

Inhalt

<i>Vorwort</i>	13
1. Einleitung und Problemstellung	19
2. „Raumbezogene Identität“ – sozialtheoretische Zugänge zu einem komplexen Phänomen	21
2.1 Zielsetzungen.....	21
2.2 Ausprägungsformen und Entstehungsbedingungen raumbezogener Identität .	22
2.2.1 Terminologische Variationen.....	22
2.2.2 „Heimat“ im Zeitalter der Globalisierung.....	23
2.2.3 Die Behandlung des Phänomens in den Sozialwissenschaften.....	26
2.2.4 Versuch einer genaueren Beschreibung des Phänomens „raumbezogene Identität“.....	29
2.2.5 Ich-Identität.....	34
2.2.6 Hauptdimensionen raumbezogener Identität.....	36
3. Empirische Beispiele – das „Messen“ raumbezogener Identität	39
3.1 „Identification of“ – die wahrgenommene Identität von Orten.....	39
3.1.1 Das Beispiel „Lehen“.....	40
3.2 „Being Identified“ – Attribut- und Rollenzuschreibungen.....	54
3.3 „Identification with“ – „Raumobjekte“ als Projektionsflächen von Ich-Identität.....	56
4. Der „Nutzen“ raumbezogener Identität	61
4.1 Systemstabilisierung.....	61
4.2 Überlegungen zur theoretischen Begründung der Nutzenfunktionen raumbezogener Identität.....	64
4.2.1 Die Theorie autopoietischer Systeme.....	65
4.2.2 Die Symbolische Handlungstheorie (Symbolic Action Theory – SAT) von E. E. BOESCH.....	68
4.3 Funktionale Teilleistungen raumbezogener Identität.....	71
4.3.1 Sicherheit.....	71
4.3.2 Aktivität und Stimulation.....	73
4.3.3 Soziale Interaktion und soziale Symbolik.....	73

4.3.4	Identitätsbildung und Individuation.....	74
4.3.5	Soziale Kohäsion und Gemeinschaftsbindung	75
5.	Raumbezogene Identität und soziale Interaktion	77
5.1	„Starke“ und „schwache“ Formen sozialer Interaktion	78
5.2	Symbolische Ethnizität	82
6.	Maßstabsprobleme, Identitätszwänge und Fragen der Anwendung.....	84
6.1	Maßstabssprünge	84
6.2	Die „Identifikationspotenziale“ lebensweltlicher Raumobjekte	89
6.3	Die aktuelle Renaissance raumbezogener Identität	90
6.4	Die „dunkle Seite“ raumbezogener Identität	94
6.5	Die sozialplanerische Verwertung und Anwendung raumbezogener Identität ..	95
7.	Die „Entwicklung“ von Image und Identität – drei Beispielstädte	97
7.1	Chemnitz	98
7.1.1	Images entstehen im Medium der Kommunikation	98
7.1.2	Images haben einen appellativen Charakter	100
7.1.3	Die Relevanz des Vergleichs zwischen Eisenhüttenstadt und Chemnitz.....	101
7.1.4	Images von Chemnitz	101
7.1.5	Image-Wandel	105
7.1.6	Image-Management	106
7.2	Wolfsburg – der Ort neben der Autostadt (<i>Marco MEHLIN</i>).....	108
7.2.1	Einordnung und Relevanz des Vergleichs	108
7.2.2	Stadtgründung	109
7.2.3	Zeitachse Kriegsende und Wiederaufbau – „Arbeiterstadt ohne Romantik“	109
7.2.4	Zeitachse Rezessionen und Stadtentdeckung – „VW kann nicht pleite machen“	110
7.2.5	Zeitachse Vermarktung und Globalisierung – Wolfsburg wird Golfsburg	111
7.2.6	Abschließende Betrachtung	114
7.3	Linz an der Donau (<i>Gerhard AINZ und Christoph SULZER</i>)	116
7.3.1	Linz – eine Stadt lebt auf	116

7.3.2	Von der Industriestadt in der Provinz ...	116
7.3.3	... zur zukunftsorientierten Wirtschafts- und Kulturmetropole im Herzen Europas	118
7.3.4	Von der Verstaatlichten-Krise zum erfolgreichen Wirtschaftsraum.....	118
7.3.5	Umweltprobleme rücken in das öffentliche Bewusstsein.....	119
7.3.6	Mehr Lebensqualität für Linz	121
7.3.7	Linz wird urbane Kulturstadt.....	121
7.3.8	Imagekampagne „Eine Stadt lebt auf“ (1989–1994).....	122
7.3.9	Zusammenfassung	126
7.4	Erste Folgerungen für das Projekt „Eisenhüttenstadt 2030“	126
8.	Eisenhüttenstadt – Problemstellung, Erhebungsdesign und Datengrundlagen der empirischen Erhebung	128
8.1	Leitfragen	128
8.2	Datengrundlagen	131
8.2.1	Erhebungen zum Fremdbild in Chemnitz, Jena und Wien	131
8.2.2	Haushaltsbefragung der AG I&I	132
8.2.3	„Impertenbefragung“	134
8.2.4	Haushaltsbefragung des Stadtforschungsbüros TOPOS	137
9.	Erste Ergebnisse zur Grundstimmung der Bevölkerung – Resignation und das „No-Future-Syndrom“	138
10.	Das Bild von Eisenhüttenstadt in der Welt	140
10.1.	Der mediale Diskurs	141
10.1.1	Der wissenschaftliche Diskurs	141
10.1.1.1	Die Neue Stadt	141
10.1.1.2	Der Diskurs über die Versteppung Brandenburgs	145
10.1.2	Der öffentliche Diskurs: überregionale Medien	146
10.1.3	Der öffentliche Diskurs: regionale Medien	149
10.2	Fernperspektiven: Chemnitz, Jena und Wien	150
10.3	Die „Nahkomponente“ des Fremdbildes	154
10.4	Zusammenfassung der Ergebnisse	155
11.	Selbstbeschreibungen	157
11.1	Die kognitive Raumlagerung der Stadt	157
11.2	Das Image der Stadt	163

11.2.1 Ikonische Symbole	163
11.2.2 Stadtbilder und Stadtmodelle	166
11.2.3 Eisenhüttenstadt im Spiegel eines Semantischen Differenzials	167
11.3 Das Image der Stadtviertel.....	171
11.3.1 „Zentrum“ (WK I–IV)	172
11.3.2 WK V	175
11.3.3 WK VI.....	176
11.3.4 WK VII	177
11.3.5 Schönfließ	180
11.3.6 Fürstenberg	182
11.4 Ein „Nobelviertel“ und ein stigmatisierter Stadtteil	183
11.5 Die Suburbs	189
11.6 Zusammenfassung der Ergebnisse.....	196
12. „Action Settings“	198
12.1 Eisenhüttenstadt als Zentraler Ort	198
12.2 Räumliche Schwerpunkte des „urbanen Lebens“	202
12.3 Das Zentrumskonzept der Bevölkerung	204
13. Ortsbindung und Identifikation	205
13.1 Ergebnisse der TOPOS-Studie.....	205
13.1.1 Dimension 1: Besonderheiten der Identität	206
13.1.2 Dimension 2: Ortsbindung	208
13.2 „IDEN“ – Bindungspotenziale der Stadt	212
13.3 Zusammenfassung der Ergebnisse.....	219
14. Problemlagen aus der Sicht der Bewohner	220
14.1 Aktuelle Probleme	220
14.2 Zukunftsperspektiven	221
14.3 Macht und Einfluss	222
15. Problemlagen aus der Sicht der Imperten	226
15.1 Aktuelle Probleme	227
15.1.1 Wirtschaftliche Problemfelder	227
15.1.2 Gesellschaftliche Problemfelder	228

15.1.3 Politische Problemfelder	230
15.2 Stärken und Schwächen	230
15.2.1 Eisenhüttenstadts Schwächen	231
15.2.2 Eisenhüttenstadts Stärken	232
15.3 Macht und Einfluss	232
15.4 Zukunftsperspektiven	234
15.4.1 Wirtschaftliche Entwicklung: Diversifizierung ist Trumpf	235
15.4.2 Gesellschaftliche Entwicklung: Stadt der trauernden EKO-Anhänger	235
15.4.3 Politische Entwicklung: Mehr Bürgernähe wagen	236
15.4.4 Fiktive Bürgermeister	236
16. Eisenhüttenstadt als Referenzort raumbezogener Identität – die wichtigsten Ergebnisse	238
17. Literaturverzeichnis	245
17.1 Auswahlbibliographie zum Thema „raumbezogene Identität und Images“	245
17.2 Zitierte Literatur zu Eisenhüttenstadt und den Beispielstädten	267
18. Anhang	270
18.1 Verzeichnis der studentischen Mitarbeiter bei der Datenaufnahme	270
18.2 Verzeichnis der Projektmitarbeiter	270
18.3 Fragebogen Stadt	271
18.4 Fragebogen Suburbs	276
18.5 Erhebungsbogen Semantisches Differenzial	280
18.6 Erhebungsbogen IDEN	281
18.7 Erhebungsbogen Beruf/Bildung	282
18.8 MOZ – Themenübersicht	283