

Stadt und lokale Identität¹

Susanne Hauser

Was ist die Identität einer Stadt? Meine Ausgangsthese ist, dass die Identität einer Stadt als ein Prozess zu betrachten ist – nicht als „Ding“ oder „Eigenschaft“, die diese Stadt „hat“ oder die ihr „eigen“ ist. Deshalb steht die Frage nach dem Verhältnis von Stabilität und Beweglichkeit lokaler Identitäten und nach den Einflüssen, denen sie unterliegen, im Zentrum meines Vortrags.

Zunächst möchte ich zeigen, inwiefern lokale Identität als Prozess verstanden und beschrieben werden kann. In einem zweiten Schritt spreche ich über den Zusammenhang von Vergangenheit, Erinnerung und Identität. Mein drittes Thema ist die Rolle materieller Anhaltspunkte für den Erhalt und die Ausbildung von Identitäten, und in einem vierten Teil diskutiere ich den Zusammenhang von lokaler Identität und Stadtmarketing.

I. Identität als Prozess

Mitte der 1990er Jahre ist ein Buch erschienen, das „Region. Heimaten der individualisierten Gesellschaft“ hieß. In diesem Buch gibt es eine, wie ich finde, immer noch sehr brauchbare, wenn auch etwas abstrakte Charakteristik dessen, was eine gebietsbezogene kollektive Identität ausmacht.²

Sie wird von den beiden Autoren verstanden als Kommunikations- und Wahrnehmungsfeld, als Zusammenhang geteilter Gespräche und Praktiken. Eine lokal bezogene kollektive Identität ist eine „Diskursformation“, in der der Zusammenhang der einzelnen Bürger und Bürgerinnen immer wieder neu qua kollektivem Gespräch und in lokal üblichen und dort allgemein verbreiteten Praktiken hergestellt wird.

¹ Dieser Vortrag, gehalten im Juli 2003 im Architektursalon-Kassel, ist die gekürzte und überarbeitete Version eines Textes über „Lokale Identitäten in der Region der Zukunft“ (infobrief stadt 2030, Nr.11/Juli 2003, www.newsletter.stadt2030.de/index11.shtml).

² Ich beziehe mich hier kommentierend auf den Aufsatz von Reimar Brinkmann und Frank Seibel, Wer oder was macht Region? Überlegungen zur Möglichkeit regionaler Identität, in: Heinz Schilling, Beatrice Ploch, Region: Heimaten der individualisierten Gesellschaft (= Kulturanthropologie-Notizen; Bd. 50), Frankfurt am Main 1995, S. 21-38.

Als mögliche relevante Zutaten und Teile der Diskursformation werden unter anderem Erzählungen, die als gemeinsame (Gesprächs-)Grundlage anerkannt sind, begriffen, dazu kommunizierte Strukturen und Eigenschaften des betreffenden Ortes oder auch exklusiv vor Ort geprägte Klischees.

Unterstützend wirken gemeinsame Medien wie die lokale Zeitung, das lokale Radio oder Fernsehen. Heute wären dieser Aufzählung die 1995 noch nicht weit verbreiteten Internetseiten und lokal interessierende chatrooms hinzuzufügen. Weiter tragen lokal übliche Praktiken, die sich im öffentlichen Raum zeigen, zur Stützung lokaler Identität bei wie etwa das kollektive Kehren am Samstag vor der eigenen Tür oder das allgemein zu beobachtende Lesen genau der Zeitung in öffentlichen Nahverkehrsmitteln, die gerade auch die Mitreisenden lesen.

Das Wichtigste für die Ausbildung einer lokalen Identität aber sind geteilte und emotional wichtige Ereignisse wie zum Beispiel traditionelle oder neu erfundene lokale Feste, die Schließung einer großen Fabrik, die Meisterschaft des lokalen Sportvereins oder aber längerfristige, mit deutlichen Emotionen besetzte Erfahrungen wie zum Beispiel wirtschaftlicher Aufstieg oder Niedergang.

Bei der Begründung und dem Erhalt einer kollektiven Identität geht es also nicht unbedingt und nicht primär um Wissen, das in rationaler Form oder in reflektierter Weise über einen Zusammenhang oder über ein Ereignis vermittelt wird. Alexander Mitscherlich hat schon in den 1960er Jahren darauf hingewiesen, dass die als nachdrücklich wichtig empfundenen Ereignisse und Erfahrungen, die einen Menschen, aber auch größere Gruppe identifizieren, diejenigen sind, denen ein großer emotionaler, möglicherweise sogar ein existentieller Wert beigemessen wird.³

Bedingung der Existenz eines Zusammenhangs, den man als lokale Identität begreifen kann, sind also geteilte Gegebenheiten des Alltags, geteilte selbstverständliche Praktiken und emotionale Erfahrungen in einem als Bezugsrahmen dieser Erfahrungen erlebten Raum.

Darüber entsteht ein sozialer Raum, in dem Begegnungen im weitesten Sinne mit anderen Menschen „unbegrenzt“, das heißt, ohne weitere Erklärungen möglich

sind. Sie sind möglich, weil bestimmte lokal relevante Themen, Praktiken und Eigenarten zwanglos und kenntnisreich unter ihnen kommuniziert werden können. Denn alle Teilnehmer und Teilnehmerinnen an dieser Kommunikation oder an diesen Wahrnehmungen beziehen sich auf dieselben lokalen Grunderfahrungen – oder vermitteln einander zumindest erfolgreich den Eindruck, dass sie das tun.

So ein alltäglicher Zusammenhang produziert Zugehörigkeit und fordert Loyalität ein. Und er hat klare Außengrenzen: Es ist nämlich sofort erkennbar, wer dazugehört und wer nicht, wer mitreden kann und wer nicht, wer die lokale Sprachfärbung hören lässt und wer nicht, wer die richtige Zeitung liest und wer nicht, wer ein Gespräch, sagen wir, beim Bäcker, an der richtigen Stelle mit der genau richtigen Bemerkung versehen kann und wer in dieser Hinsicht versagt.

Diese Skizze macht in ihrer Abstraktheit viele Dinge klar: Zuerst macht sie deutlich, dass lokale Identität in andauernder Wahrnehmung und Kommunikation entsteht und unterhalten wird. In genau diesem Sinne ist sie kein Ding, das irgendwer hat, oder eine Eigenschaft, die irgendeinem Raum zukommt, sondern ein Prozess, der immer wieder vollzogen und erneuert wird. Der Zusammenhang wird immer wieder neu hergestellt, in allen Akten der Wahrnehmung und Kommunikation, die ihm von den Beteiligten zugeschrieben werden können. Lokale Identitäten sind also nicht einfach da, sondern werden beständig erzeugt und gepflegt, wobei nicht entscheidend ist, ob das absichtlich oder unabsichtlich geschieht.

Weiter wird deutlich, dass in dieser Perspektive lokale Identität zwar ein kollektiver Zusammenhang ist, aber auch, dass die immer wieder neue Herstellung dieses Zusammenhangs jeweils individuell und meist in Bezug auf Andere stattfindet, nämlich in einzelnen Begegnungen, einzelnen Gesprächen, in einzelnen Tätigkeiten oder einzelnen vertrauten Beobachtungen. Der kollektive Zusammenhang entsteht aus lauter individuellen Handlungen und Blickpunkten.

Das ist ein Moment der Beweglichkeit, denn diejenigen, die da wahrnehmen und kommunizieren, bleiben nicht dieselben: Einige sterben, einige werden neu gebo-

³ S. Alexander Mitscherlich, *Die Unwirtlichkeit unserer Städte. Anstiftung zum Unfrieden*, Frankfurt am Main 1965,

ren, einige ziehen weg, andere ziehen möglicherweise zu und sehen sich mit der Aufgabe der Einfädung in einen bereits existierenden Zusammenhang konfrontiert.

Je nach Stärke des Wechsels ist es denkbar, dass sich das lokale Gespräch in kurzer Zeit deutlich verschiebt, wie das beispielsweise in einigen Gemeinden um Frankfurt zu beobachten ist, wo massiv vorgetragene neue lokale Interessen von gerade erst kürzlich dazugekommenen neuen Bürgermeistern und Bürgermeisterinnen vertreten werden, die das bisherige lokale Establishment bei Wahlen auf die zweiten Plätze verwiesen haben. Diese Beobachtung unterstützt die Annahme, dass Identitäten beweglich und wandelbar sind.⁴

Lokale Identität bleibt dennoch, auch wenn sie sich erneuert, und auch, wenn sie sich nur an wenigen Eigenschaften und kulturellen Mustern ausrichtet, ein Einschließungsmechanismus wie auch ein Ausschließungsmechanismus. Es gibt die, die mitreden dürfen und genügend kennen, wissen und erfahren haben, um die üblichen Spielregeln und Wahrnehmungen zu teilen – und die, denen das nicht möglich ist. Die Grenzen des Mitmachendürfens sind mehr oder weniger streng und entscheiden sich an vielen und meist nie als solche thematisierten Grenzziehungen.

Eine Grenze kann die Zeit der Anwesenheit vor Ort sein, die Zugehörigkeit zu einer Generation, die vor Ort entscheidende gemeinsame Erfahrungen gemacht hat, die soziale oder kulturelle Herkunft. Andere Grenzen können durch die Verfügung über lokale Ressourcen, seien sie materieller oder auch symbolischer Art, bestimmt sein. Ich kenne unausgesprochene und dennoch genau gewusste Grenzen in bundesrepublikanischen Gemeinden, die nach fast sechzig Jahren noch die nach dem Krieg Zugewanderten aus manchen lokalen Themen ausschließen, zu schweigen von den Grenzen, auf die später Zugezogene stoßen können, wenn sie nicht auf die Dauer die Mehrheit der Bevölkerung in dem Gebiet stellen, in das sie gekommen sind.

Dazu gehört ein weiterer interessanter Punkt: Die eben vorgetragene Charakteristik lokaler Identitäten legt nahe, dass lokale Identitäten im Sinne von Diskurs-

formationen mit wenigen Mustern und Bezügen auskommen können. Sie können aber auch umfassende, bis weit ins Private reichende Lebenskonzepte beinhalten. In einer pluralistischen Gesellschaft mit einer Vielzahl von Lebensstilen wie der unseren, ist damit zu rechnen, dass die Gemeinsamkeiten, vor allen Dingen die Zwänge zu Bezügen auf Gemeinsamkeiten, spätestens da aufhören, wo die gesellschaftsüblichen Toleranzen für verschiedene Lebensstile anfangen. Diese Schwelle ist lokal oder regional unterschiedlich gelagert und kann selber Teil der immer wieder verhandelten lokalen Identität sein, wenn sich beispielsweise eine Stadt als „weltoffen“ versteht.

II. Identität und Zeit

Ich komme zum Zeitaspekt von lokalen Identitäten, einem Thema, das die bisherige Definition fortführt und vertieft. Hier ist von Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft zu sprechen. Denn aktuelle Identitäten beziehen sich auf alle drei Zeitdimensionen gleichzeitig.

Der Themenkomplex Zeit, Identität und Erinnerung hat die Kulturwissenschaft der 1980er und 90er Jahre ausführlich beschäftigt. Identität wurde dabei begreifbar als die immer wieder revidierte Formung der eigenen Vergangenheit als historische Einheit, die aber in jeder neuen Erzählung schon gleich auch Zukunftsentwürfe enthält. Diese Auffassung, gewonnen vorwiegend an psychologischen und erzähltheoretischen Befunden, erschloss einen neuen Zugang zur Dynamik des Umgangs mit Vergangenheit.

Das bedeutet für den hier diskutierten Zusammenhang, dass (sich) ein Individuum oder eine Gruppe die eigene Geschichte immer wieder erzählt und sie dabei, absichtsvoll oder nicht, modifiziert, um die Gegenwart zu meistern, die Vergangenheit zu synthetisieren und sich neu auf die Zukunft auszurichten. Anzumerken ist, dass das gerade angesprochene Phänomen nicht (oder nicht notwendig) mit (bewusster) Fälschung zu tun hat, sondern mit Akzentsetzungen, mit wieder entdeckten alten Geschichten, die gerade in der jetzigen Situation wichtig werden, mit Geschichten, die nirgendwo mehr hinführen und deshalb aktuell ü-

⁴ Über ein Beispiel berichtete die FAZ am 28.7.1998, 43. Den Hinweis verdanke ich Prof. Klaus Brake, Berlin.

berflüssig und zu latenten Geschichten werden, die aber möglicherweise später noch einmal von Wichtigkeit sein können.⁵

Bezieht man diesen Gedanken auf die Frage lokaler Identität, dann ist es sinnvoll, die Erzeuger und Erzeugerinnen eines lokalen Diskurszusammenhangs als (Erinnerungs-)Gemeinschaften zu begreifen, die in ihren Erzählungen nicht einfach, das, was war, unverändert wiederholen, sondern sich in ihren Erzählungen jeweils und beständig selbst neu entwerfen. Auch diese Beobachtung spricht dafür, Identitäten prozessual zu verstehen.

Im Bezug zur Vergangenheit erzählen sich also dieselben Geschichten absichtlich oder unabsichtlich immer ein wenig anders, schon weil sich die Kontexte des Erzählens dauernd ändern. Auch hier liegen, wie in der Individualität der Begegnungen, Möglichkeiten der Verschiebung von lokalen Selbstverständnissen.

Um das Feld „Zeit, lokale Identität, Erinnerung“ noch etwas weiter zu sondieren, ist die Aufnahme einer ursprünglich von Jan Assmann getroffene Unterscheidung sinnvoll, der ein „kommunikatives Gedächtnis“ von einem „kulturellen Gedächtnis“ trennt. Das kommunikative Gedächtnis „lebt in interaktiver Praxis im Spannungsfeld der Vergegenwärtigung von Vergangenen durch Individuen und Gruppen ... es ist an die Existenz der lebendigen Träger und Kommunikatoren von Erfahrung gebunden und umfasst etwa 80 Jahre, also drei bis vier Generationen“.⁶

Es ist, übersetzt in den hier verhandelten Zusammenhang, das Gedächtnis, das eine Stadt, auch ein Dorf oder eine Region im täglichen Gespräch kommuniziert, der vergangenheitsbezogene Teil der lokalen Diskursformation. Dieses Gedächtnis ist alltagsnah und nicht kodifiziert, auch wenn es dabei rituelle Züge gibt. Sie schlagen sich beispielsweise nieder in der, siehe oben, immer leicht variierenden und immer neu kontextualisierten Wiederholung oft erzählter Geschichten. Diese

⁵ Zum Zusammenhang von Narration und Konstruktion von personaler Identität s. Heiner Keupp u.a., Identitätskonstruktionen. Das Patchwork der Identitäten in der Spätmoderne, Reinbek bei Hamburg 1999.

⁶ Diese zusammenfassende Charakteristik des kommunikativen Gedächtnisses geben Harald Welzer u.a., „Opa war kein Nazi“. Nationalsozialismus und Holocaust im Familiengedächtnis, Frankfurt/M. 2002, S. 12.

Wiederholung „benennt eine Kontinuität des Selbstverständnisses, die sie im selben Akt bezeugt.“⁷

In der Beziehung von kommunikativem Gedächtnis und lokaler Identität einer Stadt geht es nicht primär um die professionell erzählte Stadtgeschichte, obwohl die natürlich darin mit unterschiedlicher Deutlichkeit eingehen kann. Primär aber geht es um die immer wieder wiederholten Kerne von Erzählungen, die *plots* sozusagen, und dazu um die Klischees, unbefragten Annahmen, Ikonen, Deutungsmuster und Gemeinplätze: Es sind schließlich die Gemeinplätze, auf denen man sich trifft, wie die französische Schriftstellerin Nathalie Sarraute einmal angemerkt hat. Sie setzen den Rahmen, in dem sich kollektives wie individuelles Erinnern und Erzählen entfalten wie begrenzen.

Zu dem kommunikativen Gedächtnis tritt das von Jan Assmann so genannte „kulturelle Gedächtnis“. Es hängt ab von organisierter und ritualisierter Kommunikation über die Vergangenheit. Es wird durch „kulturelle Formung (Texte, Riten, Denkmäler) und institutionalisierte Kommunikation (Rezitation, Begehung, Betrachtung) wach gehalten“. Es ist der „jeder Gesellschaft und jeder Epoche eigentümliche Bestand an Wiedergebrauchs-Texten, -Bildern und -Riten ... in deren ‚Pflege‘ sie ihr Selbstbild stabilisiert und vermittelt, ein kollektiv geteiltes Wissen vorzugsweise (aber nicht ausschließlich) über die Vergangenheit, auf das eine Gruppe ihr Bewusstsein von Einheit und Eigenart stützt.“⁸ Jede Stadt, jeder Ort kennt alte oder neue ritualisierte Gegenstände oder Gelegenheiten dieser Art, seien das regelmäßige Umzüge, Sportereignisse, Theaterstücke oder Lieder, die zu bestimmten Gelegenheiten aufgeführt werden, Stadtheilige im christlichen oder einem übertragenen, säkularisierten Sinne, die bestimmte Bezugnahmen verlangen.

⁷ Angela Keppler, Tischgespräche. Über Formen kommunikativer Vergemeinschaftung am Beispiel der Konversation in Familien, Frankfurt/M. 1994, S. 206, zitiert nach Welzer u.a. (wie Anm. 6), 20. - Der Befund stammt aus der Untersuchung von Familiengesprächen, die ein Familiengedächtnis konstituieren; ich gehe davon aus, dass dieser Beobachtung „Stadt-“ oder „lokale Gespräche“ an die Seite zu stellen sind, wie sie sich beispielsweise in der Kommunikation in und mit einer Lokalzeitung in Leserbriefen niederschlagen.

⁸ Jan Assmann, Kollektives Gedächtnis und kulturelle Identität, in: Jan Assmann/ Tonio Hölscher (Hg.), Kultur und Gedächtnis, Frankfurt am Main 1988, 9-19; Zitate 12 und 15.

Diese kulturelle Formung geht, je nach Vermittlungsform, mehr oder weniger gründlich ein in das individuelle wie in das kommunikative Gedächtnis. Das geschieht allerdings auf kaum vorhersagbare Weise. Denn der Zusammenhang der beiden ist abhängig vom individuellen Umgang damit, und dabei dürften unter anderem Generation, politische Ausrichtung, berufliche, im weitesten Sinne soziale Erfahrungen eine Rolle spielen.

III. Identität und ihre Zeichen

Lokale Identität hat materielle Aspekte. Die Philosophin Hannah Arendt hat einmal argumentiert, dass die "Handgreiflichkeit des Dinghaften", das Vorhandensein materieller Anhaltspunkte, eine notwendige Voraussetzung des Erinnerns sei.⁹ Diese Ansicht fasst eine Überzeugung zusammen, die im europäischen Bezug zu den Dingen, zu Bauten und anderen materiellen Überresten bis heute eine wichtige Rolle spielt.

Materielle Zerstörung von Dingen, von Bauten ist dem entsprechend Zerstörung der Grundlage des Erinnerns, also dessen, was das Gedächtnis und das Archiv *ist* und das Erinnern überhaupt erst ermöglicht. Erinnerung aber ist konstitutiv für „Identität“. Die Zerstörung von Dingen und Bauten stellt so gesehen nicht nur das Erinnern, sondern auch die Vorstellung, die Menschen von sich, von Gruppen, denen sie angehören, von Territorien, auf die sie sich beziehen, in Frage.

Diese verbreitete Auffassung hat in Planungen für Dörfer, Städte wie Regionen viele Spuren hinterlassen: In den 1970er und 80er Jahren reagierten alle alt-industrialisierten Länder, die ihre traditionellen Industrien verloren und deren Dorf-, Kleinstadt- oder Stadtstrukturen aus unterschiedlichen Gründen obsolet wurden, mit verschiedenen Praktiken des materiellen Erhalts auf diese Situation. Erhalten wurde damit ein symbolisches Vermögen, das als symbolisches Kapital (Pierre Bourdieu) begriffen werden kann, ein Kapital, das über die Bewahrung von Bauten Identität „abwirft“. Das setzt aber voraus, dass es sich bei Identität oder Gedächtnis selber um Entitäten handelt, die als ebenso permanent und ge-

⁹ Hannah Arendt, *Vita activa oder vom tätigen Leben*. München ²1981, 87f.

genständlich behandelt werden können, wie die Gegenstände, mit denen sie verbunden gedacht wurden.¹⁰

Begreift man nun Identität als Prozess, dann ist es möglich, diese Position zu revidieren und sich selbst und die eigene Arbeit am gesellschaftlichen Gedächtnis und Erinnern, auch unter den Bedingungen verlorener Bezüge, zu relativieren. Es wird möglich, diese Arbeit vor einem historischen Horizont zu sehen, in dem auch die nächsten Generationen ihre, und zwar andere, mit anderen Gegenständen verbundenen, Identitäten ausbilden werden. (Das rechtfertigt übrigens auch den Erhalt von materiellen Anhaltspunkten des Erinnerns, von Denkmälern, nur eben auf andere Weise: Diese Sicht spricht für den Erhalt älterer Strukturen, weil sie mögliche Orientierungs- und Anknüpfungspunkte werden könnten.)

Als einen Effekt eines solchen Denkens sehe ich nun die Erzeugung von Strukturen an, die die Lesbarkeit alter Orte nicht nur auf alte Bestände gründet, sondern sich über Zeichen, über symbolische Markierungen von dem auf Erinnerung setzenden Konzept der Identität löst, um zeitgenössische Praktiken und Dinge ins Spiel zu bringen. Gestaltungen dieser Art schaffen neue Stadtbilder und Wahrzeichen, akzentuieren bestimmte Orte, gestalten andere weniger prägnant aus und sind in der Lage, auch andere Räume als die bisher identifizierenden und identifizierten in diese Akzentuierung einzubeziehen.

Dass es Dinge waren, beispielsweise Landmarken, wie sie im neuen alten Ruhrgebiet der IBA Emscher Park entstanden sind, auch in der Lausitz, im Gebiet um Bitterfeld, um Frankfurt am Main, verbindet diese Praxis mit oben angeführten Diskussion über die Dinge, das Erinnern und die Identitäten, sonst aber beinahe nichts.

Denn die neuen Zeichen haben keine traditionelle Bedeutung, sondern sind, oft gestalterisch und künstlerisch überragende, Referenzpunkte an Orten, die es mit Bedeutungen neu zu besetzen gilt, materielle Angebote zum Erzählen neuer Geschichten, Anlässe zur Anknüpfung an eine offene Situation, Netze, in denen sich bestehende lokale Diskursformationen möglicherweise verfangen oder auch än-

¹⁰ Zu diesem Zusammenhang s. Susanne Hauser, *Metamorphosen des Abfalls. Konzepte für alte Industrieareale*, Frank-

dern können. Insofern sind diese Strukturen liberale Angebote zum Begreifen eines, beispielsweise städtischen, Raumes. Ich glaube, dass markante Dinge dieser Art lokale Identitäten aktualisieren, verschieben und darüber stützen können, wenn sie als Interventionen lokal überzeugen. Missglücken können sie allenfalls, wenn sie als Traditionserfindungen gelesen werden, als unannehbare Artefakte zur falschen Zeit am falschen Ort.

IV. Stadtmarketing

Eine andere Szene: Stadtmarketing. Darüber ist im Zusammenhang mit lokalen Identitäten deshalb zu sprechen, weil hier wichtige Bilder produziert werden, die lokalen Diskursen nicht äußerlich bleiben.

Nahezu jeder europäische Ort, jede Stadt nutzen Praktiken der Bildproduktion, um eine „Politik der Sichtbarkeit“ zu betreiben. Dabei setzen sie normalerweise ästhetische oder kulturelle Ressourcen ihres Ortes ein, um so eine Vermittlungsleistung zu erbringen, die ihnen einen Platz in der Aufmerksamkeit von internationalen Investoren, möglichen künftigen Einwohnern und Touristen sichert.

Die Bilder bestehen oft aus einem „positiven Image“, meist erzeugt aus Bildern, die einen als international und generalisiert angenommenen Standard gehobener Lebensqualität mit lokalen Attraktionen verbinden. Kulturelle und sportliche Aktivitäten, Zugang zur „Natur“, eine attraktive Wohn- und Arbeitsumgebung, Bezüge zur Ereigniskultur bestimmen heute durchschnittlich das Repertoire. Die Ergebnisse reflektieren und repräsentieren meist nur wenig dessen, was eine lokale Identität, den lokalen Gesprächszusammenhang ausmacht.

Das nach außen vertretene Bild und das Innenbild müssen auch nicht übereinstimmen: Schließlich richtet sich das nach außen kommunizierte Bild vor allem an Adressaten, die (noch) nicht Mitspieler oder Mitspielerinnen im lokalen Diskurs sind. Deshalb hängen Stadtimages von internationalisierten Moden in Stadtbildern ab und führen zusätzlich vorhandene städtische Eigenarten oder lokale Besonderheiten als Markenzeichen vor. Oft reflektieren Bilder des Stadtmarketings einen gängigen, gehobenen und gerade eben der Mehrheit der Bevölkerung nicht alltäglich zugänglichen Life-Style.

Das kann vor Ort durchaus zu Irritationen führen wie auf einer Podiumsdiskussion in Berlin vor einigen Jahren, auf der ein Vertreter der Stadtmarketing-Agentur Berlin als „Stadt der Opernkunst“ beschrieb – und aus dem Publikum die laut gemurmelte und sehr berlinisch gefärbte Erwiderung kam: „Da irrste dir, Berlin ist eine proletarische Stadt im Osten.“ Auch das war vermutlich nicht das letzte Wort zur Berliner Identität.

Was immer die Bilder des Stadtmarketings nach außen als Botschaft richten, sie dienen in einem schwer bestimmbar Maß auch nach innen als Interpretamente für die eigene Situation, die Situation des als eigen begriffenen Ortes. Sie bieten die Möglichkeiten des Vergleichs und der Deutung dieses Raumes. Denn Bilder sind hartnäckig und prägen sich ein, besonders dann, wenn sie immer wieder vor Augen gestellt werden.

Ebenso hartnäckig sind, unabhängig von irgendeinem Lokalkolorit, die charakteristischen Muster, in denen der Blick auf eine Stadt medial inszeniert wird. Die Wahrnehmung selbst der „eigenen“ Stadt kann durchaus durch diese medialen Vorlagen und Vorgaben strukturiert werden. Das Urteil darüber, was in der „eigenen“ Stadt als bildfähig und bildwürdig erscheint, folgt dann den Mustern, in denen Stadtbilder normalerweise artikuliert, verbreitet und gesehen werden.

Ich gehe davon aus, dass die potentiell international lesbaren Bilder des Stadtmarketings mit lokaler Identität zweifach zu tun und nicht zu tun haben: Sie legen sich über die je eigene und individuelle Wahrnehmung, die dann nicht mehr vorstellungsoffen oder nach bisher verbreiteten lokalen Ansichten verarbeitet wird, und/oder ihre weltweit lesbaren Muster strukturieren schon die Wahrnehmung des Ortes selber. In beiden Fällen hat diese Art der öffentlichen Kommunikation mit Normalisierung und der Einebnung des Lokalen zu tun.¹¹

Dabei gilt natürlich auch hier, was eben schon über das kulturelle Gedächtnis gesagt wurde, dass die je individuelle Verarbeitung der Bilder und ihre Effekte im lokalen Diskurszusammenhang nicht vorhersehbar sind. Ich nehme allerdings an, dass die ja oft global verbreiteten Bilder und Weisen der Sichtbarkeit des eigenen

Ortes sich lokal nur dann mit Breitenwirkung als kanonische Sichtweise durchsetzen, wenn sie mit alltäglichen Praktiken, Wahrnehmungsweisen und Plänen vermittelt werden können, wenn sie das Selbstbild auf positiv erlebte Weise unterstützen.

V. Zum Schluss: Warum ist Identität so wichtig?

„Lokale Identität“ ist heute ein prominentes Konzept in Stadtplanungsprozessen. Die Suche nach ihr verdankt sich langfristigen Prozessen, in denen sich immer mehr wirtschaftliche und soziale Aktivitäten aus lokalen Bindungen gelöst haben, eine Entwicklung, die durch die Möglichkeiten der Telekommunikation weiter intensiviert worden ist. Frühere lokale Besonderheiten und Qualifikationen haben ihre Exklusivität verloren, und Bedingungen, unter denen wirtschaftliche und soziale Aktivitäten zustande kommen können, können viele Städte bieten. Das Ergebnis ist eine verstärkte und internationalisierte Konkurrenz unter einer Vielzahl möglicher städtischer „Standorte“, die um wirtschaftliches Engagement, Investitionen, touristische Besuche und an vielen Orten auch um Einwohner konkurrieren.¹²

Eines der vielen Felder, auf denen dieser Wettbewerb ausgetragen wird, ist das der unverwechselbaren und konkret erlebbaren „Identität“. Sie verlangt von Städten über die Erfüllung funktionaler Bedingungen hinaus eine spürbar besondere Lebensweise, Vitalität und Eigenart. Das meint nicht die möglicherweise produzierbaren Hochglanzbilder einer „schönen“ Stadt, sondern konkretes Selbstbewusstsein, das sich im Alltag manifestiert. In diesen Zusammenhang gestellt, ist die Frage nach den identitätsbildenden und –erhaltenden Prozessen einer Stadt ein entscheidendes Thema ihrer Entwicklung, das unbedingt die Aufmerksamkeit der Stadtplanung verdient.

¹¹ Zum Einfluss medialer Muster auf Wahrnehmung und Identität s. bereits Marshall McLuhan, Die magischen Kanäle (= Understanding Media, 1964, dt.). Dresden 1995.

¹² S. zu diesen Bedingungen und ihren Effekten für Regionen Susanne Hauser, Ein permanenter Prozess. Regionen und Identitäten. In: POLIS. Zeitschrift für Stadt- und Baukultur. 15. Jahrgang, September 2003. S. 12-13.

