich die diskursiven Repräsentationen der Stadt als Tourismusort auf bestimmte Bereiche der Stadt konzentrieren. Die Stadtteile ‚Kröpeliner-Tor-Vorstadt‘ (häufig als ‚KTV‘ (Keyness-Wert von 88,86) inseriert) und ‚Hansaviertel‘ wurden besonders häufig in den von den Benutzern inserierten Wohnungen angeboten. Die Stadtteile liegen direkt nebeneinander und sind besonders bei jüngeren Stadtbewohnern und Studierenden beliebt, so dass die Nennung der beiden Stadtteile häufig im Zusammenhang mit den Wörtern ‚Szeneviertel‘ (Keyness-Wert von 22,69) oder ‚Studentenviertel‘ geschieht. Im Sinne des New Urban Tourism ist dies nicht weiter verwunderlich. Diese Theorie geht davon aus, dass der moderne Städtetourismus auf Authentizität und Erlebnisse nah an der Lebenswelt der Einwohner aufbaut. In dieses

Attraktoren

Beherbergung

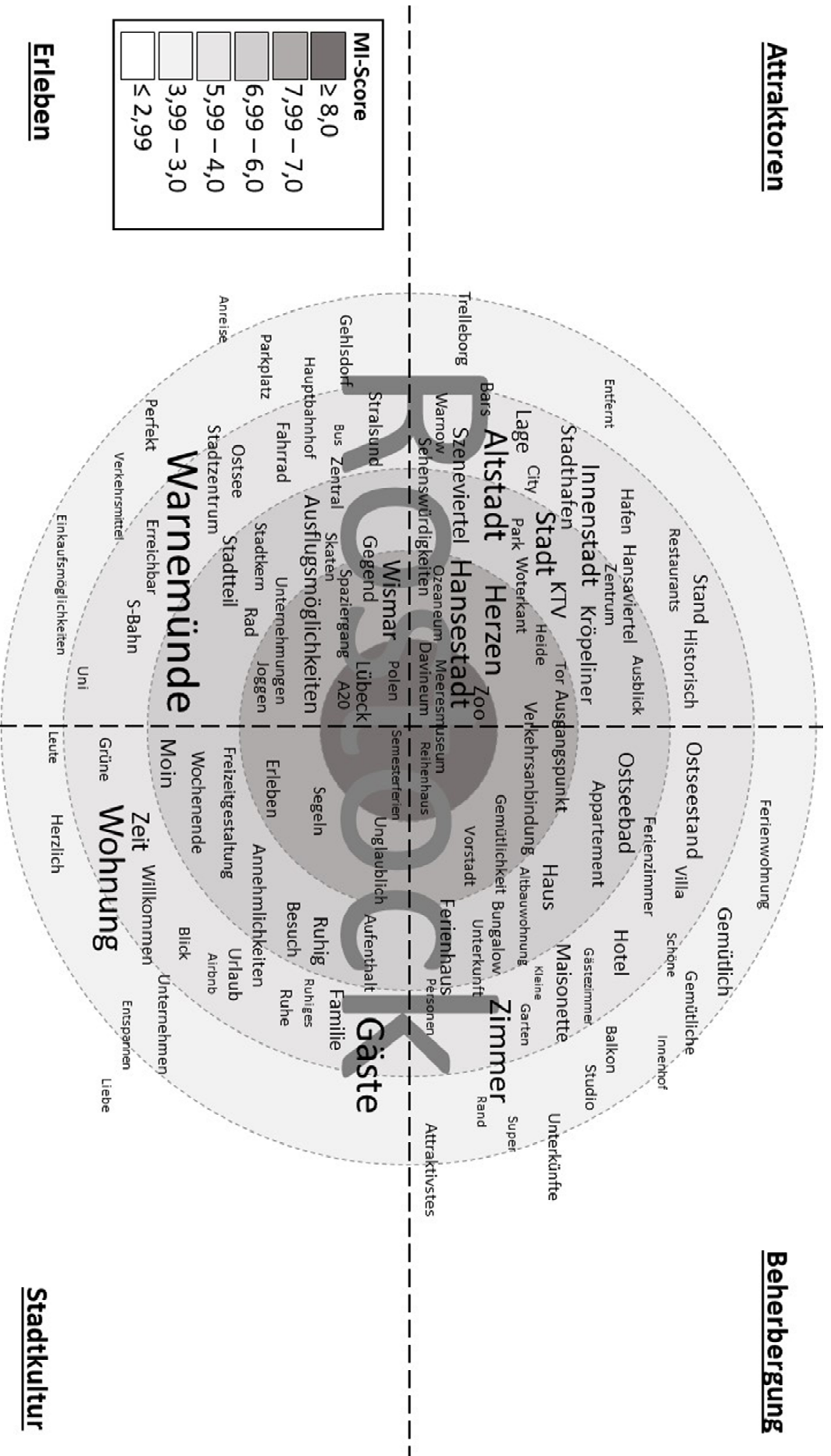


Abbildung 20: Ergebnisse der Kookkurrenz-Analyse des Korpus mit Beiträgen der touristischen Vermietungsplattform Airbnb für die Stadt Rostock. Je häufiger ein Wort im Korpus vorkommt, desto größer ist es dargestellt. Die Worte wurden in die Themenbereiche „Attraktoren“, „Beherbergung“, „Erleben“ und „Stadtkultur“ eingeordnet. Eigene Darstellung.

Schema passend gelten städtische Viertel mit jüngeren Einwohnern, Studenten und Künstlern dann als Szeneviertel. Innerhalb dieser Szeneviertel existiert eine ausgeprägte Kneipen- und Restaurantkultur (HAGEN 2016: 212). Eine multikulturelle Einwohnerstruktur kann zudem ebenso eine Rolle spielen, da diese Durchmischung als lebendig und modern von den Touristen der Reiseform des New Urban Tourism wahrgenommen wird.

„Gemütliches Zimmer mitten im Szeneviertel.

Gemütliches Zimmer [...] im Zentrum von Rostock, direkt im Szeneviertel, 5 min zu Fuß zur Innenstadt, 5 min zur Uni, 5 min zum Stadthafen an der Warnow, Straßenbahnanbindung direkt an der Straße. Mehrere Bars und Restaurants in direkter Umgebung. Maximal 10 min zu mehreren Studentenclubs.

Die Wohnung liegt in der KTV, dem Studenten- und Szeneviertel der Stadt mit schönen Altbauhäusern. Eine lebendige und moderne Nachbarschaft und offene und freundliche Menschen.“ (Abrufdatum 04. April 2019).

„Die Wohnungs [sic!] ist gemütlich eingerichtet, mit Altstadtflair und allen modernen Annehmlichkeiten“ (Abrufdatum 15. Juni 2019).

Dieses Angebot belegt noch einmal sehr gut die oben genannten Ansprüche in der Reiseform des New Urban Tourism. Die Tendenz in dieser Reiseform geht zu Kurzurlauben über ein (verlängertes) Wochenende, so dass hier häufig mehrere heterogene Aktivitäten in einen eher kurzen Zeitrahmen gelegt werden. Die Stadt ist dabei sowohl Ursprung als auch Lösung der Reismotive des New Urban Tourism. Der Raum der (Groß-)Städte zeigt, im Sinne des Tourist Gaze, mögliche Reiseaktivitäten und Attraktoren auf und weckt so die Sehnsucht diese zu besuchen. Während beispielsweise tagsüber Kultur über Museumsbesuche oder Stadtarchitektur konsumiert wird, soll abends der Anspruch nach gastronomischen Angeboten unterschiedlicher Kulturen oder die Möglichkeit zum Feiern in Diskotheken oder Bars erfüllt werden. Dieser Angebotsmix ist der Urbanität inhärent und existiert in Städten bereits ohne das Eingreifen touristischer Akteure, so dass sie zum einen als der treibende Motor nach der Entwicklung des Verlangens nach urbanen touristischen Angeboten angesehen werden können, indem sie als Sehnsuchtsorte fungieren und gleichzeitig als tatsächliche Reiseziele dieses Verlangens befriedigen können.

Die maritime Komponente der diskursiven Repräsentation von Rostock als Destination setzt stark auf den Erholungsaspekt eines Strandurlaubs. Mit ‚Warnemünde‘ als relativ häufigstes Wort und zugleich dem höchsten Keynes-Wert von 442,53 wird das ‚Ostseebad‘ (Keynes-Wert von 24,86) in vielen der Angebote mit Wörtern aus dem Erholungsurlaubs- und dem Natururlaubsspektrum zusammengebracht:

„Das Ostseebad Warnemünde hat einen schönen feinsandigen, weißen Badestrand, nutzerfreundliche Strandzugänge [...] sind ca. 500m vom Haus entfernt. Hier können Sie herrliche Strandspaziergängen machen, in der Sonne liegen, baden oder spielen. Für die kleinen Gäste gibt es schöne Spielplätze am Strand und im Küstenwald.“ (Abrufdatum 12. Januar 2019).

Weiter gestärkt wird diese Darstellung durch Worte wie ‚Warnow‘ (Keyness-Wert von 40,05), ‚Strandpromenade‘, ‚Ostsee‘, ‚Strandkorb‘ und ‚Wasser‘. Die Worte ‚Steilküste‘ und ‚Küstenwald‘ nehmen ebenso einen deutlichen Stellenwert in der diskursiven Repräsentation ein, welche bei ihrer Nutzung im Text mit der ‚Stoltera‘ (Keyness-Wert von 14,01) gekoppelt werden:

„Küstenwald an der Stoltera.

Die Steilküste der Stoltera ist sowohl durch eiszeitliche Ablagerungen als auch durch Abtragungsprozesse geprägt. Der Naturraum umfasst vor allem einen Küstenwald aus Rot- und Hainbuchen, Stiel- und Roteichen, Birken sowie Edelkastanien. Das Kliff ist Lebensraum von Uferschwalben und verschiedenen Käferarten.

Die Stoltera ist durch einen Küstenwanderweg sowie zwei Lehrpfade mit astronomischer und naturkundlicher Thematik für den Tourismus erschlossen. Auch der Ostseeküsten-Radweg verläuft durch die Stoltera.“ (Abrufdatum 05. April 2019).

Die Stoltera ist Teil des Naturschutzgebietes Stoltera. Interessanterweise wird das Wort ‚Naturschutzgebiet‘ nur in einem Inserat erwähnt und bezieht sich dort nur auf den Küstenwald und nicht auf die Steilküste. Dies ist insofern bemerkenswert, als dass Naturschutzgebiete eine starke Anziehungskraft als Destinationen und Attraktoren entfalten und somit nach der Tourismusmarketing-Theorie bei entsprechender Positionierung einen klaren Pull-Faktor für Reisende darstellen sollten (MAYER/STOLL-KLEEMANN 2016: 23). Dieses Potenzial bleibt in den Airbnb-Angeboten somit ungenutzt.

Die diskursive Repräsentation Rostocks als Urlaubsort lässt sich somit durch die Ergebnisse der Analyse der Airbnb-Angebote in zwei hauptsächliche Aspekte unterscheiden. Einen stadtzentrierten Tourismus im Sinne des New Urban Tourism und einen naturnahen Erholungsurlaub mit maritimer Thematik.

Begriffe wie ‚City‘ (Keynesswert von 21,84), ‚Altstadt‘, ‚Historisch‘, ‚Sehenswürdigkeit‘, ‚Marienkirche‘ und ‚Rathaus‘ werden in den Beiträgen als besuchenswerte Attraktoren in Rostock genannt. Nicht als Keywörter werden in der Analyse das Darwineum Rostock, welches der städtische Zoo ist oder die Hanse Sail genannt. Während die Hanse Sail ein saisonales Ereignis ist, welches in den statischen Darstellungen der Airbnb Angebote (wie in Kap. 5.3 beschrieben, kam es während der Datenkompilation zu keinerlei Änderungen innerhalb der Angebotstexte – die Angebote, die zu jedem Erhebungszeitpunkt wieder vorhanden waren, waren also unverändert und somit statisch) wahrscheinlich aufgrund ebendieser Saisonalität nicht berücksichtigt wird, ist das Darwineum ein ganzjährig geöffneter Attraktor, dessen Status als

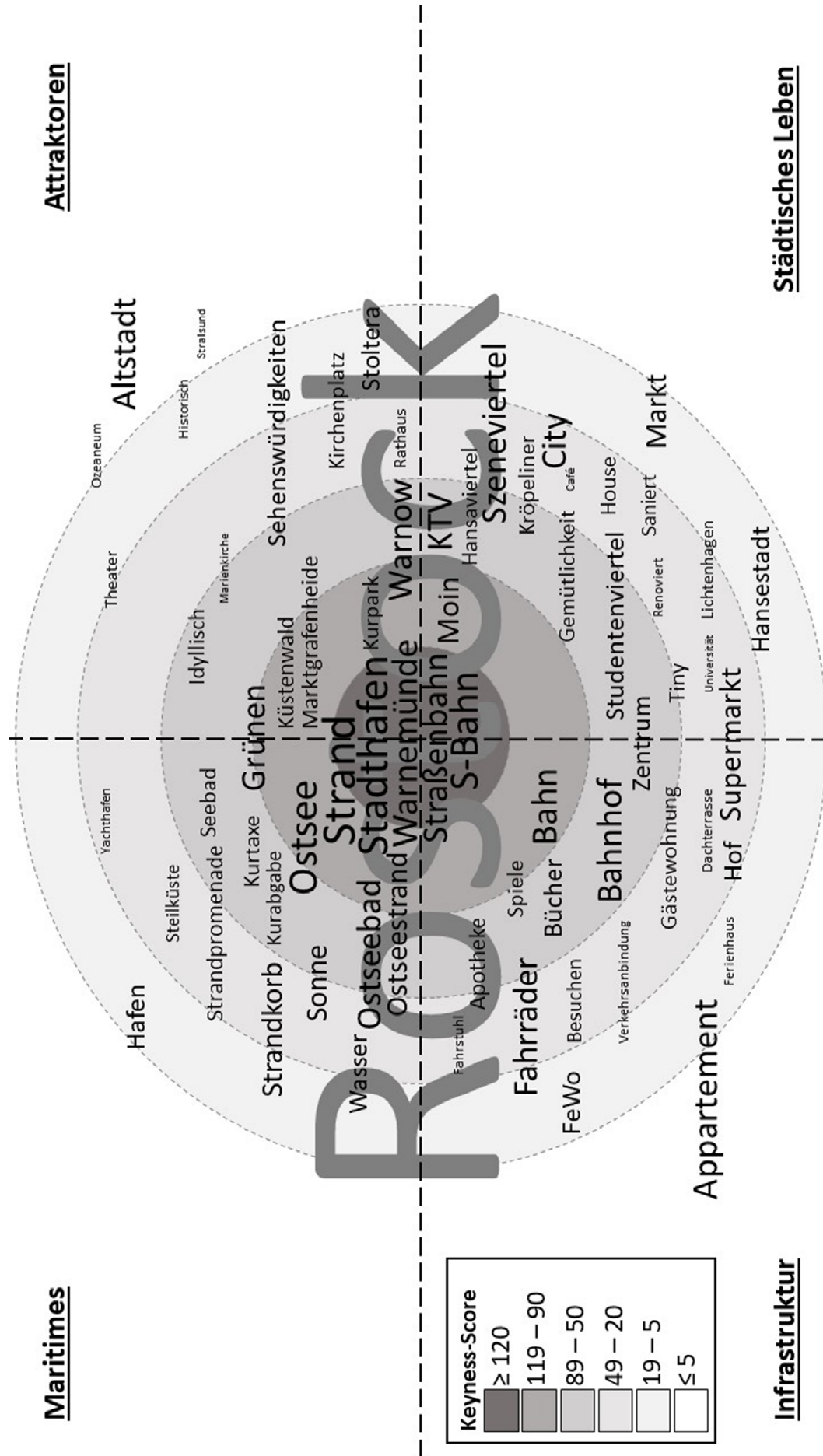


Abbildung 21: Ergebnisse der Keyword-Analyse des Korpus mit Beiträgen der touristischen Vermietungsplattform Airbnb für die Stadt Rostock. Je häufiger ein Wort im Korpus vorkommt, desto größer ist es dargestellt. Die Worte wurden in die Themenbereiche „Maritimes“, „Attraktoren“, „Infrastruktur“ und „Städtisches Leben“ eingeordnet. Eigene Darstellung.

Nicht-Keywort eher verwunderlich erscheint. Dem gegenüber haben ‚Stralsund‘ und das ‚Ozeaneum‘ sowie einige andere Orte, die nicht im direkten Rostocker Umland liegen, dem Anschein nach eine solche touristische Strahlkraft, dass sie sogar als Attraktoren in Airbnb-Angeboten für Rostock beworben werden:

„Von hier aus erreichen Sie bequem viele spannende Attraktionen, wie z. B. das Seebad Warnemünde, Rostock, Stralsund mit seinem Ozeaneum, Wismar und Güstrow. Entdecken Sie auch den naturbelassenen Strand Rosenort, das Ostseebad Graal-Müritz, die Markgrafenheide, den Darß und das Fischland.“ (Abrufdatum 15. Juni 2019).

Diese Darstellung von Rostock fügt sich stark in die auf Naturtourismus ausgerichtete Tourismusstrategie von Mecklenburg-Vorpommern und wird entsprechend durch städtetouristische Angebote ergänzt. Die Zielgruppenansprache wird hier nicht explizit deutlich. Dadurch, dass das Wort ‚Universität‘ als Keyword identifiziert wird und der Kontext in welchem das Wort erscheint, lässt zum einen vermuten, dass zumindest ein Teil der Inserate eher an jüngere Personen, eventuell sogar Studierende, adressiert ist. Der weit größere Teil scheint sich an Familien zu richten. Hinweise auf nahe ‚Spielplätze‘ und andere familienfreundliche Attraktoren lassen dies zumindest vermuten.

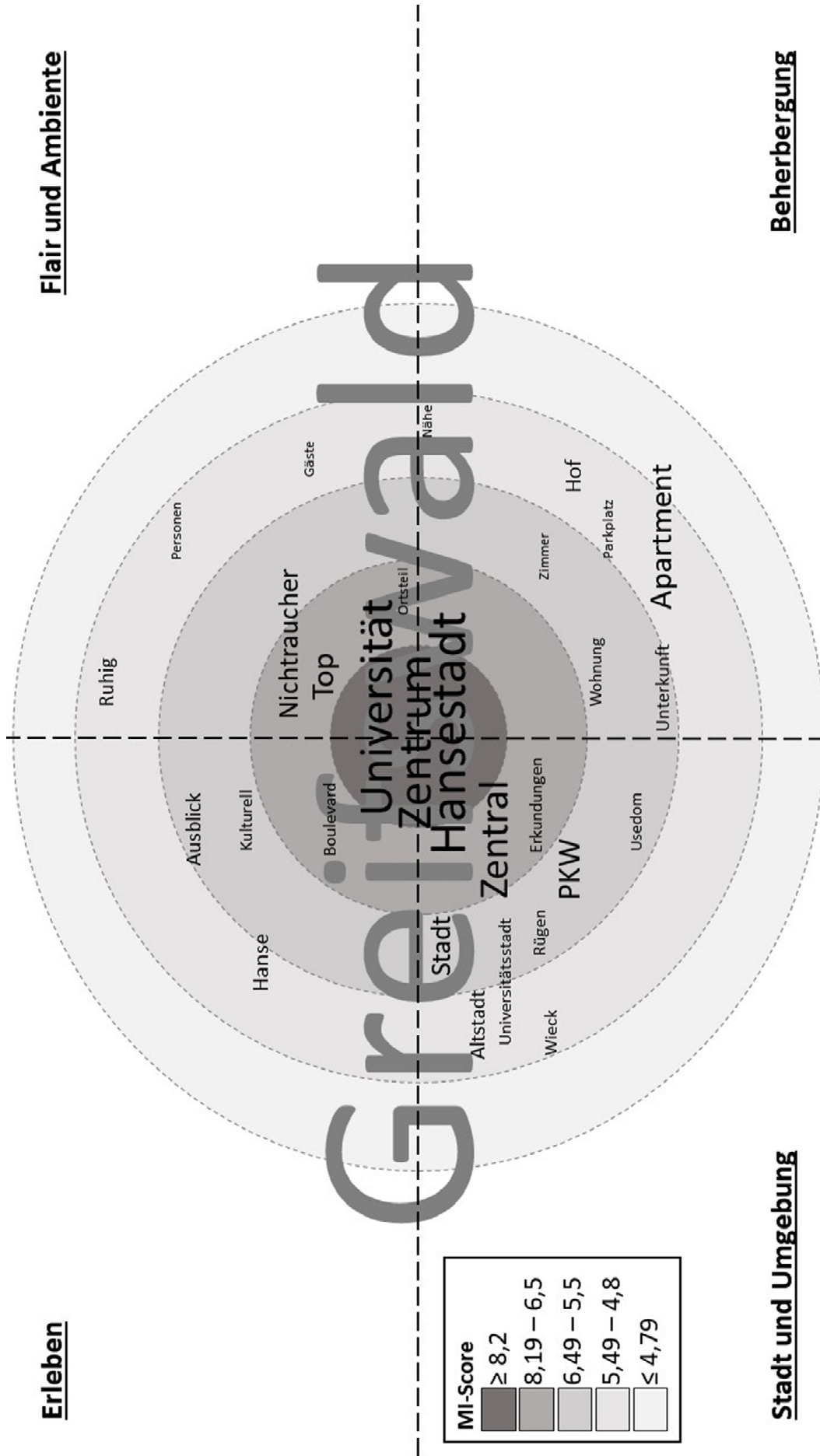
Insgesamt wird Rostock in den Airbnb-Angeboten als gleichermaßen moderne Destination mit kulturellen und städtetouristischen Angeboten dargestellt, welche durch urbanes Flair ein lohnenswertes Ziel für New Urban Tourists ist. Auf der anderen Seite wird die Destination aber auch als klassische Destination in Mecklenburg-Vorpommern präsentiert, welche durch naturnahe Erholung mit starker maritimer Prägung interessant für verschiedene Touristentypen ist. Die Angebote scheinen hier von einem Mix aus jungen Menschen, die ihre Zimmer in einer Wohngemeinschaft bzw. ihre Wohnung für einige Tage vermieten und professionalisierten Angeboten zu sein.

5.3.3 Greifswald als maritimer Erholungsraum

Während in Rostock ein deutlicher räumlicher Fokus der Angebote auf bestimmte Stadtteile zu erkennen war, scheint dies in Greifswald nicht der Fall zu sein. Zwar wird in der Keyword-Analyse das Wort ‚Theaterviertel‘ immerhin noch mit einem Keyness-Wert von 12,35 angegeben, ein offizieller Stadtteil mit diesem Namen existiert jedoch nicht. Vielmehr wird hier auf Wohnungen in einer innerstädtischen Lage mit Nähe zum Theater Bezug genommen. Architektonisch zeichnet sich dieser Bereich der Stadt durch einige Stadtvillen aus, so dass durch die Verknüpfung zum Theater und damit kulturellen Aspekten wohl die Repräsentation eines gehobenen Wohnens bzw. Angebotes erschaffen werden soll. Weiterhin werden die Stadtteile

Erleben

Flair und Ambiente



Stadt und Umgebung

Beherbergung

Abbildung 22: Ergebnisse der Kookkurrenz-Analyse des Korpus mit Beiträgen der touristischen Vermietungsplattform Airbnb für die Stadt Greifswald. Je häufiger ein Wort im Korpus vorkommt, desto größer ist es dargestellt. Die Worte wurden in die Themenbereiche „Erleben“, „Flair und Ambiente“, „Stadt und Umgebung“ und „Beherbergung“ eingeordnet. Eigene Darstellung.

„Eldena“ (Keyness-Wert von 155,57) und „Wieck“ (Keyness-Wert von 91,58) erwähnt. Dabei tauchen die beiden Stadtteile nicht nur im Kontext der Lage des jeweiligen Angebotsobjektes auf, sondern fungieren gleichzeitig als empfohlener Attraktor in der Stadt:

„[...] nicht weit entfernt vom träumerischen Hafen Wieck's & der sehenswerten Klosterruine in Eldena gelegen.“ (Abrufdatum 06. April 2019).

Auch hier steht eine maritime Narrative von Greifswald im Vordergrund, welche weiter durch Worte wie „Strand“, „Bodden“, „Wasser“, „Lubmin“ und „Hafen“ gestützt wird. Anders als für Rostock wird neben dem Maritimen eine Betonung auf den historischen Charakter der Stadt Greifswald gelegt. Das „Pommersche Landesmuseum“ stellt hierbei mit einem Keyness-Wert von 64,15 dem Anschein nach den wichtigsten Attraktor dar:

„Zahlreiche Sehenswürdigkeiten wie das Pommersche Landesmuseum, der Greifswalder Dom St. Nikolai, der Museumshafen, der historische Markt, oder die Universität sind fußläufig zu erreichen.“ (Abrufdatum 11. Januar 2019).

Eine eindeutige Trennung zwischen maritimer Thematik und historischem Tourismus in der Stadt gestaltet sich jedoch schwierig. Viele der aufgeführten Attraktoren bedienen beide thematischen Stränge. Beispielsweise das Fischerdorf Wieck, welches zum einen die historischen Wurzeln der Stadt Greifswald darstellt, da sehr wahrscheinlich vom Bodden aus, mit seiner Anbindung an den Fluß Ryck, eine Besiedlung in Richtung der heutigen Altstadt stattgefunden hat. Zum anderen aber mit seiner maritimen Architektur und der ansässigen Fischereiwirtschaft möglicherweise ebenso dem idealtypischen Bild eines maritimen Fischerdorfs entspricht, welches bei einem Urlaub an der Ostsee erwartet werden könnte.

Anders als in den Inseraten für Rostock scheint in Greifswalder Angeboten ein stärkerer Einbezug von möglichen Attraktoren stattzufinden. So nimmt das Wort „Fischerfest“ (Keyness-Wert von 3,21) zwar nur eine geringfügige Rolle in der Keyword-Analyse ein und die Bezeichnung „Gaffelrigg“ taucht nur in zwei Texten auf. Im Vergleich zu Rostock, für welches der Hanse Sail, trotz seiner überregionalen Strahlkraft, gar keine Bedeutung als Keyword zugesprochen werden konnte, ist dieser Keyness-Wert jedoch gut. Ebenso scheint der Dom St. Nikolai in Greifswald durch die eigenen Einwohner als ein besuchenswertes Ziel bei einem Urlaub in der Stadt wahrgenommen zu werden:

„Ihr schaut direkt auf den Dom, das Wahrzeichen Greifswalds.“ (Abrufdatum 08. Oktober 2019).

„[...] mit Ausblick über die Dächer von Greifswald und besonderem Blick zum Dom.“
(Abrufdatum 06. April 2019).

Bei der touristischen diskursiven Repräsentation Greifswalds scheint man sich generell mehr auf historisch-kulturelle Attraktoren verlassen zu wollen. Während in der Darstellung Rostocks der look and feel der Stadt als junge Universitätsstadt mit verschiedensten Ausgeh- und Feiernmöglichkeiten eine größere Rolle gespielt hat, finden sich Worte wie ‚Bar‘, ‚feiern‘ oder auch ‚angesagt‘ kaum in Inseraten für Greifswalder Unterkünfte. Dies ist insofern bemerkenswert, als dass Greifswald mit 10.291 Studierenden gegenüber Rostock mit 13.004 Studierenden in Relation zur Einwohnerzahl einen viel größeren Anteil Studierender aufweist. Entsprechend könnte also auch von Greifswald ein studentisches Flair bei der Darstellung der Stadt ausgehen und demnach auch in die diskursive Repräsentation des Tourismus Greifswalds. Vielmehr scheinen sich viele der Angebote durch die Wortwahl eher an Familien oder Best bzw. Golden Ager zu wenden. In der Keyword-Analyse werden zudem die Worte ‚Behindertengerecht‘ (Keyness-Wert von 15,4) und ‚Fahrstuhl‘ als relevante Keywords angezeigt, was auch auf eine Ansprache von tendenziell eher älteren Personen hindeuten könnte:

„Das 1-Zimmerapartment befindet sich in einem ruhigen Mehrfamilienhaus mit Fahrstuhl in dem vorwiegend ältere Menschen wohnen.“ (Abrufdatum 08. Oktober 2019).

Die Wortwahl aus dem obigen Beispiel verdeutlicht hier schon den Kontrast zu Rostocker Inseraten. Statt auf Erlebnis und Dynamik wird hier auf die ruhige Wohnsituation mit weitestgehend älteren Personen hingewiesen, so dass der eigene Urlaub in entsprechender Ruhe und ohne Störung verlebt werden kann. Keywords wie ‚idyllisch‘ (Keyness-Wert von 11,9), ‚Hinterhofgarten‘, ‚Gastfamilie‘ und ‚Spielplatz‘ unterstreichen die Repräsentation als entspannten Erholungsurlaub noch weiter.

Wie auch schon in den diskursiven Repräsentationen, welche durch die Zeitungsbeiträge und die jeweiligen Pressenachrichten der Städte erzeugt werden, macht die Nähe zu Usedom (Keyness-Wert von 29,57) für Greifswald einen Teil der eigenen Repräsentation aus. Bei Betrachtung der Mikroebene fällt ebenso ein Bezug zu Rügen auf. Dadurch, dass Stralsund aber ebenfalls eine starke Verbindung zu Rügen bzw. eine stärkere Verbindung zu Rügen hat, taucht der Name nicht als Keyword für Greifswald auf. Häufig wird auf die Inseln als Ziel für tages-touristische Ausflüge verwiesen. Die kurze Distanz nach Polen und tages-touristische Ausflugsmöglichkeiten nach Stettin fehlen hingegen in den Beiträgen.

„Innerhalb von 1h Stunde ist man auf Usedom am Strand von Zinnowitz mit der Bahn, oder

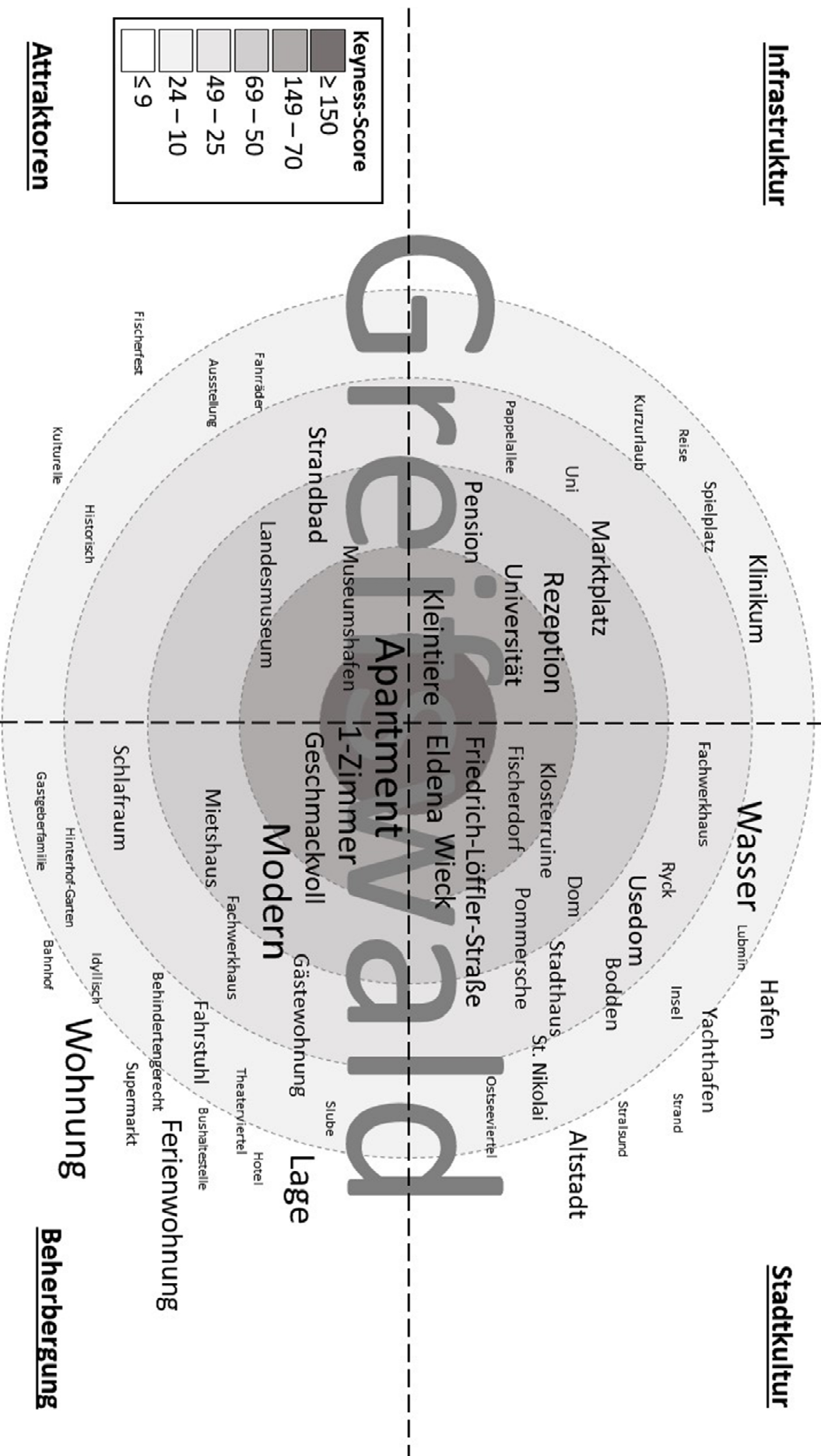


Abbildung 23: Ergebnisse der Keyword-Analyse des Korpus mit Beiträgen der touristischen Vermietungsplattform Airbnb für die Stadt Greifswald. Je häufiger ein Wort im Korpus vorkommt, desto größer ist es dargestellt. Die Worte wurden in die Themenbereiche „Infrastruktur“, „Stadtkultur“, „Attraktoren“ und „Beherbergung“ eingeordnet. Eigene Darstellung.

in 45min mit dem Auto.“ (Abrufdatum 11. Januar 2019).

„Greifswald liegt in der Nähe der Inseln Usedom und Rügen und des Darß. Alle drei Ziele sind eine Reise wert.“ (Abrufdatum 06. April 2019).

Das Erscheinen des Wortes Klinikum im Rahmen der Keyword-Analyse kann einen weiteren Anhaltspunkt zu den Adressaten der Angebote geben:

„In 5 Minuten ist man zu Fuß in der Innenstadt und auch am Klinikum“ (Abrufdatum 06. April 2019).

„In 5 Minuten ist man bereits zu Fuß in der historischen Innenstadt und am Hafen. In die andere Richtung sind es auch nur ca. 5-8 Minuten zu Fuß zum Klinikum. Zum Hauptbahnhof geht man ca. rund 20 Minuten.“ (Abrufdatum 08. Oktober 2019).

„Sie [die Wohnung] liegt perfekt zwischen Innenstadt und Universitätsmedizin/Klinikum. Beides ist zu Fuss [sic!] bequem in wenigen Minuten zu erreichen.“ (Abrufdatum vom 11. Januar 2019).

Dass einige der Angebote das Klinikum so explizit erwähnen, könnte demnach wieder ein Hinweis darauf sein, dass Greifswald gerade von älteren Personen besucht wird, welche die Stadt zu Reha-, Kur- oder anderen Gesundheitstouristiszwecken besuchen, wodurch eine unmittelbare Relevanz des Klinikums für diesen Personenkreis gegeben ist. Andere Personen, für die das Klinikum bei der Wahl der Unterkunft bzw. des Reiseortes eine Rolle spielt, sind darüber hinaus ansonsten noch Besucher von Kranken oder Medizinstudenten, welche die Wohnungen als Übergangslösung buchen, bevor sie einen eigenen Wohnsitz in der Stadt finden bzw. mieten.

Die diskursive Repräsentation Greifswalds über touristische Angebote der Plattform-Airbnb lässt sich so zusammenfassen, dass ein Urlaub in Greifswald eher mit den Motiven der Entspannung und Erholung verbunden wird. In der Keyword-Analyse wird gleichermaßen für Worte aus dem maritimen Milieu, als auch für Worte mit Verbindungen zu historischen Repräsentationen der Stadt eine Schlüsselfunktion gefunden. Trotz Greifswalds Status als Universitätsstadt haben die Texte eine familien- und seniorenfreundlichere Ausrichtung als bspw. gegenüber den Angeboten aus Rostock.

5.3.4 UNESCO-Weltkulturerbe und Stadtgeschichte als Attraktoren für Stralsund

Stralsunds Status als UNESCO-Weltkulturerbestadt wird durch den Inhalt der Korpora von Airbnb-Angeboten, die für die Stadt erstellt wurden, deutlich widerspiegelt. ‚Altstadt‘ stellt mit einem Keyness-Wert von 244,77 mit Abstand das bedeutendste Keyword in der Analyse

dar. Viele der Wohnungen befinden sich in Altstadtlage, aber auch Inserate mit Unterkünften fernab des Zentrums verweisen auf die Altstadt als besuchenswerten Ort in Stralsund:

„Nutzen Sie Ihren Aufenthalt in Stralsund, es gibt viel zu entdecken. Die Altstadt der Hansestadt Stralsund liegt ca. 3,5 km entfernt“ (Abrufdatum 10. Oktober 2019).

„[...] sondern auch auf dem Alten Markt am Rathaus der UNESCO-Altstadt und in der Fußgängerzone“ (Abrufdatum 08. April 2019).

„Unser Hotel ist durch die unmittelbare Nähe zum Hauptbahnhof sowie dem UNESCO Welterbe der Altstadt Stralsunds sehr zentral gelegen.“ (Abrufdatum 10. Oktober 2019).

Eine starke Verflechtung von Altstadt und Worten des UNESCO-Weltkulturerbe Spektrums sind in vielen der Beiträge gegeben. Als Leser bzw. buchende Person eines Angebotes könnte sich hieraus der Eindruck ergeben, dass die Begriffe nahezu synonym sind. Dies fällt in eine Linie mit der Eigendarstellung Stralsunds, in welcher ebenso eine enge Bindung der Stadt an die Identität als UNESCO-Weltkulturerbe stattfindet. Die UNESCO-Thematik wird durch verschiedene Wortkonfigurationen repräsentiert. ‚Weltkulturerbe-Stadt‘, ‚UNESCO‘, ‚Weltkulturerbe‘, ‚Welterbe‘ und ‚UNESCO-Weltkulturerbe‘ sind hierbei nach der Keyword-Analyse die typischsten Ausprägungen für Stralsund. An die historische Darstellung gekoppelt lassen sich zudem Worte wie ‚historisch‘, ‚Innenstadt‘, ‚Denkmalschutz‘ und ‚mittelalterlich‘ in die thematische Sparte der Repräsentation als UNESCO-Weltkulturerbe mit einordnen. Die Worte ‚romantisch‘ und seine Lemmata, sowie ‚Charme‘ zielen meist auf die architektonische Ästhetik der Stadt ab, welche mit ihrem Stil der Backsteingotik ebenso in das Themengeflecht des UNESCO-Weltkulturerbes gehört, jedoch meist in einem abgeänderten Kontext genutzt wird:

„Die 2 Zimmer sind geprägt von historischen Stiltüren, einer romantischen Fachwerkwand mit Gebälk und Glasbausteinen sowie einer hofseitigen Südterrasse mit Gartenmöbeln.“ (Abrufdatum 13. Januar 2019).

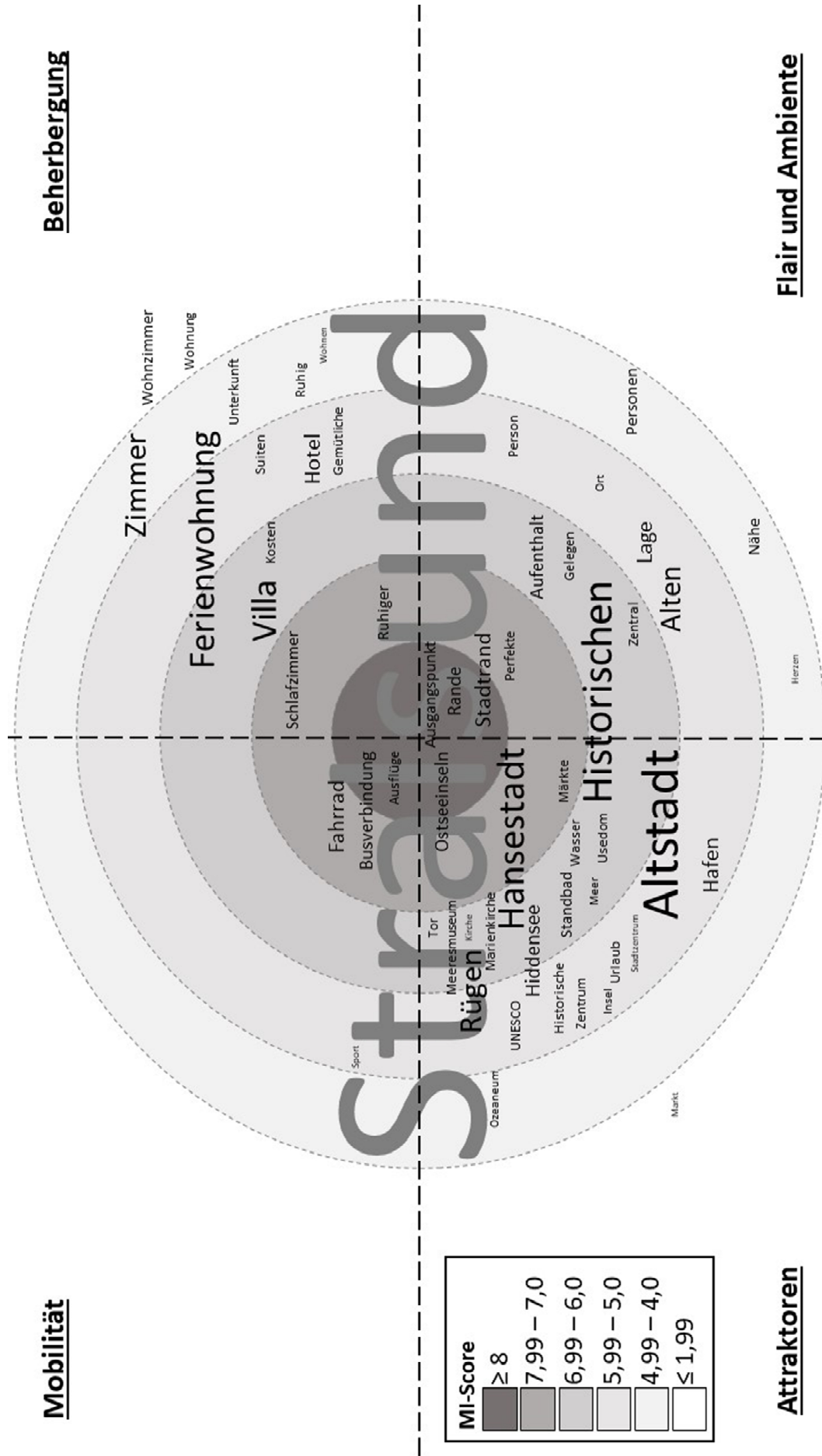
„[...] im Zusammenspiel mit aufwändig und liebevoll restaurierten Fachwerkwänden, seinen ganz besonderen Charme.“ (10. Oktober 2019).

„Bei der Sanierung des netten alten Gemäuers wurde behutsam vorgegangen, um den alten Charme wieder hervorzulocken.“ (13. Januar 2019).

Mit dem Status der Stadt als Weltkulturerbe könnte auch eine bestimmte Erwartungshaltung an den Raum einhergehen. Wie in URRYs Beispiel von Paris als die romantische Stadt könnte also an Stralsund die Erwartung, historische und hanseatische Ästhetik für seine Besucher zu bieten, existieren. Damit einher gehen Fachwerksgebäude und die bereits erwähnte Backsteingotik. Um also den Erwägungen der Touristen und Übernachtungsgästen im Stadtbild und der

Mobilität

Beherbergung



Attraktoren

Flair und Ambiente

Abbildung 24: Ergebnisse der Kookkurrenz-Analyse des Korpus mit Beiträgen der touristischen Vermietungsplattform Airbnb für die Stadt Stralsund. Je häufiger ein Wort im Korpus vorkommt, desto größer ist es dargestellt. Die Worte wurden in die Themenbereiche „Mobilität“, „Beherbergung“, „Attraktoren“ und „Flair und Ambiente“ eingeordnet. Eigene Darstellung.

Unterkunft zu entsprechen, wurden viele der alten Gebäude saniert und restauriert. Dies erklärt auch warum das Wort ‚saniert‘ mit 69,71 einen, relational gesehen, hohen Keynes-Wert aufweist. Das Wort ‚restauriert‘ hat lediglich einen Keynes-Wert von 10,82 und ist somit deutlich weniger typisch für die diskursive Repräsentation Stralsunds über Airbnb-Angebote, jedoch muss hierbei berücksichtigt werden, dass generell Sanierungen wesentlich häufiger durchgeführt werden als Restaurierungen, da letztere mit einem wesentlich größeren monetären und organisatorischen Aufwand verbunden sind.

Im Gegensatz zu Rostock und Greifswald ist ein Aspekt der touristischen diskursiven Repräsentation Stralsund nur geringfügig auf eine maritime Thematik gelenkt. Stattdessen lässt sich die Kategorie besser in die allgemeinere Bezeichnung ‚Attraktoren‘ zusammenfassen. Rügen nimmt, wie zu erwarten war, nach den Ergebnissen der Computeranalyse somit in seiner simultanen Funktion als Destination und Attraktor die wichtigste Position in diesem Teil der diskursiven Repräsentation ein. Mit einem Keynes-Wert von 101,13 scheint auch in der touristischen Darstellung Stralsunds eine untrennbare Verbindung zwischen der Stadt und der Insel zu bestehen, was durch das untenstehende Zitat noch einmal sehr deutlich wird:

„Als Tor nach Rügen liegt Stralsund besonders schön direkt am Wasser und kombiniert die Urbanität einer historischen UNESCO Welterbe-Stadt am Meer mit einer schnellen Anbindung an die traumhaften, kilometerlangen Naturstrände auf Rügen, Hiddensee und dem Darß.“ (Abrufdatum 13. Juni 2019).

Mit der Bezeichnung als das „Tor nach Rügen“ wird einerseits die Stadt selbst bezeichnet, jedoch ist auch die seit 2007 in Betrieb befindliche Rügenbrücke als einzige Verkehrsanbindung der Insel zum Festland als Tor nach Rügen bekannt. Weiterhin nehmen das ‚Ozeaneum‘, das ‚Meeresmuseum‘, die ‚Hafeninsel‘ und verschiedene Gebäude bzw. Stadträume wie der ‚Speicher‘, der ‚Markt‘, das ‚Rathaus‘ und die ‚Stadtmauer‘ wichtige Positionen in der diskursiven Repräsentation Stralsunds als typische Wörter des Korpus ein, welche in die Kategorie Attraktoren einzuordnen sind. Maritime Themen sind gegenüber Rostock und Stralsund marginal über Worte wie ‚Stadtstrand‘, ‚Hafen‘ und ‚Strand‘ vertreten. In der Analyse wird das Ozeaneum immer noch als typisches Wort für Stralsund eingeordnet, jedoch scheinen Worte mit Assoziationen maritimer diskursiven Repräsentationen für Greifswald und Rostock wesentlich typischer zu sein.

Wie schon bei Greifswald scheinen die Texte so geschrieben zu sein, dass eher Besucher angesprochen werden sollen, welche einen ruhigen Erholungsurlaub erleben möchten.

„[...] sind die perfekte [sic!] Bedingungen für Ihren Erholungsurlaub in Stralsund.“ (Abrufdatum 13. Januar 2019).

„Das rustikale Ambiente und die ruhige Lage laden zum Erholen ein und bieten Einzelreisenden, Pärchen und Familien einen optimalen Startpunkt, Stralsund, das wunderschöne Rügen, die Boddenlandschaft und die Strände der Ostsee zu erkunden.“ (Abrufdatum 13. Juni 2019).

„Diese Ferienwohnung liegt sehr ruhig im Herzen Stralsunds im ehemaligen Bürgermeisterviertel, von viel Grün umgeben.“ (Abrufdatum 10. Oktober 2019).

Die Wortwahl erscheint für Stralsunder Inserate sehr ähnlich zu der für Greifswalder Angebote. Es macht den Eindruck, als wenn die beiden Städte mit ihren Ähnlichkeiten in Lage und Stadtgröße in ähnliche diskursive Repräsentationen bei ihrer touristischen Ausrichtung gehen. Beide scheinen demnach einen naturnahen Fokus mit kulturell-historischem Angebot zu kombinieren, um im Rahmen der Airbnb-Angebote das jeweilige Bild einer Erholungsdestination zu kreieren. Während Greifswald eine stärkere Betonung auf einen Ostsee-Themenkomplex hat, inszenieren sich die Airbnb-Beiträge Stralsunds stärker als architektonisch-städtetouristische Destination. Einige der Beiträge empfehlen einige umliegende Städte und Gebiete für Tagesausflüge. Während Rostock in einigen wenigen Beiträgen Erwähnung findet, wird auch Usedom als Ziel genannt, welches in der Analyse jedoch nicht als typisch eingestuft wurde. Greifswald wird jedoch nur in einem einzigen Beitrag als Empfehlung für einen Tagesausflug genannt.

6 DISKUSSION UND HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

Die Ergebnisse der verschiedenen Analysen zeigen, dass für jede der drei Städte Rostock, Greifswald und Stralsund spezialisierte diskursive Repräsentationen bestehen, die sich des Weiteren sehr nach Sprecherpositionen unterscheiden. Während in der medialen Darstellung der zwei überregionalen Tageszeitungen Süddeutsche Zeitung und Frankfurter Allgemeine Zeitung jeweils sehr auf politische, wirtschaftliche und soziale Themen der Stadt- und Regionalentwicklung eingegangen wird, fokussiert sich die Eigendarstellung der Städte über Pressemitteilungen und Stadtnachrichten stärker auf kulturelle, stadthistorische und bauliche Aspekte, welche jedoch auch hier noch dem breiten Spektrum der Stadt- und Bevölkerungsentwicklung zugeordnet werden können. Bei den touristisch-motivierten Beiträgen von Airbnb-Nutzern, welche mit ihren Angeboten ihre Übernachtungsangebote bewerben möchten, war zu beobachten, dass es eindeutige Parallelen in der diskursiven Darstellung bei den drei Städten gab. Mit Worten aus dem maritimen und dem historischen Spektrum wurde für alle drei Städte die Lage an der Ostsee und das architektonisch-städtebauliche Erbe der Hanse wiedergespiegelt und so die Repräsentation von Sonne-Meer-Strand-Destinationen hervorgerufen. Ebenso wiesen die Texte auch jeweilige Besonderheiten auf, welche die touristische Repräsentation zu den Repräsentationen der jeweils anderen beiden Vergleichsstädte abgrenzte. Während Angebote für Unterkünfte in Rostock stärker auf Attraktorenangebote des New Urban Tourism eingingen und durch die Wortwahl eine junge, dynamische Stadt mit einer authentischen Feierkultur repräsentiert wird, hat die Darstellung Stralsunds eine deutliche Betonung auf ihren Status als UNESCO-Weltkulturerbe und wird durch Worte aus den Bereichen Denkmalschutz und baulichem Erbe repräsentiert. Die Mehrheit der Beiträge für Greifswald betont einen eher strand- und naturbasierten Tourismus, der weniger in der Stadt selbst, als im Greifswalder Umland stattfindet und so auch die Inseln Usedom und Rügen stark mit in die eigene diskursive Repräsentation einbezieht. Für die Städte und Regionen können die diskursiven Repräsentationen, wie in Kap. 2.2.1 dargestellt, durchaus raumwirksame Auswirkungen auf die Entwicklung haben, weshalb in diesem Kapitel die Ergebnisse kritisch diskutiert werden sollen und Handlungsempfehlungen zum Umgang und Nutzen der diskursiven Repräsentation gegeben werden.

6.1 Notwendigkeit für eine kritische Diskussion der Ergebnisse

Mit der Einordnung der Theorie um diskursive Repräsentationen in die sozial-konstruktivistische Gesellschaftsforschung geht auch die Frage einher, wie viel Glauben man den Ergebnissen entsprechender Forschungsprojekte und –arbeiten schenken möchte. Durch seine subjektive Interpretation fällt es im akademischen Diskurs nicht immer leicht, eine gemeinsame

Diskussionsbasis zu finden. Wie in Kap. 2 aufgezeigt ist man sich in verschiedenen wissenschaftlichen Disziplinen jedoch darüber einig, dass kognitiv-assoziative Verknüpfungen zwischen Subjekten und anderen Subjekten bzw. Objekten existieren. Ob diese nun Image oder diskursive Repräsentation genannt werden, ist dabei unerheblich. Sowohl die marketing-orientierte Betriebswirtschaft als auch die antikapitalistische und sozialkritische Sozialwissenschaft sollte demnach vorsichtig sein, die vermeintlich konträren Konzepte nicht vorschnell als unwissenschaftlich und unseriös abzutun und zu ignorieren. Im Rahmen dieser Arbeit soll ein Brückenschlag versucht werden, der die Ergebnisse der lexikometrischen Diskursanalyse und der Inhaltsanalyse der Texte insofern kritisch diskutiert, als dass auch immer danach gefragt werden soll, welcher praktische Nutzen aus diesem Wissen gewonnen werden kann. Mit diesem Vorgehen findet eine bewusste Abgrenzung zu einem Großteil der weiteren existierenden Arbeiten zu diskursiven Repräsentationen von Räumen statt, welche vielmehr dem Ziel folgen, lediglich sprachliche Muster aufzuzeigen und so bestimmten Denk- und Handlungsmustern in Räumen einen Erklärungsansatz zu geben (vgl. bspw. MEYER/MIGGELBRINK 2015, HUFNER/MOSSIG 2014, MATTISSEK 2008). Aus dem Vorgehen dieser Arbeiten kann der Vorwurf abgeleitet werden, das Phänomen lediglich symptomatisch zu untersuchen, jedoch keine konkreten praktischen Anwendungsmöglichkeiten für das akkumulierte Wissen zu geben. Diesem Vorwurf soll in dieser Arbeit Rechnung getragen werden, so dass durch kritische Diskussion der Ergebnisse und das Aussprechen von Handlungsempfehlungen Möglichkeiten im Umgang mit den existierenden diskursiven Repräsentationen gegeben werden sollen.

6.2 Kritische Diskussion der Ergebnisse und Handlungsempfehlungen zum Umgang mit den diskursiven Repräsentationen

6.2.1 Fußball und seine Fans als Chancen und Risiken für Rostock

Durch die Tageszeitungen Süddeutsche Zeitung und Frankfurter Allgemeine Zeitung wird Rostock vor allem durch eine eng mit Fußball verwobene diskursive Repräsentation geprägt. Neben Beiträgen zum allgemeinen Vereinsgeschehen ist jedoch eine negative Konnotation vieler Beiträge zu erkennen, da diese meist von Gewalt bei Fußballspielen und zwischen verschiedenen Fanorganisationen handeln. Dabei fügt sich die Darstellung in den Duktus einer stigmatisierenden Darstellung des Ostens Deutschlands über rechte Gesinnungen, Fremdenhass und Hooligankultur.

In der Vergangenheit hat eine starke Verflechtung zwischen dem Stadtnamen und damit auch der Stadtmarke Rostock und dem Fußball stattgefunden. Dies ist ein Phänomen, welches in vielen Städten beobachtet werden kann, welche über überregional bzw. national agierende

Fußballvereine verfügen. Durch die landesweite Berichterstattung, sowohl über positive (bspw. (Re-)Vitalisierung von Innenstädten durch public viewing events, feiernde Fans nach gewonnenen Spielen oder Turnieren, Stadtentwicklung durch Engagement von Vereinen und Fans) oder negative (Gewalt durch Fans, Entstehung von Angsträumen für Außenstehende oder auch Verdreckung von Räumen vor oder nach Spielen) Ereignisse wird die diskursive Repräsentation des Vereins bzw. der Fankultur auf die Stadt und ihre Einwohner übertragen. Im Falle Rostocks ist dies insofern ein Problem, als dass die mediale Berichterstattung der Zeitung weniger die sportlichen Leistungen und Erfolge des Vereins aufgreift, sondern sich sehr stark auf die Gewalt nach Spielen zwischen kleinen Gruppen von Fans fokussieren. Gekoppelt mit der, insbesondere durch die Migrationsereignisse seit 2015 neu befeuerten, medialen Diskussion um Fremdenfeindlichkeit in Deutschlands und besonders den neuen Bundesländern ist Rostock eine schwere Bürde für die eigene diskursive Repräsentation auferlegt. Auch wenn in den untersuchten Beiträgen der Eigendarstellung Versuche von Imagekampagnen zu erkennen sind, welche dieser Darstellung entgegenwirken sollen, wirken diese angesichts dessen, dass die mediale Bearbeitung des Themas sehr viel stärker ist, eher zu gering ausgeprägt. Rostock könnte entsprechend eine breiter angelegte Kampagne mit einer deutlichen Positionierung gegen Rassismus und Gewalt initiieren, als es bisher der Fall war. Hierzu sollte auch der Verein Hansa Rostock einbezogen werden. Weiterhin scheint eine Kooperation mit der Universität, insbesondere durch diese als Ort der nationenübergreifenden Forschung und Lehre, hierfür sinnvoll zu sein. Ebenso kann mit den von der Verwaltung bewusst genutzten diskursiven Repräsentationen der Stadt als fairtrade-Stadt gearbeitet werden, da sich diese in den Kontext eines weltoffenen Begegnungsraumes gut einfügen. Hier kann ebenso von dem Flair und Ambiente profitiert werden, welche durch die zahlreichen Studierenden in die (Innen-)Stadt getragen werden. Mit einer generell positiven Bevölkerungsentwicklung kann Rostock sich zudem als Wachstumsraum inszenieren, welcher für Unternehmen eine Umgebung mit potenziell vielen Arbeitskräften darstellt und so eine langfristige Entwicklung für die Unternehmen unterstützt. Hieran gekoppelt könnte eine Imagestrategie verfolgt werden, wie sie beispielsweise von Dresden und Leipzig genutzt wird. Beide Städte im Osten Deutschlands haben es geschafft, entgegen des verbreiteten Stigmas vom regressiven Osten, eine Darstellung als weltoffener Raum des Wachstums mit moderner Kultur von sich zu etablieren, so dass beide Städte seit den 2000er Jahren eine deutliche Zunahme von Einwohnern verzeichnen können (vgl. Kap 3.1 und 3.2). Möglich ist dies auch durch die Eigendarstellung als lebenswerte Städte für Studenten geworden (vgl. Kap. 5.2.2 und 5.2.3).

Der touristische Blick auf die Stadt Rostock durch die eigenen Einwohner ergibt kein klares

Bild der Destination, sondern eher ein Mosaik verschiedener Thematiken, welche jedoch keine Synthese eingehen und kaum das Bild einer einheitlichen Destination vermitteln. Eine große Chance könnte sich aus der Koppelung der diskursiven Repräsentation als faire und nachhaltige Stadt und touristischen Motiven ergeben. Beispielsweise bei einem Einbezug von Übernachtungsbetrieben und Gastronomie in dieses Konzept, so dass Fairtrade-Produkte verarbeitet und angeboten werden. Schwierig könnte in diesem Kontext sein, dass Rostock den Starthafen für diverse Kreuzfahrten darstellt. Eine Vereinbarkeit als Fairtrade- bzw. nachhaltige Stadt und Kreuzfahrten ist aktuell schwer denkbar, hängt aber auch stark von Entwicklungen und Innovationen in der Kreuzfahrtbranche in den nächsten Jahren ab. Auch wenn der Kreuzfahrttourismus bis zur COVID-19 Pandemie boomte, wuchsen in den letzten Jahren kritische Stimmen gegen die Kreuzfahrtindustrie, welche sich auf Umwelt- und Sozialaspekte stützten. So begrenzte Venedig beispielsweise in der Vergangenheit immer wieder die Anzahl an Ankünften von Kreuzfahrtschiffen, um die touristifizierte Stadt nicht durch mehr Besucher zu belasten und die Natur der Lagune zu schützen. Der touristische Blick der Einwohner scheint, so lassen es zumindest die Inhalte der Airbnb-Angebote vermuten, die Kompetenzen der Stadt stärker in der jungen Dynamik der Stadt zu sehen, welche durch die studentische Kultur der Stadt ein Klima des modernen new urban tourism erschafft. Insbesondere in diesen studentisch geprägten Quartieren sollte zukünftig die Entwicklungen genau beobachtet werden, so dass Fehler anderer Städte, wie die Touristifizierung beliebter Stadtteile, nicht wiederholt werden.

6.2.2 Wissensbasierte Stadtentwicklung als Zukunft Greifswalds?

Die Stadt Greifswald wird durch die überregionalen Tageszeitungen im überwiegenden Teil als wachsende Studentenstadt dargestellt. Insbesondere die Universität selbst, aber auch ansässige Akteure wie das Max-Planck-Institut für Plasmaphysik oder das Friedrich-Löffler-Institut auf Riems verstärken die Darstellung von Greifswald als Ort des Wissens.

Die kritisch betrachteten Projekte Nord Stream 1 und 2, welche Gas von Russland nach Deutschland leiten sollen, haben eigentlich keinen direkten Bezug zu Greifswald, da der Endpunkt der Beförderung in Lubmin liegt. Jedoch wird Greifswald in den Beiträgen häufig als nächste große Stadt in Vertretung für Lubmin genannt, um den Lesern einen räumlichen Bezug zu geben. Auch wenn in manchen Artikeln auch schlicht die Bezeichnung „Lubmin bei Greifswald“ genannt wird, existieren beispielsweise einige Karten, welche den Verlauf der Pipeline darstellen und Greifswald als Endpunkt angeben.

Die Eigenrepräsentation der Stadt greift ebenso den Bezug zu Wissen und Wissensakkumulation auf. Hierbei geht es einerseits um die Universität der Stadt, aber auch um die Stadt als

Schulstandort. Der größere Teil der Eigendarstellung beschäftigt sich jedoch mit kulturellen und touristischen Themen in der Stadt. Insbesondere die Nähe zu und der kulturelle Austausch mit Polen wird durch Projekte und Veranstaltungen in der Stadt reflektiert. Mit der Klosterruine Eldena, dem Fischerdorf Wieck und der Backsteingotik der Altstadt werden zudem stark touristisch geprägte Themen angesprochen. Der touristische Blick auf die Stadt wird ebenso von diesen Attraktoren geprägt, so dass Greifswald als Kultur- und Naturdestination mit vielen möglichen Tagesreisen im Umland repräsentiert wird.

Der deutliche Fokus der diskursiven Repräsentation Greifswalds auf die Stadt als Wissens- und Bildungsstandort geht sehr zu Lasten einer Repräsentation als Wirtschaftsstandort. Mit HanseYachts wird lediglich ein Wirtschaftsunternehmen der Stadt wiederholend in den Beiträgen der überregionalen Tageszeitungen aufgegriffen und die Stadt selbst inszeniert sich ebenso kaum als Wirtschaftsstandort. Folglich könnte dies einen Einfluss auf die Standortwahl von Unternehmen ausüben. Mit der Berichterstattung über Nord Stream 1 und 2 existiert eine eher negativ konnotierte Darstellung mit Wirtschaftsbezug. Durch einen im Jahr 2021 noch anhaltenden Streit, insbesondere zwischen den USA und Deutschland, über die Durchführung des Projektes Nord Stream 2 kann noch nicht abschließend geklärt werden, welche diskursive Repräsentationen von Nord Stream 1 und 2 bestehen werden. Sicher scheint jedoch anhand der medialen diskursiven Repräsentation Greifswald zu sein, dass die Verbindung zwischen der Stadt und den Projekten bestehen bleiben wird, so dass eine direkte Beeinflussung der Greifswalder Repräsentation durch die Nord Stream Repräsentationen wahrscheinlich ist.

Eine deutliche Stärke ist hingegen die starke Repräsentation Greifswald als Universitätsstandort und -stadt. Dies wird sogar durch den offiziellen Stadttitel als Universitäts- und Hansestadt Greifswald widerspiegelt. Dass diese Repräsentation bisher nicht dazu geführt hat, dass eine höhere Anzahl von Unternehmen die synergetischen Effekte zur Universität nutzt, ist daher erstaunlich und müsste weiter unter stadtpolitischen Aspekten untersucht werden. Für seine zukünftige Eigendarstellung könnte es demnach sinnvoll sein, die Repräsentation der Stadt nicht nur auf die Thematik ‚Wissen‘ zu beschränken, sondern auch stärker diese synergetischen Rückkopplungen zwischen Universität und Wirtschaftsunternehmen in Pressemitteilungen und Stadtnachrichten zu betonen und so in der breiten Bevölkerung, sei es nun bei den eigenen Einwohnern oder in einem überregionalen Kontext, zu etablieren. In Verbindung mit der Universität als primärer Ort der Wissensakkumulation, welche in den Zeitungsbeiträgen beispielsweise regelmäßig durch Berichterstattungen über Forschung und Forschungsergebnisse in einzelnen Instituten oder einzelnen Lehrstühlen als diskursive Repräsentation gefestigt wird,

spielen insbesondere das Friedrich-Löffler-Institut und das Max-Planck-Institut für Plasmaphysik als renommierte Forschungseinrichtungen eine gesonderte Rolle. Das Max-Planck-Institut wird immer im Kontext der zukunftsrelevanten Thematik der Energieforschung und insbesondere der Kernfusion wiederholend genannt, so dass Greifswald auch zukünftig als Standort der Innovation bedeutend bleiben könnte und diese diskursive Repräsentation für sich als Wirtschaftsstandort nutzen sollte. Expertisen und Forschungsergebnisse des Friedrich-Löffler-Instituts hingegen werden eher periodisch in den Medien aufgegriffen, wenn verschiedene Pandemien und Epidemien, wie beispielsweise die H5-Viren (Vogelgrippe) im Jahr 2016 oder SARS-CoV-2 (Covid-19) im Jahr 2019, grassierten. Insgesamt sollte aufgepasst werden, dass die diskursive Repräsentation der Stadt nicht zu sehr auf die Universität bzw. auf die Stadt als Wissenschaftsstandort setzt.

Dies sedimentiert auch die Repräsentation als lebenswerte Stadt mit studentischem Flair, wie sie einerseits durch die Stadt selbst dargestellt wird, aber auch in der Berichterstattung der überregionalen Tageszeitungen zu lesen ist. Gerade in der Fremdwahrnehmung wird dabei über die Argumentation als weltgewandte, moderne Studentenstadt das Stigma des fremdenfeindlichen und unterentwickelten Ostens entkräftet. Ebenso über den städtebaulichen Wachstumsdiskurs der mehrfach durch die hier untersuchten Printmedien angestoßen wurde. Insgesamt könnte jedoch eine gewisse Gefahr von dem übermäßigen Verlassen auf den Faktor Wissen in der diskursiven Repräsentation der Stadt ausgehen. Die Universität hatte zuletzt rückläufige Studierendenzahlen verzeichnet und Prognosen zum Zeitpunkt dieser Arbeit gehen von einem generellen Rückgang Studierender aus, so dass auch der Anteil der Studierenden an der Wohnbevölkerung zurückgehen könnte. Mit dem Aufbau einer wissensbasierten Wirtschaft in der Stadt könnte das Momentum der diskursiven Repräsentation als liberale, moderne Stadt aufrechterhalten werden, wie sie beispielsweise durch FLORIDAS ‚Creative Class‘-Konzept vorgeschlagen wird. Schon heute ist zu beobachten, wie einstige Studierende mit Kneipen, Cafés und Restaurants zu Revitalisierung der Innenstadt beitragen. Dies könnte zukünftig eine Ausrichtung sein, welche die Stadt in der eigenen Imageformierung nutzen könnte und so eine diskursive Repräsentation für die Stadt erreicht, ohne sich zu stark auf die Universität und die Studierenden zu verlassen. Der touristische Blick auf die Stadt im Hinblick auf nutzergenerierten Content fällt recht eindimensional aus. Die historische Altstadt wird dabei weniger in den Vordergrund gerückt, stattdessen liegt der Fokus auf der Klosterruine Eldena und dem Fischerdorf Wieck. Beide Attraktoren liegen jedoch am östlichen Rand der Stadt, so dass die touristische Aufmerksamkeit von der Innenstadt weggelenkt wird und sich sehr stark um den Greifswalder Bodden fokussiert. Greifswald scheint in seiner touristischen Darstellung sehr stark von Natur-

und Erholungsaspekten beeinflusst zu sein, so dass der Status als Teil der europäischen Route der Backstein Gotik kaum berücksichtigt wird. Dies könnte auch schlicht am Unwissen der Personen liegen, welche die Beiträge verfasst haben. Da die Stadt in der Eigendarstellung jedoch selbst auf diesen Status und die Route der europäischen Backsteingotik hinweist, könnte eine Stärkung der Identität als historisch bedeutende Stadt den Umstand deutlicher in das Bewusstsein der eigenen Stadtbevölkerung rücken und so auch touristisch besser genutzt werden.

6.2.3 Tourismus als Entwicklungschance für Stralsund

Stralsund wird in der Süddeutschen Zeitung und Frankfurter Allgemeinen Zeitung hauptsächlich auf Grund des deutschlandweiten Werftensterbens erwähnt. Die Eigendarstellung der Stadt geht hingegen stärker auf andere Wirtschaftszweige und einzelne Unternehmen in der Stadt ein und koppelt diese mit der eigenen Repräsentation als touristischer, familienfreundlicher Ort. Die Darstellung über touristische Beiträge hebt den Status als UNESCO-Weltkulturerbe hervor und betont mit dem Ozeaneum und dem Deutschen Meeresmuseum zwei einzigartige Attraktoren in der Stadt.

In den Beiträgen der überregionalen Tageszeitungen ist es schwer, Stralsund mit positiven Eigenschaften in Verbindung zu bringen. Der übermäßige Teil der diskursiven Darstellung der Stadt konzentriert sich auf die verschiedenen Werften der Stadt und deren Insolvenzen. Die Stadt selbst inszeniert sich stark als touristische Destination. Mit der Bewerbung als UNESCO-Weltkulturerbe und der Zuteilung des Status als ebensolches im Jahr 2002 hat Stralsund eine starke Ausgangssituation und Werbemaßnahme bei der Positionierung auf dem Destinationsmarkt und als (quasi) unique selling point der für den Besuch der Destination spricht. Diese Darstellung wird durch die Beiträge auf der Plattform Airbnb ebenso durch die Einwohner der Stadt verstärkt. Neben der Backsteingotik in der Stadt, welche wie schon im Fallbeispiel Greifswalds Teil der europäischen Backsteingotik ist, sind es besondere Attraktoren wie das Ozeaneum, welche Stralsunds Angebotsmix einzigartig machen. Das deutsche Meeresmuseum und das Ozeaneum greifen dabei die Lage der Stadt an der Ostsee auf und inkorporieren es in die allgegenwärtige Thematik der Stadt von Meer, Strand und Geschichte. Hieraus ergibt sich für den Tourismus eine in sich geschlossene Darstellung, die auch sehr gut in der Außenwirkung funktionieren kann. Problematisch ist, dass dieser sehr einseitige Fokus dazu führt, dass andere wirtschaftliche Aspekte der Stadt vernachlässigt werden. Mit der Störtebeker-Brauerei ist beispielsweise ein erfolgreiches Unternehmen in der Stadt beheimatet, welches jedoch in der diskursiven Repräsentation der Stadt, auch ungeachtet der hier untersuchten Sprecherpositionen,

kaum bzw. gar nicht vertreten ist. Mit dem Namen Störtebeker besteht auch hier eine historisch-maritime Koppelung, welche genutzt werden könnte, um ein nicht-touristisches Unternehmen in die gut funktionierende touristische Repräsentation der Stadt einzubeziehen und Teil des touristischen Blickes auf die Stadt zu machen.

Ebenso vernachlässigt wird die Repräsentation von Stralsund als Hochschulstandort. Wie in der Untersuchung der Artikel aus der Süddeutschen Zeitung und der Frankfurter Allgemeinen Zeitung besonders gut hervorgegangen ist, spielt die Fachhochschule, im Gegensatz zu den Universitäten Greifswald und Rostock, kaum eine Rolle in der Darstellung der Stadt. Nicht einmal die Stadt selbst stellt sich als lebenswerten Hochschulstandort dar. Dies scheint eine ungenutzte Chance zu sein, dessen Umsetzung in Anbetracht der engen räumlichen Lage zwischen Greifswald und Rostock mit ihren gut etablierten Universitäten für Stralsund zwar nicht einfach sein dürfte, bei einer guten Umsetzung jedoch die Möglichkeit zur langfristigen Bindung von jungen Leuten und Arbeitskräften bzw. Unternehmen mit sich bringen würde. Somit könnte der Schrumpfungsdiskurs, der durch die Insolvenzen der Werften aktuell dominiert, langfristig abgelöst werden und würde so stattdessen Raum für eine Repräsentation des Wachstums entstehen lassen.

7 FAZIT

Im Rahmen dieser Arbeit wurde die Frage aufgeworfen, wie die drei Städte Rostock, Greifswald und Stralsund durch verschiedene Sprecherpositionen diskursiv repräsentiert werden. Zudem wurden verschiedene untergeordnete Forschungsfragen untersucht, wie sich die drei Städte in den allgemeinen Diskurs um benachteiligte Regionen und die Verhältnisse von Hegemonie und Macht einfügen.

Zu diesem Zweck wurden in Kap. 2 die Konzepte der Hegemonie und Macht genauer erläutert und in einen übergreifenden gesellschaftlichen Kontext gerückt. Mit dem Konzept des Tourist Gaze wurde zudem ein weiterer sozial-konstruktivistischer Ansatz räumlicher Repräsentation vorgestellt. Hierbei wurde festgestellt, dass diskursive Repräsentationen einen erheblichen Einfluss auf die reale Entwicklung einer Stadt oder Region ausüben können. Diskursive Repräsentationen bzw. das Image von Städten sind nicht nur künstliche Merkmale in der Vorstellung von Personen, sondern materialisieren sich im Raum durch Handlungen, welche durch die Vorstellung von Subjekten, Räumen oder Objekten vorbeeinflusst werden. Wie URRY an dem Beispiel von Paris als die romantische Stadt darstellt, lässt sich ‚das Romantische‘ nicht objektiv festlegen. Dementsprechend ist die Erwartungshaltung an Paris: ‚wenn alle sagen, dass Paris die Stadt der Romantik ist, dann ist das was ich sehe und erlebe auch romantisch‘. Die eigene Vorstellung davon, was ein Ort zu sein hat, ruft also passende Handlungen und damit auch passende Emotionen für den Raum hervor. Je nach bekannten diskursiven Repräsentationen, welche durch unterschiedliche Sprecherpositionen entstehen, kann es also zu sehr unterschiedlichen Vorstellungen kommen, was ‚typisch‘ für einen Raum ist.

Für den Osten Deutschlands existiert beispielsweise ein städte- und regionenübergreifendes Stigma vom ‚abgeschlagenen Osten‘. Es ist Streitbar, ob nun das Stigma die Bundesländer in ihrer Entwicklung hemmt oder ob eine langsame Entwicklung das Stigma erzeugt. Wie aber im Rahmen dieser Dissertation gezeigt wurde, existieren durchaus Wachstumsinseln im Osten Deutschlands, welche auf dem Papier bzw. in harten Zahlen wie Bevölkerungsentwicklung oder der Leistung einzelner Unternehmen dem Stigma zuwider stehen. Ähnliches gilt für das Stigma des fremdenfeindlichen und rassistischen Ostens. Ereignisse wie Rostock-Lichtenhagen 1992 oder in Chemnitz 2018 waren real und können und sollen nicht kleingeredet werden. Dennoch nehmen sie in der diskursiven Repräsentation des östlichen Deutschlands einen im Verhältnis zu großen Teil ein.

Die Frage danach, ob das Stigma des abgeschlagenen Ostens reproduziert wird, lässt sich anhand der hier untersuchten Sprecherpositionen sehr deutlich beantworten. Der überwiegende Teil der Berichterstattung greift dieses Stigma nicht auf, bzw. reflektiert und negligiert es

teilweise sogar bewusst. Wurde beispielsweise durch die Stadtverwaltung Greifswald befürchtet, dass durch die Kreisgebietsreform eine diskursive Repräsentation der Stadt entsteht, welche mit einer schrumpfenden Bevölkerung in Verbindung gebracht wird, sind in den Beiträgen der Tageszeitung keine Spuren davon zu finden. Im Gegenteil, die Berichterstattung hebt die kleine, aber durch die Studierenden sehr belebte und dynamische Stadt positiv hervor und berichtet von einer positiven Entwicklung der Stadt und dem städtebaulichen Umgang mit dem DDR-Erbe. Stralsunds schwierige ökonomische Lage wird zwar aufgegriffen, jedoch nie in Verbindung mit der Narrative des abgeschlagenen Ostens gebracht. Stattdessen machen die Beiträge deutlich, dass es sich bei den Insolvenzen der vielen Werften um ein nationales bzw. sogar globales Phänomen handelt. Dies ändert nichts daran, dass Stralsunds diskursive Repräsentation durch die untersuchten Medien eher negativ ist. Auch Rostocks teilweise negative Darstellung über Fremdenfeindlichkeit und Gewalt greift dabei weniger den Umstand auf, dass sich die Stadt in einem neuen Bundesland befindet, sondern nutzt Rostock-Lichtenhagen als mahnendes Beispiel der Vergangenheit. Die Thematik zur Gewalt bei Fußballspielen wird ebenso nicht als Phänomen des östlichen Deutschlands aufgegriffen, sondern in einen nationalen Kontext zur allgemeinen Gewaltbereitschaft von Fans bei Fußballspielen gestellt. Wie auch bei Stralsund ändert dies nichts daran, dass hierdurch eine negative Repräsentation der Stadt entsteht, welche sich in die Narrative Ostdeutschlands einfügen kann – dies geschieht dann jedoch eher über Transferleistungen der Leser, welche die Beiträge mit den in ihnen bestehenden diskursiven Repräsentationen abgleichen. Jedoch wird nicht aktiv durch die Art und Weise wie die Texte verfasst wurden das ‚Stigma Ostdeutschland‘ geschürt. Ob die Texte also das o.g. Stigma reproduzieren, könnte stark von den bereits verinnerlichten diskursiven Repräsentationen der Leser abhängen. Entsprechend können die Texte als Argumentation dienen, das eigene Vorurteil gegenüber dem Osten Deutschlands bzw. der drei Städte bestätigt zu sehen. Ebenso geben sie aber genauso eine Argumentationsgrundlage dafür, die neuen Bundesländer in einer positiven Entwicklungstendenz zu sehen. Die Darstellung der Städte durch die Beiträge der Plattform Airbnb haben das Ziel, die Städte als Destinationen zu bewerben. Entsprechend ist grundlegend nicht davon auszugehen, dass Ressentiments in diesen aufgegriffen und besprochen werden würden. So werden insbesondere Greifswald und Rostock als weltoffene und liberale Räume dargestellt, welche durch das globale Umfeld der Hochschulen geprägt sind.

Die Eigendarstellung Rostocks durch die Verwaltung greift zudem bewusst die Thematik um Rostock-Lichtenhagen auf und versucht über Pressemitteilungen und Stadtnachrichten einen anti-rassistischen Standpunkt zu äußern. Ob dies allein reicht, um Stigmata aufzuheben, ist

fraglich. Ein Ansatz zur Etablierung einer geänderten diskursiven Repräsentation ist es aber in jedem Fall.

Die Frage danach, ob die Sonderrolle des Tourismus durch die diskursiven Repräsentationen der drei Städte bestätigt wird, lässt sich ebenso sehr gut aus den Ergebnissen der lexikometrischen Diskursanalyse ablesen. Während die überregionalen Tageszeitungen auf die Sonderrolle des Tourismus in der Wirtschaft Mecklenburg-Vorpommerns eingehen und dies in Beiträgen aus dem Kultur- bzw. Reisetil über Reiseempfehlungen und –berichte bestätigen, spielen sie auch eine untergeordnete Rolle in der Darstellung zur Entwicklung des Bundeslandes. In diesen Beiträgen wird einerseits bestätigt, dass der Tourismus einen wichtigen Eckpfeiler in der Entwicklungsstrategie Mecklenburg-Vorpommerns darstellt und dass diese Strategie, gemessen an Übernachtungszahlen und der Anzahl touristischer Projekte, von Erfolg gekrönt zu sein scheint. Insgesamt nehmen in der Berichterstattung der untersuchten überregionalen Tageszeitungen aber hauptsächlich andere Wirtschaftsthemen eine bedeutende Rolle ein. In der Eigendarstellung der Städte spielt der Tourismus hingegen gegenüber anderen Wirtschaftsthemen eine übergeordnete Rolle. Insbesondere für Stralsund mit seinem Status der Stadt als Weltkulturerbe und dem künstlich erschaffenen Attraktor des Ozeaneums wird in den untersuchten Schriftstücken deutlich darauf hingearbeitet, dass Stralsund als besuchenswerte Destination an der Ostsee etabliert werden soll. Stralsund scheint hierbei nahezu seine komplette diskursive Repräsentation auf den Tourismus ausgelegt zu haben. Für Greifswald kann in der Selbstdarstellung ein ähnliches Verhalten festgestellt werden, schlussendlich überwiegen jedoch Themen aus Forschung und Bildung gegenüber touristischen Thematiken. Rostocks Eigendarstellung bestätigt die Sonderrolle des Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern am wenigsten. Als Großstadt ist Rostock jedoch wesentlich breiter in seiner Ökonomie und Repräsentation aufgestellt, als es für die Mittelstädte Greifswald und Stralsund der Fall ist. Während Rostock verschiedene Themenfelder bespielen kann und sollte, erscheint es für Klein- und Mittelstädte wesentlich sinnvoller sich auf wenige Themen zu konzentrieren. Dementsprechend werden durch Rostock zwar touristische Themen in der Selbstdarstellung aufgegriffen, beispielsweise der starke Bezug zum Maritimen bspw. durch Events wie die Hanse Sail. Schlussendlich nimmt der Tourismus jedoch eine Rolle auf Augenhöhe mit anderen Themen ein. Insgesamt kann demnach festgestellt werden, dass die Sonderrolle des Tourismus in der Stadt-, Regional- und auch Landesentwicklung von Mecklenburg-Vorpommern sowohl in der Fremd- als auch der Eigendarstellung bestätigt wird. Wie intensiv dieses Bekenntnis zum Tourismus ausfällt, scheint jedoch von der Stadtgröße und der Konkurrenz durch andere Wirtschaftsthemen abzuhängen. Bei Betrachtung der Airbnb-

Angebote ist zudem deutlich geworden, dass die drei Städte jeweils sehr unterschiedliche Fokusse in ihren touristischen Darstellungen haben.

Hieraus ergibt sich zugleich zudem die Antwort auf die Fragen, wie sich die verschiedenen Sprecherpositionen und die Eigen- und Fremddarstellungen unterscheiden. Die Beiträge aus den überregionalen Tageszeitungen legen verstärkt einen Blick auf die ökonomische Leistung und die Entwicklung der Städte. Damit zeigen sie, wenn auch nicht explizit, welchen Beitrag die Städte zur gesamtdeutschen Wirtschafts- und Entwicklungsleistung leisten. Die Städte werden immer wieder in Beiträgen mit anderen Städten oder Regionen verglichen und müssen so an komparativen Leistungsbewertung teilnehmen, ob sie möchten oder nicht. Diese Art der Berichterstattung fügt sich in MATTISSEKs Darstellung eines neoliberalen Wettbewerbs der Städte, der teilweise bewusst geführt wird und teilweise diskursiv entsteht, ohne dass die Städte selbst dazu beitragen würden. Durch das Lesen der Beiträge wird die öffentliche Meinung gebildet. Die Art und Weise wie und mit welchen Inhalten die Texte geschrieben werden, ist dabei vom jeweiligen Redakteur und Chefredakteur abhängig. Dies bedeutet aber auch, dass bereits bestehende Stigmata in der Vorstellung der schreibenden Person auch in die Texte diffundieren können. Die Wahl bestimmter Worte mit negativer oder positiver Konnotation muss dementsprechend nicht bewusst geschehen, sondern kann bei den Schreibenden durch die eigenen bestehenden diskursiven Repräsentationen von etwas beeinflusst sein. Die Städte selbst schwenken in der Eigendarstellung insofern in diesen neoliberalen Diskurs ein, als dass sie Themen hervorheben, bei denen sie besonders brillieren können. Stralsund erwähnt beispielsweise in ihrer eigenen Darstellung der Stadt kein einziges Mal die in der Tagespresse viel diskutierten Werfteninsolvenzen. Rostock positioniert sich in nur wenigen Beiträgen zu den Vorfällen in Rostock-Lichtenhagen 1992 und wenn, dann im Rahmen mahrender Gedenkveranstaltungen zum Jahrestag der Ereignisse. Jede der Städte versucht, sich von ihrer besten Seite zu zeigen, um so potenzielle Neubürger oder neue Unternehmen von sich zu überzeugen. Ebenso sollen die bereits in der Stadt lebenden und niedergelassenen Unternehmen eine positive Identität annehmen, welche in Übereinstimmung mit der Stadt existiert. Ein Lokalstolz bzw. eine Verbindung zu einem Raum führt zu bürgerschaftlichem Engagement oder der Unterstützung durch die private Wirtschaft mit Spenden oder Aktionen, von welchen die Kommunen schlussendlich profitieren. So wäre beispielsweise das Transportieren der Botschaft, dass Rassismus und Fremdenhass ein Problem in der Stadt sind, kontraproduktiv für die Städte. In einem im März 2021 veröffentlichten Artikel der Tageszeitung (TAZ) mit der Überschrift „Wer streichelt unsere Seele? Die Ostdeutschen haben den überregionalen Medien mit Sitz in der alten BRD den Rücken gekehrt. Ist Re-Ossifizierung die Lösung?“ (FROMM 2021: o.S.) wird aufbauend auf der

kommunikationswissenschaftlichen Studie „30 Jahre staatliche Einheit – 30 Jahre mediale Spaltung. Schreiben Medien die Teilung Deutschlands fest?“ (MÜKKE 2021: 1) genau auf diesen Sachverhalt eingegangen. Bürger der neuen Bundesländer sehen sich demnach durch Medien aus den alten Bundesländern falsch dargestellt (MÜKKE 2021: 34), was laut MÜKKE auch daran liegt, dass (Schlüssel-)Positionen in Redaktionen kaum durch Personen aus den neuen Bundesländern besetzt sind (2021: 35f.). Die Intensität der negativen Darstellung, wie sie beispielsweise auch in MÜKKEs Studie dargestellt wird (2021: 29), kann im Rahmen dieser Arbeit zwar nicht nachvollzogen werden, dass jedoch die Fremddarstellung der überregionalen Tageszeitungen dazu neigt, die Berichterstattung eher auf negativ konnotierte Themen zu legen, wurde jedoch auch hier beobachtet. Dem gegenüber wird durch die Pressemitteilungen und Stadtnachrichten ein überproportional positives Bild der eigenen Stadt gezeichnet. Die realen Begebenheiten werden irgendwo zwischen beiden Darstellungen liegen. Dass die touristischen diskursiven Repräsentationen keine kritische Blickweise auf die beworbenen Städte einnehmen werden, war bereits vor der Analyse abzusehen und wird durch die Ergebnisse bestätigt. Das Ziel der Texte ist, möglichen Touristen Anreize dafür zu geben, die jeweilige Destination gegenüber anderen zu bevorzugen. Sie stimmen somit eher mit dem Standpunkt der kommunalen Selbstdarstellung überein. Dadurch, dass die Angebote aber auch untereinander um die Touristen konkurrieren, unterscheiden sie sich im Stil sehr deutlich von den Texten der Stadtverwaltungen. Während die Pressemitteilungen und Stadtnachrichten über viele Wörter bzw. Zeichen Platz haben, um die Besonderheiten und Einzigartigkeiten der Stadt und ihrer Attraktoren herauszuarbeiten, sind die Airbnb Angebote wesentlich kürzer und prägnanter. Der Stil ist dabei häufig freundschaftlich. So werden in einigen Beiträgen Emojis (insbesondere Herzen) und eine Anrede im Personalpronomen 2 (Du, Ihr) genutzt. Hierdurch entsteht beim Lesen eine emotionale Nähe zum Verfasser, die Sympathie schürt und auf die diskursive Repräsentation der Destination projiziert wird. Wie bereits im klassischen Destinationsmanagement nehmen auch bei Airbnb-Angeboten die Stadtbewohner bzw. die Vermietenden eine zentrale Rolle für die Wahrnehmung der Destination ein. Ob damit auch bewusst mit dem Stigma vom unfreundlichen Einwohner der neuen Bundesländer gebrochen werden soll, kann hier nicht abschließend geklärt werden. Dass Stadtbewohner mit ihrem Verhalten zum Flair und Ambiente und somit auch der diskursiven Repräsentation beitragen, wurde jedoch schon ausführlich durch URRY erläutert und kann durch die hier untersuchten Beiträge bestätigt werden.

Die Sprecherpositionen unterscheiden sich demnach sehr deutlich voneinander. Sei es durch die fokussierten Themen, Wortwahl oder Stil. Ebenso unterscheidet sich die Themenwahl sehr stark in Eigen- und Fremddarstellung. Während die Fremddarstellung kritisch auf

Stadtgeschennisse und -entwicklungen blickt, nimmt die Eigendarstellung teilweise schon glorifizierende Züge an und versucht möglichst positive Aspekte hervorzuheben.

Nichtsdestotrotz existieren auch Übereinstimmungen in den diskursiven Repräsentationen der drei Städte. Insbesondere im Hinblick auf die analysierten Beiträge mit touristischem Hintergrund wird klar, dass Rostock, Greifswald und Stralsund die Ostsee und das maritime Flair und Ambiente in ihren diskursiven Repräsentationen abbilden. Das Maritime bestimmte bereits in der Vergangenheit die Standorte der Städte – Handel, Fischerei und Bootsbau führten teilweise sogar erst zur Siedlungsgründung der Städte. Die Ostsee ist schon immer Teil der städtischen Identität gewesen und ist es auch heute noch, wenn auch mit dem Tourismus und der Werftenwirtschaft in abgewandelter Form. Aber auch Bezeichnungen wie der Name der Störtebekerbrauerei beziehen sich deutlich auf das maritime Erbe der Stadt, dass sich ebenso in der typischen Architektur der Hansestädte niederschlägt.

Rostock und Greifswald haben ebenso Übereinstimmungen darin, dass beide mit der Universität und damit auch mit Forschung und Lehre als Teil der Kernidentität der jeweiligen Stadt kommunizieren. Mit der Darstellung als Universitätsstädte geht zugleich auch eine deutliche Distanzierung von der stigmatisierenden Darstellung vom ‚ungebildeten Osten‘ einher.

Sucht man hingegen zwischen den verschiedenen Sprecherpositionen nach Übereinstimmungen in den diskursiven Repräsentationen kann auch hier wieder auf die drei Städte als Destinationen verwiesen werden. Mecklenburg-Vorpommern als Bundesland hat den Tourismus als einen zentralen Motor für die Wirtschaftsentwicklung festgelegt und dies wird von allen drei Sprecherpositionen widergespiegelt – jede bestätigt in ihren jeweiligen Veröffentlichungen, dass die Strategie aufzugehen scheint. Die überregionalen Tageszeitungen berichten positiv über die Entwicklung des Tourismus und damit auch über die Stadtentwicklung der untersuchten Städte. Die Stadtverwaltungen kommunizieren ebenso ihre Erfolge in der Entwicklung des Tourismus und unterlegen dies beispielsweise mit amtlichen Statistiken zu Übernachtungszahlen oder einer wachsenden Anzahl von Beherbergungsbetrieben. Die Einwohner und Gewerbetreibenden der Stadt attestieren den Städten ebenso eine florierende Tourismuswirtschaft. Dies wird jedoch weniger mit harten Fakten, als mehr mit emotionalen Botschaften erreicht. Signalwörter hierfür sind beispielsweise ‚Sanierung‘ und ‚Restaurierung‘. Aber auch das Wort ‚beliebt‘ in den Texten soll anzeigen, dass der Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern gefragt ist und funktioniert.

Partielle Übereinstimmung zwischen Sprecherpositionen können auch zwischen überregionalen Tageszeitungen und kommunalen Verwaltungen in Bezug auf das Thema Wirtschaft gefunden werden. Während die Thematik rund um die Werfteninsolvenzen zwar in diesem speziellen

Bereich ein eher negativ konnotiertes Licht auf die Wirtschaft in Mecklenburg-Vorpommern bzw. im Besonderen für Stralsund wirft, wird die gesamtwirtschaftliche Leistung der Städte jedoch eher positiv durch die überregionalen Tageszeitungen hervorgehoben. Diese Ansicht wird ebenso durch die Pressemitteilungen und Stadtnachrichten gegeben, so dass auch hier von einer Übereinstimmung gesprochen werden kann. Die Beiträge der touristischen Plattform Airbnb beschäftigen sich erwartungsgemäß nicht mit anderen Thematiken als dem Tourismus, so dass hier keine Übereinstimmungen gefunden werden können.

Die Frage nach den Macht- und Hegemonieverhältnissen ist zugleich auch eine Frage nach den Adressaten der jeweils verbreiteten Botschaften. Wie MÜKKE in seiner Arbeit aufzeigt, haben sich viele der Bewohner der neuen Bundesländer bewusst von überregionalen Medien abgewandt (2021: 27f.). Diese ablehnende Haltung wird durch die Wahrnehmung eines bevormundenden und elitären Verhaltens der Medien aus den alten Bundesländern begründet (MÜKKE 2021: 27ff.). Hieran wird deutlich, dass die (überregionalen) Medien durchaus über eine hegemoniale Stellung und damit auch Macht verfügen. Medien haben durch Stil und Worte ihrer Texte die Möglichkeit, einen objektiven Sachverhalt mit Fakten zu einer subjektiven Darstellung, beispielsweise über bewusste Auslassungen von Informationen, zu verändern. Dennoch ist bei dem im Rahmen dieser Arbeit untersuchten Analysematerial keine Ost-West-Dichotomie festgestellt worden. Kritisch muss hierzu angemerkt werden, dass die Sicht des Forschenden ebenso seit vielen Jahren durch die ‚Westmedien‘ geprägt wird und das eigene Leben größtenteils in den alten Bundesländern verbracht wurde. Nuancen dessen, was Bewohner der neuen Bundesländer als belehrend und herablassend ansehen könnten, können so in der Analyse vielleicht nicht wahrgenommen worden sein. Soweit eine objektive Beurteilung des Schriftmaterials jedoch möglich ist, hat sich gezeigt, dass durch die hier untersuchten überregionalen Tageszeitungen ein diverses Bild der Städte Rostock, Greifswald und Stralsund gezeichnet wurde. Mit der Berichterstattung über Rostock-Lichtenhagen bzw. dem Aufzeigen von Parallelen zu aktuellen sozialen Ereignissen wird ein negativ behaftetes Thema angesprochen. Auch der wiederkehrende Vergleich der rassistischen Ausschreitungen mit Hoyerswerda 1991 und Chemnitz 2018 sollten kritisch hinterfragt werden. Das Aufgreifen dieser Thematiken reproduziert insgesamt das Stigma des ‚fremdenfeindlichen Ostens‘. Die inhaltliche Betrachtung der betreffenden Artikel zeigt jedoch auch, dass es den Schreibenden um eine Mahnung an das vereinte Deutschland geht, die rechten Haltungen der NS-Zeit nicht wieder zuzulassen. Es ist schwierig hier eine moralische Grenze zu ziehen, ob und wie Rostock-Lichtenhagen heute noch ein Thema sein sollte. Das wiederholte Verbinden des Stadtnamens mit Rassismus und Gewalt gegen Ausländer übt in der gesamtdeutschen Wahrnehmung durchaus Macht auf den Raum aus, womit den

Medien Hegemonie über die Städte zugesprochen werden kann. Wenn Bürger der neuen Bundesländer die Medien jedoch gar nicht lesen, muss die Raumwirksamkeit solcher Beiträge neu hinterfragt werden. Hier muss vielmehr davon gesprochen werden, dass die Artikel, welche mehrheitlich von Bewohnern der alten Bundesländer gelesen werden, hauptsächlich das Meinungsbild des westlichen Deutschlands über das östliche Deutschland prägen. Es findet somit kein Abgleich der eigenen Identität der Einwohner der neuen Bundesländer mit der diskursiven Repräsentation durch Medien der neuen Bundesländer statt. Stattdessen prägen die Beiträge hauptsächlich die diskursive Repräsentation der neuen Bundesländer bei Einwohnern der alten Bundesländer. Hieraus ergibt sich jedoch eher eine Kausalkette der Repräsentationen. Es sind somit vielmehr die Bewohner der alten Bundesländer, welche durch die Konsumption der Beiträge diese verinnerlichen und die so entstandenen Stigmata gegenüber den neuen Bundesländern aufrechterhalten. Daraus abgeleitet üben die Medien eine aktive Hegemonie und Macht auf die alten Bundesländer auf, während sie lediglich einen passiven Einfluss auf die neuen Bundesländer haben. Vielmehr muss also hier nun nach der Verteilung von Macht innerhalb der deutschen Gesellschaft gefragt werden. Die Ergebnisse dieser Arbeit legen ein West-Ost-Gefälle nahe, so dass den alten Bundesländern und ihren Einwohnern und agierenden Akteuren eine hegemoniale Stellung gegenüber den neuen Bundesländern und ihren Einwohnern und agierenden Akteuren zugesprochen werden muss.

Die kommunalen Verwaltungen hingegen adressieren ihre Texte hauptsächlich an Einwohner der Stadt oder Personen und Unternehmen, welche zumindest in Betracht ziehen, sich in diesen Städten niederzulassen. Somit ist grundlegend davon auszugehen, dass die o.g. Stigmata entweder den Adressaten nicht bekannt sind oder ihr Einfluss nicht stark genug ist, um sie davon abzuhalten, die neuen Bundesländer als neuen Heimat- oder Standort auszuwählen. Mit ihren diskursiven Repräsentationen haben die Städte somit weniger einen Einfluss auf die Fremdwahrnehmung, sondern lassen Identitäten entstehen, welche die Adressaten an den jeweiligen Raum bindet. Auch hieraus kann eine hegemoniale Stellung abgeleitet werden, diese wirkt jedoch eher punktuell und nach innen gerichtet. Auch sie kreiert Ideen und Vorstellungen davon, was einen Raum ausmacht und übt so Macht über die Adressaten aus. Dass diese diskursive Repräsentation tendenziell positiv gestaltet ist, sollte nicht weiter überraschen. Die hierdurch verinnerlichten Repräsentationen können nun in verschiedenen Situationen aufeinanderprallen. Auf der kleinsten denkbaren Ebene wäre dies ein Aufeinandertreffen eines durch die mediale diskursive Repräsentation geformten Einwohners der alten Bundesländer auf eine Person, welche in den neuen Bundesländern lebt und durch die diskursive Repräsentation der kommunalen Verwaltung geprägt wurde. Eine Diskriminierung der neuen Bundesländer und seiner

Einwohner mag so zwar teilweise durch die Medien mit verursacht und durch die jeweiligen lokalen Verwaltungen abgeschwächt werden, ausgeübt werden sie jedoch im Alltäglichen der Gesellschaft. Somit stellt sich im Rahmen dieser Arbeit schlussendlich weniger die Frage nach hegemonialen Beziehungen zwischen Medien, Verwaltungen und Zivilbevölkerung, sondern eher danach, wie eine Gesellschaft sich selbst gegenüber mit Wissen und Informationen umgeht. Die Implikationen von Stigmata, wie dem rassistischen und abgeschlagenen Osten, werden in letzter Konsequenz von der Gesellschaft durch Handlungen zum Bestandteil der Realität. Interessant ist zudem auch die im Rahmen dieser Dissertation erkennbar gewordene Dichotomie zwischen einerseits dem generellen Blick auf die drei untersuchten Städte und dem Bundesland Mecklenburg-Vorpommern und andererseits dem touristischen Blick auf das Bundesland und die Städte. Die touristische diskursive Repräsentation Mecklenburg-Vorpommerns scheint demnach in einem deutlichen Kontrast zu den restlichen wirtschaftlichen Darstellungen zu stehen. Dies bezieht sich nicht nur auf die Repräsentationen der Städte, welche durch die untersuchten Airbnb-Angebote untersucht werden, sondern wird zudem auch durch die Fremddarstellung der Medien und die Eigendarstellung der Städte bestätigt. Tourismus ist durch seine Erholungsfunktion und seiner Liminalität zum Alltag ein generell positiv behafteter Begriff bzw. eine positiv behaftete Tätigkeit. Die allgemeinen Assoziationen mit Touristischem sind Freude, Alltagsflucht, Freiheit, Erholung und Ungebundenheit (EDENSOR 2009: 305). Negative Emotionen und Einstellungen sind somit von vornherein im Tourismus kaum vertreten. Sie entstehen eher aus individuellen schlechten Erfahrungen vor oder während der eigentlichen Reiseerfahrung (NAWIJN/BIRAN 2019: 2389). Gerade die Zeitungsbeiträge, welche Rostock, Greifswald und Stralsund bzw. dem Bundesland Mecklenburg-Vorpommern eine sehr positive touristische Entwicklung bestätigen, machen somit eine parallele Repräsentation auf, die stark mit der verbreiteten, stigmatisierenden Repräsentation der neuen Bundesländer bricht. Die Airbnb-Beiträge brechen sogar mit den Vorurteilen, die eventuell bei potenziellen Touristen bestehen können und stellen so etwa Rostock als weltoffen, freundlich, dynamisch und modern dar. Diese Darstellung steht im deutlichen Kontrast zur diskursiven Repräsentation von Rostock und dem Stadtteil Lichtenhagen mit Fremdenfeindlichkeit und Gewalt gegen Ausländer. Auch die Darstellung der beiden Städte Stralsund und Greifswald malt ein idyllisch-harmonisches Bild der Räume als Destinationen. URRY und der Tourist Gaze machen deutlich, dass Tourismus schon immer auch die Möglichkeit geboten hat, eigene Vorurteile gegenüber dem Fremden abzubauen, in dem man ebendieses Fremde kennenlernt und, soweit dies überhaupt möglich ist, das wahre Andere kennenlernt. Während URRY und seine Theorie sich in einem Nationen übergreifenden Kontext bewegen, kann das Konzept ebenso auf die vermeintliche

innerdeutsche Spaltung angewandt werden. Der Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern und seinen Städten bietet für die Besucher einen temporären Rahmen, um den ‚fremden Osten‘ kennenzulernen und Vorurteile abzubauen. Somit erfüllt der Tourismus nicht nur vordergründig wirtschaftliche Zwecke, sondern kann auch Teil einer Strategie zum Wandel diskursiver Repräsentation und Abbau von gegenseitigen Vorurteilen innerhalb der Gesellschaft sein. Die touristische diskursive Repräsentation von bzw. der touristische Blick auf einen Raum kann somit eine besondere Position im Geflecht der verschiedenen Raumrepräsentationen einnehmen. Durch seine Lage an der Ostsee besteht eine schon fast natürliche Verbindung zwischen Mecklenburg-Vorpommern und Tourismus. Mit dieser geographischen Lage hat Mecklenburg-Vorpommern gegenüber den neuen Bundesländern sicher einen Vorteil bei der Etablierung eines positiven Bildes von sich selbst durch den Tourismus. Dennoch kann dies auch als Möglichkeit verstanden werden, Stigmata abzubauen, von der auch die anderen Bundesländer profitieren können.

Während also diskursive Repräsentationen oder Stadtimages durch die Kommunen und Marketingagenturen als ein Werkzeug zum Antrieb und Festigen der Ökonomie verstanden werden, sind sie in der Lage viel mehr zu sein. Wie FOUCAULT, LACLAU und MOUFFE und URRY aufgezeigt haben, sind diskursive Repräsentationen gleichzeitig der gesellschaftliche Ausdruck von Wissen, Macht und Unterdrückung. Die Art und Weise wie über Räume gesprochen und gedacht wird, wird im alltäglichen Leben auf vielen Ebenen sichtbar. Ausgehend von verschiedenen Sprecherpositionen können hieraus ebenso verschiedene diskursive Repräsentationen eines Raums entstehen. Dies ist auch bei den in dieser Arbeit untersuchten Städten Rostock, Greifswald und Stralsund der Fall gewesen. Während keine der Städte durch die überregionalen Tageszeitungen offensichtlich mit den existierenden Stigmata der neuen Bundesländer in Verbindung gebracht wurde, lassen sich in den Themen der Beiträge jedoch bekannte stigmatisierende Narrative wiederfinden – ökonomische Schwäche, Fremdenfeindlichkeit und Gewalt sind wiederkehrende Motive der Berichterstattung. Auf der anderen Seite existieren auch viele Beiträge, die mit diesen Stigmata brechen und die Städte bzw. Mecklenburg-Vorpommern als sich entwickelte Räume im wirtschaftlichen Aufschwung – nicht zuletzt dank des Tourismus – darstellen. Wie textliche Darstellungen aufgefasst und dann zu ‚Wissen‘ oder sogar ‚Fakt‘ werden, ist dabei jedoch von weit mehr Faktoren abhängig als die bloße Konsumption der Texte. Welchen Texten Glauben geschenkt wird, ist beispielsweise auch immer von der Sozialisation abhängig. Die Debatte um ein (nach wie vor) geteiltes Deutschland kann somit auch gleichzeitig als Grund genommen werden, um sich in der Gesellschaft vermehrt damit auseinanderzusetzen, wie dieses geteilte Deutschland überhaupt erst konstruiert wird. Forschungsarbeiten zum

Thema diskursive Repräsentationen können hierzu einen wertvollen Beitrag leisten. So reiht sich diese Arbeit in den Kanon bereits existierender Arbeiten ein und versucht, durch die Perspektive des Touristischen das Untersuchungsfeld um einen Blickwinkel zu erweitern, so dass in Zukunft ein umfassenderes Bewusstsein über die uns täglich umgebenden Mechaniken der Sprache dazu führen könnte, weniger Stigmata und mehr Verständnis in Räumen und Gesellschaften zu haben.

LITERATURVERZEICHNIS

- ACME REDAKTIONSKOLLEKTIV (2008): Kritische Geographie und akademische Praxis: Die Zeitschrift ACME und die Politik des Veröffentlichens. In: geographische revue 10:2. S. 20-27.
- AMSTEUS, M., S. AL-SHAABAN, E. WALLIN und S. SJÖQVIST (2015): Colors in Marketing: A Study of Color Associations and Context (in) Dependence. In: International Journal of Business and Social Science 6:3. S. 32-45.
- AMT FÜR STATISTIK BERLIN-BRANDENBURG (Hrsg.) (2021): Statistischer Bericht. URL: https://www.statistik-berlin-brandenburg.de/publikationen/stat_berichte/2021/SB_A01-05-00_2020h02_BE.pdf (Abrufdatum 15.03.2021).
- ANGERMÜLLER, J. (2005): Sozialwissenschaftliche Diskursanalyse in Deutschland: zwischen Rekonstruktion und Dekonstruktion. In: KELLER, R., A. HIRSEAND, W. SCHNEIDER und W. VIEHÖVER (Hrsg.): Die diskursive Konstruktion der Wirklichkeit. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft. S. 23-48.
- ANGERMÜLLER, J. (2007): Nach dem Strukturalismus; Theoriediskurs und intellektuelles Feld in Frankreich. Bielefeld: transcript.
- ANHOLD, S. (2008): Place branding: Is it marketing, or isn't it? In: Place Branding and Public Diplomacy 4. S. 1-6.
- ATKINSON, A. und BRIDGE, G. (2010): Globalization and the new urban colonialism. In: BROWN-SARACINO, J. (Hrsg.): The Gentrification Debates. New York/Abingdon Routledge. S. 51-70.
- AVRAHAM, E. (2004): Media strategies for improving an unfavorable city image. In: Cities 21:6. S. 471-479.
- BARDT, H. und A. K. ORTH (2018): Schrumpfende Boomregionen in Deutschland. In: IW-Report 49/18. Köln: Institut der deutschen Wirtschaft.
- BARTETZKY, A. (2014): Kontinuität statt Kontrast: Neues Bauen im historischen Kontext. In: Historisches Erbe als Ausgangspunkt integrierter Stadtentwicklung

- Informationsdienste Städtebaulicher Denkmalschutz 39. Berlin: Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung. S. 120-125.
- BATHELT H. und J. GLÜCKLER (2018): Wirtschaftsgeographie. 4., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage. Stuttgart: UTB.
- BECKER, S., M. NAUMANN und T. MOSS (2017): Between coproduction and commons: understanding initiatives to reclaim urban energy provision in Berlin and Hamburg. In: Urban Research & Practice 10:1. S. 63-85.
- BELINA, B. und I. DZUDZEK (2009): Diskursanalyse als Gesellschaftsanalyse – Ideologiekritik und kritische Diskursanalyse. In: GLASZE, G. und A. MATTISSEK (Hrsg.): Handbuch Diskurs und Raum. 2. unveränderte Auflage. Bielefeld: transcript: S. 129-152.
- BENZ, A. (2004): Einleitung: Governance – Modebegriff oder nützliches sozial wissenschaftliches Konzept? In: BENZ, A. (Hrsg.): Governance – Regieren im komplexen Regelsystem. Eine Einführung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 11-28.
- BERGIEN, A. (2017): Namen als Imagefaktoren in Stadtmarketingkampagnen. In: Namenkundliche Informationen 109/110.2017, S. 40-52.
- BLOCK, J. und S. ICKS (2010): Stadtmarketing. Berlin: Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V.
- BOCK, K. (2015): The changing nature of city tourism and its possible implications for the future of cities. In: European Journal of Futures Research 3. S. 1-8.
- BRAUN, E. (2008): City Marketing. Towards an integrated approach. Rotterdam: ERIM.
- BRAUN, E. (2011): Putting city branding into practice. In: Journal of Brand Management. 19:4. S. 257-267.
- BRIDGE, G. und S. WATSON (2011): Reflections on Materialities. In: BRIDGE, G. und S. WATSON (Hrsg.): The New Blackwell Companion to the City. Sussex: Wiley-Blackwell. S. 1-14.
- BUCKEL, S. und FISCHER-LESCANO, A. (2007): Einleitung. In: Hegemonie gepanzert mit Zwang Zivilgesellschaft und Politik im Staatsverständnis Antonio Gramscis. Voigt R. (Hrsg.) Staatsverständnisse Band 11. Baden-Baden: Nomos. S. 11-18.

- BUMILLER, K. (2008): Quirky Citizens: Autism, Gender, and Reimagining Disability. In: *Signs* 33:4. S. 967-991.
- BUNDESAGENTUR FÜR ARBEIT (Hrsg.) (2020): Pendleratlas. URL: <https://statistik.arbeitsagentur.de/DE/Navigation/Statistiken/Interaktive-Angebote/Pendleratlas/Pendleratlas-Nav.html?submit=Suchen&templateQueryString=pendleratlas> (Abrufdatum 15.11.2020).
- BUNDESINSTITUT FÜR BAU-, STADT- UND RAUMFORSCHUNG (Hrsg.) (2011): Renaissance der Großstädte – eine Zwischenbilanz. Bonn: Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (Hrsg.).
- BUNDESMINISTERIUM FÜR VERKEHR, BAU UND STADTENTWICKLUNG (Hrsg.) (2011): Stadtentwicklung und Image. Berlin: Städtebauliche Großprojekte.
- BUNDESMINISTERIUM FÜR VERKEHR, BAU UND STADTENTWICKLUNG (Hrsg.) (2012): 10 Jahre Stadtumbau Ost – Berichte aus der Praxis. Berlin: Bundesinstitut für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung.
- BURDA, M. (2013): The East German Economy in the Twenty-First Century. In BERGHOFF, H. und U. A. BALBIER (Hrsg.): *The East German Economy, 1945-2010*. Cambridge: Cambridge University Press. S. 195-216.
- CALDWELL, N und J. R. FREIRE (2004): The differences between branding a country, a region and a city: Applying the Brand Box Model. In: *Journal of Brand Management* Vol. 12, No. 1, S. 50–61.
- CAMMET, J. M. (1967): *Antonio Gramsci and the Origins of Italian Communism*. Stanford: Stanford University Press.
- CHOULIARAKI L. und N. FAIRCLOUGH (1999). *Discourse in Late Modernity: Rethinking Critical Discourse Analysis*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- CRUISE LINES INTERNATIONAL ASSOCIATION (Hrsg.) (2020): *State of the Cruise Industry Outlook 2020*. Washington, D.C.: Cruise Lines International Association.

- DANN, G. und J. K. S. JACOBSEN (2003): Tourism smellscapes. In: *Tourism Geographies* 5:1. S. 3-25.
- DEUTSCHE FORSCHUNGSGEMEINSCHAFT (Hrsg.) (2016): Projekt Diskurs und Praktiken in schrumpfenden Regionen. Eine Untersuchung zur subjektiven Relevanz von Schrumpfungsdiskursen am Beispiel des Landkreises Altenburger Land <https://gepris.dfg.de/gepris/projekt/233897295> (Abrufdatum vom 14.12.2020).
- DEUTSCHER HOTEL- UND GASTSTÄTTENVERBAND (Hrsg.) (2021): Jahresbilanz 2020: Dramatischer Umsatzeinbruch bundesweit um fast 40 Prozent / Minus von März bis Dezember sogar bei 45,5 %. URL: <https://www.dehoga-mv.de/daten-fakten.html#:~:text=Daten%20%26%20Fakten%20zum%20Gastgewerbe%20in, die%20tragende%20S%C3%A4ule%20dieses%20Wirtschaftszweiges.> (Abrufdatum 26.03.2021).
- DEUTSCHER PRESSERAT (Hrsg.) (2020): Rügen des Presserats seit 1986. URL: <https://www.presserat.de/ruegen-presse-uebersicht.html> (Anrufrdatum 27.10.2020).
- DIAZ-BONE, R. (2006): Zur Methodologisierung der Foucaultschen Diskursanalyse. In: *Historical Social Research / Historische Sozialforschung*, 31:2 (116). S. 243-274.
- DIRKSMEIER, P. und I. HELBRECHT (2015): Resident Perceptions of New Urban Tourism: A Neglected Geography of Prejudice. In: *Geography Compass* 9/5. S. 276–285.
- DISKURSNETZ (Hrsg.) (2021): About. URL: <https://discourseanalysis.net/de/DN> (Abrufdatum 25.02.2021).
- DÖRING, J. und T. THIELMANN (2008): Einleitung: Was lesen wir im Raum? Der Spatial Turn und das geheime Wissen der Geographen. In: DÖRING, J. und T. THIELMANN (Hrsg.): *Spatial Turn. Das Raumparadigma in den Kultur- und Sozialwissenschaften*. Bielefeld: transcript. S. 7-48.
- DÖRINGER, S., Y. UCHIYAMA, M. PENKER und R. KOHSAKA (2020): A meta-analysis of shrinking cities in Europe and Japan. Towards an integrative research agenda. In: *European Planning Studies* 28:9. S. 1693-1712.
- DOSTER, E. (2015): Das Bier war eine rechte Plörre. URL: <https://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/sz-serie-was-blueht-und-was-nicht-das-bier-war-eine-rechte-ploerre-1.2625284> (Abrufdatum 15.11.2020).

- DÜNNE, J. (2008): Die Karte als Operations- und Imaginationsmatrix. Zur Geschichte eines Raummediums. In: DÖRING, J. und T. THIELMANN (Hrsg.): Spatial Turn. Das Raumparadigma in den Kultur- und Sozialwissenschaften. Bielefeld: transcript. S. 49-70.
- DWIF-CONSULTING GMBH (Hrsg.) (2016): Fortschreibung der Tourismuskonzeption für die Universitäts- und Hansestadt Greifswald und Region. Endbericht. Berlin: dwif-consulting GmbH.
- DWIF-CONSULTING GMBH (Hrsg.) (2020): Landestourismuskonzeption Mecklenburg-Vorpommern: Fünf Modellregionen vorgestellt. URL: <https://www.dwif.de/news/item/tourismuskonzept-mecklenburg-vorpommern-modellregionen.html> (Abrufdatum 16.11.2020).
- DZUDZEK, I., G. GLASZE, A. MATTISSEK und H. SCHIRMEL (2009): Verfahren der lexikometrischen Analyse von Textkorpora. In: GLASZE, G. und A. MATTISSEK (Hrsg.): Handbuch Diskurs und Raum. 2. Auflage. Bielefeld: transcript.
- DZUDZEK, I., G. GLASZE und A. MATTISSEK (2011): Diskursanalyse als Methode der Humangeographie. In: GEBHARDT, H., R. GLASER, U. RADTKE und P. REIBER (Hrsg.): Geographie. Physische Geographie und Humangeographie. München: Springer. S. 175-185.
- DZUDZEK, I, C. KUNZE und J. WULLWEBER (2012): Einleitung: Poststrukturalistische Hegemonietheorie als Gesellschaftskritik. In: DZUDZEK, I, C. KUNZE und J. WULLWEBER (Hrsg.): Diskurs und Hegemonie. Gesellschaftskritische Perspektiven. Bielefeld: transcript. S.7-28.
- EBERT, C. (2004): Identitätsorientiertes Stadtmarketing. In: Schriften zu Marketing und Management 50. Berlin: Peter Lang International Academic Publishers.
- ECKHOLDT, M. (2007): Medien der Macht. Macht der Medien. Berlin: Kadmos.
- EDENSOR, T. (2009): Tourism. In: KITCHIN, R. und N. THRIFT (Hrsg.): International Encyclopedia of Human Geography. Amsterdam: Elsevier. S. 301-312.
- EUROPÄISCHE ROUTE DER BACKSTEINGOTIK E.V. (Hrsg.) (2020): Verein. URL: <https://www.eurob.org/verein/> (Abrufdatum 16.02.2021).

- EUROPEAN COMMISSION (Hrsg.) (1996): Commission Regulation (EC) No 1263/96 of 1 July 1996 supplementing the Annex to Regulation (EC) No 1107/96 on the registration of geographical indications and designations of origin under the procedure laid down in Article 17 of Regulation (EEC) No 2081/92. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX%3A31996R1263> (Abrufdatum 22.01.2021).
- FAUS, J. und M. HARTL (2020): 30 Jahre deutsche Einheit Gesellschaftlicher Zusammenhalt im vereinten Deutschland. Gütersloh: Bertelsmann Stiftung.
- FICHTER, C. und K. JONAS (2008): Image Effects of Newspapers How Brand Images Change Consumers' Product Ratings. In: Zeitschrift für Psychologie / Journal of Psychology 2008: Vol. 216(4). S. 226–234.
- FIRAT, A. F. und A. VENKATESH (1993): Postmodernity: The age of marketing. In: International Journal of Research in Marketing 10:3. S. 227-249.
- FLORIDA, R. (2005): Cities and the Creative Class. New York/London: Routledge.
- FOCK, O. (2021): Band 2 Stralsund und Greifswald. In: Rügensch-Pommersche Geschichten aus sieben Jahrhunderten. Berlin: De Gruyter.
- FOUCAULT, M. (1971): Die Ordnung der Dinge. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- FOUCAULT, M. (1977): Der Wille zum Wissen. Sexualität und Wahrheit I. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- FOUCAULT, M. (1978): Dispositive der Macht. Über Sexualität, Wissen und Wahrheit. Berlin: Merve.
- FOUCAULT, M. (1981): Introduction to Foucault, M. The order of discourse: In: YOUNG, R. (Hrsg.): Untying the Text. A Post-Structuralist Reader. Boston: Routledge.
- FOUCAULT, M. (1993): Wahrheit, Macht, Selbst. Ein Gespräch zwischen Rux Martin und Michel Foucault (25. Oktober 1982), in: MARTIN, L.H., H. GUTTMANN und P.H. HUTTON (Hrsg.): Technologien des Selbst. Frankfurt am Main: Suhrkamp. S. 15-23.
- FOUCAULT, M. (2006) Sicherheit, Territorium, Bevölkerung. Geschichte der Governmentalität I. Vorlesung am Collège de France 1977–1978. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.

- FOUCAULT, M. (2019): Power: The Essential Works of Michel Foucault 1954-1984. London: Penguin.
- FRANZ, P. (2004): Shrinking Cities - Shrinking Economy? The Case of East Germany. URL: https://www.researchgate.net/publication/282574361_Shrinking_Cities_-_Shrinking_Economy_The_Case_of_East_Germany_in_German_Journal_of_Urban_Studies_2004_Nr_1 (Abrufdatum 12.09.2020).
- FREYTAG, T. (2009): Low-Cost Airlines – Motoren für den Städtetourismus in Europa?. In: Geographische Rundschau 2009: 61:2. S. 20-26.
- FREYTAG, T. und J. GLATTER (2017): Touristifizierung städtischer Quartiere – Synergien und Konflikte zwischen tourismusgerechter Stadt und stadtgerechtem Tourismus. In: Geographische Zeitschrift 105:3–4. S. 163-166.
- FRITSCH, M. (2015): Die Bedeutung von Hochschulen für regionale Innovationsaktivitäten. In: FRITSCH, M., P. PASTERNAK und M. TITZE (Hrsg.): Schrumpfende Regionen – dynamische Hochschulen Hochschulstrategien im demografischen Wandel. Wiesbaden: Springer. S. 119-134.
- FRITSCH, M., und M. PIONTEK (2015): Regionaler demografischer Wandel und Hochschulentwicklung. In: FRITSCH, M., P. PASTERNAK und M. TITZE (Hrsg.): Schrumpfende Regionen – dynamische Hochschulen Hochschulstrategien im demografischen Wandel. Wiesbaden: Springer. S. 59-88.
- FRÖHLICH G. und B. REHBEIN (2014): Bourdieu Handbuch Leben – Werk – Wirkung. Stuttgart/Weimar: Metzler.
- FROMM, A. (2021): Wer streichelt unsere Seele? URL: <https://taz.de/Presse-in-Ostdeutschland/!5756271/> (Abrufdatum 24.03.2021).
- FUNG, A. und E. O. WRIGHT (2001): Deepening Democracy: Innovations in Empowered Participatory Governance. In: Politics & Society 29: 1. S. 5-41.
- GAO, B. (W.) und ZHANG, H. Q. (2009): Dream Destination: A concept of perception of leisure travellers. International CHRIE Conference-Refereed Track. 26.

- GÂRBEA, R. V. (2013): Urban Tourism Between Content And Aspiration For Urban Development. In: Management&Marketing XI:1. S. 193-200.
- GATZWEILER, H.-P., K. MEYER und A. MILBERT (2003): Schrumpfende Städte in Deutschland? Fakten und Trends. In: Informationen zur Raumentwicklung 10:11. S. 557-574.
- GLASZE, G. (2008): Vorschläge zur Operationalisierung der Diskurstheorie von Laclau und Mouffe in einer Triangulation von lexikometrischen und interpretativen Methoden. In: Historical Social Research / Historische Sozialforschung 33:1. S. 185-223.
- GLASZE, G. und A. MATTISSEK (2012): Diskursforschung in der Humangeographie: Konzeptionelle Grundlagen und empirische Operationalisierungen. In: GLASZE, G. und A. MATTISSEK (Hrsg.): Handbuch Diskurs und Raum. 2. unveränderte Auflage. Bielefeld: transcript. S. 11-60.
- GÖTZE, M. und S. GEYER (2016): German Stopwords. URL: https://github.com/solariz/german_stopwords/blob/master/german_stopwords_full.txt (Abrufdatum 25.04.2020).
- GRABOW, B. (2004): Rolle und Bedeutung weicher Standortfaktoren. In: LEIBNITZ-INSTITUT FÜR LÄNDERKUNDE (Hrsg.): Nationalatlas Bundesrepublik Deutschland: Unternehmen und Märkte 8. Heidelberg: Spektrum.
- GRABOW, B. und B. HOLLBACH-GRÖMIG (2018): Stadt- und Regionalmarketing. In: ARL – Akademie für Raumforschung und Landesplanung (Hrsg.): Handwörterbuch der Stadt- und Raumentwicklung. Hannover: ARL – Akademie für Raumforschung und Landesplanung. S. 2361 bis 2367.
- GRAMSCI, A. (1991ff.): Gefängnishefte. Hamburg: Argument Verlag.
- GRAMSCI, A. (2012): Gefängnishefte. Hamburg: Argument Verlag.
- GRUNDLACH, K. (2013): Die Rostocker Ratsverfassung im 18. Jahrhundert. In: KROLL, S., K. KRÜGER und E. MÜNCH (Hrsg.): Rostocker Schriften zur Regionalgeschichte Band 7. Berlin: Lit Verlag.
- GÜRSES, H. (2017): Michel Foucault (1926-1984): Foucaults Werkzeugkisten und politische Bildung. In: GLOE, M. und T. OEFTERING (Hrsg.): Politische Bildung meets politische Theorie. Baden-Baden: Nomos. S. 161-176.

- HAAS, T. (2016): Die politische Ökonomie der Energiewende: Deutschland und Spanien im Kontext multipler Krisendynamiken in Europa. Wiesbaden: Springer.
- HAASS, H. (2017): Grundwissen Tourismusarchitektur. Stuttgart: UTB.
- HAASE, A., A. NELLE und A. MALLACH (2017): Representing urban shrinkage — The importance of discourse as a frame for understanding conditions and policy. In: *Cities*, 69, 95–101.
- HABERMANN, F. (2012): „Alle Verhältnisse umwerfen!“. Und dafür eine subjekt-fundierte Hegemonietheorie. In: DZUDZEK, I., C. KUNZE und J. WULLWEBER (Hrsg.): *Diskurs und Hegemonie. Gesellschaftskritische Perspektiven*. Bielefeld: transcript. S.85-104.
- HACKING, I. (2007): Kinds of People: Moving Targets. In: MARSHALL, P. J. (Hrsg.): *Proceedings of the British Academy, Volume 151, 2006 Lectures*. Oxford: Oxford University Press. S. 285-318.
- HAGEN, D. (2016): Kreativwirtschaft und Szeneviertel. Ein interdisziplinärer Ansatz zur Bedeutung der Alternativszene für die Standortentscheidung kreativwirtschaftlicher Betriebe. In: *Reihe Sozialwissenschaften Band 69*. Marburg: Tectum.
- HALL, S. (1994): *Rassismus und kulturelle Identität. Ausgewählte Schriften 2*. Berlin/Hamburg: Argument.
- HAMM, R. (2015): Soccer Clubs and Regional Image. In: *55th Congress of the European Regional Science Association: World Renaissance: Changing roles for people and places*. Louvain-la-Neuve: European Regional Science Association (ERSA).
- HAMM, R., A. JÄGER und C. FISCHER (2016): Fußball und Regionalentwicklung. Eine Analyse der regionalwirtschaftlichen Effekte eines Fußball-Bundesliga Vereins – dargestellt am Beispiel des Borussia VfL 1900 Mönchengladbach. In: *Raumforschung und Raumordnung* 74. S. 135–150.
- HANSESTADT STRALSUND (Hrsg.) (2015): *Integriertes Stadtentwicklungskonzept (ISEK) 2. Fortschreibung*. Stralsund: Hansestadt Stralsund.

- HANSESTADT STRALSUND (Hrsg.) (2017): Statistisches Jahrbuch 2017 der Hansestadt Stralsund. Stralsund: Hansestadt Stralsund.
- HANSESTADT STRALSUND (Hrsg.) (2020): Stadtporträt Stralsund – Tradition trifft Moderne. URL: <https://www.stralsund.de/stadtportrait.html> (Abrufdatum 14.11.2020).
- HANSEYACHTS AG (Hrsg.) (2021): Profil der HanseYachts AG. URL: <https://www.hanseyachtsag.com/de/unternehmen/profil/> (Abrufdatum 15.02.2021).
- HANSMANN, R., H. A. MIEG und P. FRISCHKNECHT (2012): Principal sustainability components: empirical analysis of synergies between the three pillars of sustainability. In: International Journal of Sustainable Development & World Ecology 19:5. S. 451-459.
- HAWLEY, J. P. (1980): Antonio Gramsci's Marxism: Class, State and Work. In: Social Problems Social Problems 27:5. S. 584-600.
- HAYWOOD, K. M. (2006): Evolution of Tourism Areas and the Tourism Industry. In: BUTLER, R. (Hrsg.). The Tourism Area Life Cycle Vol. 1. Applications and Modifications (=Aspects of Tourism 28). Channel View: Clevedon u.a. S. 51-70.
- HEIDEGGER, M. (2005): Sojourns. Albany: State University of New York Press.
- HERFERT, G. (2004): Die ostdeutsche Schrumpfungslandschaft. Schrumpfende und stabile Regionen, Städte und Wohnquartiere. In: Geographische Rundschau, 56:2. S. 57-62.
- HILDEBRAND, M. (2017): Rechtspopulismus und Hegemonie Der Aufstieg der SVP und die diskursive Transformation der politischen Schweiz. Bielefeld: transcript.
- HOCHSCHULE STRALSUND (Hrsg.) (2019): Die HOST: Ihr Forschungsumfeld. Innovativer Motor in der Region. URL: <https://www.hochschule-stralsund.de/forschung-und-transfer/forschung-und-foerderung/forschung-an-der-host/> (Abrufdatum 28.11.2019).
- HOCHSCHULE STRALSUND (Hrsg.) (2020): Aktuelle Zahlen. URL: <https://www.hochschule-stralsund.de/> (Abrufdatum 14.11.2020).
- HOLLANDER, J.B. und J. NÉMETH (2011): The bounds of smart decline: a foundational theory for planning shrinking cities. In: Housing Policy Debate 21:3. S. 349-367.
- HOLLBACH-GRÖMIG, B. und M. ZUR NEDDEN (2018): Integrierte Stadtentwicklung. In: MEFFERT, H., B. SPINNEN, J. BLOCK und BCSD E.V. (Hrsg.): Praxishandbuch City- und Stadtmarketing. Wiesbaden: Springer. S. 29-38.

- HOLLOWAY, L. und P. HUBBARD (2001): *People and Place: The Extraordinary Geographies of Everyday Life*. Harlow: Pearson Education.
- HOLM, A. (2010): Townhouses, Urban Village, Car Loft. Berliner Luxuswohnanlagen als „dritte Welle“ der Gentrification. In: *Geographische Zeitschrift* 98. S. 100-115.
- HOLZHAUSEN, J. (2018): Die Rolle von Stereotypen in regionalen und lokalen Geschichtsbildern. Ein neuer Ansatz für die regionale Geschichtsforschung. URL: <http://www.stereotyp-und-geschichte.de/die-rolle-von-stereotypen-in-regionalen-und-lokalen-geschichtsbildern/> (Abrufdatum 04.12.2020).
- HOOGSTRA, G. J., J. VAN DIJK und R. J. G. M. FLORAX (2017): Do jobs follow people or people follow jobs? A meta-analysis of Carlinio–Mills studies. In: *Spatial Economic Analysis* 12:4. S. 357-378.
- HUFNER, D. und I. MOSSIG (2014): Standortanforderungen von Internet-Start-ups: Eine diskursanalytische Untersuchung am Beispiel der Internetökonomie in Berlin. In: *Beiträge zur Wirtschaftsgeographie und Regionalentwicklung* Nr. 1-2014. Bremen: Universität Bremen.
- HUNOLD, D. (2005): Subjektive Sicherheit und Etablierte-Außenseiter- Beziehungen in heterogen strukturierten Stadtvierteln. In: GLASZE, G, R. PÜTZ und M. ROLFES (Hrsg.): *Diskurs - Stadt - Kriminalität Städtische (Un-)Sicherheiten aus der Perspektive von Stadtforschung und Kritischer Kriminalgeographie*. Bielefeld: transcript. S. 285-320.
- INFORMATIONSGEMEINSCHAFT ZUR FESTSTELLUNG UND VERBREITUNG VON WERBETRÄGERN E.V. (Hrsg.) (2019): *Auflage Statistik 3. Quartal 2019*. Berlin.
- JAKOBITZ, R. (1991): *Antonio Gramsci - Hegemonie, historischer Block und intellektuelle Führung in der internationalen Politik*. Marburg: Philipps-Universität Marburg.
- JACOBS, T. (2018): The Dislocated Universe of Laclau and Mouffe: An Introduction to Post-Structuralist Discourse Theory. In: *Critical Review* 30:3-4. S. 294-315.
- JÄGER, S. (2012): *Kritische Diskursanalyse. Eine Einführung*. 6. vollständig überarbeitete Auflage. Münster: Unrast.

- JAMESON, F. (1977): Imaginary and Symbolic in Lacan: Marxism, Psychoanalytic Criticism, and the Problem of the Subject. In: Yale French Studies 55/56. S. 338-395.
- JANN, W. und K. WEGRICH (2004): Governance und Verwaltungspolitik. In: BENZ, A. (Hrsg.): Governance – Regieren im komplexen Regelsystem. Eine Einführung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 193-214.
- JAQUES, C, M. ISLAR und G. LORD (2019): Post-Truth: Hegemony on Social Media and Implications for Sustainability Communication. In: Sustainability 11:2120.
- JOHANSEN, K. (2013): Wirtschaft in Mecklenburg-Vorpommern im Wandel. In: KOSCHKAR, M., C. NESTLER und C. SCHEELE (Hrsg.): Politik in Mecklenburg-Vorpommern. Wiesbaden: Springer. S.251-268.
- JUŠKELYTĖ, D. (2016): Film induced tourism: destination image formation and development. In: Regional Formation and Development Studies 2:19. S. 54-67.
- KAHLSTORFF, C. (2020): Schwerins harter Kampf um den Hauptstadt-Titel. <https://www.ndr.de/geschichte/chronologie/wende/Als-Schwerin-wird-Hauptstadt-von-Mecklenburg-Vorpommern-wurde,landeshauptstadt104.html> (Abrufdatum 14.05.2021).
- KARMOWSKA, J. (2002): Cultural heritage as an element of marketing strategy in European historic cities. In: Kozłowski, R. (Hrsg.): Cultural heritage research: a pan-European challenge. Krakau: ICSC. S. 139-141.
- KAVARATZIS, M. (2004): From city marketing to city branding: Towards a theoretical framework for developing city brands. In: Place Branding 1:1. S. 58-73.
- KAVARATZIS, M. (2007): City Marketing: The Past, the Present and Some Unresolved Issues. In: Geography Compass 1/3. S. 695-712.
- KAVARATZIS, M. und G.J. ASHWORTH (2005): City branding: An effective assertion of identity or a transitory marketing trick?. In: Place Branding 2. S. 183-194.
- KELLER, R. (2011): Wissenssoziologische Diskursanalyse Grundlegung eines Forschungsprogramms 3. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

- KEMPOWSKI-ARCHIV-ROSTOCK. EIN BÜRGERLICHES HAUS E.V. (Hrsg.) (2021):
Aktuell. URL: <https://kempowski-archiv-rostock.de/files/aktuell.htm> (Abrufdatum
16.01.2021).
- KLAGES, J. (2009): Meinung Macht Gegenmacht. Hamburg: VSA-Verlag.
- KLEIN, O. und C. TAMÁSY (2020): Zukunftsfähige Agrarstrukturen in Ostdeutschland? In:
BECKER, S. und M. NEUMANN: Regionalentwicklung in Ostdeutschland Sören Be-
cker Matthias Naumann Hrsg. Dynamiken, Perspektiven und der Beitrag der Humange-
ographie. Wiesbaden: Springer. S. 361-374.
- KLÜTER, H. (2012): Wettbewerbe und Rankings der Gebietskörperschaften – Regionale Ent-
wicklung als Ergebnis eines „Spieles“?. In: KAUFMANN, A. und ROSENFELD, M.
T. W. (Hrsg.): Städte und Regionen im Standortwettbewerb. Neue Tendenzen, Auswir-
kungen und Folgerungen für die Politik. Hannover: Verlag der ARL. S. 49-70.
- KNEER, G. (1998): Die Analytik der Macht bei Michel Foucault. In: IMBUSCH, P. (Hrsg.):
Macht und Herrschaft Sozialwissenschaftliche Theorien und Konzeptionen, 2. aktuali-
sierte und erweiterte Auflage. Wiesbaden: Springer. S. 265-283.
- KOCKELKORN, A. (2007): Von Höllenhunden und Festungen. In: Stadtbauwelt 173:12. S.
20-28.
- KOENS, K., A. POSTMA und B. PAPP (2018): Is Overtourism Overused? Understanding the
Impact of Tourism in a City Context. In: Sustainability 10:4384.
- KOSCHKAR, M. (2013): Mecklenburg-Vorpommern im Ostseeraum. In: KOSCHKAR, M.,
C. NESTLER und C. SCHEELE (Hrsg.): Politik in Mecklenburg-Vorpommern. Wies-
baden: Springer. S.301-326
- KÜHN, M. (2010): Strategic planning - approaches for the regeneration of shrinking cities in
Eastern Germany (=RSA Annual International Conference 2010 – Session K05: Strate-
gic Planning and Spatial Development 1).
- KÜHN, M. (2015): Peripheralization: Theoretical Concepts Explaining Socio-Spatial Inequal-
ities. In: European Planning Studies, 23:2. S. 367-378.
- KÜHNE, O. (2008): Kritische Geographie der Machtbeziehungen – konzeptionelle Überlegun-
gen auf der Grundlage der Soziologie Pierre Bourdieus In: geographische revue 10:2.
S. 40-50.

- KUJATH, H. J. (2015): Wissensgesellschaftliche Raumdifferenzierung in Deutschland. In: FRITSCH, M., P. PASTERNAK und M. TITZE (Hrsg.): Schrumpfende Regionen – dynamische Hochschulen Hochschulstrategien im demografischen Wandel. Wiesbaden: Springer. S. 21-42.
- KULKE, E. (2020): Zentren und Zentrensysteme. In: NEIBERGER, C. und B. HAHN (Hrsg.): Geographische Handelsforschung. Wiesbaden: Springer. S. 171-182.
- LACLAU, E. (1990): New reflections on the revolution of our time. London/New York: Verso.
- LACLAU, E. (2005): On Populist Reason. London/New York: Verso.
- LACLAU, E. (2007): Emanzipation und Differenz. Wien: Turia + Kant.
- LACLAU, E. und C. MOUFFE (1985): Hegemony & socialist strategy: towards a radical democratic politics. London: Verso.
- LACLAU, E. und C. MOUFFE (1991): Hegemonie und radikale Demokratie. Zur Dekonstruktion des Marxismus. Wien: Passagen.
- LACLAU, E. und C. MOUFFE (2001): Hegemony and socialist strategy. Towards a radical democratic politics. 2. Auflage. London/New York: Verso.
- LACLAU, E. und C. MOUFFE (2014): Hegemony and Socialist Strategy: Towards a Radical Democratic Politics. London/New York: Verso.
- LALLI, M. (1989): Stadtbezogene Identität. Theoretische Präzisierung und empirische Operationalisierung. Berichte 89–1. Darmstadt: Institut für Psychologie der TH Darmstadt.
- LANDKREIS ROSTOCK (Hrsg.) (2019): Statistische Daten zum Landkreis Rostock. Güstrow: Landkreis Rostock.
- LATOUR, B. (1987): Science in Action. Cambridge: Harvard University Press.
- LEBENSMITTEL ZEITUNG (Hrsg.) (2021): Es bleibt bitter für Brauer. Jedem vierten Betrieb droht Insolvenz - Umsatz einbruch im ersten Quartal - Handelsgeschäft zieht nach schwachem Start an. Nr. 15, 2021. S.12-14.

- LEHMEIER, H. (2015): Warum immer Tourismus? Isomorphe Strategien der Regionalentwicklung. Bamberger Geographische Schriften 26. Bamberg: University of Bamberg Press.
- LEMKE, T., S. KRASMANN und U. BRÖCKLING (2000): Gouvernamentalität, Neoliberalismus und Selbsttechnologie. Eine Einleitung. In: LEMKE, T., S. KRASMANN und U. BRÖCKLING (Hrsg.): Gouvernamentalität der Gegenwart. Studium zur Ökonomisierung des Sozialen. Frankfurt am Main: Suhrkamp. S. 7-40.
- LICHROU, M., L. O'MALLEY und M. PATTERSON (2008) Place-product or place narrative(s)? Perspectives in the Marketing of Tourism Destinations. In: Journal of Strategic Marketing 16:1 S. 27-39.
- LIOURIS, C. und A. DEFFNER (2005): City marketing - a significant planning tool for urban development in a globalised economy, 45th Congress of the European Regional Science Association. URL: <http://www-sre.wu.ac.at/ersa/ersaconfs/ersa05/papers/395.pdf> (Abrufdatum 15.10.2020).
- LORENZ, S. (2016): Degrowth und Postwachstum – Reflexionen zu Konzeptvielfalt und Nachhaltigkeitsbezügen. In: Technikfolgenabschätzung – Theorie und Praxis 25:2. S. 7-14.
- LUCARELLI, A. und P. O. BERG (2011): City Branding: A State-of-the-art Review of the Research Domain. In: Journal of Place Management and Development 4:1. S.9-27.
- LUDWIG, G. (2012): Hegemonie, Diskurs, Geschlecht – Gesellschaftstheorie als Subjekttheorie, Subjekttheorie als Gesellschaftstheorie. In: DZUDZEK, I, C. KUNZE und J. WULLWEBER (Hrsg.): Diskurs und Hegemonie. Gesellschaftskritische Perspektiven. Bielefeld: transcript. S.105-126.
- LUDWIG, T., K. WOLNIK und J. THOLEN (2014): Beschäftigung, Auftragslage und Perspektiven im deutschen Schiffbau Ergebnisse der 23. Betriebsräteumfrage im September 2014. URL: https://media.suub.uni-bremen.de/bitstream/elib/5564/1/iaw_19.pdf (Abrufdatum vom 13.12.2020).
- LUDWIG, T. (2020): Ergebnisse der Schiffbauumfrage (2020). URL: https://www.cms.igmetall-kueste.de/files/D_a440614553.pdf (Abrufdatum 13.12.2020).

- MANZEY, M. (2015): Wohnungsmarkt und Kapitalismus: Der Ausverkauf der Städte. URL: <https://www.marx21.de/wohnungsmarkt-und-kapitalismus-der-ausverkauf-der-staedte/> (Abrufdatum 16.10.2017).
- MARBACH, J. und A. TÖLKE (2007): Frauen, Männer und Familie: Lebensorientierung, Kinderwunsch und Vaterrolle. In: KREYENFELD, M und D. KONIETZKA (Hrsg.): Ein Leben ohne Kinder Kinderlosigkeit in Deutschland. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 245-274.
- MARCHIORI, E. und L. CANTONI (2015): The role of prior experience in the perception of a tourism destination in user-generated content. In: *Journal of Destination Marketing & Management* 4:3. S. 194-201.
- MATTISSEK, A. (2005): Diskursive Konstitution von Sicherheit im öffentlichen Raum am Beispiel Frankfurt am Main. In: GLASZE, G., R. PÜTZ und M. Rolfes (Hrsg.): *Diskurs – Stadt – Kriminalität. Städtische (Un-)Sicherheiten aus der Perspektive von Stadtforschung und Kritischer Kriminalgeographie*. Bielefeld: transcript. S. 105-136.
- MATTISSEK, A. (2008): *Die neoliberale Stadt. Diskursive Repräsentationen im Stadtmarketing deutscher Großstädte*. Bielefeld: transcript.
- MATTISSEK, A. und G. GLASZE (2014): Discourse analysis in German-language human geography: integrating theory and method. In: *Social and Cultural Geography* 17:1. S. 39-51.
- MAYER, M. und S. STOLL-KLEEMANN (2016): Naturtourismus und die Einstellung der lokalen Bevölkerung gegenüber Großschutzgebieten. In: *Natur und Landschaft* 91:1. S. 20-25.
- MAYER, M. und S. STOLL-KLEEMANN (2020): Tourismus und Regionalentwicklung innerhalb und außerhalb ostdeutscher Großschutzgebiete. In: BECKER, S. und M. NEUMANN: *Regionalentwicklung in Ostdeutschland* Sören Becker Matthias Naumann Hrsg. *Dynamiken, Perspektiven und der Beitrag der Humangeographie*. Wiesbaden: Springer. S. 481-496.
- MEYER, F. und J. MIGGELBRINCK (2015): Subjektivität und Kausalität in der Migration(sforschung) – Annäherungen an Rationalisierungen von Migrationsentscheidungen in schrumpfenden Regionen. In: *Raumforschung und Raumordnung* 73. S. 17-30.

- MEYER, F., J. MIGGELBRINK und T. SCHWARZENBERG (2016): Reflecting on the Margins: Sociospatial Stigmatisation among Adolescents in a Peripheralised Region. In: Comparative Population Studies 41:394. S. 285-320.
- MIEßNER, M. und M. NAUMANN (2018): Unausweichliche Schrumpfung? In: Was blüht dem Dorf? Demokratieentwicklung auf dem Land 2019. S. 30-39.
- MIGGELBRINK, J. und A. SCHLOTTMANN (2009): Diskurstheoretisch orientierte Analyse von Bildern. In: GLASZE, G. und A. MATTISSEK (Hrsg.): Handbuch Diskurs und Raum. 2. Auflage. Bielefeld: transcript.
- MIGGELBRINK, J. und F. MEYER (2015): Spuren medialer räumlicher Repräsentationen in den Wahrnehmungen von Subjekten – Ansatzpunkte zur Analyse. In: Geographische Zeitschrift 103 (4). S. 202-216.
- MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT, ARBEIT UND GESUNDHEIT MECKLENBURG-VORPOMMERN (Hrsg.) (2016): Wirtschaftsfaktor Tourismus – erste Phase der Erarbeitung der neuen Landestourismuskonzeption abgeschlossen. Glawe: Wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus für unser Land – Tourismus ist Impulsgeber für gesamte Volkswirtschaft. URL: <https://www.regierung-mv.de/Landesregierung/wm/Presse/?id=119498&processor=processor.sa.pressemitteilung> (Abrufdatum 28.09.2020).
- MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT, ARBEIT UND GESUNDHEIT MECKLENBURG-VORPOMMERN (Hrsg.) (2018): Landestourismuskonzeption Mecklenburg-Vorpommern. Schwerin: Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Gesundheit Mecklenburg-Vorpommern.
- MOEBIUS, S. (2009): Kultur. Bielefeld: transcript.
- MÜKKE, L. (2021): 30 Jahre staatliche Einheit – 30 Jahre mediale Spaltung Schreiben Medien die Teilung Deutschlands fest? Frankfurt am Main: Otto Brenner Stiftung.
- MÜLLER, J. (2016): Die Mär von den ausländerfeindlicheren Ostdeutschen. URL: <https://www.zeit.de/gesellschaft/zeitgeschehen/2016-08/fremdenfeindlichkeit-ostensursache-bevoelkerung-zusammensetzung-bildung-alter> (Abrufdatum vom 24.02.2020).
- MÜLLER, W. und D. STRÄTER (2011): Wer lenkt die Stadt? Wie die Neoliberalisierung der Stadt die kommunale Selbstverwaltung aushebelt. In BELINA, Bernd: Urbane

- Differenzen. Disparitäten innerhalb und zwischen Städten, Raumproduktionen: Theorie und gesellschaftliche Praxis 9. Münster: Verl. Westf. Dampfboot. S. 132-162.
- MURPHY, R. E. (2017 [1971]): The Central Business District: A Study in Urban Geography. New York/Abbingdon: Routledge.
- NAUMANN, M. und N. RASCHKE (2020): Ostdeutschland. Perspektiven und Umbrüche. In: Praxis Geographie 9/2020. S. 4-8.
- NAWIJN, J. und A. BIRAN (2019): Negative emotions in tourism: a meaningful analysis. In: Current Issues in Tourism 22:19. S. 2386-2398.
- NEU, C. (2006): Territoriale Ungleichheit – eine Erkundung. In: Aus Politik und Zeitgeschichte. 37/2006. S. 8-15.
- NONHOFF, M. (2007): Politische Diskursanalyse als Hegemonieanalyse. In: NONHOFF, M. (Hrsg.): Diskurs radikale Demokratie Hegemonie. Zum politischen Denken von Ernesto Laclau und Chantal Mouffe. Bielefeld: transcript. S. 173-194.
- NORDDEUTSCHER RUNDFUNK (Hrsg.) (2019): Rund eine Million Besucher bei Hanse Sail. URL: <https://www.ndr.de/nachrichten/mecklenburg-vorpommern/Hanse-Sail-2019-in-Rostock-Programm-und-Mitsegeln,hansesail1196.html> (Abrufdatum 12.11.2020).
- OGUZTIMUR, S. und U. AKTURAN (2016): Synthesis of City Branding Literature (1988–2014) as a Research Domain. In: International Journal of Tourism Research 18. S. 357-372.
- OLDACH, R. (2020): Stadt und Festung Stralsund. Die schwedische Militärpräsenz in Schwedisch-Pommern 1721–1807. In: Militärgeschichtliche Zeitschrift 79:1. S. 193-196.
- OPRATKO, B. (2012): Ein theoretischer Universalschlüssel? Zur Ontologisierung des Hegemoniebegriffs bei Laclau und Mouffe. In: DZUDZEK, I, C. KUNZE und J. WULLWEBER (Hrsg.): Diskurs und Hegemonie. Gesellschaftskritische Perspektiven. Bielefeld: transcript. S.59-84.

- OPRATKO, B. (2014): Hegemonie. Politische Theorie nach Antonio Gramsci. Münster: Westfälisches Dampfboot.
- PALLGAST, K. M., T. WIECHMAN und C. MARTINEX-FERNANDEZ (2013): Shrinking Cities: International perspectives and policy implications. London: Routledge.
- PASTERNAK, P. (2015): Hochschulische Regionalbezüge im demografischen Wandel. Ausgangspunkte und Fragestellungen. In: FRITSCH, M., P. PASTERNAK und M. TITZE (Hrsg.): Schrumpfende Regionen – dynamische Hochschulen Hochschulstrategien im demografischen Wandel. Wiesbaden: Springer. S. 1-19.
- PECK, J. (2010): Constructions of Neoliberal Reason. Oxford: Oxford university press.
- PLAHUTA, S. und G. HALDER (2006): Wirtschaftliche und soziale Folgen der Deindustrialisierung - das Beispiel Stuttgart. In: Geographische Rundschau 58:6. S.32-42.
- POLENMARKT e.V. (Hrsg.) (2020): Geschichte. URL: <https://www.polenmarkt-festival.de/geschichte.html> (Abrufdatum 17.12.2020).
- POLLACK, D. (2005): Die ausländerfeindlichen Ausschreitungen im September 1991 in Hoyerswerda. In: Berliner Debatte Initial 16. S. 15-32.
- PRAYTAG, G. (2010): Images as Pull Factors of a Tourist Destination: A Factor-Cluster Segmentation Analysis. In: Tourism Analysis 15:2. S. 213-226.
- PRENZEL, T. (2015): Die Debatte um das Grundrecht auf Asyl und die Ereignisse von Rostock-Lichtenhagen. In: INDES 2015-1. S. 79-85.
- PROGNOS AG (Hrsg.) (2020): Prognos Zukunftsatlas 2019. Vorgehensweise & Methodik. URL: <https://www.prognos.com/de/projekt/zukunftsatlas-2019> (Abrufdatum 12.11.2020).
- RADTKE, B. (2013): Stadtslogans zur Umsetzung der Markenidentität von Städten: Eine theoretisch-konzeptionelle und empirische Untersuchung. Wiesbaden: Springer.
- RAINISTRO, S. K. (2003): 'Success factors of place marketing: A study of place marketing practices in northern Europe and the United States. Helsinki: Helsinki University of Technology.

- REGIONE VENETO (Hrsg.) (2021): Movimento turistico nel veneto per commune. URL: http://statistica.regione.veneto.it/jsp/turismo_comune6_2020.jsp?provenienza=0&x1=2&B1=Visualizza+in+Html. (Abrufdatum 22.02.2021).
- ROSE, G. (2001): Visual methodologies. An introduction to the interpretation of visual materials. London: Sage.
- SCHAUBER, U. (2003): Bedeutung informeller Planungsinstrumente und die Umsetzungsstrategie für eine zukunftsfähige Stadtentwicklung und Risikovorsorge. Weimar: Stadt-Strategen.
- SCHIOPU, I. und N. SIEGFREID (2006): Determinants of workers' remittances: evidence from the European Neighbouring Region. ECB Working Paper, No. 688.
- SCHNEIDER, H. (2018): Grundlagen des (Stadt-)Marketings. In: MEFFERT, H., B. SPINNEN, J. BLOCK und BCSD E.V. (Hrsg.): Praxishandbuch City- und Stadtmarketing. Wiesbaden: Springer. S. 53-68.
- SCHREIBER, V. (2005): Regionalisierungen von Unsicherheit in der Kommunalen Kriminalprävention. In: GLASZE, G, R. PÜTZ und M. ROLFES (Hrsg.): Diskurs - Stadt - Kriminalität Städtische (Un-)Sicherheiten aus der Perspektive von Stadtforschung und Kritischer Kriminalgeographie. Bielefeld: transcript. S. 59-104.
- SCHREIBER, V. (2009): Raumangebote bei Foucault. In: GLASZE, G. und A. MATTISSEK (Hrsg.): Handbuch Diskurs und Raum. 2. unveränderte Auflage. Bielefeld: transcript. S. 199-212.
- SCHRIEFERS, A. und A. SCHRIEFERS (2018): Recht im Stadtmarketing. In: MEFFERT, H., B. SPINNEN, J. BLOCK und BCSD E.V. (Hrsg.): Praxishandbuch City- und Stadtmarketing. Wiesbaden: Springer. S. 77-104.
- SCHRÖDER, J. E. (1998): Consuming Representation: A Visual Approach to Consumer Research: In: Stern, B. B. (Hrsg.) Representing Consumers: Voices, Views, and Visions. New York: Routledge, S. 193-230.
- SCHRÖDER, T. (2007): Geplante Kinderlosigkeit? Ein lebensverlaufstheoretisches Entscheidungsmodell. In: KREYENFELD, M und D. KONIETZKA (Hrsg.): Ein Leben ohne

- Kinder Kinderlosigkeit in Deutschland. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 365-400.
- SCOTT, M. (2010a): How Key Words are Calculated. URL: https://lexically.net/downloads/version5/HTML/index.html?keyness_definition.htm (Abrufdatum 25.04.2020).
- SCOTT, M. (2010b): Key Words Example. URL: https://lexically.net/downloads/version5/HTML/index.html?keyness_definition.htm (Abrufdatum 25.04.2020).
- SEDLMAIER, R. (2020): Rostock. Berlin: Deutscher Kunstverlag.
- SELLE, K. (2011): Politische Kultur und Großprojekte. Unterm Schaufelbagger. In: OEKOM VEREIN E.V. (Hrsg.): Bürgerbeteiligung 3.0 - Zwischen Volksbegehren und Occupy-Bewegung. München: oekom. S. 74-83.
- SERAPHIN, H., P. SHEERAN und M. PILATO (2018): Over-tourism and the fall of Venice as a destination. In: Journal of Destination Marketing & Management Volume 9. S. 374-376.
- SPIEGEL.DE (Hrsg.) (2018): 69 Abschiebungen zum 69. Geburtstag. URL: <https://www.spiegel.de/politik/deutschland/seehofer-69-abschiebungen-zum-69-geburtstag-a-1217747.html> (Abrufdatum 03.02.2021).
- SPINNEN, B. (2018): Stadtthemen mit Zukunftspotenzial: Kultur, Geschichte und Wissenschaft. In: MEFFERT, H., B. SPINNEN, J. BLOCK und BCSD E.V. (Hrsg.): Praxishandbuch City- und Stadtmarketing. Wiesbaden: Springer. S. 271-281.
- STÄHELI, U. (2001): Die politische Theorie der Hegemonie. Ernesto Laclau und Chantal Mouffe. In: BRODOCZ, A. und G. S. SCHAAL (Hrsg.): Politische Theorien der Gegenwart. Band 2. Wiesbaden: Springer. S. 193–224.
- STATISTISCHES AMT MECKLENBURG-VORPOMMERN (Hrsg.) (2019): Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern. Schwerin: Statistisches Amt Mecklenburg-Vorpommern.
- STATISTISCHES AMT MECKLENBURG-VORPOMMERN (Hrsg.) (2020a): Statistisches Jahrbuch 2020. Schwerin: Statistisches Amt Mecklenburg-Vorpommern.
- STATISTISCHES AMT MECKLENBURG-VORPOMMERN (Hrsg.) (2020b): Bevölkerungsentwicklung 2019 nach Gemeinden und Geschlecht. Statistisches Amt Mecklenburg-Vorpommern: Schwerin. URL: <https://www.laiv->

mv.de/static/LAIV/Statistik/Dateien/Publikationen/A%20I%20Bev%C3%B6lkerungsstand/A113/A113%202019%2000.xls (Abrufdatum 16.01.2021).

STATISTISCHES AMT MECKLENBURG-VORPOMMERN (Hrsg.) (2020c): Bevölkerungsentwicklung der Kreise und Gemeinden in Mecklenburg-Vorpommern (Faktoren der Bevölkerungsentwicklung. Schwerin: Statistisches Amt Mecklenburg-Vorpommern.

STATISTISCHES AMT MECKLENBURG-VORPOMMERN (Hrsg.) (2020d): Bevölkerungsentwicklung der Kreise und Gemeinden in Mecklenburg-Vorpommern (Faktoren der Bevölkerungsentwicklung. Schwerin: Statistisches Amt Mecklenburg-Vorpommern.

STATISTISCHES BUNDESAMT (Hrsg.) (2020a): Durchschnittliches Sterbealter: Deutschland, Jahre, Geschlecht. URL: <https://www-genesis.destatis.de/genesis/online?operation=abruftabelleBearbeiten&levelindex=1&levelid=1608039261269&auswahloperation=abruftabelleAuspraegungAuswaehlen&auswahlverzeichnis=ordnungsstruktur&auswahlziel=werteabruf&code=12613-0007&auswahltext=&werteabruf=Werteabruf#abreadcrumb> (Abrufdatum vom 15.12.2020).

STATISTISCHES BUNDESAMT (Hrsg.) (2020b): Tourismus in Zahlen – 2019. URL: https://www.destatis.de/DE/Themen/Branchen-Unternehmen/Gastgewerbe-Tourismus/Publikationen/Downloads-Tourismus/tourismus-in-zahlen-1021500197005.xlsx?__blob=publicationFile (Abrufdatum 14.11.2020).

STEINECKE, A. (2018): Kreuzfahrttourismus. Konstanz: UVK.

STEYER, K. (2004): Kookkurrenz. Korpusmethodik, linguistisches Modell, lexikografische Perspektiven. In: STEYER, K. (Hrsg.): Kookkurrenz. Korpusmethodik, linguistisches Modell, lexikografische Perspektive Wortverbindungen - mehr oder weniger festiven (=Jahrbuch des Instituts für Deutsche Sprache 2003). Berlin/New York: de Gruyter. S. 87-116.

STILLER, S. (2011): Schrumpfende Regionen – Probleme und Chancen. In: Wirtschaftsdienst 91:227. S. 227-243.

STÖRTEBEKER BRAUMANUFAKTUR (Hrsg.) (2012): Störtebeker Braumanufaktur im Verbund der Freien Brauer aufgenommen. URL: https://www.stoertebeker.com/de_de/stoertebeker-braumanufaktur-im-verbund-der-freien-brauer-aufgenommen/ (Abrufdatum 12.11.2020).

- STÖRTEBEKER BRAUMANUFAKTUR (Hrsg.) (2020): Erfolgsserie fortgesetzt: Störtebeker wächst auch 2019 gegen den Trend. URL: <https://www.stoertebeker.com/erfolgsserie-fortgesetzt--stoertebeker-waechst-auch-2019-gegen-den-trend> (Abrufdatum 12.11.2020).
- STRALSUNDER INNOVATIONS CONSULT GMBH (Hrsg.) (2021): Was machen wir? URL: <https://sic-hst.de/leistungen/> (Abrufdatum 04.02.2021).
- STRÜVER, A. (2012): Grundlagen und zentrale Begriffe der Foucault'schen Diskursforschung. In: GLASZE, G. und A. MATTISSEK (Hrsg.): Handbuch Diskurs und Raum. 2. unveränderte Auflage. Bielefeld: transcript. S. 61-82.
- SUTHERLAND, I. und K. KIATKAWSIN (2020): Determinants of Guest Experience in Airbnb: A Topic Modeling Approach Using LDA. In: Sustainability 12(8): 3402.
- SWIDLER, A. und J. ARDITI (1994): The new Sociology of Knowledge. In: Annual Review of Sociology Vol. 20 (1994), S. 305-329.
- THOMAS, W. I. und D. S. THOMAS (1928). The Child in America. Behavior Problems and Programs. New York: Knopf.
- TORBIANELLI, V. (2012): The local economic impact of cruises: From figures to the active policies of the European Harbour cities. In: Scientific Journal of Maritime Research 26:1. S.139-150.
- TRANSFAIR – VEREIN ZUR FÖDERUNG DES FAIREN HANDELS IN DER EINEN WELT (Hrsg.) (2021): Über die Kampagne. URL: <https://www.fairtrade-towns.de/kampagne> (Abrufdatum 16.01.2021).
- TRIPPL, M. (2015): Die Rolle von Hochschulen in der Regionalentwicklung. In: FRITSCH, M., P. PASTERNAK und M. TITZE (Hrsg.): Schrumpfende Regionen – dynamische Hochschulen Hochschulstrategien im demografischen Wandel. Wiesbaden: Springer. S. 43-58.

- UNESCO (Hrsg.) (2015): Backsteingotik und Buchenwälder Welterbe zwischen Elbe, Oder und Ostseeküste – Welterbe. Sonderausgabe Welterbe in Deutschland 76: 2. London: UNESCO.
- UNGER, J.W., R. WODAK und M. KOHRAVINIK (2016): Critical Discourse Studies and Social Media Data. In: SILVERMAN, D. (Hrsg.): Qualitative Research. Vierte Ausgabe. Sage: London et al. S.277-294.
- UNIVERSITÄTS- UND HANSESTADT ROSTOCK (Hrsg.) (2018): Fläche nach Nutzungsarten. URL: https://rathaus.rostock.de/de/flaeche_nach_nutzungsarten/816 (Abrufdatum 12.11.2020).
- URRY, J. und J. LARSEN (2011): The Tourist Gaze 3.0. Los Angeles et al.: Sage.
- VAN DER PLOEG, F. und S. POELHEKKE (2008): Globalization and the rise of mega-cities in the developing world. CESifo Working Paper, No. 2208. München: Center for Economic Studies and ifo Institute (CESifo).
- WALTHER, U.-J. und S. GÜNTNER (2007) Soziale Stadtpolitik in Deutschland: das Programm „Soziale Stadt“. In: BAUM, D. (Hrsg.): Die Stadt in der Sozialen Arbeit. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 389-400.
- WANG, N. (1999): Rethinking authenticity in tourism experience. In: Annals of Tourism Research 26:2. S. 349-370.
- WEIßMÜLLER, L. (2014): Wem gehört die Stadt? URL: <http://www.sueddeutsche.de/muenchen/muenchner-city-wem-gehoert-die-stadt-1.1981177> (Abrufdatum 17.10.2017).
- WERLEN, B. (2008): Sozialgeographie. 3., überarbeitete und erweiterte Auflage. Stuttgart: UTB.
- WETZEL, A. (2005): Das Konzept der Pfadabhängigkeit und seine Anwendungsmöglichkeiten in der Transformationsforschung. In: Arbeitspapiere des Osteuropa-Instituts 52. Berlin: Osteuropa-Institut der Freien Universität Berlin.

- WIEDMANN, G. (2013): Opening up to Big Data: Computer-Assisted Analysis of Textual Data in Social Sciences. In: Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research, Vol 14, No 2, Art. 13. <https://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/1949/3553>
- WIESER, C. (2012): Lexikometrische Diskursanalyse als Methode der Kritischen Geopolitik am Beispiel des Arabischen Frühlings. (=Global Studies Working Papers). Tübingen: Eberhard Karls Universität Tübingen.
- WISCHMANN, K. (2016): Städtische Visualität und Materialität Untersuchung stadtteilpolitischer Diskurse am Beispiel von Hamburg-St. Pauli. Wiesbaden: Springer.
- WÖLFEL, R. (2018): Kommunale Strukturen: Grundlagen, Partizipation, Moderation. In: MEFFERT, H., B. SPINNEN, J. BLOCK und BCSD E.V. (Hrsg.): Praxishandbuch City- und Stadtmarketing. Wiesbaden: Springer. S. 39-52.
- WOLFF, S. (2010): Ost-West-Wanderung im wiedervereinten Deutschland: Erfahrungen und Perspektiven. Göttingen: Optimus.
- WOLTERING, M. (2012): Tourismus und Regionalentwicklung in deutschen Nationalparks: Regionalwirtschaftliche Wirkungsanalyse des Tourismus als Schwerpunkt eines sozio-ökonomischen Monitoringsystems (= Würzburger Geographische Arbeiten 108). Würzburg: Julius-Maximilians-Universität Würzburg.
- WULLWEBER, J. (2012): Konturen eines politischen Analyserahmens Hegemonie, Diskurs und Antagonismus. In: DZUDZEK, I., C. KUNZE und J. WULLWEBER (Hrsg.): Diskurs und Hegemonie. Gesellschaftskritische Perspektiven. Bielefeld: transcript. S. 29-58.
- WYLY, E. K. und D. J. HAMMEL (2004): Gentrification, Segregation, and Discrimination in the American Urban System. In: Environment and Planning A: Economy and Space 36:7. S. 1215-1241.
- ZENKER, S. (2018): Die Stadt als Marke. In: MEFFERT, H., B. SPINNEN, J. BLOCK und BCSD E.V. (Hrsg.): Praxishandbuch City- und Stadtmarketing. Wiesbaden: Springer. S. 69-76.

ZINN, K.-G. (2016): Von Industriekapitalismus zum Neofeudalismus? Überlegungen zu einer Zukunft auslaufenden Wirtschaftswachstums. In: AK POSTWACHSTUM (Hrsg.): Wachstum - Krise und Kritik: Die Grenzen der kapitalistisch-industriellen Lebensweise. Frankfurt/New York: Campus. S. 63-90.

ŽIŽEK, S. (1989): The Sublime Object of Ideology. London: Verso.

EIGENSTÄNDIGKEITSERKLÄRUNG

Hiermit erkläre ich, dass diese Arbeit bisher von mir weder an der Mathematisch-Naturwissenschaftlichen Fakultät der Universität Greifswald noch einer anderen wissenschaftlichen Einrichtung zum Zwecke der Promotion eingereicht wurde.

Ferner erkläre ich, dass ich diese Arbeit selbstständig verfasst und keine anderen als die darin angegebenen Hilfsmittel und Hilfen benutzt und keine Textabschnitte eines Dritten ohne Kennzeichnung übernommen habe.

(Julius Brandt)

TABELLARISCHER LEBENS LAUF

Person

Name: Julius Brandt
Geburtsdatum: 24.05.1989
Geburtsort: Buxtehude

Akademischer und beruflicher Werdegang

Seit 09/2021	Stadtplaner Stadt Bad Oldesloe
Seit 04/2018	Promotion im Fach Geographie (Dr. rer. nat.) Studium an der Universität Greifswald
04/2018 – 04/2021	Wissenschaftlicher Mitarbeiter Universität Greifswald – Lehrstuhl Humangeographie
08/2016 – 04/2018	Wissenschaftliche Hilfskraft Universität Greifswald – Lehrstuhl Wirtschaftsgeographie und Tourismus
10/2015 – 04/2018	Tourismus und Regionalentwicklung (M.Sc.) Studium an der Universität Greifswald
10/2012 – 10/2015	Geographie (B.Sc.) Studium an der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel

DANKSAGUNG

Abschließend soll an dieser Stelle einigen Personen ein herzliches Dankeschön ausgesprochen werden. Eine Promotion als langfristiges persönliches Projekt berührt nicht nur den eigenen Lebensbereich, sondern erfordert auch immer von den Umstehenden Unterstützung und Geduld.

Als Ermöglicherin der Promotion möchte ich Frau Prof. Dr. Christine Tamásy danken. Immer zur richtigen Zeit, mit der richtigen Idee oder dem richtigen Schubs in die richtige Richtung hat mein Arbeitsprozess bei drohender Stagnation immer wieder an Momentum gewinnen können.

Aber auch das gesamte Kollegium der Geographie hat mich durch fachliches Geplänkel oder nicht ganz so ernste Zerstreung bei Kaffee oder dem feierabendlichen Bier ein ums andere Mal aus vermeintlichen Schaffenskrisen ziehen können.

In meinem privaten Umfeld danke ich insbesondere Heiner, Caro und Leo. Mit euren frischen Ideen und Verbesserungsvorschlägen hat die Dissertation an Qualität gewonnen.

Aber auch meinem Vater gebührt Dank. Ohne deine bedingungslose moralische und finanzielle Unterstützung wäre der Weg vom kleinen Waldorfschüler zum Promovenden wohl niemals möglich gewesen.

Ich danke Fee, meiner Kreuzdame, für das wunderschöne Leben, das wir gemeinsam führen und hoffentlich noch viele, viele Jahre führen werden. In den Höhen und Tiefen dieser Promotion warst du stets an meiner Seite und dafür gebührt dir mehr als Dank. Dafür gebührt dir meine Liebe.

Abschließend möchte ich meiner Mutter danken, die den hoffentlich baldigen Abschluss dieser Promotion zwar nicht miterleben wird, aber dennoch einen bedeuten Anteil an dieser hatte. Du warst von allen Personen dieser Welt immer am stolzesten auf die Lebenswege, die ich eingeschlagen habe und hast mich durch diesen Stolz immer sehr in meinem Tun und Handeln bestärkt. Du hast mir einen Kompass für das Leben gegeben – und was ist schon ein Geograph ohne Kompass?