

Imagebildung in Gebieten des Programms „Soziale Stadt“ am Beispiel von Jena-Winzerla

Der Einfluss des Programms auf das Image von Jena-Winzerla

**Masterarbeit vorgelegt im Wintersemester 2010/2011
an der Bauhaus-Universität Weimar
Fakultät für Architektur
Studiengang Europäische Urbanistik**

**Verfasser:
Hendrik Nolde M.A.**

**Gutachter:
Erstgutachter: Professor Dr. Frank Eckardt
Zweitgutachter: Dipl.-Inf. Andreas Mehlich M.A.**

Jena und Weimar, 12.10. 2010

Imagebildung in Gebieten des Programms „Soziale Stadt“ am Beispiel von Jena - Winzerla

Inhaltsverzeichnis

1	Fragestellung.....	2
2	Das Programm Soziale Stadt.....	4
3	Das Soziale Stadt Gebiet Jena-Winzerla.....	11
4	Der Imagebegriff.....	24
4.1	Stadtteilimage in der Stadtplanung – Die Lesbarkeit der Stadt.....	25
4.2	Image in der Geographie – Die Verbindung von Identität, Image und Raum.....	27
4.3	Image in der Psychologie – Vom Individuum zum Kollektiv.....	28
4.4	Image der Stadt aus ökonomischer Perspektive - Wie verkauft man eine Stadt?.....	30
4.5	Raubilder und Image in der Soziologie – Raum als Spiegel der Gesellschaft.....	34
4.6	Zwischenfazit.....	37
4.7	Negatives Image und seine Folgen - Segregation und Stigmatisierung.....	41
5	Das gesellschaftliche Leitbild als Imagefaktor am Beispiel der Entwicklung von Großwohnsiedlungen.....	46
6	Imagestudie Jena-Winzerla	
6.1	Fragestellung.....	57
6.2	Forschungsdesign.....	58
6.3	Das Image von Winzerla im Spiegel des semantischen Differentials.....	60
6.4	Imagefaktoren von Winzerla.....	70
6.5	Auswirkungen des Programms Soziale Stadt auf das Image von Winzerla.....	81
7	Resümee und Ausblick.....	94
	Literaturnachweise.....	103

1. Fragestellung

„Es scheinen häufig die Bilder zu sein, die die Vorstellung eines Ortes oder einer Stadt mehr prägen als die Realität.“ (Albrecht Göschel¹)

Was macht einen Stadtteil zu einem benachteiligten Stadtteil? Sind es die Menschen mit Problemen oder die Gebäude- und Siedlungsstruktur oder ist es eine Frage des Images des Stadtteils? Was bedeutet es, wenn man von dem *benachteiligten Stadtteil* redet? Es sind viele Gründe denkbar, die eine Benachteiligung darstellen können, die genannten drei zählen sicherlich dazu. Man klassifiziert einen Stadtteil, um ihn beispielsweise für die wissenschaftliche Diskussion handhabbarer zu machen. In Deutschland wurden mehrere Stadtteile in diese Kategorie eingeordnet. Um den komplexen Problemlagen in diesen Stadtteilen entgegenzuwirken, wurde das Bund-Länder-Programm Soziale Stadt gegründet. Ziel des Programms ist es, diese Probleme auf der Quartiers-ebene zu lösen und eine sich aus der gegenseitigen Verstärkung der Probleme entwickelnde „Abwärtsspirale“ zu verhindern.²

Nicht nur funktionale Aspekte der Siedlungen sind für diese Probleme von Bedeutung. Immer wichtiger wird auch die emotionale Bedeutung von Stadtteilen. Im Image eines Stadtteils vereinen sich beide Aspekte. Für die problematischen Entwicklungen in den Programmgebieten der Sozialen Stadt ist das Image darum ein wichtiger Einflussfaktor, wie es auch aus zwei Schwerpunkt-newslettern der Begleitforschung zum Programm hervor geht.³

Zentrale Fragestellung der Arbeit ist, wie das Programm Soziale Stadt auf die Imagebildung einwirkt und ob es im Speziellen dazu beitragen kann die Außenwahrnehmung des Programmgebiets Jena-Winzerla zu verbessern. Ziel dieser Arbeit ist es deshalb, den Blick für die Wirkungen des Images auf die Entwicklung von Stadtteilen zu schärfen. Die Unterscheidung zwischen Innen- und Außenimage spielt in diesem Zusammenhang eine große Rolle. Die Annahme ist, dass die negative Entwicklung der Stadtteile nur dann gestoppt werden kann, wenn das Programm in der Lage ist, das Außenimage der Gebiete zu verbessern.

Weiterführend gliedert sich die Arbeit in fünf Teile. Zu Beginn wird das Programm Soziale Stadt vorgestellt. Neben einer kurzen allgemeinen Darstellung der Beweggründe zum Start dieses

1 Deutsches Institut für Urbanistik (Difu) (Hg.) (2006) : Zukunft von Stadt und Region Band III. Dimensionen städtischer Identität – Beiträge zum Forschungsverbund Stadt 2030. Berlin, S.265

2 Difu (Hg.) (2003) : Strategien für die Soziale Stadt. Berlin.

3 Difu (Hg.) (2005) : Soziale Stadt info. Newsletter zum Bund-Länder-Programm Soziale Stadt. Ausgabe 18. Berlin. und Difu (Hg.) (2003) : Soziale Stadt info. Newsletter zum Bund-Länder-Programm Soziale Stadt. Ausgabe 13. Berlin.

Programms und dessen Ziele und Methoden, steht das Handlungsfeld Image im Vordergrund. Es soll herausgearbeitet werden, welchen Stellenwert das Image im Rahmen des Programms hat und welche Aktionen in diese Richtung wirken.

Im zweiten Schritt wird das Beispiel Jena-Winzerla eingeführt. Anhand der baulichen Geschichte, der Sozialstruktur und den Maßnahmen im Programm Soziale Stadt wird die Lage und Entwicklung im Stadtteil skizziert.

Anschließend wird das Feld der Imageforschung mit dem Ziel näher beleuchtet, die Bedeutung von Images im Allgemeinen und für die Stadtteilentwicklung im Speziellen herauszuarbeiten. Der Imagebegriff wird dazu mit Bezug auf die teilweise unterschiedlichen Strömungen in den Disziplinen Stadtplanung, Geographie, Psychologie, Wirtschaftswissenschaft und Soziologie untersucht.

Die in Kapitel vier gewonnenen Erkenntnisse über Aspekte des Images, werden in Kapitel fünf am Beispiel von Großwohnsiedlungen spezifiziert. Insbesondere wird deutlich gemacht, wie die Konjunktur des Leitbilds des funktionellen Städtebaus das Image der Siedlungen beeinflusst hat.

Im Kapitel sechs steht die Anwendung des erarbeiteten theoretischen Rahmens auf Jena-Winzerla im Mittelpunkt. Mit einer quantitativen Erhebung wird das Image des Stadtteils erfasst, um den konkreten Bedarf einer Imageverbesserung zu ermitteln und charakterisierende Faktoren des Images von Winzerla zu finden. Um das Verhältnis zwischen dem Fremdbild und Selbstbild untersuchen zu können, werden sowohl Personen aus Winzerla als auch aus anderen Stadtgebieten von Jena in die Untersuchung einbezogen. Untersuchungsinstrument ist ein Fragebogen, dessen wichtigster Bestandteil ein semantisches Differential ist. Mittels mehrerer qualitativer Experteninterviews wird in einem weiteren Schritt die Wirkung des Programms Soziale Stadt auf das Image von Winzerla untersucht.

Nach einer Zusammenfassung der Ergebnisse wird im abschließenden Kapitel auf Neighbourhood Branding als eine Möglichkeit der Imageverbesserung eingegangen.

2. Das Programm Soziale Stadt

Das Programm „Soziale Stadt“ wurde 1999 ins Leben gerufen, um Probleme von benachteiligten Stadtteilen zu lösen. Zu Beginn haben 161 Stadtteile in 124 Gemeinden das Programm genutzt. Im Jahr 2007 waren es bereits 498 Stadtteile in 318 Gemeinden.⁴ Grund für die Aufnahme in das Programm ist eine komplexe Problemkonstellation, die ihre Ursache im wirtschaftlichen Wandel insgesamt hat und in Ostdeutschland insbesondere Folge des Systemumbruchs mit all seinen ökonomischen und sozialen Konsequenzen ist. Die Ursachen und Vorbedingung sind sehr gut durch die Veröffentlichungen des Difu dokumentiert. Zusammenfassend dargestellt sind die Hauptprobleme in den Stadtteilen und Gründe für die Aufnahme in das Programm Soziale Stadt:

1. Die städtebauliche Situation, die durch fehlende Investitionen in den Gebäudebestand sowie das Wohnumfeld gekennzeichnet ist. Dazu kommen hohe Bebauungsdichten und quantitativ oder qualitativ schlechte Versorgung mit Grün- und Freiflächen.
2. Ein Mangel an sozialer Infrastruktur insbesondere Freizeiteinrichtungen für Kinder und Jugendliche
3. Leerstand oder unzureichende Infrastruktur an Handel und Gewerbeeinrichtungen
4. eine hohe Quote an Arbeitslosen und Transferleistungsempfängern
5. Probleme im Zusammenleben gekennzeichnet durch kulturelle Konflikte, Generationenkonflikte, Alkoholismus, Kriminalität sowie allgemeine Perspektivlosigkeit
6. negative Selbstwahrnehmung und negatives Image nach Außen.

Diese Probleme treten nicht immer in jedem Stadtteil zusammen auf, jedoch ist die Ballung von mehreren Problemen ein besonderes Kennzeichen der Programmgebiete.

Die Auswahl für das Programm bedarf einer genauen Gebietsabgrenzung. Größtenteils beruhen diese Abgrenzungen auf vorhergehenden Programmen zum Stadtumbau oder zur Stadtsanierung. Ausschlaggebend für die Teilnahme am Programm ist ein besonderer Entwicklungsbedarf, der im Vergleich zur gesamtstädtischen Situation definiert werden muss. Zentrales Auswahlkriterium für das Programm Soziale Stadt ist die im Vergleich zur Gesamtstadt erhöhte Arbeitslosenquote und Transferleistungsquote.⁵

Grob lassen sich zwei Typen von Programmgebieten feststellen. Zum einen sind dies Altbaugebiete, die meist zentrumsnah gelegen sind. Charakteristisch sind hier eine hohe Dichte der meist gründerzeitlichen oder alt-industriellen Bebauung, eine hohe Arbeitslosigkeit sowie ein hoher Migrantenanteil. Zum anderen sind die Großwohnsiedlungen der 60er bis 80er Jahre als typische

4 Difu (Hg.) (2008) : Statusbericht 2008 zum Programm Soziale Stadt. Berlin.

5 Becker,H. (2003) : „Besonderer Entwicklungsbedarf“ – die Programmgebiete der Sozialen Stadt. In: Difu (Hg.) : Strategien für die Soziale Stadt. Berlin. S. 63

Gebiete identifiziert worden. Sie machen etwas mehr als die Hälfte der Gebiete aus. Vor allem in den reinen Wohnneubaugebieten zeigt sich ein hoher Anteil von Transferleistungsempfängern und eine überdurchschnittlich junge Bevölkerung. Bei der Aufteilung nach alten und neuen Bundesländern fällt auf, dass die Integration von Migranten vor allem eine Aufgabe der alten Bundesländer ist. Hier ist der Anteil der Migranten im Maximum mit 57,2 Prozent mehr als doppelt so hoch als in den neuen Bundesländern. In den alten Bundesländern besteht ebenfalls eine höhere Belastung durch Transferleistungsempfänger als in den neuen Bundesländern. Einen weiteren offensichtlichen Unterschied stellt die relative Anzahl der Neubaugebiete dar, welche in den neuen Bundesländern mit 68 Prozent höher ist als in den alten Bundesländern.⁶

Diese Unterschiede in den Typen der Gebiete differenziert nach Ost- und Westdeutschland sind zu beachten, wenn es um das Image der Stadtteile in seiner Entstehung und Entwicklung geht. So ist bekannt, dass in innenstadtnahen Altbauquartieren ein Imagewandel leichter in Gang zu setzen ist als in Großwohnsiedlungen am Rand der Städte. Bestes Beispiel ist der Prenzlauer Berg, der sich zu einem angesagten Szeneviertel entwickelt hat.⁷ Dennoch ist das negative Gebietsimage ein wichtiges Problemfeld für alle. In der dritten bundesweiten Befragung durch das Difu wurde deutlich, dass das schlechte Gebietsimage bundesweit einer der häufigsten Gründe für die Aufnahme in das Programm Soziale Stadt ist. In den neuen Bundesländer ist es mit der hohen Arbeitslosigkeit der wichtigste Grund. (vgl. Tab. 1) Dies deckt sich mit den Ergebnissen der Frage welche Probleme vor Programmstart in Stadtteil vorherrschten. Auch hier steht das negative Gebietsimage insgesamt an zweiter Stelle hinter der Arbeitslosigkeit. Das Problem in den alten Bundesländern auf Platz eins, diente jedoch seltener als Grund für die Ausweisung als Soziale Stadt Gebiet. In den neuen Bundesländern sind Defizite in Wohnumfeld das am häufigsten genannte Problem. In der Befragung 2002 wurde deutlich, dass das Gebietsimage an Bedeutung gewonnen hat. Während 2002 nur 35 Prozent das negative Gebietsimage als Problem angaben, waren es 2006 85,3 Prozent.⁸

Das Imageproblem zu Beginn der Programmumsetzung lag in den Stadtteilen oft in einer einseitigen Berichterstattung. „Alltäglichen Katastrophen“ wurde verstärkt Aufmerksamkeit in der Presse geschenkt.⁹ Die Darstellung von Armut, Verwahrlosung und sozialen Konflikten gipfelte zuweilen in der Stigmatisierung als schlechte Adresse. Defizite bestehen darüber hinaus vor allem in der mangelnden Information über lokale Initiativen, interessierte Bewohner und bereits

6 Ebd., S. 66

7 Häußermann, H. (2002) : Stadterneuerung in der Berliner Republik : Modernisierung in Berlin - Prenzlauer Berg. Opladen siehe auch Reimann, B. (2000) : Städtische Wohnquartiere: der Einfluß der Eigentümerstruktur – eine Fallstudie aus Berlin Prenzlauer Berg. Opladen.

8 Difu 2006 a.a.O.

9 Ebd.

existierende Vereine. Als Potential wird die Angleichung der negativeren Außenwahrnehmung und die positive Innensicht im Quartier erkannt.¹⁰

Probleme als Gebietsausweisungsgründe	Bundesländer Ost		Bundesländer West		Gesamt	
	absolut	Prozent	Absolut	Prozent	Absolut	Prozent
Defizite im Wohnumfeld	40	72,7	144	73,5	184	73,3
Hohe Arbeitslosigkeit und Sozialhilfeabhängigkeit	43	78,2	137	69,9	180	71,7
Modernisierungs- und Instandsetzungsbedarf bei Wohnungen und Gebäuden	30	54,5	150	76,5	180	71,7
Schlechtes Gebietsimage	43	78,2	133	67,9	176	70,1
Defizite bei Einrichtungen für Jugendliche	36	65,5	104	53,1	140	55,8
Defizite bei Grün- und Freiflächenversorgung	30	54,5	87	44,4	117	46,6
Konflikte im Zusammenleben	21	38,2	91	46,4	112	44,6
Niedriger Ausbildungsstand, erschwerter Zugang zum Arbeitsmarkt	13	23,6	89	45,4	102	40,6
Defizite bei Freizeit- und Sportangeboten	30	54,5	58	29,6	88	35,1
Defizite bei Kindereinrichtungen	15	27,3	72	36,7	87	35
Gesamt	55	100	196	100	251	100

Tabelle 1: Gründe für die Ausweisung als Soziale Stadt Gebiet, Quelle: Difu 2006 a.a.O., S. 18

Den identifizierten Problemen entsprechen innerhalb des Programms Handlungsfeldern. Das Handlungsfeld „Imageverbesserung und Öffentlichkeitsarbeit“ wird als Querschnittsaufgabe im Programm definiert.¹¹ Aspekte des Handlungsfeldes finden sich in allen anderen Projekten wieder. Es wird beispielsweise davon ausgegangen, dass Projekte zur Belebung der Stadtteilkultur oder der Verbesserung des Wohnumfelds automatisch zur Verbesserung des Images beitragen.

Ziele des Handlungsfeldes sind die Verbesserung der Negativimages und Schaffung positiver Images. Dazu wird auf Methoden der Öffentlichkeitsarbeit zurück gegriffen. Die Förderung der Kommunikation im Stadtteil und die Aktivierung vor Ort sind weitere Methoden um vor allem die Identifizierung der Bewohner mit ihrem Stadtteil zu erhöhen. Schwerpunkt liegt dabei auf dem Aufbau von Beteiligungsstrukturen und der Entwicklung von Kommunikationsnetzwerken. Dadurch wird es möglich, Information über Aktivitäten im Stadtteil zu verbreiten, was die

¹⁰ Ebd. S.143

¹¹ Difu 2003 a.a.O. S. 105

Grundlage jeder Beteiligung darstellt. Betrachtet man die Projekte des Programms Soziale Stadt, die im Katalog des Difu gelistet sind, stellt man fest, dass 58 Projekte der Sozialen Stadt im Handlungsfeld Image angesiedelt sind.¹²

Da in den Sozialen Stadt Gebieten meist mehrere Probleme gleichzeitig und miteinander verknüpft auftreten, wird empfohlen ein integriertes Entwicklungskonzept zu erstellen. Das integrierte Entwicklungskonzept ist ein wichtiges Instrument des Programms Soziale Stadt. Es gibt Leitlinien vor, wie Probleme in den verschiedenen Handlungsfeldern bearbeitet und Potentiale ausgeschöpft werden können. Ziel ist es die verschiedenen Lösungsansätze in ein integriertes Konzept zu bringen. Der Stellenwert eines Handlungsfeldes innerhalb des integrierten Handlungskonzept gibt also an, wie stark ein bestimmtes Problem bearbeitet werden soll. Dabei gilt es zu beachten, dass diese Konzepte eher einen prozesshaften Charakter haben und kein finales Endergebnis präsentieren. In den Gebieten, in denen ein integriertes Handlungskonzept besteht, steht das Handlungsfeld „Image und Öffentlichkeitsarbeit“ an dritter Stelle hinter „Wohnumfeld und öffentlicher Raum“ und „Soziale Aktivitäten und soziale Infrastruktur“.¹³

In den integrierten Handlungskonzepten verliert das Handlungsfeld „Imageverbesserung und Öffentlichkeitsarbeit“ im Vergleich zu 2002 an Bedeutung und rutscht in der Wichtigkeit vom dritten Rang auf den siebten Rang ab. (vgl. Tab. 2) Im selben Zeitraum stieg der Anteil der Programmgebiete die Probleme mit dem Image des Stadtteils identifizierten auf 85,3 Prozent und wird damit als das wichtigste Problem in den Programmgebieten gekennzeichnet. Hier wird ein Widerspruch zwischen den festgestellten Problemen und der Problemlösungsstrategie deutlich.

Die Daten können dahingehend interpretiert werden, dass der Zusammenhalt im Stadtteil wichtiger ist als die Außenwirkung der Programmgebiete. Auch unter Berücksichtigung der Annahme, dass die Verbesserung der individuellen Lebenslagen im Stadtteil und anderer Projekte zur Imageverbesserung beitragen können, kann die Fokussierung auf das Quartier zur Abgrenzung nach Außen führen. Liebscher spricht in diesem Zusammenhang in seinem Buch zur Kulturgeschichte des Plattenbaus von der Herausbildung von Images als „harmonische Soziotope“ oder „soziale Brennpunkte“¹⁴ Er spricht damit eine gemeinsame Identität an, die sich in den Großwohnsiedlungen entwickelt, die aber gleichzeitig eine Grenze zur Stadt entstehen lässt. Das positive Lebensgefühl der „Platte als Heimat“¹⁵ geht auf Kosten der Integrationschancen in die Stadt als Ganzes.

12 Vgl dazu den Onlinekatalog des Difu www.sozialestadt.de

13 Difu 2006 a.a. O, S. 44

14 Liebscher, R. (2009) Wohnen für alle. Eine Kulturgeschichte des Plattenbaus. Berlin. S. 127

15 Ebd. S. 123

Handlungsfelder	Besonders wichtig	
	Abs.	%
Soziale Aktivitäten/soziale Infrastruktur	110	40
Wohnumfeld und öffentlicher Raum	105	38,2
Beschäftigung, Qualifizierung, Ausbildung	59	21,5
Wohnungsversorgung und -wirtschaft	51	18,5
Integration von Migrantinnen	50	18,2
Nachbarschaftliches Zusammenleben	45	16,4
Image und Öffentlichkeitsarbeit	43	15,6
Schule und Bildung im Stadtteil	38	13,8
Lokale Ökonomie	33	12
Sport und Freizeit	28	10,7

*Tabelle 2: Ranking der wichtigsten Handlungsfelder,
Quelle Difu 2006, a.a.O. S. 107*

Das Quartiermanagement stellt ein wichtiges Instrument des Programms Soziale Stadt dar. Das Quartiermanagement ist eine koordinierende Instanz im Stadtteil, die neben anderen Aufgaben auch Maßnahmen der Imageverbesserung und Öffentlichkeitsarbeit anstoßen oder beschleunigen soll. Der Einsatz verschiedener Medien geht dementsprechend häufig vom Quartiermanagement aus. Um die oben genannten Ziele zu erreichen, werden laut der bundesweiten Befragung des Difu folgende Maßnahmen eingesetzt. (vgl. Abb.1)

Es wird deutlich, dass vor allem lokale Printmedien eingesetzt werden. Die Öffentlichkeitsarbeit zielt vor allem auf die Information und Kommunikation im Stadtteil. Die Identifikation der Bewohner mit ihrem Stadtteil steht im Vordergrund. Die auf das Außenimage gerichteten Pressemeldung werden als viert häufigstes Medium genannt, wobei ein Rückgang um zehn Prozentpunkte zur Befragung 2002 zu verzeichnen ist.

Eingesetzte Maßnahmen im Rahmen des Handlungsfeldes Image und Öffentlichkeitsarbeit

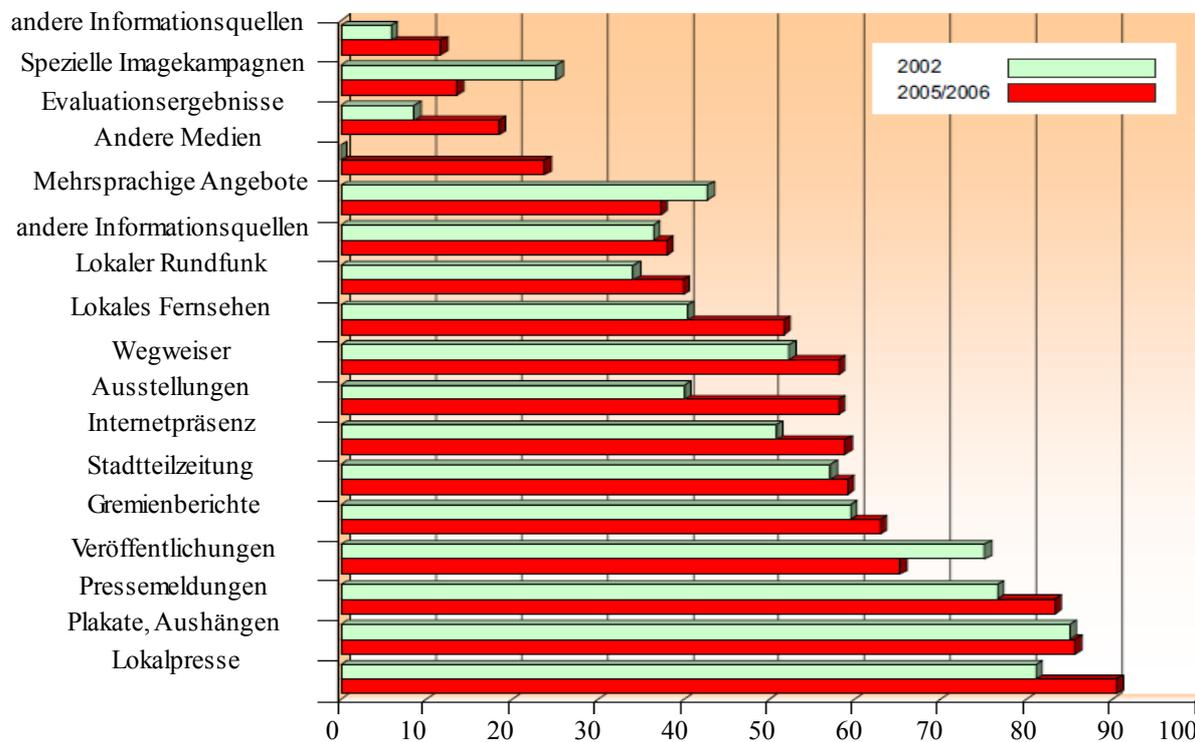


Abbildung 1: Quelle: Difu 2006, a.a.O. S. 100

Die Entwicklung auf dem Gebiet des Handlungsfeldes Image hat sich laut der Befragung des Difu positiv gestaltet. Differenziert nach den Bereichen Innenimage, Außenimage, Pressemeldungen und Identifikation mit dem Gebiet lassen sich Unterschiede feststellen. (vgl. Tab. 3) Das Innenimage wird, wie auch schon 2002, von circa zwei Drittel der Befragten als verbessert eingeschätzt wird. Weitere 15 Prozent sehen eine starke Verbesserung des Innenimage. Auch die Verbesserung der Identifikation der Bewohner mit ihrem Stadtteil ist konstant hoch. Ein deutliche Veränderung lässt sich bei den Pressemitteilungen feststellen. Hier geben über 20 Prozent an eine starke Verbesserung zu erkennen. Beim Außenimage wird die Verbesserung weniger festgestellt als bei allen anderen. Aber auch hier ist ein Veränderung gegenüber 2002 zu bemerken. Der Anteil derjenigen, die der Meinung sind, dass sich nichts verändert hat, hat sich von fast der Hälfte der Befragten auf knapp über ein Viertel verringert. Der Anteil derjenigen, die eine Verbesserung feststellen konnten hat sich dagegen von 33,7 auf 52,1 erhöht. Aufgrund dieser Ergebnisse ist festzuhalten, dass sich in den Imagebereichen, in denen viel investiert wird, auch eine stärkere Verbesserung festzustellen ist.

	Sehr negativ verändert		Negativ verändert		Gleich geblieben		Verbessert		Stark verbessert		Weiß nicht	
	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%
Außenimage des Gebiets (n=259)	1	0,4	10	3,9	70	27	135	52,1	31	12	12	4,6
Innenimage des Gebiets (n=257)			3	1,2	40	15,6	167	65	38	14,8	9	3,5
Identifikation mit dem Gebiet (n=258)			5	1,9	49	19	149	57,8	39	15,1	16	6,2
Pressebericht-erstattung (n=204)	2	0,8	8	3,1	49	19	141	54,7	55	21,3	3	1,2

Tabelle 3: Imageveränderung in Soziale Stadt Gebieten, Quelle: Difu 2006 a.a.O., S.102

Insgesamt ist der Stellenwert des Images im Programm Soziale Stadt relativ hoch. Dabei wird sowohl das Innenimage als auch das Außenimage einbezogen. Wie wichtig das Fremdbild der Gebiete ist, geht aus den Angaben nicht hervor.

3. Das Soziale Stadt Gebiet Jena-Winzerla

Die Vielfalt von Soziale Stadt Gebieten differiert nach städtebaulichem Typ und regionalen Bedingungen. Am wichtigsten ist dabei wahrscheinlich die Zugehörigkeit zu den alten beziehungsweise neuen Bundesländern. Diese Faktoren verlangen nach einer Selektion bei der Beschreibung von Imagebildungsprozessen in Soziale Stadt Gebieten.

Die Entwicklung in den neuen Bundesländern ist durch die Transformation während der politischen Wende besonders interessant. Hier hat es einen extremen Imagewandel gegeben. Großwohnsiedlungen haben in den neuen Bundesländern den größten Anteil an Programmgebieten der Sozialen Stadt.

Das hier gewählte Beispiel Jena-Winzerla kennzeichnet neben diesen interessanten Faktoren noch die Tatsache eines sehr geringen Leerstandes. Abriss in Größenordnungen wie in vielen anderen Großwohnsiedlungen war hier keine Alternative, da die Wohnungen gebraucht wurden.¹⁶ Diese Faktoren machen Jena-Winzerla zu einem interessanten Forschungsobjekt für Imagebildungsprozesse in Soziale Stadt Gebieten.

Winzerla ist ein Stadtteil im Süden von Jena. Er liegt etwa vier Kilometer vom Stadtzentrum entfernt und erstreckt sich zwischen der dörflichen Bebauung von Alt-Winzerla und der Einfamilienhaussiedlung Ringwiese. (vgl. Abb.2) Im Westen befinden sich im Anschluss an

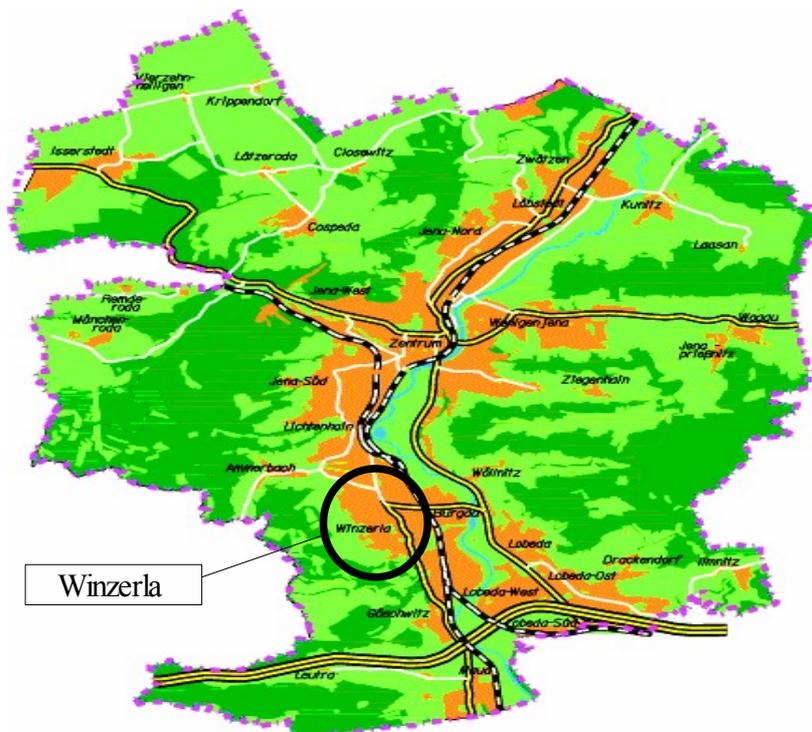


Abbildung 2: Winzerla im Kontext der Stadt Jena

¹⁶ Auf die Entwicklung von Großwohnsiedlungen allgemein wird in Kapitel fünf näher eingegangen.

mehrere Gartenanlagen ein Naturschutzgebiet. Im Osten wird der Stadtteil durch eine vierspurige Bundesstraße und die Gleisanlage der Straßenbahn sowie der Deutschen Bahn von der Saale und den dazugehörigen Grünflächen getrennt.

Im Folgenden wird der Stadtteil Jena-Winzerla näher beschrieben. Es wird zunächst auf die städtebauliche Entwicklung des Gebietes vor und nach der Wiedervereinigung Deutschlands 1989/1990 eingegangen. Anschließend wird anhand statistischer Daten die Sozialstruktur Winzerlas analysiert.

Besonderes Augenmerk wird bei der Beschreibung Winzerlas auf die Entstehung und Entwicklung der Großwohnsiedlung gelegt, wenngleich die Ursprünge im alten Winzerdorf Winzerla liegen.

Winzerla wurde in mehreren Abschnitten von 1970 bis 1990 gebaut. Ausschlaggebend für den Bau des ersten Teils der Siedlung bis 1973 war die Errichtung eines neuen Kraftwerkes von 1969 bis 1972. Die Siedlung wurde als Werkssiedlung geplant. Nach und nach wurden auch Schulen, Kindergärten und Einkaufsmöglichkeiten, wie im Plan vorgesehen, gebaut. Im September 1972 wurde der Schulbetrieb in Winzerla in der neuen Schule aufgenommen. 1975 gab es einen Kindergarten. Einkaufsmöglichkeiten waren zu dieser Zeit noch begrenzt. „Eine Kaufhalle gab es noch nicht.“¹⁷ berichten ehemalige Bewohner. Nur ein kleiner 'Tante Emma' Laden existierte. „Wenn dort drei Kunden drin waren, war die Bude voll.“¹⁸ Aus einer Notverkaufsstelle wurde eine Konsumkaufhalle und schließlich eine richtige Kaufhalle.

Gemäß dem städtebaulichen Leitbild wurden standardisierte Wohnungstypen verteilt auf fünf Geschosse in Zeilenbauweise errichtet.

Der Bauprozess des ersten Abschnitts zog sich nicht zuletzt aufgrund der Ressourcenknappheit über vier Jahre. Der Charakter der Baustelle prägte den Stadtteil, „weil alles so schlammig war, sind die Leute früh mit Gummistiefeln aus dem Haus, und im Beutel hatten sie ihre guten Schuhe.“¹⁹ Insgesamt hatte der ältere Teil des Neubaugebiets Winzerla einen weniger anonymen Charakter. Durch die anfänglichen Probleme und die gemeinsame Eigenschaft als erste Bewohner des Neubaugebiets bildete sich ein Gemeinschaftsgefühl heraus.

1983 bis 1986 erfolgte der Bau eines neuen Abschnittes von Winzerla. Hier wurden mehr als doppelt so viele Wohnungen errichtet als im ersten Teil. Die Erweiterung wurde im Zuge der größer werdende Zahl an Arbeitern und dem immer noch herrschenden Wohnungsmangel notwendig. In den von Warncke-Seithe gesammelten Berichten wird deutlich, dass Arbeiter des Zeiss-Werkes und Universitätsangestellte hier eine Wohnung über ihre Arbeitgeber erhielten. Junge Familien wurden

17 Warncke-Seithe, E. (Hg.) (2005) : Der Ort hat mir immer gefallen. Gera. S. 59

18 Ebd.

19 Ebd. S. 58

bei der Wohnungsvergabe bevorzugt. Sie schätzten die neuen Wohnungen mit Fernheizung. Im neuen Bauabschnitt wurden dichtere, sechsgeschossige aber immer noch monotone Strukturen gebaut. Insgesamt entstanden circa 6000 Wohneinheiten von 1969 bis 1989. 1984 wurde die erste Schule in diesem Gebiet eröffnet und 1985 die erste Kaufhalle. Die Ausstattung mit kleinteiliger Infrastruktur war damals nur in Ansätzen geplant, so wurde entlang der zentralen Achse eine Ladenzeile mit Post, Schreibwarenladen, Apotheke und Bäcker im Erdgeschoss installiert. Der Fokus der städtebaulichen Strategie lag auf dem Bau von Wohnungen mit einem Minimum an notwendiger Infrastruktur. Die Siedlung war als Wohngebiet konzipiert und andere städtische Funktionen wie Arbeiten oder Kultur waren ausgegliedert.

Die Verbindung ins Zentrum war deshalb schon früh etabliert. Eine Straßenbahnanbindung an das Zentrum bestand bereits seit 1908. Sie wurde 1986 aufgrund des hohen Bedarfes um ein weiteres Gleis erweitert. Die Anonymität in dem neuen Wohngebiet nahm zu. Man kannte sich kaum. Ein Vorteil für den Zusammenhalt waren die politisch gewünschten Hausgemeinschaften und die homogene Struktur der Bewohner. Zum einen arbeiteten sie im gleichen Betrieb und zum anderen waren sie relativ gleichaltrig.

1989 und 1990 wurden die letzten Gebäude gebaut. Sie entstanden in der Schrödingerstraße im Westen des Gebietes. Nach der Wende wurde eine Einfamilienhaussiedlung im nordwestlichen Teil des Gebietes errichtet. Der Wohnungsbau war damit zunächst beendet.

Die Entwicklung des Wohngebiets nach der Wende beschäftigte sich mit der „Entdifferenzierung als Hypothek“ der Großwohnsiedlung.²⁰ Die Kritik am funktionalen Städtebau, die in Kapitel fünf ausführlicher besprochen wird, traf auch Winzerla. Die monotone Gestaltung der Fassaden, die standardisierten Wohnungsgrundrisse hauptsächlich der Wohnungsbauserie 70 und die Gestaltung des wenig differenzierten öffentlichen Raums hinsichtlich der Anordnung der Gebäude und Grünflächen waren Hauptkritikpunkte der Großwohnsiedlungen insbesondere in den neuen Bundesländern. Hinzu kam der zunehmende Sanierungsbedarf der Gebäude. Ansatzpunkt für die



Foto oben Bus- und Straßenbahnhaltestelle im Osten von Winzerla, Foto unten Wohngebäude des Typs Magedeburg in der Schrödinger Straße im Westen von Winzerla, Quelle: Eigene Bilder

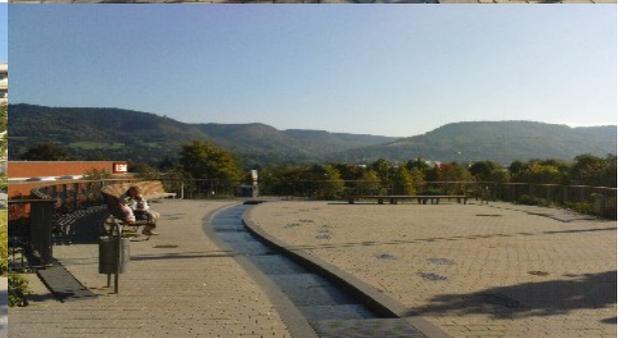


²⁰ Vgl. Hannemann, Ch. (1996) : Die Platte - Industrialisierter Wohnungsbau in der DDR. Braunschweig/Wiesbaden.

Stadtplanung in Jena war nicht die großflächige Sanierung sondern die Differenzierung des monotone Plattenbaugebietes. Die Konzentration der Fördermittel erfolgte zunächst auf den Bereich entlang der zentralen Achse mit einer Fußgängerzone und einer Ladenzeile. Das als 'Wasserachse' bezeichnete Gebiet sollte als Zentrum von Winzerla ausgebaut und bereits vorhandene Elemente in die Gesamtplanung einbezogen werden. Von 2000 bis 2009 wurde die Wasserachse in mehreren Abschnitten ausgebaut. (vgl. Abb. 3 für einen Überblick über das Wohngebiet) Verbindenden Charakter hat das Thema Wasser, dass sich durch alle Abschnitte zieht. Der neu gestaltete öffentliche Raum ist ein Versuch Aufenthaltsqualität für verschiedene Altersgruppen zu produzieren. Mit der Einbeziehung von Kunstobjekten wie der Sibylle und dem Flößerbrunnen wurde versucht, Objekte der Identifikation mit dem Stadtteil zu schaffen. Der Stadtbalkon als eine der umfangreichsten Investitionsmaßnahmen stellt ebenfalls einen Bezugspunkt für die Menschen im Stadtteil dar. Die Vorschläge wurden im Rahmen eines Workshops vor Ort erarbeitet.



Fotos von oben nach unten: Übergang in die Natur; Sibylle; Baumsaal; Wasserlauf mit Landschaftsgestaltung; Stadtbalkon; Blick nach Westen mit Flößerbrunnen; Quelle: Eigene Bilder



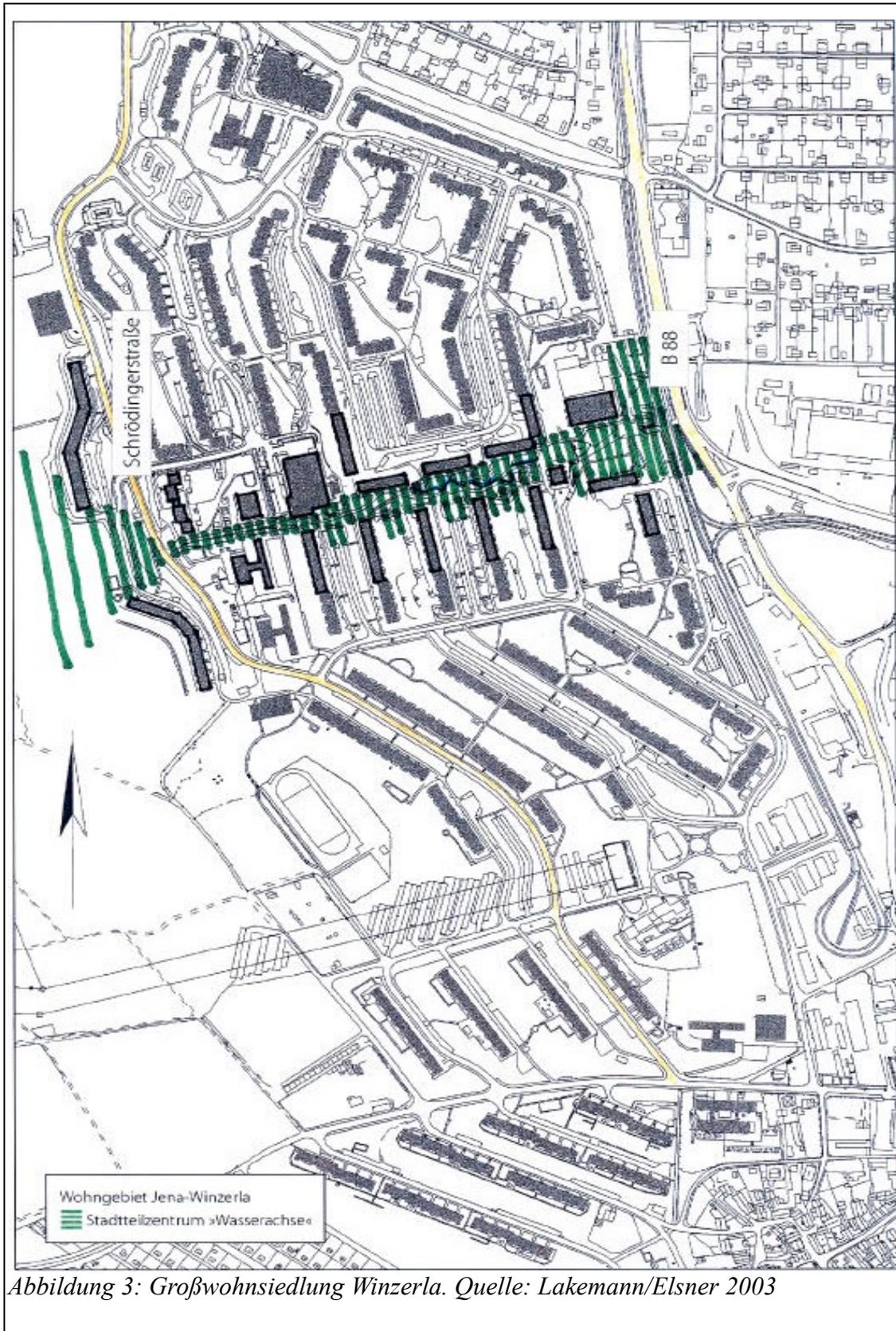


Abbildung 3: Großwohnsiedlung Winzerla. Quelle: Lakemann/Elsner 2003

Neben den Planung der Stadt Jena ist Winzerla auch durch Maßnahmen der Umfeldgestaltung und Wohnungssanierung durch die zwei größten ansässigen Wohnungsbaugesellschaften beeinflusst. Die WG Carl Zeiss hat in einem Modellprojekt die monotone Struktur der langen Zeilenbauten in der Ernst Zielinsky Straße durch den Rückbau einzelner Hauseingänge aufgebrochen. Zudem wurden an einzelnen Objekte Fahrstühle angebaut um den Ansprüchen der älter werdenden Bevölkerung gerecht zu werden.

Fassadengestaltung und der Bau von Spielplätzen sind ebenfalls Aspekte der baulichen Umgestaltung in Winzerla. Das nächste Projekt, welches sich seit längerem in Planung befindet, ist die Umgestaltung des Quartiers um die Wasserachse durch die beiden Wohnungsunternehmen jenawohnen und WG Carl Zeiss. Laut Rahmenplan der Stadt Jena soll ein millieuspezifisches Quartier mit individuellen Wohnungsgrundrissen entstehen.

Die Strategie von jenawohnen, des ehemaligen städtischen Wohnungsunternehmens, richtet sich im Allgemeinen eher auf die Erhaltung von günstigen Mieten. Dies ist eine Reaktion auf den erhöhten Bedarf an günstigem Wohnraum der sich aus einer Veränderung der Bewohnerstruktur und im größerem Maßstab aus dem Wandel der Wirtschaftsstrukturen ergibt.



*gestalteter Fassade; Spielplatz vor dem Haus; Haus mit älterer Fassade, Ladenstraße an der Wasserachse.
Quelle: Eigene Bilder*

Die aktuellen Stärken und Schwächen von Winzerla werden durch das 2009 verabschiedete integrierte Handlungskonzept für Winzerla zusammenfassend wie folgt charakterisiert. Stärken sind die Nähe zum Zentrum, welches zudem sehr gut durch öffentliche Verkehrsmittel erreichbar ist. Die Nähe zum Naturraum und die Wasserachse stellen einen weiteren Vorteil der Siedlung dar. Die angesprochene monotone Bebauung hat durch die niedrigeren Höhen einen relativen Vorteil zu anderen Großwohnsiedlungen. Die Hanglage von Winzerla wird als Potential für weitere Gestaltungen betont und als Auflockerung der standardisierten Gebäudehöhen bewertet. Nicht zuletzt wird die gute Ausstattung mit Infrastruktureinrichtungen im Handels-, Freizeit- und Bildungsbereich hervorgehoben.

Als Schwäche wird vor allem das schlechte Image des Stadtteils genannt. Der reale Kern dieses negativen Bildes wird in der für Großwohnsiedlungen typischen, monotonen Struktur und fehlender Urbanität und der teilweise dichten Bebauung gesehen.

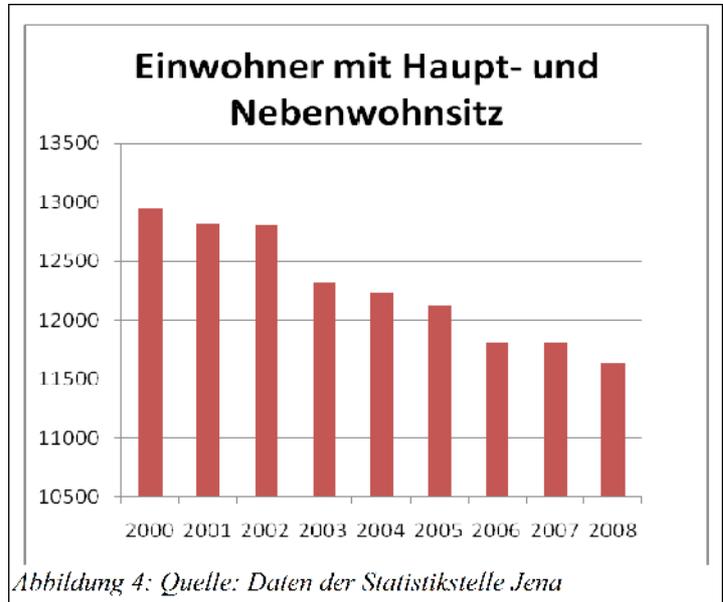


Fotos von oben nach unten: Wasserachse und moderne Schule; kurze Wege in die Natur; Hanglage in Winzerla; dichte Bebauung im nördlichen Bereich der Siedlung, Quelle: Eigene Bilder

Neben den baulichen Charakteristika ist auch die soziale Struktur für das Verständnis von Winzerla relevant. Im Folgenden wird deshalb die Sozialstruktur von Winzerla näher dargestellt.

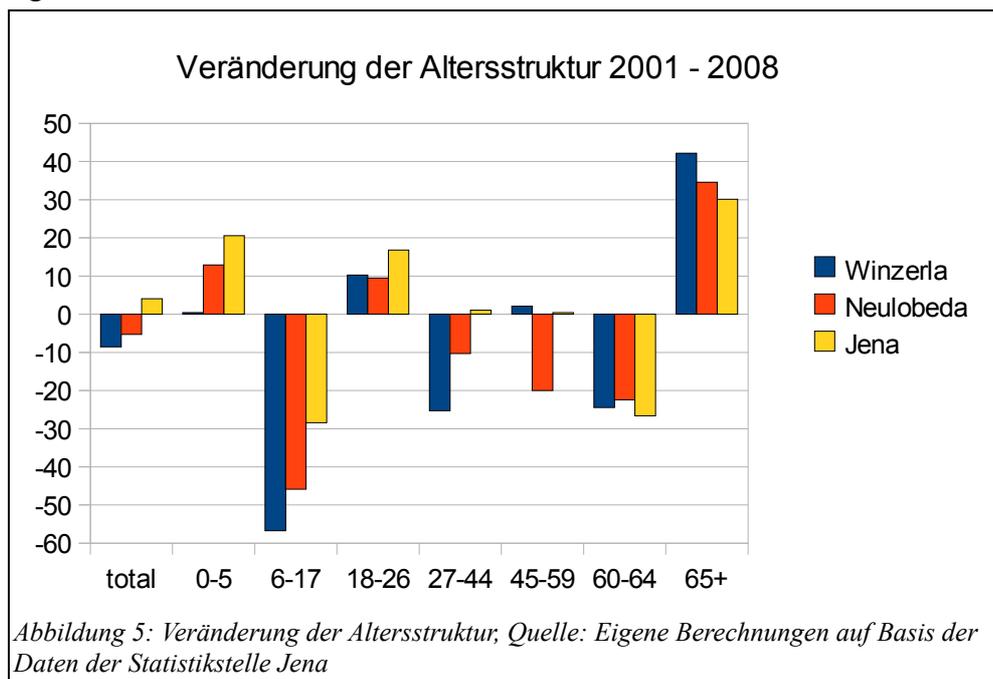
Auch in Jena kam es nach der politischen Wende durch den Transformationsprozess in den neuen Bundesländern zu gravierenden Veränderung. Neben anderen Betrieben wurde auch der mit 35.000 Beschäftigten größte Arbeitgeber, das Kombinat Carl Zeiss umstrukturiert. Dies führte zu vielen Entlassungen und zur Veränderung der Bewohnerstruktur der Großwohnsiedlungen Lobeda und Winzerla.

Der statistische Bezirk Winzerla hatte am 31.12.2008 11.643 Einwohner. Im Jahr 2000 waren es 12.941 Einwohner. Dies ergibt einen Bevölkerungsrückgang von 10 Prozent (vgl. Abb. 4). Bezogen auf das Jahr 1995 verringerte sich die Bevölkerung um 23,4 Prozent. Im Ortsteil Neulobeda betrug der Rückgang in diesem Zeitraum 29,3 Prozent, während die Bevölkerungszahl in Jena relativ konstant blieb.



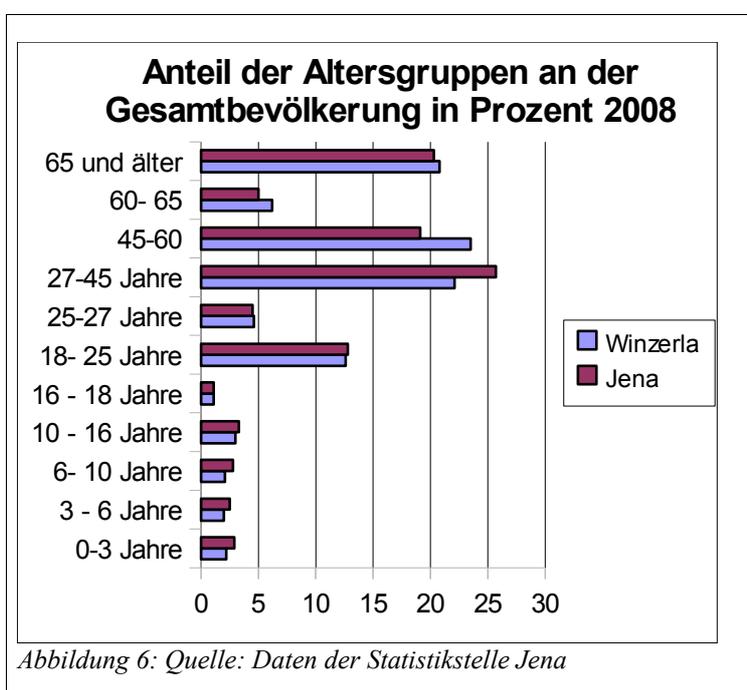
Der Rückgang der Bevölkerung verteilt

sich nicht gleichmäßig auf die Altersgruppen. Während der Bevölkerungsverlust sich in den Altersgruppen der 6-17 jährigen und 27 bis 45 jährigen zeigt (vgl. Abb. 5), ist vor allem bei der Gruppe der über 65 jährigen ein Wachstum von 40 Prozent zu verzeichnen. Eine ebenfalls wachsende Gruppe sind die 18-26 jährigen. Besonders deutlich wird der Anstieg bei der Gruppe der 25 bis 26 jährigen mit einem Wachstum von über 50 Prozent.



Bei der Interpretation des Rückgangs in der Gruppe der 6-17 jährigen ist, wie auch der Sozialbericht Jena argumentiert, der Geburtenrückgang in Ostdeutschland nach der Wende als Hauptursache anzusehen.²¹ Dieser Geburtenrückgang fand seinen Höhepunkt in Ostdeutschland 1994.²² Der Bevölkerungsverlust in der Gruppe der 27-45 jährigen ist hingegen eher auf Wanderungsverluste zurückzuführen.²³ Die Sozialraumanalyse geht davon aus, dass vor allem Familien das Wohngebiet verlassen haben.²⁴ Die gestiegene Zahl der über 65 jährigen ist der Durchalterung der Bevölkerung geschuldet. Im Vergleich zu Jena ist der Anstieg in Winzerla stärker als im Jenaer Durchschnitt. Der Zuwachs und auch der relativ hohe Anteil der 18-25 jährigen ist auf die Zunahme von Studenten in Winzerla zurückzuführen, die in Winzerla günstige Wohnungen mit guter Anbindung an das Zentrum finden.

Die Querschnittsdaten für das Jahr 2008 der Altersverteilung der Einwohner mit Hauptwohnsitz in Winzerla und Jena sind in Abbildung 6 dargestellt. Unterschiede vom Jenaer Durchschnitt fallen vor allem bei der Gruppe der 27-45 jährigen und den 45-60 jährigen auf. Der Anteil der über 45 jährigen ist in Winzerla höher als im Durchschnitt des gesamten Stadtgebiets.



Die natürliche Bevölkerungsbewegung ausgedrückt im Saldo von Geburten und Sterbefällen ist laut dem Sozial-

bericht Jena von 2002 bis 2007 für den Planungsraum Winzerla negativ, d.h. es gab mehr Todesfälle als Geburten. Durch die natürliche Bevölkerungsbewegung hat der Planungsraum Winzerla in diesem Zeitraum knapp 1,9 Prozent verloren. Während Winzerla an Bevölkerung verlor ist der Saldo in Jena relativ ausgeglichen.

Durch innerstädtische Wanderung hat Winzerla seit 2002 per Saldo 640 Einwohner oder bezogen auf 2002 5,5 Prozent der Bevölkerung an andere Stadtteile Jenas verloren. Lobeda und Winzerla sind die beiden Stadtteile die seit 2002 als einzige eine kontinuierliche Abwanderung in andere Stadtteile Jenas zu verzeichnen haben.

21 Lakemann,U. (2008) : Sozialbericht der Stadt Jena 2002 bis 2007. Jena.

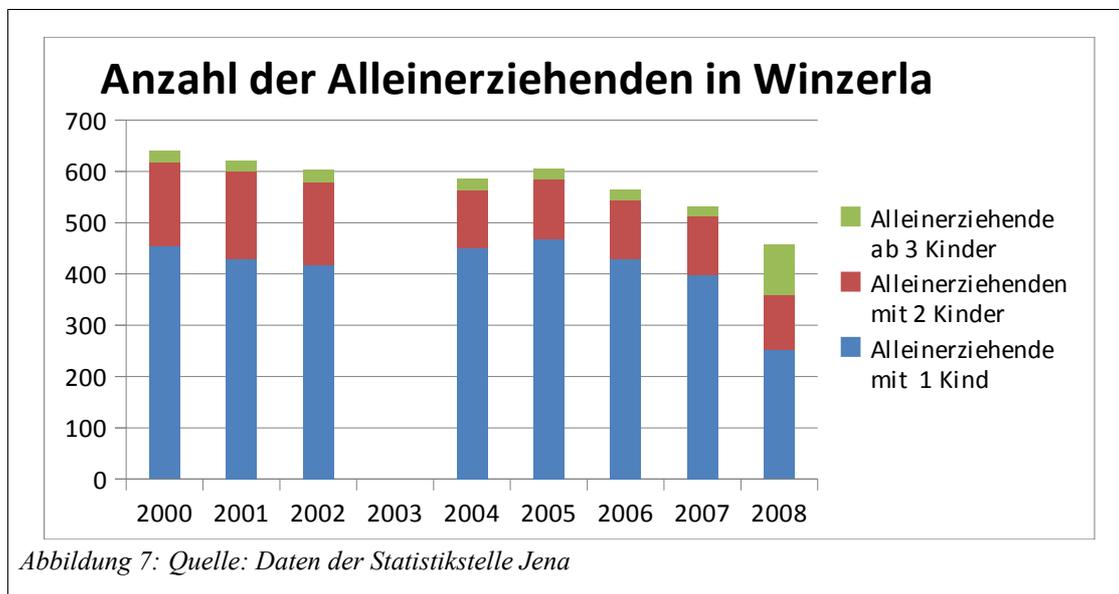
22 vgl. dazu Quartalsbericht Jena IV 2008,S. 26

23 Ebd.,S. 29

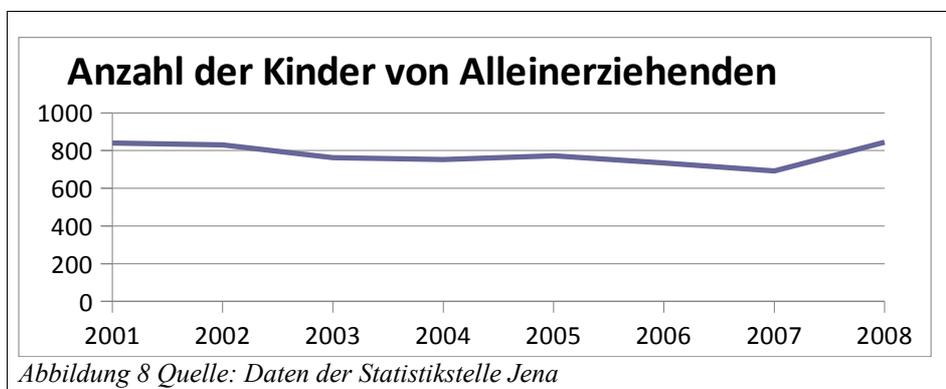
24 Vgl. Lakemann,U./Elsner,A. (2003) : Stadtteilanalyse Jena-Winzerla. Jena.

Der Anteil von Ausländern an der Bevölkerung in Winzerla liegt relativ konstant bei 2 Prozent und liegt damit unter dem Durchschnitt Jenas der von 3 Prozent im Jahr 2000 auf 4 Prozent im Jahr 2008 gestiegen ist.

Bei der Betrachtung der statistischen Angaben zur Anzahl von Alleinerziehende für Jena und Winzerla muss beachtet werden, dass es sich um Schätzungen handelt. Die Zahl der Alleinerziehenden wird dabei systematisch überschätzt, da laut Angaben der Statistikstelle Jena in bestimmten Fällen auch unverheiratete Paare mit Kindern als Alleinerziehende gezählt werden. Die Zahl der Alleinerziehenden ist in Winzerla von 2000 bis 2008 gesunken (vgl. Abb. 7). Alleinerziehende sind in der Mehrzahl der Fälle Frauen. Der Anteil an allen Haushalten ist von 11,4 Prozent auf 7,2 Prozent gesunken und hat sich damit an den Durchschnitt von Jena (7 %) angenähert.



Auffällig in Winzerla ist, dass die Zahl der Kinder, die von Alleinerziehenden betreut werden 2008 stark angestiegen ist (vgl. Abb. 8). Dies hängt mit der hohen Zahl von Alleinerziehenden mit drei und mehr Kindern in diesem Jahr zusammen.



Die Familienstrukturen in Winzerla im Jahr 2008 sind zudem durch eine geringe Zahl von Paaren mit Kindern gekennzeichnet. Der Anteil dieser Gruppe sank von 5,9 Prozent in 2007 auf 1,4 Prozent in 2008. Im Vergleich zum Durchschnitt von 8,3 Prozent in Jena ist dies ein sehr auffälliger Wert. Der Anteil der geschiedenen Einwohner Winzerlas hat sich seit 2000 um 2,5 Prozentpunkte erhöht und liegt mit 11,5 Prozent im Jahr 2008 deutlich über dem Durchschnitt von Jena (7,8 %).

Die Zahl der Eheschließungen pro 1000 Einwohner im Planungsraum Winzerla ist im Zeitraum 2002 bis 2007 relativ konstant bei fünf bis sechs und unterscheidet sich nur geringfügig vom Durchschnitt Jenas. Die Zahl der Scheidungen pro 1000 Einwohner ist geringer als die der Eheschließungen. Eine Ausnahme ist das Jahr 2003, hier standen 4,8 Scheidungen pro 1000 Einwohner 4,4 Eheschließungen gegenüber.²⁵

Die Anzahl der Hilfen zur Erziehung ist ein Indikator für die Qualität der Familienstrukturen. Es ist festzustellen, dass die absolute Zahl der Fälle und ebenso der Anteil an der Altersgruppe der unter 21-jährigen in Winzerla von 2005 bis 2007 gesunken ist. Gleichfalls liegt dieser Anteil noch über dem Durchschnitt Jenas und über den Werten von 2004 (vgl. Tab. 4).

2004			2005			2006			2007		
Zahl	%	Ø									
127	4,6	3,4	136	5,1	3,5	123	5,1	3,5	116	4,9	3,7

Tabelle 4 Hilfen zur Erziehung für Personen unter 21 Jahre,
Quelle: Eigene Berechnung auf Basis der Daten der Statistikstelle Jena

Die Entwicklung der Familienstrukturen hängt eng mit der Entwicklung der Haushaltsstrukturen zusammen. Die Zahl der Einpersonenhaushalte ist gestiegen und bildete 2008 circa die Hälfte aller Haushalte, während es 2003 nur 38,2 Prozent waren. Bei den Zweipersonenhaushalten gab es nur minimale Veränderungen von 2003 bis 2008. Die Zahl der Familien mit Kindern hat sich von 9,7 Prozent der Haushalte auf 5,3 Prozent reduziert, das heißt es gibt 2009 noch halb so viele Familien mit Kindern im Vergleich zu 2003. Eine ungewöhnliche Steigerung haben die Fünfpersonenhaushalte erfahren.

Die Zahl der Arbeitslosen in Winzerla hat sich seit 2003 verringert. (vgl. Abb.9) Der Anteil der Arbeitslosen an den 18 bis 59 jährigen liegt jedoch über dem Jenaer Durchschnitt.

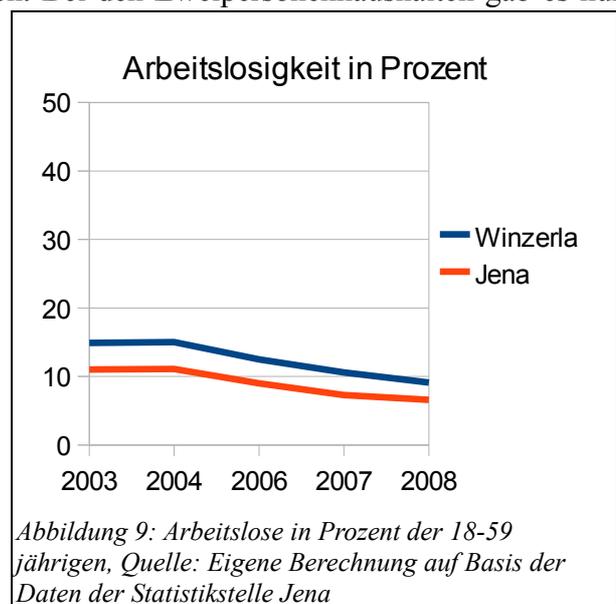
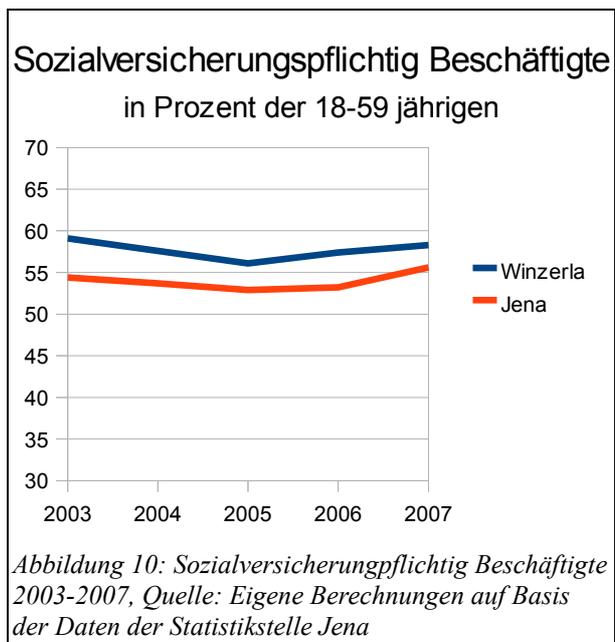


Abbildung 9: Arbeitslose in Prozent der 18-59 jährigen, Quelle: Eigene Berechnung auf Basis der Daten der Statistikstelle Jena

25 Lakemann 2008 a.a.O., 43 ff.

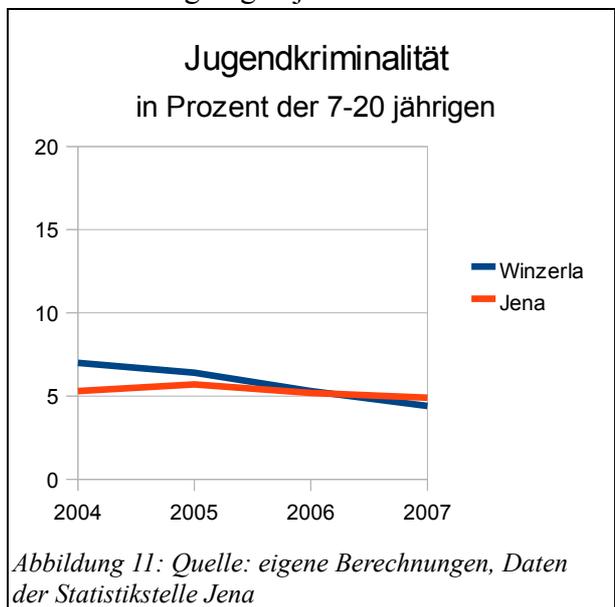
Der Anteil der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten an der Bevölkerung zwischen 18 und 59 Jahren liegt durchgehend über dem Durchschnitt Jena (vgl. Abb. 10). Für die Gruppe der unter 25 jährigen gilt dies mit einem noch größeren Unterschied.

Die Gruppe der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten besteht in den Jahren 2002 bis 2004 zu ca. einem Drittel aus Arbeitern und zu zwei Dritteln aus Angestellten. Der Sozialbericht Jena kommt für den Planungsraum Winzerla weiterhin zu dem Ergebnis, dass im Vergleich zu allen



Planungsräumen in Jena der Anteil der Arbeiter an der Bevölkerung in Winzerla in den Jahren 2003 und 2004 am größten ist. Zudem ist der Anteil der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten unter 25 an allen sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in Winzerla am größten. Dieses positive Signal wird jedoch durch die höhere Jugendarbeitslosigkeit im Planungsraum Winzerla relativiert. Eine mögliche Erklärung wäre die höhere Zahl der in Ausbildung befindlichen 18-24 jährigen im Gesamtdurchschnitt verglichen mit Winzerla. Daten zur Ausbildung liegen jedoch nicht vor.

Die Jugendkriminalität als ein Indikator für Integrationsfähigkeit in der Stadt beziehungsweise im Stadtteil hat sich von einem relativ hohen Niveau im Planungsraum Winzerla im Jahr 2004 (7 %) bis 2007 (4,4 %) stark reduziert. Damit lag der Wert 2007 unter dem Durchschnitt von Jena (vgl. Abb. 11). Mit Blick auf die Art der Delikte ist festzustellen, dass der Verstoß gegen das Betäubungsmittelgesetz zu den Häufigsten gehört. Jedoch ist die Anzahl dieser Straftaten pro 1000 Einwohner in Winzerla am geringsten.²⁶



Die städtebauliche und soziale Situation in Winzerla hat dazu geführt, dass der Stadtteil im Jahr 2003 in das Programm Soziale Stadt aufgenommen wurde. Es ist deutlich geworden, dass in Winzerla zwar Probleme städtebaulicher Art vorhanden sind, die Probleme jedoch im Vergleich zu anderen Gebieten relativ gering sind. Der geringe Leerstand ist ein Indiz für das Funktionieren von

26 Lakemann 2008 a.a.O., S. 274

Winzerla. So wird in den Arbeitsblättern zum Stadtumbau in Thüringen auch festgestellt, dass die Investitionen in den Stadtteil eher präventiven Charakter haben.²⁷ Vor allem das negative Image stellt eine potentielle Gefahr bei sich entspannender Wohnungsmarktlage dar. Die angestammte älter werdende Bevölkerung fühlt sich wohl im Stadtteil. Doch die Frage bleibt, wie sich die Erneuerung im Stadtteil gestaltet. Zur Zeit sind es vor allem Studenten, die frei werdende Wohnungen belegen. Doch diese bleiben nur in wenigen Fällen in der Stadt. Junge Familien, für die der Stadtteil ursprünglich eine Heimat war, werden weniger. Zum Teil wegen nicht optimaler Grundrisse der Wohnungen, aber nicht zuletzt auch wegen des schlechten Images von Winzerla ziehen wenige jungen Familien in das Wohngebiet. Im folgenden Kapitel wird zunächst theoretisch die vielfältige Bedeutung des Begriffs Image geklärt. Danach wird auf die Ergebnisse der Befragung zum Thema Image von Winzerla eingegangen. Anschließend wird untersucht welchen Einfluss das Programm Soziale Stadt auf das Image von Winzerla hat.

27 Zander,S. (2004) : Jena Winzerla – Stadtumbau als Prävention am Beispiel des Quartiers „Wasserachse“. In: Thüringer Ministerium für Bau und Verkehr (Hg.) : Stadtumbau in Thüringen am Beispiel der Stadt Jena. Arbeitsblätter für die Städtebauförderung Nr. 12. Zwickau. S. 54-60. hier S. 54

4. Der Imagebegriff

Ganz allgemein kann man sagen, dass das Image ein Phänomen ist, dass durch die Wahrnehmung und Bewertung von bestimmten Objekten entsteht. Diese Objekte können Personen oder Dinge sein. Auch eine Stadt oder ein Stadtteil kann ein Image haben. Der Begriff Image hat verschiedene Bedeutungen. Im Englischen sind mit Image sowohl räumliche Ausprägungen als auch mentale Konstrukte gemeint, im Deutschen nur die mentale Ebene, der Ruf einer Stadt.²⁸ Es ist jedoch davon auszugehen, dass auch die bauliche Struktur auf den Ruf einer Stadt wirkt.

Die mentale Repräsentation der Stadt ist der Gegenstand meines Interesses. Im Alltag begegnet uns das Image meist in Form einer Diskussion um ökonomische Verwertbarkeit. Imagekampagnen werden vor allem von größeren Städten genutzt, um ein vermeintlich negatives Image zu verändern oder um allgemein ihr Image zu verbessern. Dadurch erhoffen sie sich auf verschiedenen Ebenen einen Vorteil vor anderen Städten zu verschaffen. Dieser Wettbewerb wird teilweise auch in kleineren Städten vollzogen, um mehr Touristen, Unternehmen oder in seltenen Fällen auch Bewohner anzulocken.

Das Image eines Stadtteils wird durch viele Faktoren beeinflusst. Es kann durch bauliche Strukturen geprägt werden. Aber auch die Sozialstruktur in einem Gebiet trägt zur Imagebildung bei. Nicht zuletzt ist die Geschichte eines Stadtteils von Bedeutung. Jordan macht deutlich, dass das Image ein Produkt des Diskurses über einen Ort ist.²⁹ Auch wenn sie das Beispiel eines neu geplanten Stadtteils gewählt hat, so ist doch nachvollziehbar wie der Diskurs sich bei der Bewertung des Stadtteils zu einem späteren Zeitpunkt auf das Image auswirkt.

Der Imagebegriff ist jedoch noch vielfältiger. So gibt es eine breite wissenschaftliche Diskussion über die Lesbarkeit von Städten, aus der sich die Thematik der kognitiven Karten entwickelt hat. Der Begriff wurde in der Psychologie von Tolman (1948)³⁰ geprägt. Aber erst im Anschluss an den Stadtplaner Lynch (1960)³¹ begann die intensive Beschäftigung mit dem Forschungsfeld.³² Während die Stoßrichtung der Auseinandersetzung mit kognitiven Karten hauptsächlich, jedoch nicht ausschließlich, raumbezogen war, ging die soziologische und sozialpsychologische Forschung mehr der bedeutungsbezogenen Repräsentation der Stadt nach.

Neben dem Begriff Image werden auch weitere Begriffe in ähnlichen Zusammenhängen verwendet.

28 Vgl. Steinführer, A. (2005): Binnen- und Außenimage von Johanngeorgenstadt aus soziologischer Perspektive. Onlineresource : <http://www.ufz.de/data/ufz-bericht-02-041103.pdf> [05.10.2010]

29 Vgl. Jordan, A. (2008): Ein neues Stück Paris. Onlineresource: <http://e-pub.uni-weimar.de/volltexte/2009/1492/> [06.10.2010]

30 Tolman, E.C. (1948) : Cognitive maps in rats and men. Psychological review 55, S. 189-208.

31 Vgl. Lynch, K. (1960) : The image of the city. Cambridge.

32 Vgl. Downs, R.M./ Stea, D. (1982) : Kognitive Karten. Die Welt in unseren Köpfen. New York.

In der Psychologie, genauer der Umweltpsychologie, wird oft der Begriff Raumwahrnehmung benutzt. „Symbolische Ortsbezogenheit“ wird bei dem Soziologen Treinen verwendet.³³ Räumliche Identität bei Weichhart ist ein umfassenderes Konstrukt, dass sowohl die Identität von Räumen im Sinne des hier verwendeten Imagebegriffs als auch die Identifizierung mit Orten einschließt.³⁴ Ipsen spricht von „Raumbildern“.³⁵ Bourdieu betrachtet den Raum als Abbild der Ressourcenverteilung in der Gesellschaft. Er beschreibt den „angeeignetem physischen Raum“, in dem sich der „soziale Raum“ widerspiegelt.³⁶ Löw diskutiert in ihrer Raumsoziologie „Atmosphären, [...] die in der Wahrnehmung realisierte Außenwirkungen sozialer Güter und Menschen in ihrer räumlichen (An)Ordnung“³⁷ sind.

Das Image eines Ortes geht demnach über objektive Kriterien, wie die Dichte der Bebauung oder die Dichte der Bevölkerung hinaus. Um den Imagebegriff bezogen auf Stadtteile im Programm Soziale Stadt zu schärfen, will ich im Folgenden versuchen, die unterschiedlichen Zugänge auf ihre Nutzbarkeit im Rahmen des Handlungsfeldes Image und Öffentlichkeitsarbeit des Programms Soziale Stadt zu untersuchen. Zunächst werden die Ansätze in den einzelnen Wissenschaftszweigen vorgestellt. Begonnen wird mit einem Gebiet, dass sehr intensiv erforscht wurde. Die mental map Forschung gilt als eines der elaboriertesten Zweige der Imageforschung bezüglich von Räumen.

4.1 Stadtteilimage in der Stadtplanung – Die Lesbarkeit der Stadt

Lynch 1960 gilt als Vorreiter der cognitive map oder mental map Forschung.³⁸ In seinem Buch „The Image of the city“ entspricht das Image der visuellen Wiedererkennbarkeit, der Lesbarkeit „legibility“ und „imageability“, der Stadt. Er fokussiert auf die Abhängigkeit des kognitiven Bildes von räumlichen Strukturen. Landmarks, paths, nodes, edges, districts sind dabei die Richtgrößen an denen sich Beobachter orientieren. „Paths“ sind Mobilitätslinien entlang derer sich Menschen bewegen. Die Kreuzungspunkte von diesen Wegen sind „nodes“. Sie stellen Plätze dar an denen sich das Leben der Stadt konzentriert. Der Begriff „landmark“ steht für besonders eindrucksvolle Gebäude oder andere architektonische bzw. künstlerische Objekte. „Districts“ sind Gebiete mit einem einheitlichen Charakter. Es können Stadtteile sein aber auch nach ihrer Nutzung differenzierte Gebiete. „Edges“ sind ähnlich wie „paths“ linear haben jedoch die Eigenschaft

33 Treinen, H. (1965) : Symbolische Ortsbezogenheit. IN: Kölner Zeitschrift für Soziologie. Jg. 17. S.73-97.

34 Vgl. Weichhart, P. (1990) : Raumbezogene Identität : Bausteine zu einer Theorie räumlich-sozialer Kognition und Identifikation. Stuttgart.

35 Vgl. Ipsen, D. (1997): Raumbilder. Kultur und Ökonomie räumlicher Entwicklung. Pfaffenweiler.

36 Bourdieu, P. (1991) : Physischer, sozialer und angeeigneter physischer Raum. IN: Wentz, M. (Hg.) : Stadt-Räume. Frankfurt am Main. S.25-34.

37 Löw, M. (2001): Raumsoziologie. Frankfurt am Main. S. 205

38 Vgl. Lynch 1960 a.a.O.

Gebiete zu trennen statt zu verbinden.

In erster Linie erforscht Lynch mit seinem Ansatz die Art und Weise, wie Menschen sich in ihrer Umwelt zurecht finden. Krupat spricht von einer „mobility function“.³⁹ Darüber hinaus sieht Lynch die kognitive Karte auch als Medium in dem Informationen über die Stadt gespeichert werden können. Als dritten Aspekt des Images einer Stadt sieht Lynch die emotionale Stabilität, das „gute Gefühl“, das aus einer strukturierten Umwelt resultiert. Er geht auch auf die symbolische Dimension des Imagebegriffs ein, führt dies aber nicht weiter aus.⁴⁰

Probleme treten bei der Erfassung dieser kognitiven Karten auf, da die graphische Darstellung der Karten oft an den Fähigkeiten der Befragten hängt. Darüber hinaus wird die Frage gestellt, ob die mentale Repräsentation des Raumes überhaupt in Form von geographischen Karten erfolgt und ob nicht vielmehr subjektive Konstrukte, Ereignisse und Symbole den Raum strukturieren.⁴¹

Image in der Stadtplanung und Architektur wird oft mit baulichen Strukturen der Stadt und deren Wahrnehmung in Beziehung gesetzt. Definitionen wie „The image we build about a city is made by what we see and by what we understand, by the reality and by the imagination.“⁴² oder „The image of the city is defined, amongst other things, by the city's public space, its streets and its open places.“⁴³ deuten darauf hin, dass die Orientierung in der gebauten Umwelt und ihre psychologische Wirkung von besonderer Bedeutung ist.

Neuere Ansätze gehen vom Image als einem diskursiv erzeugtes Konstrukt aus. Aus dieser Perspektive wird der Aspekt betont, dass das Image von gesellschaftlichen Raumbildern geprägt ist. Diese Wertvorstellungen werden über Kommunikation vermittelt. Das Image wird demnach schon während der Planung von Häusern oder Stadtteilen durch das Sprechen über und das Bezug nehmen auf bereits existierendes geformt. Jordan⁴⁴ zeigt am Beispiel vom Stadtteil Rive Gauche in Paris, wie sich das Image im Planungsprozess des Stadtteils geformt hat. Sie führt aus, wie die Kommunikation der lokalen Akteure andere Stadtteile, die einem bestimmten gesellschaftlichen Raumbild entsprechen, als Referenz benutzt.

39 Krupat,E. (1985) : People in cities: the urban environment and its effects. Cambridge. S. 70

40 Vgl. Lynch 1960 a.a.O.

41 Für eine ausführliche Diskussion von kognitiven Karten vgl. Kitchin, R.M. (1994) Cognitive Maps: What are they and why study them? In: Journal of environmental psychology 14. S.1-19.

42 Fadigas,L. (2004) Images, Memory and urban regeneration. In. Eckardt,F./Kreisl, P. (Hg.) City images and urban regeneration. The european city in transition.Band 3. Frankfurt am Main. S 143-152 . S.143

43 Psenner,A. (2004) : The production of urban space. A field study on visual perception of architectural space. In. Eckardt,F./Kreisl,P.(Hg.) ebd. S. 189- 210. S 189

44 Vgl. Jordan 2008 a.a.O.

4.2 Image in der Geographie – Identität, Image und Raum

In der geographischen Imageforschung gibt es zwei Richtungen. Zum einen erfolgt auch hier eine Auseinandersetzung mit mental maps, mit denen der Wahrnehmung des physischen Raums nachgegangen wird und zum anderen wird Raum als ein über die materielle Struktur hinausweisendes Symbol betrachtet. Bei letzterem wird das Image aus wahrnehmungsgeographischer Perspektive als die immaterielle, symbolische Dimension eines Ortes begriffen.⁴⁵

Als Beispiel für die Bearbeitung des Themas Image aus der eher immateriellen Perspektive sei hier die Arbeit von Weichhart vorgestellt.⁴⁶ Weichhart verwendet den Begriff der raumbezogenen Identität. In Anlehnung an Graumann⁴⁷ unterscheidet er in drei Grundformen der Identifikation. Identifikation I „identifying the environment“ meint die Wahrnehmung und Strukturierung der Umwelt durch Kategorisierungsprozesse. Identifikation II „Being identified“ beschreibt den Prozess der Klassifizierung aus der Subjektperspektive. Bezogen auf den Raum bedeutet dies zum Beispiel als Berliner oder Ostdeutscher wahrgenommen zu werden. Identifikation III „identifying with ones environment“ bezeichnet die Auseinandersetzung eines Individuums mit seiner Umwelt, die zu einer Verbindung von Ort und Person führt.⁴⁸ Raumbezogene Identität bezieht sich bei Weichhart „auf die kognitiv-emotionale Repräsentation von Raumausschnitten“. Dabei sind Stadtteile „Gegenstände alltagssprachlicher Erfahrung“. Sie werden im Sinne von Identifikation I „identifiziert, klassifiziert und als kognitives Konstrukt handhabbar.“⁴⁹ Darüber hinaus haben Raumkonzepte auch eine konnotative Komponente. Dies sind Wertzuschreibungen und Emotionen, die mit den entsprechenden Orten verbunden werden. Auch ohne direkten Kontakt kann laut Weichhart ein Ruf als hässlicher oder benachteiligter Stadtteil entstehen.

Der eben beschriebene Zusammenhang macht jedoch nur einen Teil des Begriffs raumbezogene Identität aus. Eine zweite wichtige Bedeutung ist die Verarbeitung dieser Raumwahrnehmung in einem Selbstkonzept. Weichhart macht deutlich, dass diese beiden Bedeutungen eng miteinander verknüpft sind und es nur eine Frage des Perspektivenwechsels zwischen Image und Identität ist.

45 Steinführer 2005 a.a.O., S.8 und Weichhart,P./ Weiske ,C. /Werlen ,B. (Hg.) (2006): Place identity und images : das Beispiel Eisenhüttenstadt. Wien.

46 Weichhart 1990 a.a.O. , auch Werlen mit seinem Entwurf zu alltäglichen Regionalisierungen betont die handlungsorientierte Konstruktion von Raum, Werlen,B. (1997) : Sozialgeographie alltäglicher Regionalisierung II: Globalisierung,Region, und Regionalisierung. Stuttgart.

47 Graumann, C.-F. (1983) : On multiple identities. In : International social science journal 35, 96, S. 309-321., vgl. auch Schneider, G. (1986) : Psychological Identity of and identification with urban neighbourhoods. IN: Frick (Hg.) : The quality of urban life. Berlin.S.203-218.

48 Vgl. Weichhart 1990 a.a.O., S. 16 ff., vgl. auch Proshansky, H.M./Fabian, A.K./Kaminoff,R. (1983) Place-Identity: Physical World Socialization of the Self. In: Journal of Environmental Psychology 3 S. 57-83. Proshansky geht in seinem Ansatz weiter und unterstellt eine generelle Verknüpfung zwischen Person und Umwelt. Neben verschiedenen Rollenidentitäten sieht er die Existenz einer ortsbezogenen Sub-Identität.

49 Weichhart 1990 a.a.O., S. 20

Auf das Verhältnis dieser beiden Perspektiven wird später noch einmal eingegangen. Hier steht jedoch das Image von Stadtteilen im Vordergrund, wie es mit dem Prozess der Identifikation I entsteht. Image ist nach Weichhart keine Eigenschaft des Stadtteils. Abgrenzung und Lage des Stadtteils sind weniger bestimmend als die zugewiesenen Attribute.

Auch in der Geographie gibt es die Forschungsrichtung, die sich mit Image als diskursiven Prozess beschäftigt. Weiske definiert Image als „Vorschläge an Kommunikations- und Verständigungsgemeinschaften, wie denn die Welt verstanden und gemacht werden kann.“⁵⁰ Das Image lebt in dieser Sichtweise von der Aktualisierung, der sie bildenden Einstellungen. Alltagsgespräche, Medienberichte und wissenschaftliche Auseinandersetzungen sind Beispiele, wie die Wertzuschreibungen ins Bewusstsein der Menschen gebracht werden. In dieser Weise wird das Image verstetigt, es kann so über einen längeren Zeitraum von Bedeutung sein.

Die Informationen werden in Gesprächen miteinander verknüpft und Formen so ein Bild des Imagegegenstands. Der Prozess der Imagebildung spielt sich somit medial vermittelt im Bewusstsein des Subjekts ab. Am Beispiel einer Imageanalyse von Chemnitz kommt Weiske zu dem Schluss, dass der Diskurs vor allem durch die Bürger geprägt wird.⁵¹ Dadurch ist das Image eher konservativ, da sich Veränderungen durch die Verankerung in einer breiten Maße der Bevölkerung nur schwierig durchsetzen lassen.

Die Wahrnehmung eines Stadtraums, wie die Informationsverarbeitung im Diskurs, ist durch die individuellen Kapazitäten der Menschen beschränkt. Die Forschung zur Umweltwahrnehmung hat sich auf dieses Gebiet spezialisiert und soll im Folgenden näher dargestellt werden.

4.3 Image in der Psychologie – Vom Individuum zum Kollektiv

Der Psychologe Franke definiert Image als „das unscharf abgegrenzte Gesamt der (bei einer Person) bei der wahrnehmungs- oder vorstellungsmäßigen Konfrontation mit einem Gegenstand aktualisierten psychischen Gehalte.“⁵² Trotz der Unschärfe des Begriffs, versucht er in seiner Studie das Image für den Stadtplaner zugänglich zu machen. Besonderer Wert wird auf die Tatsache gelegt, dass das Image auf einer jeweils „spezifischen persönlichen Reaktionsbasis“⁵³ aufbaut. Image muss rein methodisch deshalb immer vom Individuum aus betrachtet werden. Dennoch kann man von

50 Weiske,Ch. (2002) : Fiktive Verortungen als die Images der Stadt Chemnitz. IN: Hannemann,Ch./ Kabisch,S./ Weiske,Ch. (Hg.) : Neue Länder – Neue Sitten? Transformationsprozesse in Städten und Regionen Ostdeutschlands. Berlin. S. 231

51 Vgl. Ebd. , Im Gegensatz dazu sieht Jordan den Diskurs und damit die Imagebildung stark von Fachöffentlichkeit und Politik geprägt.

52 Franke 1974 Beiträge zur Anwendung der Psychologie auf den Städtebau. In: Zeitschrift für experimentelle und angewandte Psychologie 1974 Band XXI Heft 2 S. 181-225 S. 184

53 Ebd. S. 184

einem, von vielen Menschen geteilten, Image ausgehen, das die „übereinstimmenden Teile der relativ beharrenden Individual-Images“ darstellt.⁵⁴ Dieses „Kollektiv-Image“ wirft nach Franke die Frage auf, welches Kollektiv Ziel der Untersuchung ist. Ausschlaggebend bei dieser Überlegung ist der gemeinsame Erfahrungshorizont, definiert durch den funktionellen Bezug zur Stadt oder zum Stadtteil. Der funktionelle Bezug wiederum wird beeinflusst durch „zufällige“ Komponenten, soziale Erfordernisse, wie zum Beispiel berufliche Pflichten, oder die Persönlichkeitsstruktur.

Schneider unterscheidet bei seinem Zugang zur Imageforschung zwischen sachlich-funktionalen Aspekten, einer kognitiven, einer emotional-evaluativen und einer symbolischen Komponente.⁵⁵ Alle Faktoren wirken auf die interne Repräsentation der Umwelt mit der sich das Individuum sowohl orientieren kann als auch die Bedeutungen der Umwelt kategorisieren kann. Die Orientierung in der Umwelt ist eng mit der Forschung zu kognitiven Karten verknüpft. Die Bedeutung bezieht sich auf die Zusammenhänge die hier als Image thematisiert werden.⁵⁶ Eine Trennung zwischen Orientierung und Bedeutung ist jedoch in seiner Sichtweise nur analytisch möglich. Das Image eines Stadtteils oder einer Stadt wird, wie auch schon bei Lynch betont, von der Lesbarkeit der Strukturen beeinflusst. Die interne Repräsentation als Karte verweist auch immer auf einen Bedeutungsüberschuss in den materiellen Strukturen.

Die verschiedenen Aspekte des Images bei Schneider orientieren sich an der klassischen Auffassung von Einstellungen. Diese haben eine kognitive, eine emotionale und eine Verhaltenskomponente. Um dies zu verdeutlichen vollzieht Schneider am Beispiel einer Kirche diese Aspekte nach. Zunächst kann man die bauliche Substanz und die Funktion als religiöse Stätte festhalten. Die kognitive Komponente besteht darin, dass man weiß, dass in einer Kirche Hochzeiten unter Leitung eines Pfarrers zelebriert werden. Emotionale Aspekte des Bauwerks wären zum Beispiel die Ruhe, die das Bauwerk ausstrahlt. Die symbolische Komponente bezieht sich auf die religiöse Gemeinschaft für die dieses Gebäude steht. Alle Aspekte prägen das Image des Ortes. Nicht immer werden jedoch alle Komponente bewusst.

In der psychologischen Forschung zur Umweltwahrnehmung wird der Wahrnehmungsprozess genauer thematisiert. Wahrnehmung von Objekten und Wahrnehmung des Raums sind nicht zwingend den gleichen Bedingungen und Prozessen unterworfen. Die umfangreichen Erkenntnisse der Wahrnehmungspsychologie bilden jedoch das Fundament auf dem eine Umweltwahrnehmung aufbauen kann. Wesentlicher Unterschied zwischen Umwelt- und Objektwahrnehmung ist die Tatsache, dass das Individuum Teil der Umwelt ist, die es wahrnimmt.

54 Ebd. S. 186

55 Vgl. Schneider, G. (1990) : Image: Bedeutungsbezogene Umweltrepräsentation. IN: Kruse, L. / Graumann, C.-F./Lantermann, E.-D. (Hg.) : Ökologische Psychologie. München, S. 278-287.

56 Vgl. Schneider, G. (1990) : Methoden der Umweltrepräsentation. IN: Kruse et al. (Hg.) : Ökologische Psychologie. München, S. 218-231.

Einen wichtigen Beitrag zum Verständnis der Wahrnehmung von Umwelt und für Imagebildungsprozesse hat die Psychologie mit der Forschung zu Schemata, Stereotypen, Heuristiken und Einstellungen geleistet. Es können an dieser Stelle nicht alle Erkenntnisse der Sozialpsychologie erörtert werden⁵⁷, jedoch sollen einige wichtige Aspekte der menschlichen Wahrnehmung und Informationsverarbeitung festgehalten werden. Zunächst ist es bedeutsam, dass Menschen nicht die Komplexität der physischen wie sozialen Umwelt wahrnehmen können. Es handelt sich um Ausschnitte oder vereinfachte Repräsentationen der Umwelt. Diese Strukturen werden als Schemata bezeichnet. Diese kognitiven Strukturen beinhalten kategorisierte Informationen über Objekte oder Menschen sowie Erwartungen ihnen gegenüber. Diese Kategorien werden durch Schlüsselreize aktiviert. Beziehen sich diese Schemata auf bestimmte soziale Gruppen, so spricht man von einem Stereotyp. Stereotype können automatisch aktiviert unsere Urteilsbildung und unser Verhalten beeinflussen. Bei entsprechender Motivation und 'kognitiven Ressourcen' kann dieser Prozess jedoch bewusst gestaltet werden.⁵⁸ An dieser Stelle zieht Zimmermann Parallelen zum Image. Für ihn unterscheiden sich Stereotype und Images in ihren Bezugsgrößen. Im ersten Fall sind Personen Ziel der Kategorisierung und im zweiten Dinge.⁵⁹ Gemeinsam sind beiden ein bestimmter Grad an Verzerrung. Die psychologische Forschung auf diesem Gebiet wurde weiter entwickelt. Im Rahmen der Einstellungsforschung wurde festgestellt, dass mehrere Komponenten für die Bewertung von Objekten relevant sind.

Einen weiteren wichtigen Beitrag für die Imagebildung stellt die Erforschung von Einstellungen dar. Gegenstände von Einstellungen können alle Dinge sein, die man einer Bewertung unterziehen kann. In diesem Sinn können auch Stadtteile ein, wenn auch sehr komplexes, Objekt von Einstellungen sein. Eine Einstellung ist die „zusammenfassende Bewertung eines Einstellungsgegenstandes“⁶⁰. Diese Bewertung hat in einem allgemein anerkannten Modell von Eagly & Chaiken drei Komponenten, eine kognitive, eine affektive und eine Verhaltenskomponente.⁶¹ In der Wirtschaftswissenschaft wird dieser Einstellungsbegriff übernommen und synonym mit dem Imagebegriff verwendet. Die affektive Einstellungskomponente bezeichnet die Gefühle, die mit einem Einstellungsgegenstand im Allgemeinen und hier im speziellen Fall mit einem Ort verbunden sind. Wie die Gefühle konkret mit dem Ort verknüpft sind, ist Gegenstand einer Diskussion in der Psychologie. Eine Variante der Kopplung besteht nach Zajonc darin, dass mit steigender Anzahl von

57 Für eine Übersicht sozialer Wahrnehmungsprozesse vgl. Jonas, K./Stroebe, W./Hewstone, M. (Hg.) (2007) : Sozialpsychologie. 5. Auflage. Heidelberg.

58 Pendry, L. (2007) : Soziale Kognition. In: Jonas et al. (Hg.) Sozialpsychologie. 5. Auflage. Heidelberg. S. 111-146. hier S. 130

59 Zimmermann, K. (1975): Zur Imageplanung von Städten. Köln.

60 Haddock, G./Maio, G.R. (2007) : Einstellungen: Inhalt, Struktur und Funktion. In: Jonas et al. (Hg.) : Sozialpsychologie. 5. Auflage. Heidelberg. S. 187-224. hier S. 190

61 Eagly, A.H./Chaiken, S. (1993) The psychology of attitudes. Fort Worth, TX.

Kontakten d.h. mit zunehmender Bekanntheit die Einstellung gegenüber einem Gegenstand positiver ist.⁶² Kognitionen sind die Gesamtheit des Wissens von einem Objekt oder Subjekt. Allgemein wird dieses Wissen in Schemata im Gehirn gespeichert. In Form von positiven oder negativen Stereotypen beeinflussen sie unsere Einstellungen zu Objekten. Die Verhaltenskomponente besagt schließlich, dass mit dem Gegenstand assoziierte Handlungen unsere Einstellungen prägen. Im Fall des Stadtteils werde man mit hoher Wahrscheinlichkeit einen Ort meiden, den man zu einem früheren Zeitpunkt bereits bewusst gemieden habe.

Wie beschrieben besteht das Modell aus drei Komponenten. Die verschiedenen Wahrnehmungsebenen müssen nicht zwingend zu dem selben Ergebnis führen. Dadurch kann eine Ambivalenz zwischen den positiven und negativen Elementen auftreten. Insbesondere bei komplexen Strukturen wie Stadtteilen ist diese Ambivalenz zu erwarten. Zum einen können Einstellungen gegenüber den verschiedenen Funktionen und Infrastrukturen des Stadtteil variieren, zum anderen ist es auch möglich, dass die Einstellung gegenüber einer Funktion beispielsweise dem Wohnen unterschiedlich ist. Auf der einen Seite stehen die günstigen Mieten und auf der anderen Seite die nicht optimalen Grundrisse.

Trotz dieser Konflikte erleichtern Einstellungen das tägliche Leben. Die Orientierung fällt durch die Zusammenfassung von positiven und negativen Eigenschaften leichter. Einstellungen dienen aber auch der Abgrenzung von anderen oder auch zur Identifizierung mit Anderen.

Die Erkenntnisse der Psychologie wurden weitestgehend von der Konsumentenforschung in der Wirtschaftswissenschaft übernommen. Ziel der Beschäftigung mit Image aus ökonomischer Sicht ist die Herstellung von Wettbewerbsvorteilen durch Werbung für ein Produkt. Die Stadt wird ebenfalls als ein Produkt gesehen dessen Qualitäten auf die Bedürfnisse des Menschen abgestimmt werden müssen.

4.4 Image der Stadt aus ökonomischer Perspektive - Wie verkauft man eine Stadt?

Aus ökonomischer Perspektive wird das Image einer Stadt als Ressource im Wettbewerb zwischen Städten verstanden. Zukin folgend ist dies ein Wettbewerb in den Sphären ökonomischer und politischer Macht.⁶³ Dabei geht es um das in Szene setzen der Stadt, das Aufladen städtischer Räume mit Symbolen, zur Steigerung der Attraktivität für Unternehmen, Arbeitskräften,

62 Zajonc (1968) : Attitudinal effects of mere exposure. Journal of personality and social psychology monograph. 9 S.1-27.

63 Zukin,S. (1998) : Städte und die Ökonomie der Symbole. In: Kirchberg,V/Göschel,A. (Hg.) : Kultur in der Stadt. Stadtsoziologische Analysen zur Kultur. Opladen, S.27-40.

Einwohnern sowie für Touristen.⁶⁴ Mäding sieht diesen Wettbewerb neben der strategischen Gestaltung auch als Schicksal der Städte an.⁶⁵ Ziel der Beschäftigung mit Images ist die „Produktion, Distribution und Konsumtion von Symbolen mit dem Ziel der ökonomischen Wertsteigerung“ von Städten.⁶⁶ Die Symbole können vielfältig sein. Es handelt sich um Eigenschaften, die mit einem Objekt assoziiert werden und die sich in Images zusammenfassen lassen.

Um in diesen Bereichen Erfolg zu haben, geht es darum die Sichtbarkeit der Stadt zu steigern. Nicht selten ist der Kontext dieses Wettbewerbs ein globaler. Internationale Standards urbanen Lebens sind dabei der Wertmaßstab für urbane Lebensqualität.⁶⁷ Vor allem Großstädte werben um kreative Köpfe, um dem Image einer jungen dynamischen Stadt zu entsprechen.⁶⁸ Durch die Verknüpfung der Stadt mit kulturellen Werten wird eine lebenswerte abwechslungsreiche Stadt suggeriert. Dieser Wettbewerb findet seinen Höhepunkt in einer „Festivalisierung“ der Stadt. Die Zuspitzung des Wettbewerbs erfolgt aufgrund der Bedürfnisse der Medien nach zeitlich begrenzten Ereignissen, die sich gut vermarkten lassen. Häußermann spricht in diesem Zusammenhang von einer „Festivalisierung als mediengerechte Inszenierung der Stadt.“⁶⁹

Der Wettbewerb findet nicht nur zwischen Hauptstädten statt. Eine Vielzahl von Städten befindet sich im Wettbewerb. Die Konjunktur des Stadtmarketings zeigt, dass auch hier durch die postulierte Angleichung in der Ausstattung der Städte mit materiellen Ressourcen, den sogenannten „harten Standortfaktoren“, das Image an Bedeutung gewinnt.⁷⁰ Für die Standortentscheidungen von Unternehmen haben Grabow et al. nachgewiesen, dass Images und Bilder insbesondere bei der Vorauswahl der Standorte an Bedeutung zunehmen.⁷¹ Die Gestaltung eines Images ist durch Stadtentwicklung steuerbar. Gezieltes Stadtmarketing verbindet die spezifischen Strukturen einer Stadt mit erwünschten gesellschaftlichen Werten. Die Images, die in diesem Prozess transportiert werden, sind schließlich von größerer Bedeutung als die Gebäude, die mit ihnen verbunden sind.

64 Vgl. dazu Beyrow, M. (1998) : Mut zum Profil Corporate identity und corporate design für Städte. Stuttgart. und Birk, F./Grabow, B./Hollbach-Grömig, B. (Hg.) (2006) : Stadtmarketing – Status quo und Perspektiven. Berlin.

65 Mäding, H. (2006) Städte und Regionen im Wettbewerb. In: DfK 2006/II S. 121-133. hier S. 121

66 Kirchberg 1998 S. 46 f

67 Hauser, S. (2001) : Stadtentwürfe. In: Bittner, R. (Hg.) : Die Stadt als Event. Zur Konstruktion urbaner Erlebnisräume. Frankfurt/New York. S.191-197. S. 195

68 Als besonders Symbolträchtig gilt die „creative class“, wie sie von Richard Florida beschrieben wurde, Florida, R.L. (2004) : The rise of the creative class an how it's transforming work, leisure, community and everyday life. New York., vgl. auch Löw, M./Steets, S./Stoetzer, S. (2007) : Einführung in die Stadt- und Raumsoziologie. Opladen. S. 134

69 Häußermann, H./Siebel, W. (1993) : Die Politik der Festivalisierung und die Festivalisierung der Politik. In: Häußermann, H./Siebel, W. (Hg.) : Festivalisierung der Stadtpolitik. Leviathan Sonderheft 13/1993. Opladen. S. 7-31. hier S. 15

70 Kritisch dazu Grabow, B./Henckel, D./Hollbach-Grömig, B. (1995) Weiche Standortfaktoren. Schriften des Deutschen Instituts für Urbanistik Bd. 89. Stuttgart.

71 Vgl. Ebd.

Steets beschreibt welche Dimensionen dieser Prozess qualitativ und quantitativ annehmen kann.⁷² Angefangen von einzelnen Eigenschaften, die mit einer Stadt verbunden werden, bis hin zu Lebensgefühlen, die mit dem Image einer Stadt vermittelt werden ist vieles möglich. Das „Theming“ von Orten steht für die komplexeste Art der Inszenierung von Stadt.⁷³

Das Image als einer der sogenannten „weichen Standortfaktoren“ wirkt je nach Komplexität in verschiedenen Bereichen. Grabow u.a. unterscheiden in wirtschaftliche, kulturelle, geschichtliche und räumliche Bilder. Es gibt demnach nicht nur ein Image sondern ein Vielzahl von Bildern, die je nach Adressatenkreis unterschiedlich wirken. Grabow spricht auch von komplexen Images, die teilweise inkonsistent sind. Als Beispiel führt er Berlin mit einem wenig ausgeprägten wirtschaftlichen Image und einem stark ausgeprägten kulturellen Image an. Images bei Grabow sind „eine Folge von Wertungen, Zuschreibungen und Vorurteilen, die nicht immer mit den Fakten übereinstimmen, in einem langsamen Prozess entstehen und sich verfestigen.“⁷⁴ Auch Trommsdorff, dessen Forschung sich auf Produktimages konzentriert, sieht in Images eine „mehrdimensionale und ganzheitliche Grundlage der Einstellung einer Zielgruppe zum Gegenstand.“⁷⁵ Sie „sind nicht nur kognitiv, sondern auch gefühlsmäßig, erlebnisbezogen, wertend.“⁷⁶ Die Grundlagen für die Imageforschung bilden die psychologischen Konzepte zur Einstellung von Menschen.⁷⁷ Ziel der Images in der wirtschaftswissenschaftlichen Perspektive ist es, vor allem eine angemessene Außenwirkung zu erreichen.⁷⁸ Die Innenwahrnehmung wird dabei weitestgehend ausgeblendet, da die Attraktivität nach Außen von größerer Bedeutung ist. Grabow merkt dazu an, dass zum Teil die Unterscheidung zwischen Innen- und Außensicht gar nicht vollzogen wird, obwohl hier wichtige Differenzen festzustellen sind.⁷⁹

Image wird in der wirtschaftswissenschaftlichen Diskussion nicht nur als Teil des Produktes Stadt verstanden. Image wird auch als Produkt gesehen, das Entwicklungsprozesse in Städten anstößt. Es ist Auslöser von materiellen Entwicklungen.⁸⁰ Dabei existiert es als mentales Konstrukt, das losgelöst von objektiven Gegebenheiten diese erst produziert. Urban spricht am Beispiel von L.A. und Berlin von „medialen Bilder[n]“ die als „treibende Kraft in der räumlichen und ökonomischen

72 Steets,S. (2008) : Wir sind die Stadt.Frankfurt a. M./New York. S. 25 ff.

73 Zum Thema „Theming“ vergleiche die Sammelbände von Flitner,M./Losau,J. (Hg.) (2006) : Themenorte. Berlin. und Bittner,R. (Hg.) (2001) : Die Stadt als Event. Zur Konstruktion urbaner Erlebnisräume. Frankfurt a. M./New York.

74 Steets 2008 a.a.O, S. 132

75 Trommsdorff,V. (2004) : Konsumentenverhalten. Stuttgart. S. 168

76 Ebd. S. 168

77 Vgl. Kroeber-Riel,W./Weinberg,P. (2003) : Konsumentenverhalten. München.und Trommsdorff 2004 a.a.O.

78 Eine Ausnahme ist die Arbeit von Ebert. vgl. Ebert,C. (2004) : Identitätsorientiertes Stadtmarketing. IN: Schriften zu Marketing und Management, Band 50. Frankfurt am Main.

79 Grabow,B. (2006) : Städterankings – Strategische Entscheidungshilfe statt Siegerwettbewerb. In: DifU (Hg.) Brennpunkt Stadt. Berlin. S. 397-420.

80 Vgl. Urban,F. (1999): Image – ein gestalterisches Element der Stadtentwicklung. Überlegungen zum Kunstprojekt „Standortfaktor“, Pavillon der Volksbühne, Berlin 1998. In: Archiv für Kommunalwissenschaften 38, S. 109–118.

Entwicklung der Stadt“ wirken.⁸¹ Das Image einer Stadt beeinflusst die Entwicklung einer Stadt oder bestimmten Räumen auch in der Art, dass imagekonformes Verhalten der Bewohner gefordert oder zumindest provoziert wird.⁸² Damit ist zum Beispiel die stärkere Kontrolle von Innenstadtbereichen auf Sauberkeit gemeint.

Dieser Perspektivenwechsel in der Betrachtung von Images beeinflusst auch die Art und Weise, in der Images verändert werden können. Stadtmarketing als wichtiges Mittel zur Beeinflussung von Stadtimages geht davon aus, dass Images manipuliert werden können. Imagekampagnen innerhalb des Stadtmarketings spielen mit den Assoziationen der Menschen und bewerben Wort- oder Bildmarken, die die Stadt zwangsweise verkürzt darstellen. Imagebeeinflussung erfolgt dann nicht mehr durch praktische Veränderung am Objekt oder Produkt, sondern durch Manipulation der Bilder in den Köpfen der Menschen. Dies kann jedoch nur solange funktionieren, bis die Diskrepanz zwischen Image und Realität zu groß geworden ist.⁸³

Während in der Wirtschaftswissenschaft das Image als manipulierbare immaterielle Ressource betrachtet wird, zielt die Auseinandersetzung in der Soziologie auf die gesellschaftlichen Strukturen die das Image beeinflussen. Im folgenden werden drei Ansätze kurz vorgestellt.

4.5 Raumbilder und Image in der Soziologie – Raum als Spiegel der Gesellschaft

Das Bild vom Raum oder das Image der Stadt ist von der Art und Weise des Raumverständnisses geprägt. In der Soziologie, aber auch in anderen Wissenschaften, ist man von einem Verständnis des Raums als materieller Hintergrund für soziales Handeln, zu der Sichtweise gelangt, dass Raum sozial produziert wird.⁸⁴

In dieser Weise ist auch das Raumverständnis von Löw geprägt. Sie lehnt sich an Giddens an und postuliert eine Dualität von Raum und Handeln. Daraus entsteht ein relationaler Raum, bei dem sich beide Strukturen durchdringen. Durch Handeln werden Räume produziert und gleichzeitig beeinflussen Räume die Strukturen des Handelns. Löw beschreibt das Image eines Ortes in ihrer Raumsoziologie als von Handlungszusammenhängen geprägtes Gebilde. Diesen Prozess bezeichnet Löw als „Syntheseleistung“⁸⁵. Das bedeutet, dass mit der Wahrnehmung des Ortes und der Verarbeitung der Information im Individuum der Ort konstruiert wird. Desweiteren hat das Image den Ort als Projektionsfläche. Mit dieser Erklärung ist es möglich, dass an einem Ort mehrere

81 Ebd. S.112

82 Steets 2008 a.a.O. S. 26

83 Vgl. Zimmermann 1975 a.a.O.

84 Für eine Übersicht des Raumbegriffs in der Soziologie Vgl. Löw,M./Steets,S./Stoetzer,S. 2007 a.a.O.

85 Ebd. S. 64

Images existieren.⁸⁶ Der zweite Aspekt, der die Dualität in Löws Raumverständnis zum Ausdruck bringt, ist das „Spacing“⁸⁷. „Spacing“ bezeichnet das Platzieren von Objekten, Menschen und Symbolen an einem Ort. Die Anordnung der Objekte und Subjekte ist Löw folgend durch gesellschaftliche Strukturen bedingt und nicht individuell. Damit greift sie die von Harvey⁸⁸ beschriebenen Zusammenhängen von Macht und Raumkontrolle auf. Das gesellschaftliche Verhältnisse beziehungsweise Leitbilder sind auch bei Ipsen ein prägender Aspekt für die Raumwahrnehmung.⁸⁹

Ipsen folgend ist das Image ein Teil des Raumbildes. Raumbilder sind durch ihren Bezug auf die im Hintergrund liegenden gesellschaftlichen Entwicklungslinien gekennzeichnet. Images sind in seiner Lesart „Zeichen oder Zeichenkomplexe“, die auf diese Raumbilder verweisen. Sie können auch dazu eingesetzt werden, eben diese Raumbilder zu manipulieren. Ipsen beschreibt den Fordismus⁹⁰ als Träger eines Raumbildes, dass seinen Höhepunkt in den Ideen von Corbusier zur „Schaffung rationaler Wohnverhältnisse“⁹¹ fand. Großwohnsiedlungen sind das Produkt des darauf basierenden städtebaulichen Leitbildes. Die Krise des Fordismus führt laut Ipsen auch zu einer Krise der damit assoziierten Räume.⁹² Rationale Plattenbauweise, Nutzungstrennung und damit Herausbildung von reinen Wohnvierteln als Zeichen des Fordismus können nur schwierig von ihrer Symbolkraft befreit werden. Ipsen stellt fest: „Das Bild wirkt als Beschleuniger. In anderen Phasen ist das Bild retardierend, es klebt an dem Raum und signalisiert seine Vernutzung.“⁹³

Viele Orte sind Ipsen folgend symbolische Räume.⁹⁴ Damit greift er die Untersuchungen von Treinen auf, der nach der symbolischen Ortsbezogenheit von Menschen fragt. Intention seiner Forschungsarbeit ist es, Prozesse der Identifizierung mit einem Ort im Sinne eines schwer fassbaren Heimatbegriffs zu analysieren. Treinen beschreibt Räume als „Symbolisierung menschlichen Handelns“⁹⁵. Damit bringt er zum Ausdruck, dass nicht Raumteile sondern soziale Beziehungen von Bedeutung für die Ortsbezogenheit sind. Er stimmt zu, dass der Raum eine Orientierungsfunktion

86 Vgl. Löw 2001 a.a.O.

87 Löw 2007 a.a.O., S. 64

88 Vgl. Harvey,D. (1991) : Geld, Zeit, Raum und die Stadt. In: Wentz,M. (Hg.) : Stadt-Räume. Die Zukunft des Städtischen. Frankfurt a.M. S. 149-168

89 Vgl. Ipsen,D. (1986) : Raumbilder. Zum Verhältnis des ökonomischen und kulturellen Raumes. In: Informationen zur Raumentwicklung Heft 11/12. S. 922-932.

90 Der Fordismus bezeichnet eine wirtschaftliche Produktionsweise, die durch Automatisierung und Arbeitsteilung gekennzeichnet ist. Das Modell der Effektivierung von Abläufen wurde auch auf andere Gesellschaftsbereiche übertragen.

91 Ipsen 1986 a.a.O., S. 924

92 Ebd. S. 930

93 Ebd. S. 922

94 Ipsen,D. (2002) : Die Kultur der Orte. Ein Beitrag zur sozialen Strukturierung des städtischen Raumes. In: Löw,M. (Hg.) : Differenzierung des Städtischen. Opladen.S.233-246. hier S.238.

95 Treinen,H. (1974) : Symbolische Ortsbezogenheit. In: Atteslander,P./Hamm,B. (Hg.) : Materialien zur Siedlungssoziologie. Köln. S. 234-259. hier S. 237

besitzt, wie sie bei den kognitiven Karten von Lynch thematisiert wird. Dieser Bezug ist wichtig, da der Raum der Rahmen sozialer Beziehungen und gleichzeitig auch ein Bezugspunkt für Emotionen ist. Das Image eines Ortes besteht nach Treinen aus den, dem Ort zugeschriebenen „sympathetischen Werten“⁹⁶. Dies macht deutlich das der materielle Ort für die Wahrnehmung und in einem zweiten Schritt für die Identifizierung mit diesem wichtig ist. Er interpretiert dieses Zitat von Durkheim weiter und kommt zu dem Schluss, dass der Ort für etwas „Umfassenderes“ steht für einen „strategisch wichtigen Teil des Wertesystems der betreffenden Gesellschaft“⁹⁷. Treinen kommt zu dem Ergebnis, dass man Heimatgefühle und Ortsbezogenheit trennen muss. Beides sind zwar emotional belegte Zusammenhänge, jedoch zielt Ortsbezogenheit auf die mit einem Namen symbolisierte räumliche Gegebenheit. Für die Veränderung der Bedeutung eines Raumes und damit auch seines Images schließt Treinen unter Bezug auf Halbwachs, dass mit einem „sozialen Wandel der Gruppe die betreffende Örtlichkeit ebenfalls ihre Bedeutung ändert“.⁹⁸ Die enge Verknüpfung der sozialen Beziehung mit dem physischen Raum ist auch Grundlage der Beschäftigung von Bourdieu mit dem Raum. Das Image eines Raumes ist auch hier stark durch die soziale Struktur der Gesellschaft geprägt.

Image wird in Bourdieus Raumbezug nur indirekt thematisiert. Essenz seiner Gedanken ist, dass die Wahrnehmung des Raumes und dessen Aneignung vom Habitus bestimmt wird.⁹⁹ Dieser Zusammenhang verweist auf die symbolische Bedeutung des Raums, wie sie auch schon bei Ipsen und Treinen deutlich wurde. Bourdieu spricht hier von den Wirkungen des Ghetto- und des Klubeffekts.

Bourdieu unterscheidet in seinem Ansatz drei Räume, den sozialen Raum, den physischen Raum und den angeeigneten physischen Raum. Der soziale Raum findet seinen Niederschlag im physischen Raum, dadurch entsteht der angeeignete physische Raum, in dem sich die soziale Position des Individuums ablesen lässt. Die Trägheit der sozialen Strukturen ist durch die Verankerung im physischen Raum bedingt und kann nur durch eine Veränderung im physischen Raum effektiv erfolgen. Auch wenn Bourdieu nicht explizit auf den Imagebegriff Bezug nimmt, geht es bei ihm um die Symbolisierung von ökonomischem, sozialen und kulturellem Kapital durch bestimmte Raumkonfigurationen. Der so entstehende angeeignete physische Raum ist ein soziales Konstrukt, das an materiellen Strukturen verankert ist. Dieses Konstrukt transportiert ein Image, welches wie beschrieben nur durch eine Veränderung des physischen Raumes nachhaltig manipuliert werden kann.

96 Ebd.

97 Ebd. S. 236

98 Ebd.

99 Bourdieu 1991 a.a.O., S.32

4.6 Zwischenfazit

Ziel der Darstellung der Ansätze aus den verschiedenen Disziplinen war es, die Vielfalt des Imagebegriffs darzustellen und den Begriff zu definieren. Zudem lassen sich aus den unterschiedlichen Sichtweisen differenzierte Strategien für den Umgang mit Imagebildungsprozessen ableiten. Für das Programm Soziale Stadt bedeutet dies ein tieferes Verständnis der Zusammenhänge im Handlungsfeld „Image und Öffentlichkeitsarbeit“.

Es wurden Ansätze aus den Bereichen Stadtplanung, Geographie, Psychologie und Soziologie vorgestellt. Die Beiträge werfen trotz einiger Überlappungen ein jeweils spezifisches Licht auf den Imagebegriff und dessen Bedeutung. Im Folgenden sollen einzelne Aspekte für die Fragestellung des Images in Soziale Stadt Gebieten zusammengefasst werden. Wichtige Aspekte des Images sind die physische Gestalt des Ortes, das Wechselverhältnis zwischen Identität und Image, Image als Diskurs, Image als Resultat von Wahrnehmung, Image als Ressource und Image als Funktion gesellschaftlicher Leitbilder.

In der Auseinandersetzung mit Images ist deutlich geworden, dass trotz des Wechsels in der Perspektive auf den Raum von physischen Gegebenheit zu symbolischer Bedeutung, die physische Gestalt Auswirkungen auf das Image hat. Die Orientierung im Raum, die Struktur der Gebäude hat für sich eine Wirkung. Straßen, Plätze, Landmarken und Kreuzungen, wie sie Lynch beschrieben hat sind bezeichnend. Insbesondere die Landmarke als architektonisches Highlight ist für die meisten Städte ein imagebildender Faktor geworden.¹⁰⁰ Das Verhältnis der symbolischen Bedeutung zum physischen Raum selbst ist damit noch nicht näher beschrieben. Welche Wirkung beide Aspekte haben, ist von individuellen Erfahrungen und gesellschaftlichen Kontexten abhängig. Im konkreten Fall der Großwohnsiedlung kann demnach nicht von der baulichen Struktur als imagebildender Faktor abgesehen werden.

In einer anderen Perspektive ist das Image als Zuschreibung von Attributen erforscht worden. Die Attribute werden sowohl räumlichen Strukturen als auch Personen in diesen Strukturen zugeschrieben. Dies verweist auf die Beziehung zwischen Identität und Image. Das Image kann in diesem Zusammenhang von Menschen auf ihren Wohnraum als auch umgekehrt übertragen werden. Basis der Imagebildung ist die Identifizierung des Objektes auf kognitiver und emotionaler Ebene. Das Image ist eine Kategorisierung zur Vereinfachung des Umgangs mit der Welt. Das Medium für die Ausbildung von Image und Identität ist alltägliche Kommunikation. Konsequenterweise weiter entwickelt bedeutet die Imagebildung durch Kommunikation, dass der Diskurs über einen Stadtteil,

¹⁰⁰Vgl. dazu Hannemann, Ch./Sewing, W. (1998) : Gebaute Stadtkultur: Architektur als Identitätskonstrukt. In: Kirchberg, V./Göschel, A. (Hg.) : Kultur in der Stadt. Opladen. S. 55-80.

insbesondere in Zeiten der intensiven Mediennutzung, die größte Bedeutung hat. Die geteilten Erfahrungen aus dem Kontakt mit dem Stadtteil werden weniger wichtig. Für die Arbeit in Soziale Stadt Gebieten bedeutet dies, dass eine intensive Öffentlichkeitsarbeit darauf achten sollte, neben dem Abbau von negativen Kategorisierungen des Stadtteils, auch auf den Aufbau von neuen positiven Bildern, die ähnlich einfach in der alltäglichen Kommunikation zu benutzen zu fördern.

Ein weiterer wichtiger Aspekt ist der Prozess der Wahrnehmung und der Informationsverarbeitung. Umweltwahrnehmung vom Individuum aus betrachtet, hat immer auch mit den individuellen Kapazitäten der Verarbeitung zu tun. Informationen werden verzerrt wahrgenommen und in Abhängigkeit bestehender kognitiver Strukturen bewertet.

Es wurde weiterhin festgestellt, dass das Image eines Ortes sich mit den gesellschaftlichen Leitbildern verändert. Ursache für diese Verbindung ist, dass Orte selten ohne eine Konnotation, die auf einen größeren Zusammenhang verweist, existieren. Bei der Beschäftigung mit Images von Soziale Stadt Gebieten sollte also der Bedeutungsüberschuss der Räume und der jeweilige gesellschaftliche Kontext während ihre Entstehung beachtet werden.

Bezogen auf Imagebildungsprozesse in Stadtteilen im Programm Soziale Stadt ist es zudem wichtig festzuhalten, dass das Image eine Ressource des Stadtteils sein kann. Über das Image werden Wertvorstellungen transportiert, die über den materiellen Nutzen des Stadtteils hinaus gehen. Die Sichtweise auf Images als Produkt, welches sich im Diskurs teilweise von realen Bezügen löst und durch gezielte Strategien beeinflusst werden kann, ermöglicht einen alternativen Umgang mit diesem Handlungsfeld im Rahmen des Programms Soziale Stadt.

Allen Ansätzen ist gemeinsam, dass das Image ein Abbild ist, das sich Menschen von einem Objekt erstellen. Das Image ist Resultat der menschlichen Wahrnehmung und ein soziales Konstrukt. Images basieren auf Stereotypen, die durch bestimmte Schlüsselreize ausgelöst werden. Unterschiede oder zumindest unterschiedliche Gewichtungen finden sich in der Art der Reize und ihre Bewertung. Die Bewertungsaspekte eines Ortes finden sich auf emotionaler, kognitiver und auf symbolischer Ebene. Image wie es in der mental map Forschung verwendet wird, greift aufgrund der Fokussierung auf kognitive Element zu kurz und ist nicht Gegenstand dieser Arbeit. In der Tradition von Lynch wird dabei eine Orientierungsfunktion des Images hervorgehoben, die auf einem kartographischen Verständnis von Image fußt. Dieser Aspekt soll hier jedoch nicht im Vordergrund stehen. Vielmehr sollen auch soziale und emotionale Aspekte des Images thematisiert werden.

Einflussfaktoren auf die Bewertungen sind der individuelle Hintergrund in Form von ökonomischem, sozialem und kulturellem Kapital, gesellschaftliche Leitbilder und die Distanz zum Bewertungsgegenstand. Während der Einfluss von individuellem Hintergrund und

gesellschaftlichem Leitbild bereits erläutert wurde, ist die Distanz zum Bewertungsgegenstand in emotionaler als auch in räumlicher Sichtweise noch nicht näher beleuchtet worden. Begrifflich lässt sich dieses Thema an dem Verhältnis von Image und Identität sowie Selbstbild und Fremdbild festmachen. Im Folgenden soll zunächst auf die Abgrenzung zu Identität eingegangen werden und danach die Unterscheidung zwischen Selbstbild und Fremdbild oder Innen- und Außenimage erläutert werden.

Image und Identität sind eng miteinander verwoben, bedeuten jedoch etwas anderes. Weichhart unterteilt unter anderem in „identification of“ als Objektwahrnehmung und „identification with“, was der Sphäre der Identität entspricht.¹⁰¹ Das schwierige an der analytischen Trennung der beiden Begriffe ist, dass sich das Image auf die Identität des Stadtteils bezieht und Identitätsbildung vom Image beeinflusst wird. Image ist als die aktualisierte Einstellung der Menschen gegenüber Objekten definiert.

Das Image gilt oft als instrumentalisiertes Bild mit „rein strategischer“¹⁰² Funktion, es dient so immer einem Zweck nämlich der Orientierung in einer kontingenten Welt. Der Begriff der Identität verweist dagegen auf typische Faktoren, die aus sich heraus den Stadtteil kennzeichnen. Lindners Konzept des „Imaginären“ verstanden als „eine Art und Weise mit ihr [der Realität, d.V.] in Kontakt zu treten“, kommt der Stadtidentität sehr nahe.¹⁰³ Stadtidentität wird im Gegensatz zum Image nicht als eine oberflächliche Attribuierung verstanden. Die Identität durchzieht die ganze Stadt beziehungsweise den Stadtteil und steht für die Verwurzelung des Ortes in der Gesellschaft.

In einem anderen Zusammenhang wird Identität als eine tiefer liegenden Verbindung von Individuen mit einem Ort verstanden. Der direkte Bezug zu einem Ort als Wohnort oder Geburtsort führt nach Proshansky zur Herausbildung einer Subidentität.¹⁰⁴ Der Ort wird quasi zu einem Teil der eigenen Persönlichkeit. Dementsprechend problematisch wird in diesem Zusammenhang die Abwertung beziehungsweise der Imageverlust eines Stadtteils bewertet.

Die Diskussion um neue und alte Identitäten hat in den letzten Jahren immer mehr an Bedeutung gewonnen.¹⁰⁵ Mit dem Wandel von der Industriegesellschaft zur Dienstleistungsgesellschaft, die in den neuen Ländern im Rahmen eines umfassenderen Transformationsprozesses abläuft, sind viele alte Identitäten verloren gegangen. Klassische Industriestädte waren und sind im Begriff, neue Identitäten zu erarbeiten, wie das Beispiel Ruhrgebiet zeigt. Auch das Programm Soziale Stadt ist auf die Schaffung von Identitäten in den Stadtteilen ausgerichtet, um einen gemeinsamen

101 Weichhart 2006 a.a.O.,S. 32

102 Vgl. Lindner,R. (1990) : Die Entdeckung der Stadtkultur. Frankfurt/Main.

103 Ebd. S. 327

104 Vgl. Proshansky 1983 a.a.O.

105 Vgl. Göschel 2006 a.a.O., siehe auch das Kapitel Globalisierung der Städte und die Identität des Ortes in Schwarz, U. (Hg.) (1995) : Risiko Stadt? Perspektiven der Urbanität.Hamburg.S. 140-177.

Erfahrungshorizont der prognostizierten zunehmenden Individualisierung und Anonymisierung in den Wohngebieten entgegenzuwirken.

Ohne den Zusammenhang zwischen Identität und Image zu negieren, besteht ein weiterer Unterschied auch in der Art der Produktion. Während Images das Resultat einer Managementleistung darstellen, die durch einen „passiv-konsumistischen“¹⁰⁶ Prozess hergestellt werden, sind Identitäten durch die aktive Auseinandersetzung der Bewohner mit der Stadt charakterisiert. „Identifikation ist der Vorgang, durch den man sich mit anderen Menschen oder mit einer Sache gleich stellt.“¹⁰⁷ Menschen sind jedoch nicht alle gleich, sie haben unterschiedliche Erfahrungen gemacht und haben verschiedene Einstellungen. Identifikation mit dem einen heißt auf der anderen Seite auch Abgrenzung von dem anderen. Je intensiver die Verbundenheit mit einem Stadtteil um so besser wird dieser Stadtteil wahrgenommen. Das bedeutet er hat ein positives Image. Nicht zuletzt aus diesem Grund lohnt es sich, auf die Unterscheidung zwischen Innen- und Außenimage einzugehen.

Die Unterscheidung ist wichtig und in viele Studien belegt.¹⁰⁸ Zimmermann kommt zu dem Schluss, dass das Fremdimage die geringsten Grade an Bekanntheit, Differenzierung und Kontrast hat. Für äußerst plausibel aufgrund des nur minimalen Kontakts zum Stadtteil wird eine hohe Verzerrung der Wahrnehmung des Ortes angesehen. Insgesamt ist das Außenimage auf wenige Merkmale reduziert. Differenzierungen werden nicht wahrgenommen, damit unterliegen der Stadtteil oder die Stadt einer homogenisierten Wahrnehmung. Das Innenimage ist dagegen nach Zimmermann kaum noch als einzelnes Ganzes vorhanden.¹⁰⁹ Die Differenzierung nach den verschiedenen Funktionen eines Stadtteils lassen mehrere Images entstehen.

Die Außenperspektive, so wird unterstellt, wird zudem zur Abgrenzung von Fremden genutzt. Treinen beschreibt mit Bezug auf Halbwachs in diesem Zusammenhang, die Bedeutung von landschaftlichen und architektonischen Gegebenheiten für die Einzigartigkeit von sozialen Gruppen.¹¹⁰

106 Hannemann/Sewing 1998 a.a.O., S. 69

107 Trommer, S. (2006) : Identität und Image in der Stadt der Zukunft. In: Difu (Hg.) : Zukunft von Stadt und Region. Band III: Dimensionen städtischer Identität. Beiträge zum Forschungsverbund „Stadt 2030“. Wiesbaden. S. 23-44. hier S. 32

108 Vgl. Zimmermann 1973 a.a.O., Franke 1976 a.a.O., Weichhart 2006, Steinführer 2004 a.a.O., Klee, A. (2001) : Der Raumbezug von Lebensstilen in der Stadt. Münchner Geographische Hefte 83.

109 Vgl. Zimmermann 1975 a.a.O.

110 Vgl. Treinen 1974 a.a.O.

4.7 Auswirkungen von negativen Images – Segregation und Stigmatisierung

Image wurde in dieser Arbeit bisher als neutrales Forschungsobjekt behandelt. Im Fall der Programmgebiete der Sozialen Stadt geht es jedoch um Negativimages der meisten dieser Gebiete. Benachteiligte Stadtgebiete sind kein Phänomen der letzten Jahrzehnte. Seit es Städte gibt existieren auch arme und reiche Stadtteile. Die Situation orientiert sich wie Bourdieu bemerkte an den ökonomischen Ressourcen, die die Menschen zur Verfügung haben. Die hochverdichteten Gründerzeitviertel in den Innenstädten waren als Mietskasernen bekannt und durch schlechte Wohnbedingungen gekennzeichnet. Schon damals stellte Engels fest: „Nicht die Lösung der Wohnungsfrage löst zugleich die soziale Frage, sondern erst durch die Lösung der sozialen Frage, das heißt durch die Abschaffung der kapitalistischen Produktionsweise wird zugleich die Lösung der Wohnungsfrage möglich gemacht.“¹¹¹ Dies soll kein Plädoyer für die Abschaffung des Kapitalismus sein sondern das Verhältnis zwischen gebauter Umwelt und den sozialen Strukturen beleuchten. In den gegenwärtigen Stadtstrukturen kann man ebenfalls ein Spiegelbild der gesellschaftlichen Strukturen sehen. Einige Autoren sprechen von der gespaltenen Stadt oder der Gefahr der Ghettobildung insbesondere in den Großwohnsiedlungen.¹¹²

Negative Images werden im alltäglichen Diskurs aktualisiert. Teilweise nicht bewusster Kern der verzerrten Bilder sind die Monotonie der Bauten, die undifferenzierten Abstandsflächen und öffentlichen Räume, der Mangel an kleinteiliger Infrastruktur in wirtschaftlicher, sozialer und kultureller Hinsicht sowie die soziale Zusammensetzung in den Siedlungen. Die negative Bewertung dieser Aspekte führt zu Segregation.

Negatives Image und Segregation sind zwei sich selbst verstärkende Prozesse, die im Extremfall zu Stigmatisierung und offener Diskriminierung führen können.¹¹³ Daher ist es an dieser Stelle sinnvoll, näher auf den Segregationsansatz einzugehen. Unter Segregation wird im Allgemeinen ungleiche Verteilung im Raum verstanden. Die Bezugsgröße ist dabei zunächst irrelevant. Für die stadtsoziologische Forschung steht jedoch die Verteilung der Wohnbevölkerung im Vordergrund. Kriterien für die ungleiche Verteilung sind der soziale, kulturelle und ökonomische Status der Bevölkerung wie ihn Bourdieu beschrieben hat.¹¹⁴ Je nach Ausstattung mit entsprechenden Ressourcen kann sich die Wohnbevölkerung einen Wohnort aussuchen. Voraussetzung ist, dass sich

111 Engels, F. (1872) : Zur Wohnungsfrage. In: Marx Engels Werke 1971 Band. 18, S. 209 ff., hier S. 257

112 Vgl. Häußermann, H./ Kapphan, A. (2002) : Berlin: von der geteilten zur gespaltenen Stadt?: sozialräumlicher Wandel seit 1990. Opladen. und Dangschat, J.S. (1999) : Modernisierte Stadt- Gespaltene Gesellschaft: Ursachen von Armut und sozialer Ausgrenzung. Opladen.

113 Vgl. Harth, A./ Herlyn, U. / Scheller, G. (1998) : Segregation in ostdeutschen Städten. Eine empirische Studie. Opladen.

114 Vgl. Bourdieu, P. (1997) : Ortseffekte. IN: Bourdieu, P. (Hg.) : Das Elend der Welt. Konstanz.

die Orte voneinander unterscheiden beziehungsweise Alternativen vorhanden sind. Im Allgemeinen unterscheiden sich Wohngebiete durch ihre Lage zum Zentrum, die Qualität der Häuser und Wohnungen, die städtebauliche Struktur, die verfügbare Infrastruktur und die Sozialstruktur. Dazu kommt die Bewertung dieser Konfiguration, womit das Image nicht nur als Folge sondern auch als Ursache von Segregation eine Rolle spielt.

Segregation hat die soziale Entmischung von Wohngebieten zur Folge. Menschen streben danach, in relativ homogenen Quartieren zu wohnen, die ihren Lebensstilen entsprechen. Diesen Effekte kann man gut an Bestrebungen von jungen Familien nach ruhigen Wohngebieten mit wenig Verkehr und viel Grünflächen beobachten. So identifiziert Friedrich die Stellung im Lebenszyklus als wichtigen Grund für Segregation.¹¹⁵ Einschränkungsfaktor ist auch hier die Ausstattung mit Ressourcen. Es lässt sich mit Herlyn und Harth zwischen einer intendierten Segregation, einer un-intendierten und einer dekretierten Segregation unterscheiden.¹¹⁶ Alle drei Prozesse begünstigen die Entstehung von sozial-räumlicher Ungleichheit.

An der sozial-räumlichen Ungleichheit lässt sich die Ungleichheit in der Gesellschaft ablesen. Durch die Abwanderung von einkommensstärkeren Haushalten in Gebieten, die als attraktiv bewertet werden, sei es nun aus sozialen Gründen oder besseren infrastrukturellen Bedingungen, entsteht Leerstand. Dieser Leerstand führt zu sinkenden Mieten, welche wiederum attraktiv für einkommensschwache Bevölkerungsschichten sind. Gleichzeitig wird diese Entwicklung durch den Wunsch unterstützt, seinen persönlichen Status nach außen zu zeigen und sich von Statusniedrigeren abzugrenzen.¹¹⁷ In dieser Weise helfen bestimmte infrastrukturelle Gegebenheiten diese Distinktion deutlich zu machen. Die Existenz, Art und Gestaltung von Cafés, Restaurants und öffentlichen Plätzen geben den Lebensstil der Bewohner wieder. Segregation führt auf diese Weise zu zunehmender Distanz von sozialen Gruppen.

Insbesondere für einkommensschwache Haushalte ergibt sich eine Benachteiligung, da sie aufgrund geringer Ressourcen eine eingeschränkte Mobilität haben, beziehungsweise auf die Zuweisung von Wohnraum angewiesen sind. Dies führt zu einer Konzentration von einkommensschwachen Bevölkerungsschichten in bestimmten Wohngebieten. Diese Konzentration führt zur weiteren schleichenden Abwertung. Friedrich beschreibt, wie das Investitionsverhalten der Hauseigentümer durch überwiegend auf Transferleistungen angewiesene Bewohner beeinflusst wird.¹¹⁸ Er geht davon aus, dass eine Renditesteigerung hier nicht durch Mieterhöhung erfolgen kann sondern nur

115 Vgl. Friedrich, M. (1999) : Die räumliche Dimension städtischer Armut. In: Dangschat 1999 a.a.O.

116 Vgl. Herlyn, U./Harth, A. (1996) : Soziale Differenzierung und soziale Segregation. In: Strubelt, W. u.a.(Hg.) : Städte und Regionen – Räumliche Folgen des Transformationsprozesses. Opladen. S.257-287.

117 Vgl. Best, U./Strüver, A. (2005) Stadtviertel in Bewegung: Diskurs und Alltagsmacht in Hamburg-St. Pauli und Berlin-Kreuzberg. In: Berichte zur deutschen Landeskunde Bd. 79 H. 4 2005 S. 457-482

118 Friedrich 1999 a.a.O., S. 278 ff.

durch unterlassene Investitionen in den Bestand. Dies führt zur weiteren Verschlechterung des Bauzustandes. Er zieht sogar eine Steigerung der erzielbaren Rendite in Betracht.¹¹⁹ Durch selektive Fortzüge wird die Entwertung des Gebietes noch beschleunigt. Insbesondere Familien mit Kindern verlassen in Abhängigkeit von finanziellen Möglichkeiten die Gebiete, um ihren Kindern Zukunftschancen zu sichern. Es kommt zu einem sogenannten „filtering down“ Prozess. Die Abwertung vollzieht sich in einem Kreislauf aus selektiver Abwanderung und Desinvestition immer weiter, was zu einer Verschlechterung des Images führt. Dies hat wiederum abschreckende Wirkung auf einkommensstärkere Schichten und verhindert den Zuzug von Außen. Eine begleitende negative Berichterstattung verstärkt die Vorurteile¹²⁰ und führt zu einer Stigmatisierung bestimmter Stadtgebiete.¹²¹

Aus den Gebieten mit benachteiligten Menschen werden benachteiligte Quartiere. Stigmatisierung bedeutet, dass die ortsbezogene Symbolik auf alle Bewohner übertragen wird. Durch soziale Attribuierung findet ein Transfer des Images des Ortes auf die Identität der Person statt.¹²² Hafner bezeichnet ein solches stigmatisiertes Gebiet als Gegenort. „Die Entstehung eines Gegenorts ist ein vielschichtiger Prozess.“¹²³ Ursachen sieht Hafner nicht nur in den Medien sondern auch in Alltagsgesprächen. Diskurse in Sinne von Foucault führen laut Hafner zur Ausgrenzung.¹²⁴ Das bestimmte Meinungen referiert werden, hat mit der Ausübung von Macht zu tun. Images würden durch jene geformt, die die Deutungshoheit über ein Objekt haben. Ziel sei es diese Deutungshoheit über den Stadtteil für die Bewohner zurück zu gewinnen. Die angesprochenen Symbolisierungen können sich sowohl auf städtebauliche oder infrastrukturelle Schwächen als auch auf soziale Probleme der Bewohner beziehen. Nicht selten wird die Randlage eines Gebietes von der geographischen Ebenen auf die gesellschaftliche Ebene projiziert. Damit wohnen die Menschen nicht nur am Rand der Stadt sondern stehen sinnbildlich auch am Rand der Gesellschaft. Aus sozialen Problemen der einzelnen Menschen in bestimmten Vierteln werden „Problemviertel“.¹²⁵ Das heterogene Bild des Stadtteils verschwimmt zunehmend und Differenzen werden nicht mehr wahrgenommen. Das einmal anhand von bestimmten Symbolen aktualisierte Vorurteil belegt im folgenden den ganzen Stadtteil. Die miteinander eng assoziierten sozialen und baulichen Mängel

119 Ebd.

120 Vorurteile sind herabsetzende Einstellungen gegenüber sozialen Gruppen. Diskriminierung ist das daraus resultierende Verhalten, vgl. Kessler, T./Mummendey, A. (2007) : Vorurteile und Beziehungen zwischen sozialen Gruppen. In: Jonas/Stroebe/Hewstone 2007 a.a.O. S.487-532. hier S. 490

121 Die hier eher allgemein gehaltene Erläuterung von Segregationsprozessen wird im Kapitel fünf am Beispiel der Großwohnsiedlungen in Ostdeutschland konkretisiert.

122 Weichhart 2006 a.a.O., S. 51

123 Hafner, S. (2006) : Wie aus Großsiedlungen Ghettos werden. Beiträge zur Entschlüsselung der Produktionsmechanismen von „Gegenorten“. In: Flitner, M./Losau, J. (Hg.) (2006) : Themenorte. Berlin. S.75-90. Hier S. 75

124 Vgl. Hafner, S. (2003) : Strategien zur Aufwertung von Stadtquartieren und zur Qualifizierung von benachteiligten Menschen. Münchner geographische Hefte 84. Passau.

125 Hafner 2006 a.a.O., S. 79

werden nicht mehr differenziert wahrgenommen, eine stereotype Wahrnehmung entsteht. Ein baulicher oder städtebaulicher Verfall im Stadtteil kann dann in diesem Bild leicht den sozialen Niedergang im Gebiet symbolisieren.

Probleme insbesondere in Großwohnsiedlungen werden schnell mit der Baustruktur verknüpft. Die Baustruktur hat zwar Nachholbedarf, der teilweise bereits realisiert wurde, aber per se ist die Architektur nicht für die sozialen Probleme verantwortlich.¹²⁶ Nicht nur die Sozialstruktur oder die bauliche Struktur können ortsbezogene Symbole sein sondern auch politische und wissenschaftliche Diskurse und Programme, welche für die benachteiligten Strukturen im Stadtteil stehen können.

Problematisch sieht Hafner beispielsweise die nicht intendierten Wirkungen des Soziale Stadt Programms.¹²⁷ Grundlage der Förderung im Programm Soziale Stadt ist die Ausweisung eines abgegrenzten Zielgebietes. Die Abgrenzung eines Sanierungsgebiets führe auch zur Abgrenzung in den Köpfen der Menschen so ihre Argumentation. Die Gebiete werden statistisch und kartographisch erfasst und mit Werten zur Arbeitslosigkeit, Transfereinkommensbezug und Armutsquoten bezeichnet. Über die Grenzziehungen werden soziale Probleme quasi verräumlicht und Menschen durch ihren Wohnort als benachteiligt klassifiziert. Desweiteren würde durch die kontinuierliche Auseinandersetzung mit Stigmatisierung eine zusätzliche Benachteiligung geschaffen.¹²⁸ Ob dieser Einfluss auf das Erleben tatsächlich gegeben ist und ob es Quartierseffekte gibt, soll im folgenden näher beleuchtet werden.

Das Image eines Ortes kann wie beschrieben sehr negativ sein und in besonderen Fällen zur Stigmatisierung der Bewohner führen. Diese Diskriminierung stellt zunächst einmal die Außensicht dar. Es scheint plausibel, dass eine negative Bewertung des Gebietes bei gleichzeitiger hoher Identifikation mit diesem Ort zur negativen Beeinflussung des Selbstbildes führt. Friedrichs und Blasius kommen zu dem Schluss, dass Benachteiligung auch die Angewiesenheit auf ein bestimmtes Gebiet bedeuten kann. Inwieweit das Gebiet respektive das Negativimage auch Ursache der Benachteiligung der Bewohner sein kann, soll hier kurz diskutiert werden.

Ein Quartierseffekt besteht darin, dass unabhängig von individuellen Merkmalen jeder der in diesem Gebiet wohnt oder dorthin zieht durch die Merkmale des Gebiets beeinflusst wird. Neben dem Quartier als Ressource steht vor allem die benachteiligende Wirkung im Vordergrund. Resultat wären geringere Lebensqualität und eingeschränkte Perspektiven. In Anlehnung an Wilson bezieht sich der Quartierseffekt auf deviantes Verhalten, dass sich zu devianten Normen entwickelt. Diese Normen werden im Wohngebiet als gültige Norm etabliert. Schließlich würden Bewohner der

126 Vgl. Zimmer-Hegmann, R./Fasselt, J. (2006) : Neighbourhood Branding – Ein Ansatz zur Verbesserung des Images von Großwohnsiedlungen. Erste Erfahrungen aus einem INTERREG IIIB Projekt. In: Informationen zur Raumentwicklung, Heft 3/4 2006. S. 203-215.

127 Vgl. Hafner 2006 a.a.O.

128 Ebd. S. 84

Gebiete wegen ihrer Stadtteilzugehörigkeit diskriminiert. Im Rahmen der Diskussion von Sozialen Stadtgebieten wird in diesem Sinne befürchtet, dass die Adresse zu schlechteren Chancen auf dem Arbeitsmarkt führt. Nieszery stellt zusammenfassend dar, dass Quartierseffekte auf drei Dimensionen wirken können.¹²⁹ Sie identifiziert die materielle Infrastruktur, soziale Beziehungen und die symbolische Dimension als Quelle der Benachteiligung.

Die Untersuchung von Friedrichs und Blasius am Beispiel Köln hat ergeben, dass es Quartierseffekte hinsichtlich des devianten Verhaltens gibt. Diese treten jedoch nur bei Personen auf, die viel Zeit im Wohngebiet verbringen und kleine Netzwerke haben.¹³⁰ Atkinson und Kintrea¹³¹ stellen fest, dass das negative Image des Stadtteils sich negativ auf die Chancen der Bewohner auswirkt. Hafner zeigt am Beispiel München Hasenberg, wie die Herkunft aus diesem Gebiet zu Schwierigkeiten bei der Lehrstellensuche von Jugendlichen und insgesamt zu einer Kategorisierung als 'asozial' führt.¹³² Kronauer und Vogel relativieren diese Befunde und kommen zu dem Ergebnis, dass die Freiwilligkeit oder der Zwang eines Umzugs ein wichtiger Aspekt bei der Wirkung von schlechtem Gebietsimage ist.¹³³

Insgesamt sind die Ergebnisse zur Wirkung von Quartierseffekten sehr vereinzelt und unterschiedlich. Es ist davon auszugehen, dass vor allem die individuelle Armut in den benachteiligten Gebieten Ursache für geringere Lebensqualität ist. Die Handlungszusammenhänge im Stadtteil können dazu führen, dass bestimmte Verhaltensweisen reproduziert werden. Sie sind jedoch nicht für alle Bewohner die einzigen sozialen Kontakte und haben deswegen nicht die entsprechende Prägekraft. Individuelles Verhalten kann bewusst kontrolliert werden, die Wahrnehmung durch Dritte kann weniger gesteuert werden und birgt deshalb die Gefahr der benachteiligenden Wirkung von Quartieren durch Stigmatisierung.

129 Vgl. Nieszery, A. (2008) : Class, Race, Gender... neighbourhood? Zur Bedeutung von Quartierseffekten in der europäischen Stadtforschung. In: Schnur, O. (Hg.) : Quartiersforschung. Wiesbaden. S. 107-126.

130 Friedrichs, J./Blasius, J. (2000) : Leben in benachteiligten Wohngebieten. Opladen. S. 193

131 Vgl. Atkinson, R./Kintrea, K. (2001) : Disentangling area effects: Evidence from deprived and NON-deprived neighbourhoods. IN: Urban studies, 38. S.2277-2298.

132 Vgl. Hafner 2006 a.a.O.

133 Kronauer, M./Vogel, B. (2004) : Erfahrung und Bewältigung von sozialer Ausgrenzung in der Großstadt: Was sind Quartierseffekte, was Lageeffekte? In: Häußermann, H./Kronauer, M./Siebel, W. (Hg.) : An den Rändern der Städte – Armut und soziale Ausgrenzung. Opladen. S. 235-257.

5. Das gesellschaftliche Leitbild als Imagefaktor am Beispiel der Entwicklung von Großwohnsiedlungen

„Die sich als funktional verstehende Architektur versuchte sich von dem traditionellen Element [der symbolischen Dimension und Emotion, d.V.] zu befreien“¹³⁴

Im Kapitel zum Begriff Image wurden gesellschaftliche Leitbilder als Einflussfaktoren auf die Imagebildung genannt. Städtebauliche Leitbilder sind in dieser Hinsicht ein wesentlicher Hintergrund für die Entscheidung, wie „gutes Wohnen“¹³⁵ bewertet wird. Großwohnsiedlungen sind ein prominenter Gegenstand der Auseinandersetzung um Urbanität¹³⁶, an deren anderem Ende die „europäische Stadt“ mit ihren funktionsgemischten Strukturen steht.

Darüber hinaus sind sie wie bereits dargelegt einer der beiden Gebietstypen der Sozialen Stadt. Die grobe Einteilung erfolgt in innenstadtnahe Altbauquartiere, die eine spezifische Problemlage aufweisen und in Großwohnsiedlungen an den Stadträndern. Es gibt neben dieser analytischen Trennung jedoch auch Mischgebiete die weiter differenziert werden können.¹³⁷ Beide Gebietstypen gibt es sowohl in den neuen wie auch in den alten Bundesländern. Jedoch ist die Problemlage teilweise sehr unterschiedlich. Innerstädtische Quartiere haben andere Problemlagen als Großsiedlungen. Weiterhin gibt es Differenzen zwischen den alten und neuen Bundesländern in den jeweiligen Gebietstypen.

Diese Arbeit beschäftigt sich mit dem Typus der Großwohnsiedlung. Um das Image von Großwohnsiedlungen zu untersuchen Bedarf es einer weitergehenden Analyse der Entstehungsbedingungen diese Siedlungstyps. Im Fall der Großwohnsiedlungen sind es zwei Aspekte, die für die Imagebildung relevant sind und deshalb näher beleuchtet werden sollen. Zum einen das städtebauliche Leitbild der Moderne und zum anderen die politischen Ziele, die mit den baulichen Strukturen verfolgt wurden und deren ideologische Aufladung.

Großwohnsiedlungen sind kein spezifisch deutsches Phänomen. Weltweit wurden und werden Großwohnsiedlungen gebaut, um der Wohnungsknappheit zu begegnen. Das städtebauliche Leitbild der funktionalen Stadt prägte die Entwicklung in vielen europäischen Ländern.¹³⁸ Rietdorf kritisiert

134 Ipsen 1987 a.a.O.,S. 238

135 Bahrtdt,H.P. (1974) : Umwelterfahrung. München. S. 206. Bahrtdt macht am Beispiel der Wohnung deutlich wie sehr gesellschaftliche Vorstellungen für die Bewertung prägend sind. Er sagt, dass „die abgeschlossene, mehr oder weniger autarke Wohnung ... alles andere als eine Selbstverständlichkeit ist ...“. Bahrtdt beschreibt wie sich im Zuge der Industrialisierung dieses Bild vom „guten Wohnen“ entwickelt hat, dass für die heutige Zeit selbstverständlich geworden ist.

136 Urbanität wird verstanden als lebhaftes Mischung von städtischen Funktion, vgl. Häußermann,H./Siebel,W. (2004) : Stadtsoziologie. Frankfurt a. Main. S. 19 f.

137 Vgl. Becker,H. (2003) : „Besonderer Entwicklungsbedarf – Die Programmgebiete der Sozialen Stadt. In: Difu (Hg.) : Strategien für die Soziale Stadt.Berlin. S.56-73.

138 Eine kurze Zusammenfassung findet sich in Rietdorf, W. (1997) : Genesis, Status und Perspektive in ostdeutschen

die Verwendung des Begriffs Großsiedlung aus der heraus sich Probleme bei der Interpretation der Ergebnisse ergeben. Er gibt eine Definition anhand von vier Aspekten:

- „1. Sie wurden nach 1945 in Städten oder Stadttagglomerationen errichtet,
2. sie bestehen vorrangig aus Geschossbauten mit mindestens vier, häufig auch bis zu zehn und mehr Etagen,
3. sie umfassen mindestens 1.000 Wohnungen und
4. sie sind in der Regel einheitlich nach einem spezifischen Bebauungsplan als separates, funktional eigenständiges Siedlungsgebiet bzw. als ein eigener neuer Stadtteil geplant und realisiert worden.“¹³⁹

Im Folgenden sollen kurz die Unterschiede zwischen den Großwohnsiedlungen in Ost- und Westdeutschland dargestellt werden. Zunächst werden die angewandten städtebaulichen Leitbildern kurz skizziert. Hier besteht große Übereinstimmung zwischen der damaligen BRD und der DDR.

In Westdeutschland entstanden die Großsiedlungen, wie auch in der DDR, aus der angespannten Wohnraumlage heraus. Es sollte schnell günstiger Wohnraum zur Verfügung gestellt werden. In Westdeutschland geschah dies in den 50er und 60er Jahren in Form von öffentlich gefördertem Wohnungsbau.¹⁴⁰ Der „konzentrierte Einsatz von Kapital und Arbeitskraft, die Verbesserung der Gewinnchancen durch Techniken serieller Großfertigung und die Durchsetzung partieller Planungsautonomie – diese Interessen der Baugesellschaften verbanden sich mit denen der Kommunen nach rascher Produktion möglichst zahlreicher Wohnungen.“¹⁴¹ Ein weiteres Argument war die zunehmende Zersiedlung des Umlandes der größeren Städte. Mit den Großsiedlungen sollte dieser Trend abgeschwächt werden. Dies erfolgte zunächst anhand des städtebaulichen Leitbildes der aufgelockerten und gegliederten Stadt (1945 - 1960). Mit diesem Leitbild wurden die Prinzipien der Charta von Athen wieder aufgegriffen.¹⁴² Licht, Luft und Sonne konnte mit der konkreten Form des Zeilenbaus mit Grünzügen realisiert werden. Zentrales Prinzip war die Organisation in Nachbarschaften, Stadtzellen, Quartieren und Stadtteilen. Die verschiedenen Stadtteile standen sich dabei gleichwertig gegenüber, dem Stadtzentrum kam keine besondere Bedeutung zu. Jeder Stadtteil für sich war in Nutzungsbereiche gegliedert zu verstehen, deren räumliche Nähe den Verkehr reduzieren sollte. Die Kombination der baulichen Strukturen mit Grünflächen diente in Anlehnung an das Gartenstadtkonzept von Howard¹⁴³ der ausreichenden

Großsiedlungen. IN: Rietdorf, W. (Hg.): Weiter wohnen in der Platte. Berlin. S. 11- 58.

139 Rietdorf 1997 a.a.O. ,S. 12, vgl. auch Hannemann, Ch. (1997) : Neubaugebiete in DDR-Städten und ihr Wandel. IN: Schäfer, U. (Hg.): Städtische Strukturen im Wandel. Opladen. S. 217-250., hier S. 219

140 Rietdorf 1997 a.a.O., S. 12

141 Tessin, W. (1987) : Die Entstehungsbedingungen der Großsiedlungen. IN : Herlyn, U./von Saldern, A./Tessin, W. (Hg.) (1987) : Neubausiedlungen der 20er und 60er Jahre. Frankfurt/New York. S. 75 – 101. hier S. 84

142 Vgl. Göderitz, J./ Rainer, R./ Hoffmann, H. (1957): Die gegliederte und aufgelockerte Stadt. Tübingen.

143 Vgl. Howard, E. (1898): To-Morrow: A Peaceful Path to a Real Reform. London.

Versorgung der Bevölkerung mit Erholungsfläche.

Der konkrete Wiederaufbau der Städte in Deutschland nach dem Leitbild der gegliederten, aufgelockerten Stadt erfolgte in zwei Phasen. Zunächst wurde aufgrund ökonomischer Zwänge in den alten Strukturen und Grundrissen der Stadt geplant. Die Berücksichtigung der noch intakten technischen Infrastruktur nötigte zu politischen Zugeständnissen bis 1950.¹⁴⁴ In der zweiten Phase wurden die idealen Vorstellungen des Leitbilds auf kahlschlagsanierten Flächen in der Innenstadt und in Großwohnvierteln am Rand der Städte realisiert.

Kritik an der gegliederten und aufgelockerten Stadt, die sich vor allem auf die Verödung der Innenstädte bezog, führte zu einem Umdenken in der Stadtplanung. Die verloren gegangene Urbanität wurde auf die mangelnde bauliche Dichte zurückgeführt. Diese Dichte sollte vor allem mit Hilfe von Großwohnsiedlungen am Rand der Städte hergestellt werden. Wie Kuder betont, ist diese Entwicklung in einer Linie mit dem Leitbild der gegliederten, aufgelockerten Stadt zu sehen. Lediglich der Maßstab der Planungen wurde verändert, das Prinzip der Funktionstrennung, der verkehrsgerechten Erschließung und der Grünzüge jedoch beibehalten¹⁴⁵.

Eine parallele Entwicklung zum Leitbild Urbanität durch Dichte in der BRD, zeichnete sich in der DDR ab. Der „sozialistische Wohnkomplex“ (1955-1989) war unter anderem politisches Vorzeichen die Fortsetzung der Prinzipien der Charta von Athen in den Einflussgebieten der Sowjetunion. Die zentrale Planung der Wohngebiete zielte auf die intensive Nutzung der industriell gefertigten und normierten mehrgeschossigen Bebauung und die funktionale Trennung von Arbeits- und Wohngebieten.¹⁴⁶ Auch in der ehemaligen DDR gab es eine Veränderung in der Qualität des Großwohnsiedlungsbaus. Ähnlich wie das Leitbild „Urbanität durch Dichte“ führte der „komplexe Wohnungsbau“ in der DDR ab Mitte der 60er Jahre zur Verdichtung der Bebauung.¹⁴⁷ Durch die zentralstaatliche Steuerung des Wohnungsbaus in der ehemaligen DDR war es zudem möglich, den Großwohnsiedlungsbau intensiver zu betreiben als in der BRD. Neben der Bekämpfung der prinzipiellen Knappheit an Wohnungen wurde die Großsiedlung auch als Steuerungsinstrument zur „proportionalen Entwicklung der Volkswirtschaft“. Die Siedlungen waren im Gegensatz zur Baupolitik in der BRD als Werkwohnungen geplant.

Unterschiede bestanden vor allem in der Funktion der Großwohnsiedlungen in Ost und

144 Vgl. Kuder, T. (2001): Städtebauliche Leitbilder - Begriff, Inhalt, Funktion und Entwicklung gezeigt am Beispiel der Funktionstrennung und -mischung. Onlineresource: <http://edocs.tu-berlin.de/diss/2002/kuderthomas.pdf> und Bodenschatz, H. (1987): Platz frei für das neue Berlin! Geschichte der Stadterneuerung in der "größten Mietskasernenstadt der Welt" seit 1871. Berlin.

145 Kuder 2001 a.a.O., S. 181 ff.

146 Fürst, F./Himmelbach, U./Potz, P. (1999): Leitbilder der räumlichen Stadtentwicklung im 20. Jahrhundert – Wege zur Nachhaltigkeit? Berichte aus dem Institut für Raumplanung, 41, Dortmund. Onlineresource: <http://irpud.raumplanung.uni-dortmund.de/irpud/pro/struktur/ber41.pdf> [06.10.2010]. S. 45 ff.

147 Hannemann 1997 a.a.O., S. 226

Westdeutschland. Die soziale Zusammensetzung in den Gebieten war zum Teil daraus resultierend ebenfalls sehr unterschiedlich. Desweiteren fand auf Seiten der DDR eine ideologische Überhöhung der Großwohnsiedlung statt.

Wie bereits dargestellt war die Intention in der BRD die Beseitigung der Wohnungsnot in ökonomisch effizienter Weise. Gleichzeitig sollten die Missstände der Wohnungssituation in den dicht bebauten Innenstadtgebieten der Gründerzeit beseitigt werden.¹⁴⁸ Charakterisiert waren die Planungen durch eine Auseinandersetzung auf kommunaler Ebene. Die Siedlungen wurden zum Spielball der ökonomischen Interessen der lokalen Akteure vor allem der Wohnungsbauunternehmen und der Städte.¹⁴⁹ Neben den Großwohnsiedlungen, die im Rahmen des sozialen Wohnungsbaus den größten Teil des Bedarfe abdecken sollten, existierten in der BRD auch größere Einfamilienhaussiedlungen. Zum Teil waren die Großsiedlungen ja auch eine Reaktion auf diese Tendenzen der Zersiedlung der Landschaft. Die Existenz anderer Wohnformen war ein wesentlicher Unterschied zur DDR, da hier kaum Alternativen zur „Platte“ vorhanden waren und mit zunehmendem Verfall der Innenstädte noch weniger wurden. Der freie Wohnungsmarkt hatte dann auch Auswirkungen auf die Segregation in den Städten.

Insbesondere in den Gebieten der zweiten Generation war die Erstbelegung im Allgemeinen durch eine Mischung der unteren Mittelschicht gekennzeichnet. Relativ schnell wurden jedoch einseitige Mieterstrukturen aufgebaut, die im Wesentlichen aus Spätaussiedlern, Sanierungsverdrängten oder Obdachlosen bestanden.¹⁵⁰ Die Belegungspolitik der Wohnungsämter trug ihren Teil dazu bei, dass die soziale Entmischung in den Großwohnsiedlungen in Westdeutschland zunahm. Die Sanierungsverdrängten kamen aus den aufgewerteten Innenstadtquartieren. Die Aufgrund der Aufwertung höheren Mieten waren für einige Teile der Bevölkerung nicht mehr bezahlbar. Die wieder nutzbaren sanierten Innenstadtquartiere, der soziale Wohnungsbau an den Rändern der Städte sowie die Förderung von Eigenheimen, welche zu zahlreichen Einfamilienhaussiedlungen führte, hatte eine Entspannung des Wohnungsmarkts zur Folge. Daraus resultierte ein erhöhter Leerstand in den Großwohnsiedlungen Ende der 80er Jahre.

In der DDR hatte der Großwohnsiedlungsbau einen anderen Charakter. Die „Platte“ in der DDR hatte zudem ideologisch eine andere Funktion. In Ostdeutschland war das Ziel mit den gegebenen finanziellen Mitteln „Wohnungen für Arbeitskräfte an Industrie und Verwaltungsstandorten zu bieten.“¹⁵¹ Eine Wohnung in einem Neubaugebiet war meist an eine Beschäftigung gebunden. Der Plattenbau sollte der Wohnort des Arbeiters wie des Professors sein, was jedoch selten erreicht

148 Vgl. Bodenschatz 1987 a.a.O.

149 Für eine Darstellung des Interesses der Wohnungsbauunternehmen und des Finanzierungssystem vgl. Tessin 1987 a.a.O.

150 Vgl. Tessin 1987 a.a.O.

151 Hannemann 1997 a.a.O.,S. 223

wurde.¹⁵² Die Größe der Wohnung war an der sozialistischen Norm der Kleinfamilie orientiert. Den erwerbstätigen Eltern mit zwei Kindern wurde eine standardisierte Wohnung zugedacht. Diese Politik mündete in der Einführung eines einheitlichen Wohnungstyps WBS 70 für die ganze DDR. Wohnen im sozialistischen Wohnkomplex wurde als neue sozialistische Lebensweise propagiert.¹⁵³ Bewusst wurde auf der anderen Seite die Sanierung der innerstädtischen Altbauquartiere vernachlässigt. Sie stellten ein Symbol der Unterdrückung der Arbeiterklasse dar. Diejenigen, die die „sozialistische Normalität“ ablehnten oder aus anderen Gründen keine Wohnung in den Neubaugebieten bekamen, wohnten in den vernachlässigten Innenstadtquartieren.¹⁵⁴

Diese sozialistische Vision war jedoch auch von Widersprüchen gekennzeichnet. Der Plattenbau hat das Spannungsverhältnis von bürgerlicher Kleinfamilie und Kollektivierung sowie Standardisierung und individueller Privatsphäre ausgeglichen gestaltet. Dies war nicht einfach, da die Großwohnsiedlung keine privaten Freiraumflächen vorsah, da diese einem bürgerlichen Gesellschaftsmodell entsprachen. Die Balance zwischen den verschiedenen Ansprüchen war nur durch eine künstlich hergestellte Homogenität möglich. Die Belegung der Wohnungen erfolgte anhand bestimmter Kriterien. Das wichtigste Kriterium war die Tätigkeit in einem Betrieb. So konnten die Kombinate über die Belegung bestimmen. Zudem führte die gesteuerte Wohnraumvergabe zu altershomogenen Quartieren, da junge gut ausgebildete Familien mit Kindern bevorzugt wurden.¹⁵⁵ Auch wurde das harmonische Zusammenleben im Stadtteil nicht ohne Zwang realisiert. „Die Hausgemeinschaften bildeten eine Puffer zwischen Kollektivität und Privatheit“¹⁵⁶ und waren eine sozial erwünschte Institution. Neben den obligatorischen Hausdiensten die gemeinschaftsbildend wirkten, sorgten Hausvertrauenspersonen für den kontrollierten Ablauf im Haus und die Konstituierung der Gemeinschaft. Der Sanktionsmechanismus gegen sozial unerwünschtes Verhalten ging von der Hausvertrauensperson über den Abschnittsbevollmächtigten bis hin zu Betrieb und Partei.¹⁵⁷ „Der Kollektivierungsdruck“ war im Wohnbereich geringer als in anderen Bereichen und wurde deshalb weniger stark empfunden.

152 Keller und Hannemann machen darauf aufmerksam, dass die soziale Zusammensetzung regionale Besonderheiten aufwies und eng an die jeweiligen Betriebe und Verwaltungen gebunden war. Vgl. dazu Keller, C. (2005) : *Leben im Plattenbau. Zur Dynamik sozialer Ausgrenzung*. Frankfurt/New York. und Hannemann 1997 a.a.O.

In Jena Lobeda wird zum Beispiel davon ausgegangen, dass hier mehr Wissenschaftler und Ingenieure wohnten während es in Berlin ein sogenannte „Dienstklasse“ in den Neubaugebieten gab. Vgl. Kessler 2005, 233

153 Hannemann 1997 a.a.O., S. 229

154 Weiske, Ch. (1997): *Bildnis Hannah Arendt vor der Silhouette eines Neubaugebietes*. In: Strubelt, W. (Hg.) (1997) : *Jena. Dessau. Weimar. Städtebilder der Transformation*. Opladen, S. 111-132. hier S.123

155 Ebd. S. 231

156 Keller 2005 a.a.O., S. 39

157 Ebd. S. 43

Das Image der Siedlungen

Das Image der Großwohnsiedlungen vor und nach der Wende ist stark von den politischen Intentionen, den baulichen Strukturen und den sozialen Strukturen im Gebiet geprägt. Wie schon angedeutet war das Image der Großwohnsiedlungen in der BRD und der DDR unterschiedlich, wobei in der ehemaligen Bundesrepublik von einem negativen Image auszugehen ist und in der DDR von einem eher positiven Image. Nach der Wiedervereinigung im Zuge des Transformationsprozesses in Ostdeutschland veränderte sich die Wahrnehmung der Neubaugebiete in den neuen Bundesländern schlagartig.

Über die Anfangsprobleme wie fehlendes Grün, lange Bauzeiten und Anonymität die den Prozess der Umsetzung betrafen, prägte eine fundamentale Kritik am städtebaulichen Leitbild der Moderne das Image der Siedlungen in der ehemaligen Bundesrepublik.¹⁵⁸ Diese Kritik, welche sowohl die funktionale Stadt als auch ihre Umsetzung in den Leitbildern der gegliederten, aufgelockerten Stadt und Urbanität durch Dichte umfasst, wurde vielfältig geäußert und betraf Auswirkung sowohl auf ökologische und soziale Aspekte als auch auf das Verständnis von urbanem Leben allgemein. Schwerpunkt soll hier auf den Verlust an Urbanität gelegt werden.

Ein Aspekt der Kritik war die generelle Planbarkeit von Städten. Die Pluralität der Interessen der Bevölkerung fand in den geplanten starren Strukturen der Großwohnsiedlung keine Entsprechung. Dies traf auch auf das Konzept der Nachbarschaften im Leitbild der gegliederten und aufgelockerten Stadt zu. Wie Bahrtdt bemerkte, ist "das menschliche Leben, insbesondere das städtische Leben zu vielfältig, eigenwillig und teilweise auch zu irrational, um Gegenstand einer totalen Planung werden zu können."¹⁵⁹

Zentraler Kritikpunkt war der Verlust an Urbanität der Städte. Dieser unscharfe Begriff umfasst vor allem die fehlende Vielfalt und Lebendigkeit in den homogenen Nutzungsstrukturen der Moderne. Jacobs kritisiert in ihrer Schrift vom Tod und Leben großer amerikanischer Städte die breite Kluft zwischen den "pseudowissenschaftlichen" Planungen der Architekten und den alltäglichen Erfahrungen und Wahrnehmungen von Stadtstrukturen der Menschen.¹⁶⁰ Sie plädiert für die Herstellung lebhafter Stadtstrukturen durch die Aufhebung der strikten Nutzungstrennung. In ähnlicher Weise vertritt Mitscherlich in Deutschland die Ansicht das die Funktionstrennung den sich wandelnden gesellschaftlichen Bedingungen nicht gerecht wird und zu Trostlosigkeit, Monotonie und Zersiedlung führt. Weiterhin kritisiert er, dass Planungen über die Köpfe der Bevölkerung hinweg erfolgt wären und damit zu suboptimalen und undemokratischen Lösungen

158 Strubelt, W. (2006) : Großsiedlungen in Deutschland zwischen Anspruch und Wirklichkeit, zwischen Akzeptanz und Widerspruch. IN: Informationen zur Raumentwicklung, Heft 3,4 2006, S. 139-155.

159 Bahrtdt, H.P. (1961) : Die moderne Großstadt. Soziologische Überlegungen zum Städtebau. Hamburg. S. 138.

160 Jacobs, J. (1963) : Tod und Leben großer amerikanischer Städte. Wiesbaden. S.15 ff.

geführt hätten.¹⁶¹ Die Kritik am städtebaulichen Leitbild der Moderne, getragen von Autoren wie Jacobs und Mitscherlich eröffnete die Diskussion um die Gültigkeit der Prinzipien der funktionalen Stadt als Leitbild für den Städtebau. Die Großwohnsiedlungen wurden zum Synonym für die Zerstörung der Stadt.

Wie Strubelt anmerkt vernachlässigt diese Kritik jedoch die ursprüngliche Intention des Bauprogramms, die Schaffung von modernem Wohnraum für einen großen Teil der Bevölkerung und differenziert nicht zwischen Planungszielen und Umsetzungsdefiziten.¹⁶² Der unbestreitbare Erfolg in der Versorgung von großen Teilen der Bevölkerung mit Wohnungen nach dem Krieg ist den Großwohnsiedlungen anzurechnen, auch wenn die konkrete Umsetzung zu Ergebnissen geführt hat, die oft abgelehnt werden. Letzteres prägte verstärkt das Außen-Image der Großwohnsiedlungen. Dabei gilt jedoch immer zu beachten, dass die architektonischen Strukturen nicht verantwortlich für die soziale Spaltung in der Gesellschaft sind sondern diese abbilden und gegebenenfalls reproduzieren, wie es in der Diskussion um Quartierseffekte deutlich geworden ist.

Dennoch wurden die Großwohnsiedlungen, zum Wohnort sozialer Randgruppen. Das führte zu einem Image als 'Abschiebewohnquartier'.¹⁶³ Eine Ursache für diese Entwicklung ist im allgemeinen wirtschaftlichen Wandel, insbesondere in der Zunahme an Arbeitslosigkeit zu sehen. Dies führte dazu, dass eine hohe Nachfrage an gefördertem Wohnraum entstand, die auf ein entsprechendes Angebot in den Großwohnsiedlungen stieß.¹⁶⁴

Die anfänglichen Probleme der unzureichenden Grünflächen sowie infrastruktureller Mängel wurden zu einem stabilen Negativ-Image, das auch durch einsetzende Verbesserungen nicht aufgebrochen werden konnte. Die Gebiete wurden schließlich aufgrund der Bauschäden, die relativ früh einsetzten, aber vor allem wegen Vandalismus und Kriminalität zu „sozialen Brennpunkten“ erklärt.¹⁶⁵ Die Außenperspektive geht dabei jedoch nicht konform mit der Innenperspektive der Bewohner. Die Wohnungen in den Neubaugebieten werden weitgehend positiv bewertet.¹⁶⁶ Es kann festgehalten werden, dass das Außenimage der Großwohnsiedlungen in der BRD äußerst negativ war und damit im Widerspruch zum Innenimage stand.

In der DDR war die Wahrnehmung der Neubausiedlung generell positiver. Kritik an der baulichen Struktur wurde in der DDR kaum geäußert. Die Wohnungen boten trotz der monotonen Anhäufung von immer gleichen Wohnungstypen den höchsten Komfort den man zu der Zeit bekommen konnte.

161 Vgl. Mitscherlich, A. (1963): Die Unwirtlichkeit unserer Städte. Anstiftung zum Unfrieden. Frankfurt/Main.

162 Vgl. Strubelt 2006 a.a.O.

163 Vgl. Tessin 1987 a.a.O., Vgl. Auch Rietdorf 1997 a.a.O., Harth 1998 a.a.O., Hannemann 1997 a.a.O.

164 Tessin 1987 a.a.O., S. 95

165 Herlyn, U. (Hg.) (1987) : Neubausiedlungen der 20er und 60er Jahre: ein historisch-soziologischer Vergleich. Frankfurt a. Main. S. 103.

166 Ebd. S. 123

Im Vergleich zu den verfallenen Innenstädten in denen die Bausubstanz der Wohnungen schlecht war, sanitäre Einrichtungen sich außerhalb der Wohnung befanden und Kohleheizung Standard war, war die Wohnung in einem „Neubaugebiet“ als Glücksfall zu betrachten. Die Ausstattung mit den notwendigen Infrastruktureinrichtungen war ebenfalls gegeben. Die Planung des „Sozialistischen Wohnkomplexes“ orientierte sich an dem Einzugsgebiet einer Acht-Klassen-Schule.¹⁶⁷ Kindergärten, Einzelhandel und der Anschluss an das öffentliche Nahverkehrssystem waren planerisch zugeordnet. Die Beschränkung der sozialen Infrastruktur auf ein Minimum war Teil der funktionalen Trennung in Wohn- und Arbeitsgebiete und wirkte sich zunächst nicht oder nur minimal negativ auf das Image aus. Durch die Knappheit der Wohnungen im Neubaugebiet und den hohen Wohnkomfort entstand sogar ein Bewusstsein der Privilegierung der dortigen Bewohner. Hannemann spricht vor dem Hintergrund ideologischer Stilisierung des Neubaugebiets zum sozialistischen Ideal zudem von „einer kulturellen Überbewertung der Neubauwohnung“¹⁶⁸. Der hohe Wohnkomfort sowie die ideologische Aufwertung der Gebiete führte zu einem positiven Image von Innen wie von Außen.

Aber auch in der DDR gab es Kritik an den Neubausiedlungen. Durch die Beschönigung der Umstände wurde versucht die Entstehung eines negativen Images zu verhindern.¹⁶⁹ Trotzdem wurde die Monotonie der Siedlungen und die Qualität der ansonsten guten Versorgungsstruktur kritisiert. Spätestens in den 80er Jahren mit sich häufenden wirtschaftlichen Engpässen und den immer kompakteren Siedlungen verlor die Neubausiedlung an Zuspruch. Nicht zuletzt die Ungleichheit zwischen vernachlässigten Altbauten und den geförderten Neubauten provozierte Kritik seitens der Altbaubewohner, die die sogenannten „Arbeiterschließfächer“¹⁷⁰ als Beschränkung der individuellen Freiheit verstanden. Nach der Wende wurden die gesellschaftlichen Voraussetzungen grundlegend geändert.

Die Diskussion über Großwohnsiedlungen nach der Wende wurde meist einseitig negativ geführt. Potentiale wurden selten erkannt und der Fokus der Beschäftigung liegt insbesondere in den neuen Bundesländern auf der Abwicklung der Gebiete durch Abriss.¹⁷¹ Dabei gilt es hinsichtlich des Baualters der Siedlungen und deren Innen- und Außenwahrnehmung zu differenzieren. Großwohnsiedlung die bis in die 70er Jahre gebaut worden sind haben eine andere städtebauliche

167 Vgl. Keller 2005 a.a.O.

168 Hannemann 1997 a.a.O.,S. 230

169 Schwandt,A. (1997) : Wohnzufriedenheit versus Alltagserfahrung. Wie Umfargeergebnisse in der DDR nicht verwertet werden durften. In: Strubelt 1997 a.a.O. S. 159

170 Keller 2005 a.a.O.,S. 38

171 Hannemann,Ch. (1996) : Entdifferenzierung als Hypothek – Differenzierung als Aufgabe. In: Häußermann,H./Neef,R. (Hg.) : Stadtentwicklung in Ostdeutschland. Soziale und räumliche Tendenzen. Opladen. S. 87.

und soziale Struktur als neuere Siedlungen.¹⁷² Gründe für die Zufriedenheit in den älteren Gebieten werden in den gewachsenen Strukturen gesehen, die sich zu einem stabilen Wohnumfeld entwickelt haben. Vor allem ältere Menschen leben hier heimatverbunden und unter akzeptierten Wohnbedingungen. Zeilenbauten mit viel Grünflächen bilden ein sozial angenehmes Klima. Mit der Alterung der Bewohner verändert sich jedoch auch das Image der Gebiete von jung und familienfreundlich zu einem Image als „Altersresidenz“. Abgesehen von dieser Veränderung ist das Innenimage der älteren Neubausiedlungen eher positiv.

Das Image der Neubaugebiete in Ostdeutschland nach der Wende wurde geprägt durch die Diskussion in den Fachgremien der Stadtplanungsämter. Mit der teilweise undifferenzierten Kritik an Plattenbauten in den neuen Bundesländern wurde befürchtet, dass eine zunehmende Segregation zur Abwertung der Plattenbaugebiete in Ostdeutschland führen würde.¹⁷³ Das Bild der Großwohnsiedlungen in Westdeutschland wurde dazu eins zu eins auf die Situation in Ostdeutschland übertragen. In den alten Bundesländern wurde die Großwohnsiedlung mit ihren baulichen Mängeln und den sozialen Problemen der Menschen, die darin wohnten, weithin abgelehnt. Für die Plattenbauten in Ostdeutschland prognostizierten sie eine ähnlich Entwicklung. Die Großwohnsiedlung wurde aufgrund ihrer baulichen Struktur als 'Brutstätte der Gewalt' betrachtet. Dies verkannte die Situation in den ostdeutschen Neubaugebieten, wirkte sich jedoch nachhaltig auf das Image dieser Gebiete aus.¹⁷⁴

Als weitere Ursachen für die Imageverschlechterung werden strukturelle Arbeitslosigkeit, nachholende Suburbanisierung und Belegungspolitik¹⁷⁵ sowie schlechte Berichterstattung über die Gebiete¹⁷⁶ genannt. Indirekt führte die Aufwertung der Innenstädte im Zusammenhang mit dem nun an Bedeutung gewinnenden Leitbild der europäischen Stadt zu einer relativen Verschlechterung des Images der Großwohnsiedlung. Ein weiterer Hintergrundfaktor war die Individualisierung der Lebenslagen in den Plattenbaugebieten nach der Wende, die im Gegensatz zu den Kollektivierungsbestrebungen in der DDR standen und zu einer Segregation der Bewohnerschaft führte.

Herlyn und Harth fassen die Ursachen der Imageverschlechterung zusammen, sie sehen Angebotsveränderung, sozial-selektive Nachfrage sowie aktuelle Imageentwicklungen als Ursachen an. Die soziale Segregation, so die weithin geteilte Meinung, wird zunehmen.

Dem Image der sozial benachteiligten Großwohnsiedlung als Wohnort von sozial benachteiligten Menschen, wie es bereits in den alten Bundesländern existierte, wurde durch den wirtschaftlichen

172 Harth 1998 a.a.O., S. 171 f.

173 Vgl. Kil,W. (2008) : Das Wunder von Leinefelde: eine Stadt erfindet sich neu. Dresden.

174 Vgl. Strubelt 2006 a.a.O.

175 Keller 2005 a.a.O., S. 47

176 Harth 1998 a.a.O., S. 187, Es wird auch festgestellt, dass in den neueren Siedlungen ein negatives Selbstbild besteht.

Strukturbruch in den neuen Bundesländern Vorschub geleistet. Ausgangspunkt der Veränderung war zunächst die Schließung großer Betriebe innerhalb kürzester Zeit, wodurch ein Großteil der Arbeiter und Angestellten in den Neubausiedlungen arbeitslos wurde. Zum einen wurde dadurch der verbindende gemeinschaftliche Hintergrund zerstört und zum anderen bestätigte dies das importierte Image der Großwohnsiedlungen aus den alten Bundesländern.

In einem zweiten Schritt verließen dann diejenigen, die an einem anderen Ort Arbeit gefunden hatten, die Großsiedlungen. Die Entmischung der Großwohnsiedlungen setzte sich durch die nachholende Suburbanisierung fort. Die Möglichkeiten des Erwerbs eines Eigenheims, die in der DDR eher begrenzt waren, wurden nun nachholend realisiert. Der Bau von Ein- oder Mehrfamilienhäusern wurde subventioniert und unterstützt somit die nachholende Suburbanisierung und Individualisierung, insbesondere der finanziell abgesicherten Bewohner der Großwohnsiedlungen. In den Neubausiedlungen blieben jene die nicht ausziehen wollten oder konnten. Der Zuzug wiederum war durch die Belegungsrechte der Kommunen geprägt, was vor allem Bezieher von Transferleistungen in die Neubaugebiete brachte.

Die Berichterstattung war ebenfalls ein wichtiger Faktor bei der Entwicklung eines neuen Images. Die Probleme, die natürlich in den Wohngebieten auch auftraten, wurden in den Medien oft als bestimmendes Merkmal dargestellt und dazu noch deutlich überzeichnet. So schreibt beispielsweise der Architekturkritiker Kil, dass die „Neubauwohnungen, bis eben noch heftig begehrt, fast über Nacht ihr positives Image verloren hatten. Unentwegt tönte aus allen Medien eine vorurteilsbehaftete, oft regelrecht gehässige Kritik am Leben in der „Platte“. Westdeutsche Experten warnten vor sozialer Erosion und beklagten die normierende Gleichmacherei des industriellen Wohnungsbaus.“¹⁷⁷ Der Stern berichtete : „Wer hier lebt, hat verloren. Arbeitslosigkeit, Armut, Alkoholismus – so beginnt der Niedergang eines Viertels. Irgendwann gilt das Gesetz des Stärkeren“¹⁷⁸ Diese Berichterstattung führte zur Überschätzung der sozialen Problemlagen in den Gebieten und war damit ein Verstärker des negativen Images.

Ein weiterer Faktor der die Qualität der Imageverschlechterung charakterisiert, ist der starke Widerspruch zwischen dem Idealbild des „sozialistischen Wohnens“ in den Großwohnsiedlungen in der DDR mit dem Bewusstsein einer sozialen Privilegierung und dem negativen Image in der Nachwendezeit. Dies führte zu einem besonderen gravierenden Bruch im Selbstverständnis der Menschen nach der Wende.¹⁷⁹ Harth spricht von einer „dem faktischen Umschichtungsprozess vorausseilenden Wahrnehmung der Bewohnerschaft, die selbst zur Ursache weiterer Segregation

177 Kil 2008 a.a. O., S. 45

178 Stern 2002 Heft46 zitiert in Kil 2008, S.45.

179 Hannemann 1997 a.a.O.,S. 231

werden kann.¹⁸⁰ Die mentale Konstruktion des Ortes materialisiert sich als soziale Struktur und formt damit gleichzeitig das neue Image des Ortes. Herlyn und Harth stellen jedoch fest, dass die soziale Entmischung bisher relativ gedämpft verlaufen ist. Die Problematik sei bis jetzt nicht so gravierend, da die Segregation in den neuen Bundesländern als eine „unintendierte Folge von überwiegend anders motivierten Wohnstandortsveränderungen“¹⁸¹ erscheint.

Ziel der Ausführungen zu der Entwicklung von Großwohnsiedlungen war es, den Einfluss der Einstellung zum städtebaulichen Leitbild der Moderne, im Sinne des Raumbildes von Ipsen, als wichtigen Faktor für die Imageentwicklung von Großwohnsiedlungen zu beschreiben. Zum anderen wurden gezeigt wie der Transformationsprozess in den neuen Bundesländern den Wandel vom positiven zum negativen Image der Großwohnsiedlung geprägt hat.

180 Harth 1998 a.a.O.,S. 189

181 Herlyn/Harth 1996 a.a.O.,S. 285

5. Das Image von Winzerla

5.1 Fragestellung

Drei Fragen sind für die Untersuchung von Imagebildungsprozessen in dieser Arbeit zentral:

Welche Faktoren sind charakterisierend für die Imagebildung von Winzerla?

Gibt es einen Unterschied zwischen Innen- und Außenwahrnehmung von Winzerla?

Wie beeinflusst das Programm Soziale Stadt die Imagebildung in Winzerla?

Über diese allgemeinen Untersuchungsziele hinaus wurde die Hypothese aufgestellt, dass für die Verbesserung der Situation in den Programmgebieten der Sozialen Stadt, das Außenimage eine besondere Rolle spielt, da durch die meist negativen Images Segregationsprozesse ausgelöst werden, die zur Verschlechterung der Lage in den Sozialen Stadt Gebieten führen. Ziel sollte es daher sein, die Attraktivität als Wohngebiet für alle Bevölkerungsgruppen zu erhalten, die über das Image vermittelt wird.

Aufgrund der Unterschiedlichkeit der Gebiete im Programm Soziale Stadt kann nicht davon ausgegangen werden, dass die Imagebildung gleich verläuft beziehungsweise verlaufen ist. Das in dieser Arbeit betrachtete Gebiet Jena-Winzerla kann deshalb nur ein kleiner Beitrag zum Verständnis von Imagebildungsprozessen in Sozialen Stadt Gebieten sein. Deutliche Unterschiede sind vor allem zwischen innenstadtnahen Altbaugebieten und Großwohnsiedlungen der 70er und 80er Jahre zu erwarten. Hier muss wiederum zwischen Gebieten in den alten und neuen Bundesländern differenziert werden. Jena-Winzerla ist ein Beispiel für Großwohnsiedlungen in den neuen Bundesländern.

Im Fall von Jena-Winzerla wird untersucht, wie sich das Image des Stadtteils für die Bevölkerungsgruppe Familien mit Kindern darstellt. Die Einschränkung auf diese Gruppe ergibt sich aus der Überlegung, dass sie aufgrund der spezifischen Lebensphase potentielle Bewohner der Siedlung sind. In der angesprochenen Lebensphase wird eine ruhige, verkehrsarme Siedlung gesucht, die ausreichend Freiflächen für Kinder bietet.¹⁸² Diese Eigenschaften weißt Jena-Winzerla im Vergleich zu zentraleren Stadtvierteln durchaus auf. Darüber hinaus geht es in Winzerla auch um die Frage, wie sich die Zusammensetzung der Bewohner bezüglich des Alters in Zukunft gestaltet. Um einer Überalterung des Stadtteils vorzubeugen ist es sinnvoll den Stadtteil für junge Familien attraktiv zu machen. Es gilt zu prüfen ob das Image von Winzerla den Erwartungen dieser Gruppe entspricht.

¹⁸² BMBVS (Hg.) (2007) : Akteure, Beweggründe, Triebkräfte der Suburbanisierung. BBR-Online Publikation 21/2007.

Durch die spezifischen Bedürfnisse in dieser Lebensphase wird auch das Image des Stadtteils seitens der Familien anders geprägt sein. Das so erhobene Image von Winzerla kann deshalb nicht als repräsentativ für die gesamte Bevölkerung Jenas gelten.

5.2 Forschungsdesign

Zunächst sollen einige Anmerkungen zur Methode der Erhebung von Images gemacht werden, bevor auf das Vorgehen im Fall von Jena-Winzerla eingegangen wird. Das Image hat, wie in Kapitel vier beschrieben, mehrere Facetten. Es wirken kognitive, emotionale, symbolische Aspekte bei der Bildung des Images zusammen. Die Schwierigkeit bei der Erhebung des Images besteht in der fehlenden Bewusstheit der beeinflussenden Reize, dadurch führt die Befragung nicht zu einem vollständigem Image.¹⁸³ Trotz eines umfangreichen Instrumentariums für die Erhebung der verschiedenen Aspekte von Imagekonstrukten, kann dieser Nachteil nicht aufgehoben werden.

Auch die hier gewählte Methode des Semantischen Differentials kann nur das zu einem Zeitpunkt verfügbare Image erheben. Im Gegensatz zu Kartierungen beziehungsweise der verbalen Beschreibung von Wegen durch die Stadt, wie sie in der Tradition von Lynch angewandt wird, die zwar die Repräsentation städtebaulicher Merkmale erfassen kann, hat das semantische Differential den Vorteil auch die emotionale und soziale Beziehung zwischen Mensch und Umwelt abzudecken.¹⁸⁴

Das semantische Differential ist ein anerkanntes Instrument zur Imageerhebung.¹⁸⁵ Es ist auch bekannt als Polaritätenprofil. Das semantische Differential dient der Erfassung von Bewertungen eines Objekts, in diesem Fall des komplexen Objekts Stadtteil. Die Bewertung des Stadtteils erfolgt anhand einer Anzahl von Eigenschaftspaaren. Jedes Eigenschaftspaar bildet eine Skala mit sieben Stufen mit einem positiven und einem negativen Ende, der Nullpunkt der Skala liegt in der Mitte. Ein Eigenschaftspaar könnte beispielsweise 'hässlich-schön' sein. Die Adjektivpaare sollten so gewählt werden, dass sie sich voneinander unterscheiden. Allgemein werden circa 25 Eigenschaftspaare abgefragt, um ein aussagekräftiges Profil zu erhalten.¹⁸⁶

Ob die Eigenschaften auf den Untersuchungsgegenstand zugeschnitten sein sollen oder eher allgemeine, unspezifische Ausprägung haben sollen, wird in der Literatur kontrovers diskutiert.¹⁸⁷

183 Franke 1974 a.a.O., S. 192

184 Vgl. dazu Schneider, G. (1990) : Umweltrepräsentation: Problembereiche. IN: Kruse, L. / Graumann, C.-

F./Lantermann, E.-D. (Hg.) : Ökologische Psychologie. München, S. 263-267. Schneider 1990 a.a.O. S. 218-231.

185 Das semantische Differential wurde ursprünglich von Charles Osgood zur Messung von Einstellungen entwickelt.

Vgl. Osgood, C.E./Suci, G.J./Tannenbaum, P.H. (1957) : The measurement of meaning. Urbana.

186 Vgl. Franke 1974 a.a.O.

187 Vgl. Flade, A. (1978) : Die Beurteilung umweltspsychologischer Konzepte mit einem konzeptspezifischen und einem universellen semantischen Differential. In: Zeitschrift für Experimentelle Psychologie. Band 25, S.367-378.

Die Vorteile eines objektunspezifischen semantische Differential liegen in der Vergleichbarkeit der Bewertungen mit anderen Objekten und in dem geringeren Aufwand der Konstruktion. Der Nachteil liegt darin, dass beispielsweise die Begriffe 'kalt-warm' oder 'kleinräumig-großzügig' für die Beschreibung eines Stadtteils unterschiedlich verstanden werden können. Dies kann zur Verzerrung des Ergebnisses führen.¹⁸⁸ Aus Gründen der besseren Verständlichkeit von stadtteilbezogenen Eigenschaften kommt in dieser Studie ein bereits für die Bewertung von Stadtteilen getestetes objektspezifisches semantische Differential zum Einsatz.

Das Ergebnis des semantischen Differentials ist eine Profillinie, die aus den verbundenen Mittelwerten der Angaben besteht. Aufgeteilt nach Gruppen können mit dem Vergleich von mehreren Profillinien Unterschiede in der Bewertung von Stadtteilen deutlich gemacht werden.

Probleme bei der Anwendung des semantische Differential ergeben sich aus der Verwendung von Wörtern deren Bedeutung für verschieden Personen nicht eindeutig ist. Dennoch ist das semantische Differential für die Erhebung von Stadtteilimages ein geeignetes und erprobtes Verfahren. Die in mehreren Studien angewandten semantischen Differentiale wurden mehrfach auf ihre Eignung getestet. Das hier verwendete semantische Differential wurde in ähnlicher Weise bereits von Weichhart benutzt und enthält 24 Eigenschaftspaare.¹⁸⁹

Nach den allgemeinen Anmerkungen zu den Möglichkeiten und Einschränkungen bei der Erhebung von Images wird im Folgenden die Anlage der Studie zum Image von Winzerla beschrieben. Die empirische Arbeit lässt sich in zwei Teile gliedern. Zunächst wird das Image von Winzerla bei den Familien in und außerhalb Winzerlas durch einen Fragebogen erhoben. In einem zweiten Schritt wird der Einfluss des Programms Soziale Stadt auf das Image mit Experteninterviews erfasst.

Der Fragebogen ist in vier Teile gegliedert. Neben dem Semantischen Differential, wurde in einem weiteren Block der Unterschied bezüglich der Infrastrukturausstattung zwischen einem idealen Stadtteil und der Situation in Winzerla erhoben. Während die Aspekte des Images, die durch das semantische Differential abgedeckt werden, eher allgemeiner Natur sind, wurde mit der Frage nach der Versorgung im Stadtteil mit entsprechender Infrastruktur ein konkreter Zustand bewertet. Die Befragten wurden aufgefordert die Ausstattung mit Schulen, Ärzten, Cafés und Restaurants, kulturelle Veranstaltungen, Wohnungen, Grünflächen und Einkaufsmöglichkeiten zu bewerten. Weiterhin sollten sie angeben wie wichtig die Anbindung an das Stadtzentrum und die Ruhe im

und Bauer,F. (1980) : Zur Konzeptspezifität des semantischen Differentials. In: Zeitschrift für experimentelle Psychologie. Band 27, S. 163-167. Fortsetzung der Fußnote auf der nächsten Seite.

Fortsetzung der Fußnote der letzten Seite.

vgl. auch Schneider 1990 a.a.O.,S. 220 ff., und Schnell,R./Hill,P./Esser,E. (1999) : Methoden der empirischen Sozialforschung. München. S.169 ff.

188 Schnell/Hill/Esser 1999 a.a.O., S. 175 f.

189 Vgl. Weichhart 2006 a.a.O.

Stadtteil ist. Die Bewertung erfolgt auf einer Skala von 1 bis 5 und ermöglicht eine von sprachlichen Besonderheiten unabhängigen Indikator.

Der dritte Fragekomplex beinhaltet eine offene Frage zu Assoziationen mit dem Stadtteil, um Aspekte des Images von Winzerla zu erfragen, die im semantischen Differential nicht mit einbezogen wurden. Da sich die Unterscheidung zwischen kognitiver und emotionaler Bewertung nur schwierig realisieren lässt wurde in einer weiteren Frage direkt danach gefragt, ob die persönliche Meinung eher von Fakten oder von Gefühlen beeinflusst wird. Weiterhin wurde nach der Veränderung des Images von Winzerla in den letzten Jahren gefragt, um die Stabilität der Images zu überprüfen. Die Stärke des Images und dessen Einfluss auf das Verhalten der Befragten sollte mit der Frage nach der Möglichkeit eines Umzugs nach Winzerla ermittelt werden.

Den vierten Teil bildete die sogenannte Standarddemographie. Dieser Teil beinhaltete Fragen zum Alter, Geschlecht, Anzahl der Personen im Haushalt und wieviele Kinder bis 18 Jahre im Haushalt wohnen. Letztere Frage zielte darauf ab die Gruppe der jungen Familien zu identifizieren. Besonders wichtig erschien der Bildungsstatus der schon bei bisherigen Studien zur Varianzaufklärung beigetragen hat.¹⁹⁰ Daneben wurde auch der ökonomische Status abgefragt um dessen Einfluss kontrollieren zu können. Der Wohnort ist für die Studie entscheidend, um zwischen Personen zu unterscheiden, die in Winzerla und in anderen Stadtteilen leben. Die Befragten wurden gebeten frei anzugeben in welchem Stadtteil sie wohnen.

Zielgruppe der Befragung waren junge Familien mit Kindern. In Jena gab es laut Angaben der Statistikstelle Jena im Jahr 2009 8692 Haushalte mit Kindern.¹⁹¹ Um den Aufwand für die Befragung gering zu halten wurde diese hauptsächlich schriftlich und mit Unterstützung der Regiestelle Kommunale Kindertagesstätten der Stadt Jena sowie den jeweiligen LeiterInnen der Kindertagesstätten (Kitas) der unterschiedlichen Träger in den Kitas der Stadt Jena durchgeführt. In 52 der 58 Kitas wurden insgesamt 600 Fragebögen ausgelegt. Die Fragebögen wurde zusätzlich im Geburtshaus Jena verteilt. In den jeweiligen Einrichtungen wurden die Fragebögen offen ausgelegt und mit einem Informationsschreiben versehen.

Ziel war es nicht, eine Stichprobe zu erheben, die der Verteilung der Haushalte mit Kindern in Jena entspricht, sondern vielmehr Winzerla mit der Gesamtheit der anderen Stadtteile zu vergleichen. Angestrebt waren jeweils 100 auswertbare Fragebögen für Winzerla und Jena ohne Winzerla. In Winzerla wurde deshalb eine zusätzlich Passantenbefragung mit den Fragebögen durchgeführt. Darüber hinaus sollte jedoch gewährleistet sein, dass die Stichprobe für „nicht Winzerla“

190 Vgl. Weichhart 2006 a.a.O.

191 Stadt Jena. (2010) (Hg.) : Einwohnerstatistik. Onlineresource: <http://www.jena.de/statistik/abruf/otdf.php#auswahl> [19.8.2010]

Repräsentativ für Jena ist. Um dies zu realisieren, wurde aufgrund des geringen Rücklaufs an Fragebögen in Jena Nord während der Woche der Generationen eine zusätzlich Passantenbefragung bei einem Familienfest in Jena Nord durchgeführt. Die Befragung erfolgte im Juni und Juli 2010.

Parallel zur Befragung in den Kindertagesstätten wurde ein Onlinefragebogen erstellt und auf einem städtischen Informationsportal verlinkt. Mit der Anwendung mehrerer Befragungskanäle sollte eine möglichst hohe Beteiligung erreicht werden.

In einem zweiten Teil der empirischen Studie wurde der Zusammenhang des Images von Winzerla mit dem Programm Soziale Stadt untersucht. Neben der quantitativen Erhebung, die das Image von Winzerla in der Bevölkerung Jenas untersuchte, sollte mit dem qualitativen Ansatz der Experteninterviews der Einfluss der Maßnahmen im Programm Soziale Stadt in Winzerla auf das Image geklärt werden. Die einzelnen Projekte im Rahmen des Programms Soziale Stadt werden in Winzerla bewusst nicht mit dem Namen „Soziale Stadt“ verbunden, um nicht den Eindruck des benachteiligten Stadtteils zu erwecken, in dem etwas geschehen muss. Aus diesem Grund ist das Programm und seine Bestandteile nur bestimmten Funktionsträgern und interessierten Bürgern in der Stadt beziehungsweise in Winzerla bekannt. Als wichtige Akteure wurden der ehemalige Leiter des Stadtteilbüros in Winzerla Eberhart Warncke-Seithe, der aktuelle Quartiermanager Andreas Mehlich, die Verantwortliche für Stadtentwicklung und Stadtplanung im entsprechenden Dezernat der Stadt Jena Sabine Zander, der Ortsteilbürgermeister Mario Schmauder, Iven Kacmarek Leiter des Büros der Wohnungsgesellschaft jenawohnen in Winzerla, Frau Hippauf Leiterin des Sozialmanagements der Wohnungsgenossenschaft WG Carl Zeiss, Thomas Grund vom Streetwork Winzerla, Michael Gros Lokalredakteur der OTZ Jena befragt. Die Interviews wurden gestützt auf einen vorher erstellten Leitfaden im Juni und Juli 2010 durchgeführt.

5.3 Das Image von Winzerla im Spiegel des semantischen Differentials

Zusammensetzung der Stichprobe

Insgesamt ergab sich eine Stichprobe von 236 verwertbaren Fragebögen. 58 Fragebögen wurden von Bewohnern Winzerlas beantwortet und 178 von Personen außerhalb Winzerlas. Trotz der nicht erreichten 100 Fragebögen für Winzerla sind die Angaben ausreichend, um eine sinnvolle Auswertung zu gewährleisten. Desweiteren sollte die Stichprobe für Jena repräsentativ sein. Es lässt sich feststellen, dass das Zentrum deutlich überrepräsentiert ist während Jena Nord und Lobeda deutlich unterrepräsentiert sind. (vgl. Tab. 5) Die Einordnung in die Gebiete erfolgte durch die Einschätzung der Befragten. Die persönliche Meinung in welchem Ortsteil man wohnt stimmt

jedoch nicht immer mit den administrativen Grenzen der Ortsteile überein. In diesem Zusammenhang ist besonders die Abgrenzung zwischen Jena Süd und Jena West problematisch. Eine repräsentative Stichprobe für Jena konnte vor diesem Hintergrund nicht erreicht werden. Die Verzerrung durch die nicht repräsentative Abbildung der Ortsteile in Jena ist jedoch nicht sehr gravierend da die Unterschiede zwischen den Gruppen nicht sehr groß sind.

	HH mit Kindern 2009		Stichprobe		Abweichung in Prozentpunkten
	abs.	%	abs.	%	
Gemeinden	933	11,91	25	14,04	2,14
Lobeda	1710	21,83	28	15,73	-6,09
Jena Ost	1426	18,2	38	21,35	3,15
Jena West	873	11,14	23	12,92	1,78
Jena Nord	1590	20,29	20	11,24	-9,06
Jena Süd	1026	13,1	17	9,55	-3,54
Zentrum	277	3,54	27	15,17	11,63

Tabelle 5: Haushalte mit Kindern in Ortsteilen Jenas und in der Stichprobe. Hohe Abweichungen sind farbig markiert. Quelle: Einwohnerstatistik der Statistikstelle Jena

Die Stichprobe ist durch einen deutlichen Überhang an Frauen gekennzeichnet. (vgl. Abb. 12) Insbesondere außerhalb Winzerlas sind die Frauen deutlich überrepräsentiert. Da die Befragung hauptsächlich in den Kindertagesstätten der Stadt Jena durchgeführt wurde, könnte dies auf die höhere Beteiligung der Frauen an der Kinderbetreuung oder auf eine höhere Bereitschaft zur Teilnahme an Umfragen zurückzuführen sein. Ziel war es vor allem Familien mit Kindern bis 18 Jahre im eigenen Haushalt zu erreichen. Dies ist nur teilweise gelungen. Durch die Methode der Befragung wurde das Alter der Befragten in und außerhalb Winzerlas systematisch eingeschränkt. In der Stichprobe sind Personen von 18 bis 53 Jahren vertreten. Es kann festgestellt werden, dass die Befragten in Winzerla jünger sind als außerhalb. (vgl. Abb. 13) Dem Bild der jungen Familie, die eine Wohnung oder ein Haus für den neuen Lebensabschnitt sucht, scheint im ersten Moment

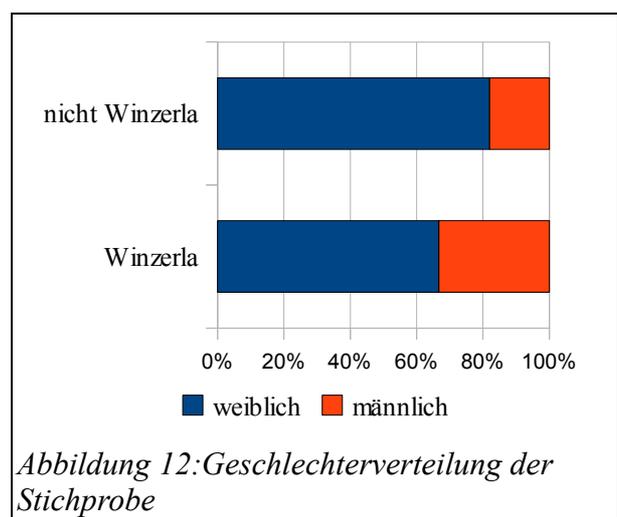


Abbildung 12: Geschlechterverteilung der Stichprobe

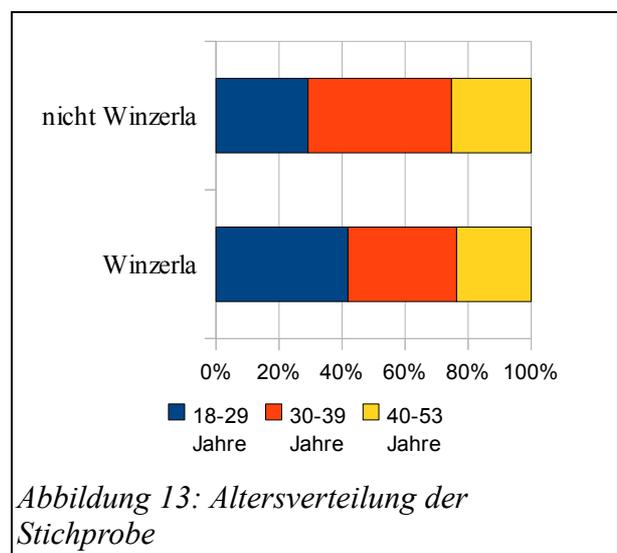


Abbildung 13: Altersverteilung der Stichprobe

die Altersobergrenze der Befragten zu widersprechen. Der Zeitpunkt der Geburt eines Kindes verschiebt sich jedoch im Lebenslauf im allgemeinen immer weiter nach hinten. Darum wurden die Befragten über 50 Jahre in der Stichprobe belassen, da hier Kinder unter 18 Jahren im Haushalt leben.

Das Ziel nur Familien mit Kindern bis 18 Jahre zu befragen wurde nicht erreicht. Jedoch kann angenommen werden, dass in einer bestimmten Lebensphase die Familienplanung relevanter ist als in anderen Phasen. Eine genaue Abgrenzung fällt aufgrund der Flexibilisierung von Lebensläufen schwer, darum wurde die Altersspanne relativ groß gewählt. Familien mit Kindern stellen die Mehrheit der Haushalte in der Stichprobe außerhalb Winzerlas dar. (vgl. Abb. 14) In Winzerla haben ca. 50 Prozent, Kinder unter 18 Jahren im Haushalt. Der hohe Anteil der Zwei-Personen-Haushalte steht dabei nicht zwingend für Kinderlosigkeit. (vgl. Abb. 15) In 21,1 Prozent der Zwei-Personen-Haushalte leben Kinder.

Einflussfaktoren auf die Imagebildung

Die Verteilung von ökonomischen Ressourcen und Bildungsabschlüssen ist in den beiden Gruppen unterschiedlich.

Das verfügbare Haushaltseinkommen ist in der Gruppe außerhalb Winzerlas höher als in Winzerla. In der Stichprobe zeigen sich deutliche Unterschiede zwischen Winzerla und Jena in der Kategorie bis 1000 Euro. (vgl. Abb.16) Weitere Unterschiede lassen sich in den oberen beiden Kategorien feststellen. Hier ist Jena häufiger

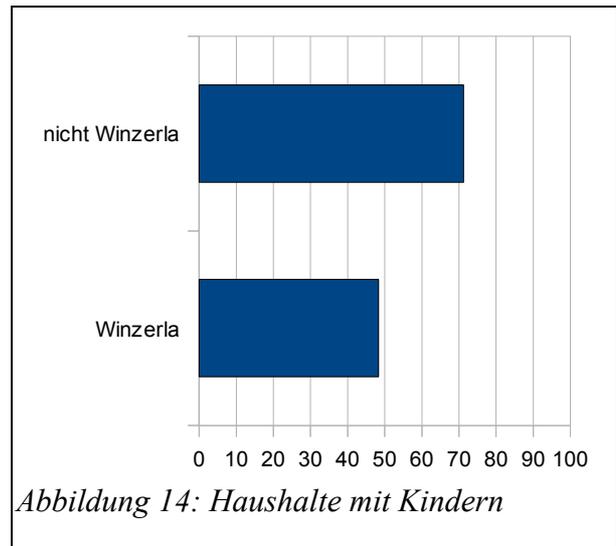


Abbildung 14: Haushalte mit Kindern

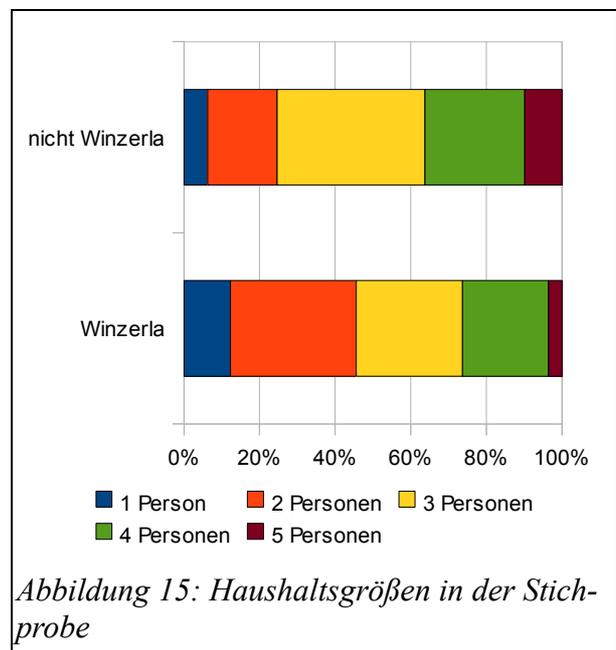


Abbildung 15: Haushaltsgrößen in der Stichprobe

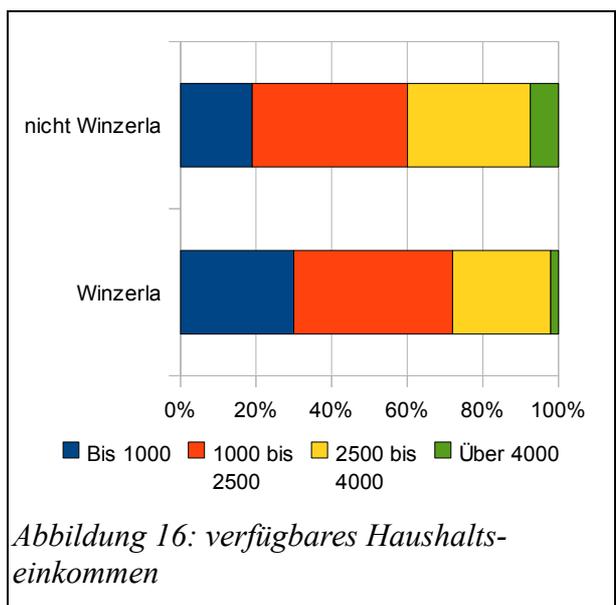


Abbildung 16: verfügbares Haushaltseinkommen

vertreten als Winzerla.

Betreffend der Schulbildung gibt es in der Stichprobe in Winzerla einen höheren Anteil an Realschul- und Hauptschulabschlüssen und einen niedrigeren Anteil an Abiturienten. (vgl. Abb. 17) Insbesondere der Bildungsabschluss ist für die Wahrnehmung von Objekten von Bedeutung. Weichhart weist darauf hin, dass Menschen mit höherem Bildungsabschluss ihrer Umwelt gegenüber kritischer eingestellt sind.¹⁹² Dies gilt es am Beispiel von Jena-Winzerla zu prüfen.

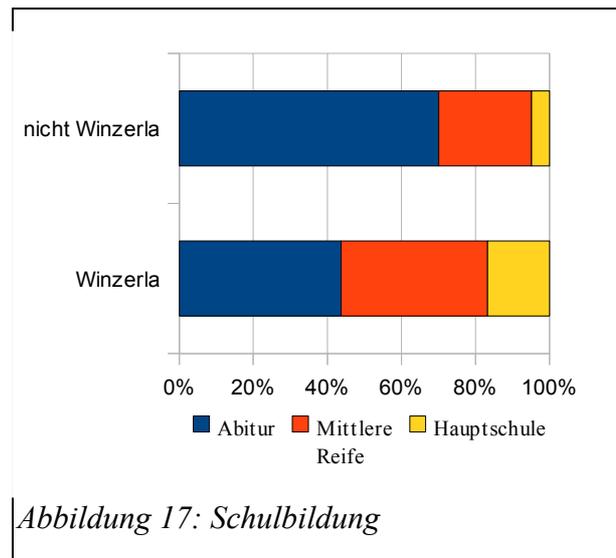


Abbildung 17: Schulbildung

Assoziationen mit dem Stadtteil Winzerla

Einen ersten Eindruck, wie der Stadtteil Winzerla wahrgenommen wird, kommt in der spontanen Einschätzung zu Beginn des Fragebogens zum Ausdruck. Das Image wurde als eine stereotype Wahrnehmung eines Stadtteils definiert. Ausgelöst werden diese Images durch bestimmte Reize. Es ist anzunehmen, dass diese Reize bei der ersten Einschätzung wiedergegeben werden. Dies kann jedoch nur insoweit geschehen wie diese Reize bewusst sind und verbalisiert werden können.

Die folgende Grafik zeigt die kategorisierten Antworten der Befragten. (vgl. Abb. 18) Die Kategorisierung erfolgte aufgrund der Übersichtlichkeit der Ergebnisse. Die Kategorien sind weitestgehend eindeutig gewählt. Einzig bei der Kategorie 'Platte' besteht die Gefahr einer vorschnellen negativen Konnotation. Aus dem Kontext der Studie erschließt sich diese Beziehung nicht. Falls durch die möglichen mehrfachen Angaben eine negative Belegung des Begriffs 'Platte' oder verwandter Begriffe ersichtlich war, wurde diese Nennung unter der Kategorie 'Ablehnung' gefasst.

Das Ergebnis der Befragung deutet darauf hin, dass die Art der Reize innerhalb Winzerlas wesentlich differenzierter sind als außerhalb Winzerlas. Außerhalb Winzerlas vielen knapp 60 Prozent der Nennungen in die Kategorie 'Platte'. (vgl. Abb. 18) Die baulichen Strukturen prägen das Bild von Winzerla nach außen demzufolge sehr stark. Unabhängig von anderen Prozessen im Stadtteil ist die Architektur offensichtlich und leicht zugänglich. Ohne weitere Auseinandersetzung mit dem Stadtteil kann diese Erfahrung leicht durch einfaches vorbeifahren ins Bewusstsein gelangen. In diesem Zusammenhang ist die zweite Nennung beziehungsweise das Fehlen einer Angabe interessant. Die Auseinandersetzung mit dem Stadtteil scheint an der Architektur stehen zu

¹⁹² Vgl. Weichhart 2006 a.a.O.

bleiben. Mit weitem Abstand zur ersten Kategorie steht die Kategorie 'kein Eindruck'. Ohne diesen Umstand über zu interpretieren, wird hier deutlich, dass Winzerla, allein über die städtebauliche Gestalt wahrgenommen wird. Darüber hinaus scheint ein klares und einfaches Bild der komplexen Strukturen, die es in einem Stadtteil gibt, zu fehlen. Mit großem Abstand werden erst soziale Probleme mit dem Stadtteil assoziiert. Auch der hohe Anteil der Kategorie „kein Eindruck“ deutet eher auf eine diffuses Bild jenseits der städtebaulichen Struktur hin.

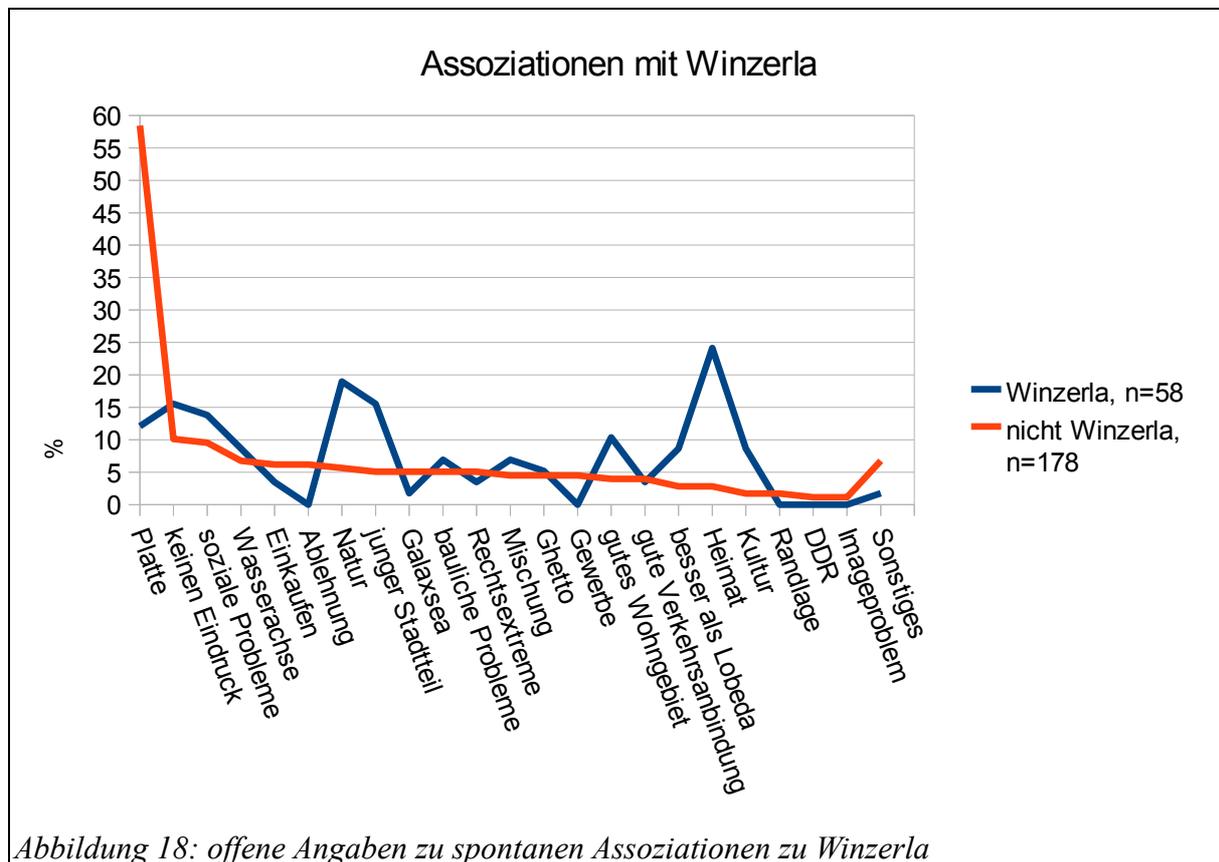


Abbildung 18: offene Angaben zu spontanen Assoziationen zu Winzerla

Die weiteren Nennungen sind vielfältig und sprechen sowohl Stereotype Wahrnehmung wie 'Ghetto' und Rechtsextremismus, als auch die gute Infrastruktur und die Naturnähe an. Sie sind jedoch nicht von hohem Gewicht in der Gesamtbetrachtung und können kaum als eine Art kollektives Image verstanden werden.

Die Assoziationen mit dem Stadtteil aus Winzerlaer Sicht fallen hingegen viel differenzierter aus. Zwar gibt es auch hier die Verbindung von Winzerla mit dem Plattenbau, diese steht jedoch mit 12,5 Prozent nicht so im Vordergrund, wie bei der Außenwahrnehmung. Es überwiegt die Identifikation mit dem Stadtteil als 'Heimat'. Zudem wird die 'Natur' im Stadtteil als charakterisierend wahrgenommen. Darüber hinaus wird trotz steigenden Durchschnittsalters Winzerla weiterhin als 'junger Stadtteil' gesehen.

Auch innerhalb Winzerlas gibt es einen Anteil, der dem Stadtteil eher indifferent gegenüber steht.

Mit 15 Prozent ist dieser sogar höher als in Jena mit 10 Prozent. Dies kann daraufhin deuten, dass zusätzlich zu den Faktoren, die für Personen außerhalb Winzerlas beschrieben wurden, keine bewusste Auseinandersetzung mit dem Stadtteil mehr erfolgt. Wahrscheinlich ist, dass durch den täglichen Kontakt mit dem Stadtteil ein Gewöhnungseffekt eintritt.

Als fünfter Aspekt, in der Häufigkeit der Nennungen, steht die Kategorie 'soziale Probleme'. Während diese Kategorie in der Gruppe der Befragten außerhalb Winzerlas eher die allgemein soziale Lage betrifft, werden hier konkrete Probleme, insbesondere der öffentliche Konsum von Alkohol, thematisiert.

Aus der Vielfalt der Kategorien heben sich weiterhin die Assoziationen 'Kultur', 'gutes Wohngebiet', 'besser als Lobeda' und 'Wasserachse' ab. Letzteres deutet an, dass die Anstrengungen seitens der Stadtplanung die Zentrumsqualitäten des Gebietes um die „Wasserachse“ zu stärken erste Erfolge zeigen. Von Bedeutung ist ebenfalls der Vergleich mit dem Plattenbaugebiet Neulobeda. Das Wohngebiet wird hier nicht aus sich selbst heraus charakterisiert, sondern in Abgrenzung zu anderen Gebieten.

Abschließend sei noch auf einen Unterschied zwischen den Assoziationen der Menschen in und außerhalb Winzerlas hingewiesen. Es fällt auf, dass Assoziationen, die Handel, Gewerbe und das Freizeitbad „Galaxsea“, also öffentliche Infrastruktureinrichtungen betreffen, öfter in der Gruppe der Befragten außerhalb Winzerlas zu finden sind. Trotz der differenzierteren Wahrnehmung von Winzerla durch die Bewohner scheinen diese Aspekte nicht bewusst zu werden.

Die Analyse der offenen Angaben zu den Assoziationen mit Winzerla konnte zeigen, dass die Wahrnehmung des Stadtteils Winzerla durch dessen Bewohner vielschichtiger ist als die der Befragten aus dem weiteren Stadtgebiet von Jena. Um einen systematischeren Zugang zum Image von Winzerla zu bekommen, werden im folgenden die Eigenschaften des Stadtteils ausgewertet. Es wird davon ausgegangen, dass die für die Stadtteilimageanalyse angepassten Eigenschaften, das Spektrum des Erlebens von Wohnsiedlungen abdecken.

Für die Auswertung wurde zunächst die positive Seite der jeweiligen Eigenschaftspaare bestimmt. Die Entscheidung wurde vom Autor getroffen. In den meisten Fällen ist diese Bestimmung eindeutig. Anschließend wurden die Mittelwerte der 24 Eigenschaftspaare über alle Befragten gebildet. Die Auswertung der Mittelwerte ergibt, dass das Image von Winzerla kaum ausgeprägt ist. Die Mittelwerte weichen nur selten deutlich vom Neutralwert vier ab. Ausnahmen stellen die vier Eigenschaften *unscheinbar*, *schlicht*, *sachlich* und *arm* dar. (vgl. Abb. 19)

Die eingangs aufgestellte Hypothese besagt, dass die Wahrnehmung eines Stadtteils durch den Bildungsabschluss der Bewerter beeinflusst wird. Die Untersuchung des Images von Winzerla unterteilt nach dem höchsten Schulabschluss bestätigt diese Hypothese. Die Befragten mit Abitur

beurteilen Winzerla durchgehend schlechter als Befragte mit Hauptschulabschluss oder Realschulabschluss.(vgl. Abb. 20) Neben den oben genannte Eigenschaften finden sich deutliche Abweichungen vom Neutralwert in Richtung der Eigenschaften *eintönig*, *hässlich*, *langweilig* und *verachtet*. Seitens der Befragten mit Hauptschulabschluss gibt es eine deutlich Abweichung in Richtung der Eigenschaften *gelassen* und *übersichtlich*. Insgesamt kann festgestellt werden, dass eine höhere Bildung zu einer kritischeren Bewertung der Umwelt führt.

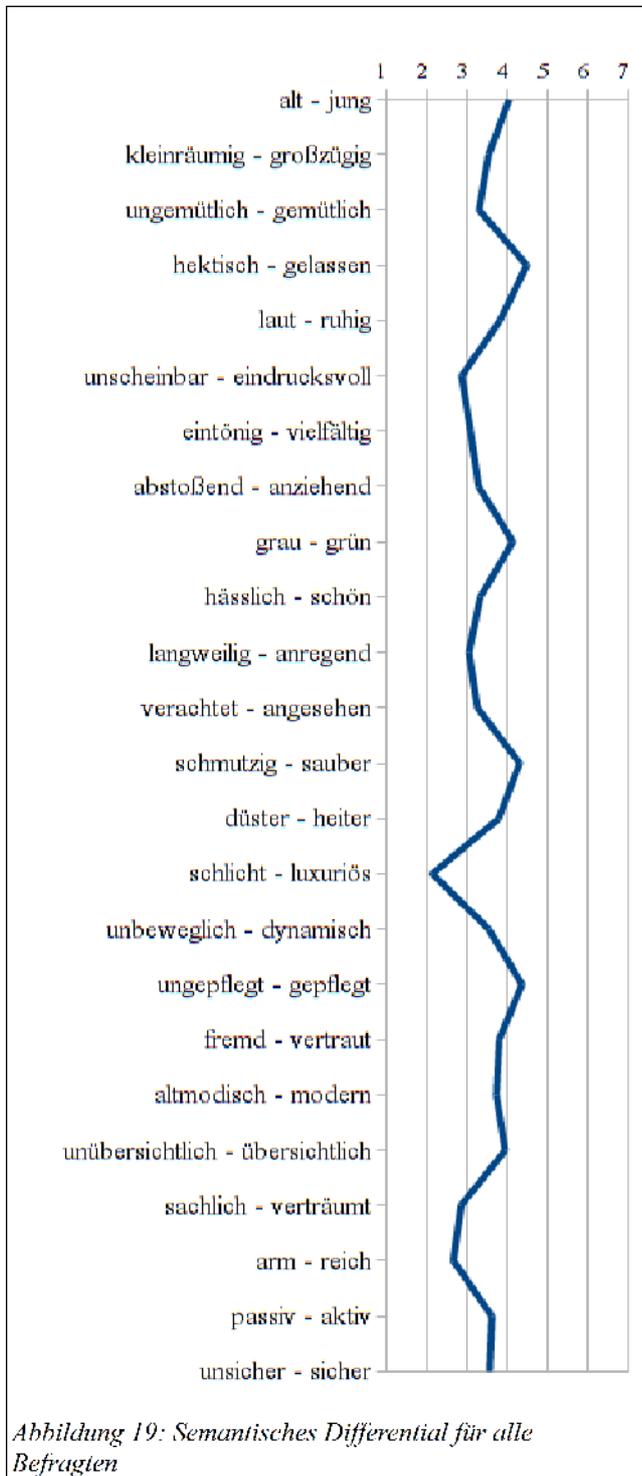


Abbildung 19: Semantisches Differential für alle Befragten

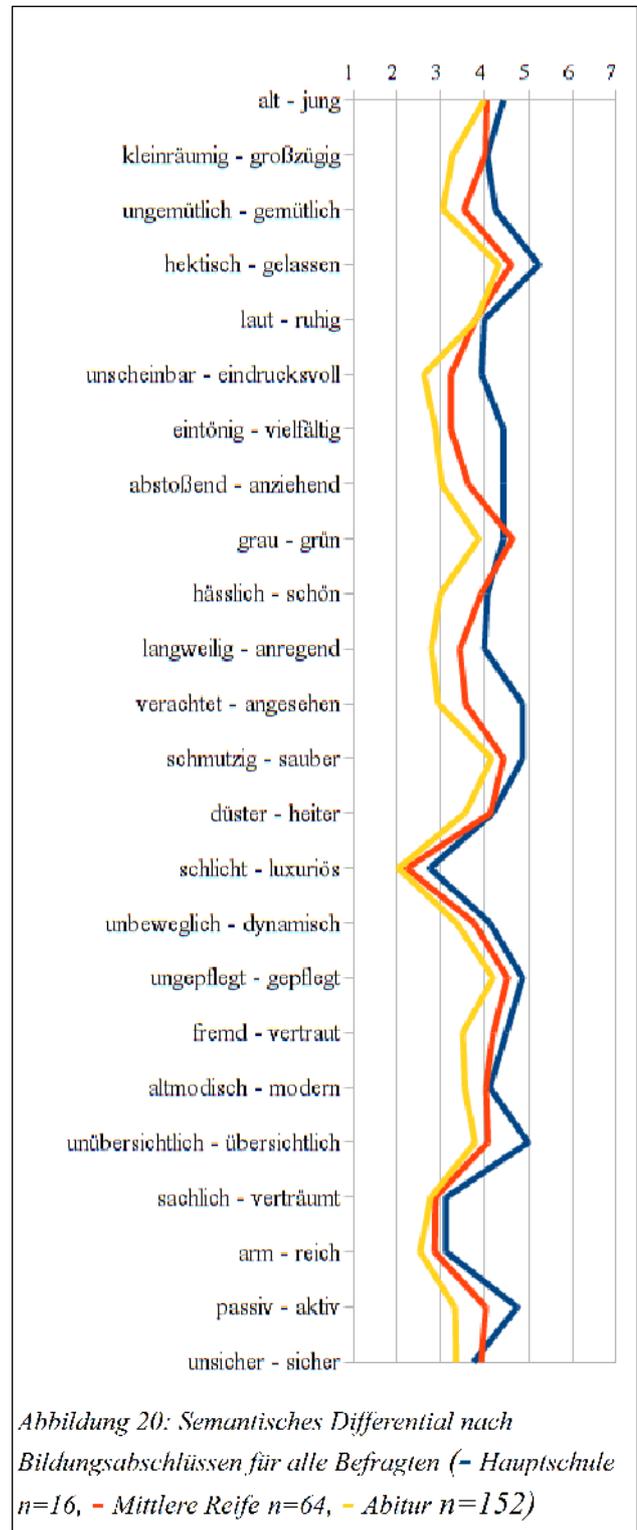
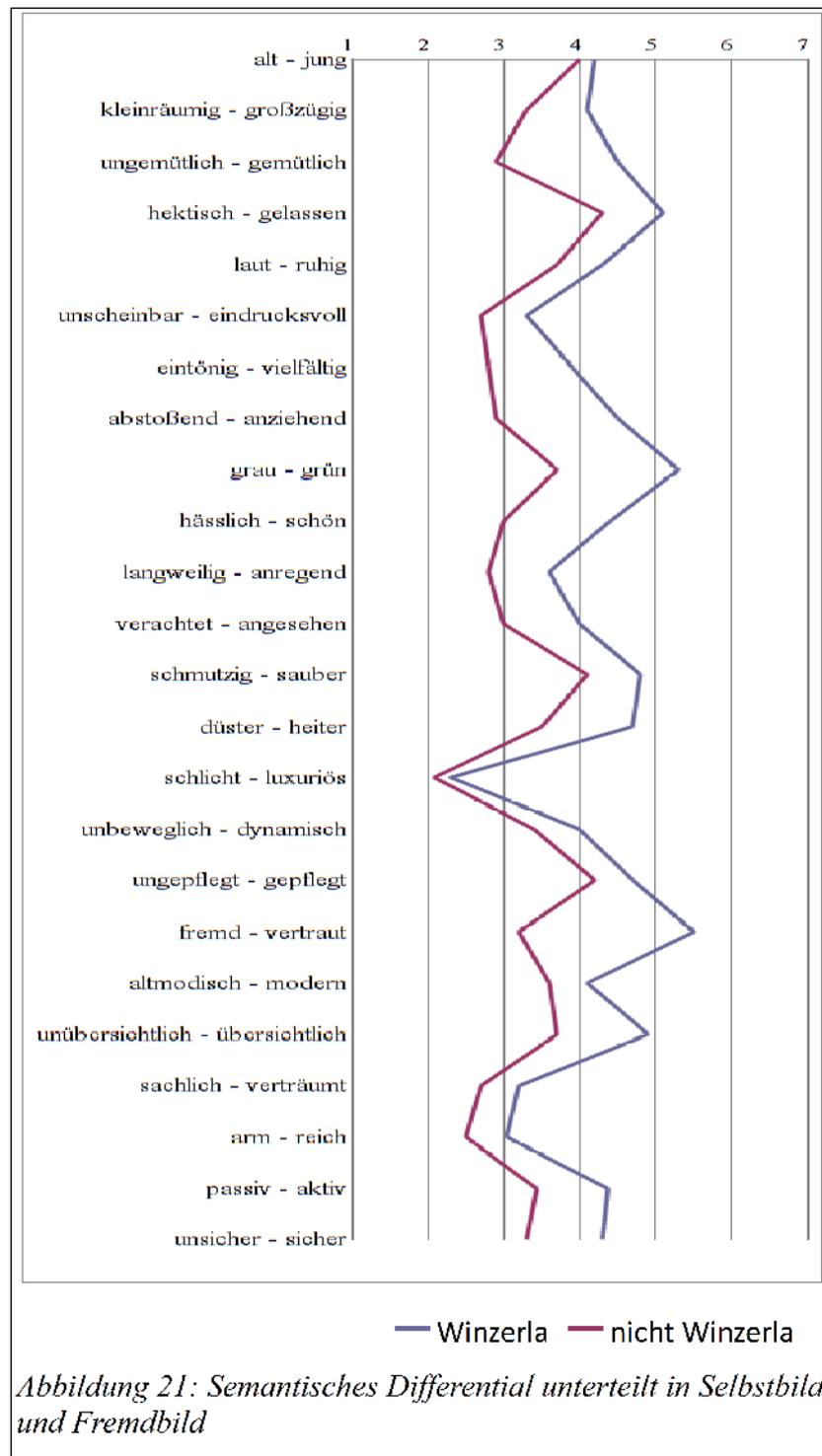


Abbildung 20: Semantisches Differential nach Bildungsabschlüssen für alle Befragten (- Hauptschule n=16, - Mittlere Reife n=64, - Abitur n=152)

Im nächsten Schritt wurde untersucht, ob sich das Selbstbild vom Fremdbild Winzerlas unterscheidet. Wie in Abbildung 21 deutlich wird, bewerten die Bewohner Winzerlas ihren Stadtteil hinsichtlich jeder Eigenschaft besser als die Befragten außerhalb Winzerlas. Die Unterschiede zwischen Winzerla und Jena sind für alle Eigenschaften signifikant, mit Ausnahme der Eigenschaftspaare *jung-alt*, *altmodisch-modern* und *schlicht-luxuriös*. Die ersten beiden Eigenschaften werden von beiden eher neutral betrachtet, die Schlichtheit ist dagegen bei beiden Gruppen das ausgeprägteste Merkmal.



Anhand der Eigenschaften bei denen eine deutlich Abweichung vom Mittelwert zu verzeichnen ist kann das Selbstbild von Winzerla als *gelassen, grün, schlicht, vertraut* und *arm* beschrieben werden. Mit einem Verhältnis von drei positiven und zwei negativen Eigenschaften besteht damit ein überwiegend positives Selbstbild.

Das Fremdbild kann mit dem gleichen Kriterium als *ungemütlich, unscheinbar, eintönig, abstoßend, hässlich, langweilig, schlicht, sachlich* und *arm* charakterisiert werden. Neun negativen Eigenschaften stehen somit keine positiven Eigenschaften gegenüber. (vgl. Tab 6)

Winzerla	Jena
gelassen	ungemütlich
grün	unscheinbar
schlicht	eintönig
vertraut	abstoßend
arm	hässlich
	langweilig
	schlicht
	sachlich
	arm

Tabelle 6: Übersicht über charakteristische Eigenschaften mit Mittelwerten <3 und >5

Interessant sind nicht nur die absoluten Ausprägungen, sondern auch die relativen Unterschiede. Besonders groß sind die Unterschiede in der Wahrnehmung bei dem Eigenschaftspaar *ungemütlich - gemütlich*. Während die Winzerlaer Bevölkerung hier eher neutral bei der Bewertung ist wird der Stadtteil von außen als eher *ungemütlich* wahrgenommen. Eine deutlich Differenz ist auch bei den Eigenschaften *abstoßend-anziehend* und *hässlich-schön* zu finden. Auch hier wird der Unterschied durch die deutlich negativere Wahrnehmung von Außen hervorgerufen. Etwas anders ist die Bewertung der Eigenschaft *grau-grün*. Der deutlich Unterschied kommt in diesem Fall durch die positive Wahrnehmung von Innen zustande, während die Bewertung von außen eher neutral ist. Der letzte und deutlichste Unterschied zeigt sich bezüglich der Eigenschaft *fremd-vertraut*. Es ist nicht verwunderlich, dass die Bewohner von Winzerla ihren Stadtteil als sehr *vertraut* einschätzen, da durch die Gewöhnung eine Art Verbundenheit mit dem Stadtteil entwickelt wurde. Die Jenaer Bevölkerung bewertet dies eher neutral.

5.4 Imagefaktoren von Winzerla

Die einzelnen Eigenschaftspaare geben schon einen Einblick in die Wahrnehmung des Stadtteils Winzerla. Darüber hinaus soll hier in Anlehnung an Franke¹⁹³ untersucht werden, ob es bestimmte Faktoren des Erlebens von Wohnsiedlungen gibt und inwieweit sich die Urteile durch den Bezug zur Wohnsiedlung unterscheiden.¹⁹⁴

Zur Extraktion von diesen allgemeinen Beurteilungsdimensionen dient hier eine Faktorenanalyse. Sechs Faktoren wurden gefunden, die für die Befragten in Winzerla und in Jena zum Teil unterschiedlich sind. Als Abbruchkriterium für die Anzahl der Faktoren wurde das Kaiser-Gutmann Kriterium gewählt.¹⁹⁵ Im Fall der Gruppe Winzerla führte dieses Kriterium zu fünf Faktoren. Hier wurde zur besseren Vergleichbarkeit ebenfalls ein 6-faktorielles Modell angenommen.

Für die Befragten in Winzerla konnte 74,3 Prozent der Varianz durch dieses 6-faktorielle Modell geklärt werden. Im Fall der Jenaer Bevölkerung sind es 62,8 Prozent. Es wurde eine Hauptkomponentenanalyse mit anschließender Varimax-Rotation durchgeführt. In den folgenden Tabellen wird bis auf eine Ausnahme die positiven Pole der Eigenschaftspaare als Bezeichnung der Komponenten verwendet. Bei den Darstellungen gehen Faktorenladungen ab 0,4 ein.

Die Faktoren können als Bewertungsebenen interpretiert werden. Diese Ebenen können unterschiedlich sein, geben jedoch keinen Aufschluss darüber, in welche Richtung die Bewertung geht. Sie zeigen nur an, dass eine bestimmte Merkmalskombination für die Bewertung von Winzerla relevant ist.

Der erste Faktor, der für das Image als relevant identifiziert wurde, wird hier als *Attraktivität* bezeichnet. (vgl. Tab.7) Für die Winzerlaer ist dieser Teil des Images durch *Schönheit*, *Gemütlichkeit* und *Vertrautheit* geprägt. Im Unterschied zu diesem Faktor in der Jenaer Bevölkerung sind die Bewertung als *heiter*, *reich*, *modern* und *gepflegt* auch von Bedeutung.

Für das Fremdbild von Winzerla ist der Faktor *Attraktivität*, im Gegensatz zum Selbstbild, am stärksten durch *Vielfalt* gekennzeichnet. Neben einer anderen Gewichtung der Eigenschaften *Anziehung*, *Gemütlichkeit* und *Vertrautheit* ist die *Dynamik* im Stadtteil eine wichtige Eigenschaft für die *Attraktivität*.

193 Vgl. Franke 1974 a.a.O.

194 Ein ähnliches Vorgehen findet sich bei Kirchberg und Behn, die das Erleben der City am Beispiel Wolfsburg untersucht haben. Die in dieser Studie gefundenen Faktoren unterscheiden sich von den hier gefundenen, da für das Stadtzentrum andere Kriterien von Bedeutung sind. Vgl. Kirchberg, V./Behn, O. (1988) : Zur Bedeutung der Attraktivität der City. IN: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Sonderheft 29/1988. S. 357-380.

195 Für eine nähere Erläuterung des Abbruchkriteriums im Speziellen und der Methode der Faktorenanalyse im Allgemeinen vgl. Bortz, J. (1999) : Statistik für Sozialwissenschaftler. 5. Auflage. Berlin. S. 495-546

Winzerla Faktor 1 – Attraktivität, erklärte Varianz 23 %	Jena Faktor 1 – Attraktivität, erklärte Varianz 19,6 %
Schön (0,78)	Vielfältig (0,68)
Gemütlich (0,78)	Anziehend (0,68)
Vertraut (0,74)	Schön (0,66)
Anregend (0,73)	Anregend (0,64)
Heiter (0,70)	Dynamisch (0,63)
Reich (0,68)	Grün (0,63)
Modern (0,59)	Gemütlich (0,59)
Grün (0,58)	Großzügig (0,58)
Gepflegt (0,55)	Vertraut (0,52)
Anziehend (0,54)	Angesehen (0,50)
Vielfältig (0,45)	Heiter (0,44)
Großzügig (0,45)	Luxuriös (0,41)

Tabelle 7: Faktor Attraktivität der Faktorenanalyse. Fett markierte Eigenschaften kommen nicht in beiden Gruppen vor

Der nächste Imagefaktor wird hier als *Sauberkeit* bezeichnet. *Sauberkeit* ist für die Winzerlaer mit der Wahrnehmung als *entspannter* und *sicherer* Ort verbunden, während für Jenaer der Faktor *Sauberkeit* nicht mit diesem Aspekt verbunden ist. Der Faktor *Sauberkeit* erklärt einen höheren Anteil der Varianz bei der Winzerlaer Bevölkerung, daraus lässt sich schließen, dass *Sauberkeit* von größerer Bedeutung ist als für Befragte außerhalb Winzerlas. (vgl.Tab. 8)

Winzerla Faktor 2 – Sauberkeit, erklärte Varianz 16,3 %	Jena Faktor 3 – Sauberkeit, erklärte Varianz 9,2 %
Sauber (0,79)	Sauber (0,85)
Gelassen (0,73)	Gepflegt (0,83)
Ruhig (0,73)	
Sicher (0,66)	
Dynamisch (0,66)	
Gepflegt (0,52)	
Heiter (0,49)	
Aktiv (0,42)	

Tabelle 8: Faktor Sauberkeit

Eine Interpretation dieses Sachverhalts ist, dass für die Jenaer Befragten nur die äußere Wirkung von Relevanz ist ohne weitere Bedeutungen. Die Winzerlaer sehen die Sauberkeit, über den Wert an sich, zudem als Indikator für Sicherheit. Eine Verwahrlosung der Wege und Grünflächen würde eher als Beeinträchtigung des Sicherheitsgefühls wahrgenommen werden. Die Gepflegtheit der Anlagen an sich würde in dieser Lesart von geringerer Bedeutung sein. Darauf deutet auch die geringe Ladung der Eigenschaft *gepflegt* auf den Faktor *Sauberkeit* hin. Diese Interpretation stimmt auch mit den Befunden von Weiske überein, die festgestellt hat, dass der Bezug auf Ordnung und Sauberkeit als Ersatz für den Verlust an Gemeinschaft gedeutet werden kann.¹⁹⁶

Trotz unterschiedlicher Eigenschaften wird der nächste Faktor einheitlich als *Repräsentativität* bezeichnet. *Repräsentativität* meint in diesem Zusammenhang, dass das Stadtviertel etwas darstellen soll. Man will mit dem Wohnort seine gesellschaftliche Position deutlich machen. Dieser Faktor ist bei den Befragten in Winzerla in erster Linie durch die Eigenschaft *luxuriös* gekennzeichnet. (vgl. Tab. 9) Bei der Beschreibung Winzerlas sind in diesem Rahmen auch die Eigenschaften *vielfältig*, *eindrucksvoll* und *großzügig* von Bedeutung. Abgerundet wird die *Repräsentativität* von Winzerla für die Befragten innerhalb des Stadtteils durch *Dynamik* und *Modernität*.

Winzerla Faktor 3 – Repräsentativität, erklärte Varianz 11,8 %	Jena Faktor 2 – Repräsentativität, erklärte Varianz 10,5 %
Luxuriös (0,71)	Reich (0,76)
Vielfältig (0,58)	Sicher (0,70)
Eindrucksvoll (0,58)	Angesehen (0,59)
Großzügig (0,55)	Heiter (0,49)
Dynamisch (0,49)	Aktiv (0,42)
Modern (0,46)	

Tabelle 9: Faktor Repräsentativität

Im Faktor *Repräsentativität* für die Befragten außerhalb Winzerlas haben die Eigenschaften *reich* und *sicher* das höchste Gewicht. Während die Befragten in Winzerla eine eher an den Gebäuden und der Stadtteilgestaltung orientierte Perspektive auf die Repräsentativität des Stadtteils haben, lassen sich die Eigenschaften dieses Faktors bei den Jenaer Befragten anders interpretieren. Sie stellen eher Kriterien dar, die auf die soziale Situation im Stadtteil Bezug nehmen. Die Korrelation mit der Eigenschaft *angesehen* bestätigt diese Interpretationsweise.

¹⁹⁶ Weiske 1997 a.a.O., S. 126, Sie beschreibt weiter, wie die wachsende Unsicherheit bei der Nutzung der Freiräume nach dem Wegfall der DDR Strukturen das Leben in den Großwohnsiedlungen geprägt hat.

Mit einer erklärten Varianz von 10,5 Prozent ist dieser Faktor für die Jenaer Befragten der zweit wichtigste, während *Sauberkeit* für die Winzerlaer noch wichtiger als *Repräsentativität* ist.

Ein weiterer Faktor für das Image von Winzerla wird als *Atmosphäre* interpretiert. Dieser Faktor ist durch eine hohe Ladung der Eigenschaft *verträumt*, sowohl bei Befragten innerhalb als auch außerhalb Winzerlas, gekennzeichnet. (vgl. Tab. 10) Als Gegenteil von *Sachlichkeit* ist diese Eigenschaft im Sinne eines Wunsches nach einer Bedeutung zu interpretieren, die über funktionale Grundvoraussetzungen beispielsweise an Grundrisse und Versorgungsinfrastruktur hinaus geht. Inwieweit *Verträumtheit* vorhanden ist scheint demnach ein wichtiger Imagefaktor zu sein.

Die Färbung dieses Imagefaktors, das heißt welche Eigenschaften für die *Atmosphäre* relevant sind, ist für die beiden Gruppen an Befragten unterschiedlich. Für die Winzerlaer Befragten ist die *Atmosphäre* durch die Eigenschaften *angesehen* und *anziehend* geprägt. Für die Jenaer Befragten ist die *Atmosphäre* von den Eigenschaften *luxuriös* und *eindrucksvoll* beeinflusst.

Winzerla Faktor 4 – Atmosphäre, erklärte Varianz 7,9 %	Jena Faktor 5 – Atmosphäre, erklärte Varianz 7,9 %
Verträumt (0,82)	Verträumt (0,80)
Angesehen (0,50)	Luxuriös (0,59)
Anziehend (0,49)	Eindrucksvoll (0,48)

Tabelle 10: Faktor Atmosphäre

Jugendlichkeit ist ebenfalls ein Bewertungsfeld, welches für beide befragten Gruppen von Bedeutung ist. Um die Bedeutung des Imagefaktors genauer bestimmen zu können wurden entgegen des üblichen Vorgehens jeweils eine Eigenschaft mit niedrigeren Faktorladungen als 0,4 in die Auswertung einbezogen. (vgl. Tab. 11)

Winzerla Faktor 5 – Jugendlichkeit, Neuheit erklärte Varianz 7,8 %	Jena Faktor 6 – Jugendlichkeit, Neuheit erklärte Varianz 7,1 %
Jung (0,90)	Jung (0,80)
Eindrucksvoll (0,51)	Modern (0,64)
Sicher (-0,31)	Vertraut (0,34)

Tabelle 11: Faktor Jugendlichkeit

Dabei wird deutlich, dass die Jugendlichkeit des Stadtteils für die Winzerlaer neben der Eigenschaft *eindrucksvoll* auch ein Stück weit den negativen Pol der Eigenschaft *sicher* umfasst. Dieser

Zusammenhang kann so interpretiert werden, dass der Faktor Jugendlichkeit für das Image von Winzerla relevant ist. Ein Aspekt der *Jugendlichkeit* ist *Unsicherheit*, deren Charakter anhand des semantischen Differentials nicht geklärt werden kann. Die Auswertung der offenen Frage zu Assoziationen mit Winzerla zeigt jedoch, dass „Generationenkonflikte“ eine Rolle in Winzerla spielen. Dies wäre eine Erklärung, warum *Jugendlichkeit* nicht nur positiv von den Befragten in Winzerla bewertet wird.

Die Verbindung mit *Unsicherheit* besteht bei den Befragten außerhalb von Winzerla nicht. Stattdessen bezieht sich *Jugendlichkeit* hier neben *Modernität* auf die Eigenschaft *vertraut*. *Jugendlichkeit* wird demnach positiver bewertet als in der anderen Gruppe.

Die letzte Bewertungsdimension von Winzerla, die sich aus der Faktorenanalyse ergeben hat ist für beide Gruppen nicht einheitlich zu interpretieren. Die Imagefaktoren scheinen demnach für Winzerlaer und Jenaer Befragte nicht gleich zu sein. Der zusätzliche Faktor für Befragte aus Winzerlaer wird *Übersichtlichkeit* genannt. (vgl. Tab. 12) Gemeinsam mit der Eigenschaft *übersichtlich* laden die Eigenschaften *aktiv* und *grün* auf diesen Faktor. Der Imagefaktor bezieht sich auf die städtebauliche Struktur. Von Bedeutung ist dabei die Anordnung von Häusern und Grünflächen im Stadtteil. Weiterhin stellt die Belebtheit für die Wahrnehmung des Stadtteils eine relevante Bewertungsebene dar.

Winzerla Faktor 6 - Übersichtlichkeit, erklärte Varianz 7,5 %	Jena Faktor 4 - Beschaulichkeit, erklärte Varianz 8,4 %
Übersichtlich (0,85)	Gelassen (0,78)
Aktiv (0,57)	Ruhig (0,69)
Grün (0,52)	Aktiv (- 0,51)
	Übersichtlich (0,47)

Tabelle 12: Faktor Übersichtlichkeit und Beschaulichkeit

Für die Befragten aus dem Stadtgebiet von Jena ist eine andere Bewertungsebene für Winzerla von Bedeutung. Dieser Faktor wird als Beschaulichkeit interpretiert. Es fließen die Eigenschaften 'gelassen', 'ruhig', 'übersichtlich' und 'passiv' in diesen Imagefaktor ein. Beschaulichkeit ist als Imagefaktor für die Jenaer Befragten wichtiger als Jugendlichkeit und Atmosphäre.

Ergebnis der Faktorenanalyse ist, dass Winzerla mit zwei teilweise verschiedenen Sets an Imagefaktoren bewertet wird. Die einzelnen Faktoren mit ihrer Wertigkeit gemessen an der Varianzaufklärung sind noch einmal in Tabelle 13 zusammengefasst. Wie eingangs erklärt, stellen

die Imagefaktoren nur Bewertungsebenen und noch keine Bewertungen dar. Dennoch wird deutlich, dass das Fremdbild beziehungsweise das Selbstbild mit unterschiedlichem Maß gemessen wird. *Attraktivität* hebt sich in seiner Bedeutung für das Image deutlich von den anderen Faktoren ab. Dies trifft sowohl für die Befragten in Winzerla als auch außerhalb Winzerlas zu. Neben den zwei unterschiedlichen Faktoren wurden auch Differenzen innerhalb der Imagefaktoren festgestellt.

Winzerla	Jena
1. Faktor – Attraktivität 23 %	1. Faktor – Attraktivität 19,6 %
2. Faktor – Sauberkeit 16,3 %	2. Faktor – Repräsentativität 10,5 %
3. Faktor – Repräsentativität 11,8 %	3. Faktor – Sauberkeit 9,2 %
4. Faktor – Atmosphäre 7,9 %	4. Faktor – Beschaulichkeit 8,4 %
5. Faktor – Jugendlichkeit 7,8 %	5. Faktor – Atmosphäre 7,9 %
6. Faktor – Übersichtlichkeit 7,5 %	6. Faktor – Jugendlichkeit 7,1 %

Tabelle 13: Faktorenübersicht

Für die Befragten in Winzerla lässt sich insgesamt festhalten, dass Eigenschaften der ersten drei Imagefaktoren genutzt wurden, um den Stadtteil überwiegend positiv zu beschreiben. In kurzer Zusammenfassung ist Winzerla für die Winzerlaer zwar *attraktiv* und *sauber*, er erfüllt jedoch nicht die Funktion der *Repräsentativität*.

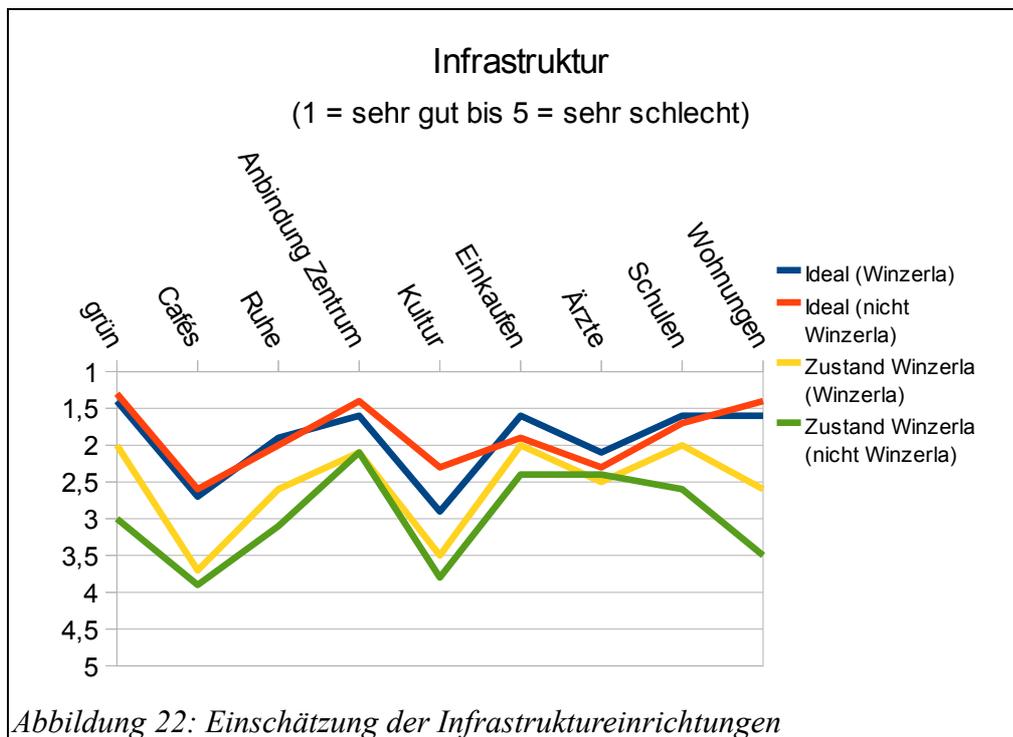
Im Detail wird Winzerla bezüglich der Imagefaktoren überwiegend *attraktiv* gesehen. Einzig das Erscheinungsbild als *armer* Stadtteil relativiert diese Aussage zu einem gewissen Grad. Der Imagefaktor *Sauberkeit* enthält für die Befragten aus Winzerla auch die Kriterien *Sicherheit* und *Entspannung*. Der Faktor *Entspannung* wird durch die Eigenschaft *gelassen* positiv hervorgehoben. Die *Repräsentativität* des Stadtteils wird hauptsächlich durch dessen Bewertung als *luxuriös* geprägt. Dem kann Winzerla in den Augen der Bewohner nicht gerecht werden. Die ausgeprägte Wahrnehmung als *schlichter* Stadtteil überwiegt die eher neutralen Werte bei den anderen Eigenschaften des Faktors *Repräsentativität*.

Das Fremdbild von Winzerla wird hinsichtlich der Imagefaktoren als unattraktiv, nicht repräsentativ und mit einer „schlechten“ Atmosphäre charakterisiert. Die Unattraktivität wird an sechs negativ bewerteten Eigenschaften deutlich, die diesen Faktor kennzeichnen. Die mangelnde Repräsentativität wird vor allem an der Wahrnehmung Winzerlas als 'armer' Stadtteil festgemacht. Schlichtheit betrifft für die Befragten außerhalb von Winzerla eher den Imagefaktor Atmosphäre. Diese ist im Fremdbild neben Schlichtheit durch Sachlichkeit und Unscheinbarkeit geprägt.

Das semantische Differential gibt das Image der Befragten aus einer emotionalen Sichtweise

wieder. Es werden dabei Einstellungen abgefragt, die auf Gefühlen beruhen und weniger auf rationalen Gegebenheiten. Im Rahmen der Studie wurde festgestellt, dass das Fremdbild im Vergleich zum Selbstbild mehr durch emotionale geprägt wird. Insgesamt wurde jedoch nur eine geringe Abweichung vom Neutralwert beobachtet. Um dennoch die Einseitigkeit des semantischen Differentials auszugleichen, wurde nach den Idealvorstellungen und den tatsächlichen Gegebenheiten in Winzerla gefragt.

Die Befragten wurden gebeten zunächst die Merkmale ihres idealen Wohnorts anhand von vorgegebenen Kategorien zu beschreiben, um anschließend diese Merkmale für Winzerla einzuschätzen. Es zeigt sich, dass die ideale Qualität der Merkmale in keinem Fall erreicht wurde. (vgl. Abb. 22)



Auch die Winzerlaer finden, dass sie nicht in einem idealen Stadtteil wohnen. Besonders wichtig ist den Befragten in Winzerla die Ausstattung mit Grünflächen, die Anbindung an das Stadtzentrum, die Versorgung mit Infrastruktur für Kinder (Schulen, Kindergärten), die Qualität der Wohnungen und die Handelsinfrastruktur. Weniger wichtig ist den Winzerlaern die Ruhe im Stadtteil und die Versorgung mit Ärzten. Die Ansprüche an die Ausstattung mit Cafés und Restaurants sowie kulturelle Veranstaltungen sind am geringsten.

Das Idealbild der Befragten außerhalb Winzerlas ist ähnlich, weist jedoch kleine Unterschiede auf. Sehr wichtig ist in dieser Gruppe ebenfalls die Versorgung mit Grünflächen, die Anbindung an das Zentrum und die Qualität der Wohnungen. Gleich danach kommt die Ausstattung mit Schulen und

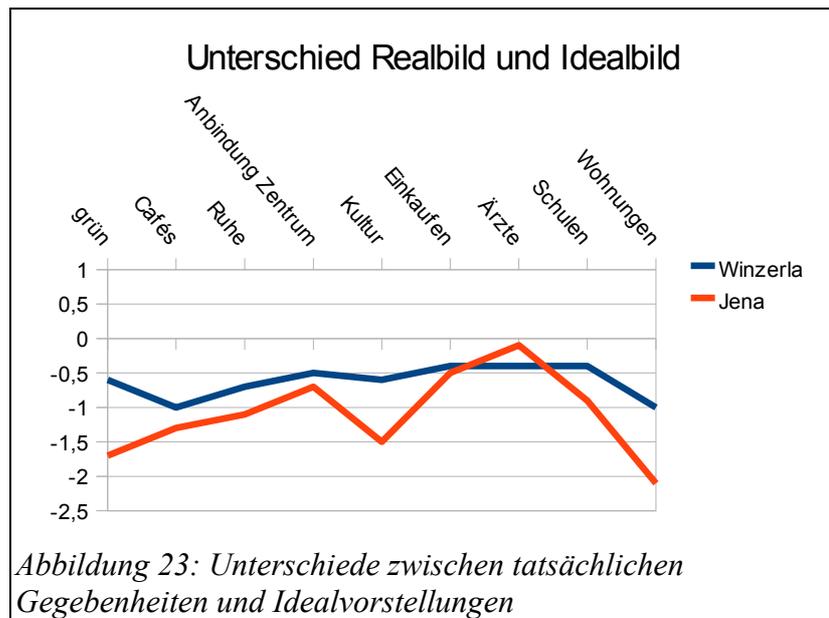
Kindergärten. Im Gegensatz zu den Befragten in Winzerla sind in dieser Gruppe die Einkaufsmöglichkeiten weniger wichtig, selbes gilt für die Ruhe im Stadtteil. Kulturelle Veranstaltungen und die Ärzteversorgung sind mit einem Durchschnittswert von unter zwei immer noch wichtig, befinden sich aber am unteren Ende der Rangfolge. Den Abschluss bildet die Ausstattung mit Cafés und Restaurants. Der deutlichste Unterschied zwischen den Idealvorstellungen der beiden Gruppen zeigt sich im Anspruch an kulturelle Veranstaltungen. Hier verlangen die Befragten außerhalb Winzerlas deutlich mehr.

Der reale Zustand sieht, wie bereits erwähnt, schlechter aus als das Ideal. Zunächst wird wieder auf die Perspektive der Winzerlaer Befragten eingegangen. Am besten fällt das Urteil hier über die Versorgung mit Grünflächen, Einkaufsmöglichkeiten und Kindereinrichtungen aus. Der Zustand wird durchschnittlich als gut bewertet. Ebenfalls gut wird die Anbindung an das Zentrum wahrgenommen. Die Ruhe im Stadtteil, die Versorgung mit Ärzten und die Qualität der Wohnungen tendieren in der Bewertung zu befriedigend. Das Angebot an Gastronomieeinrichtungen und kulturellen Veranstaltungen wird als minimal oder um im System der Schulnoten zu bleiben als genügend bewertet.

Das Fremdbild von Winzerla wird insgesamt etwas negativer gesehen. Am positivsten wird die Anbindung an das Stadtzentrum wahrgenommen. Die Bewertung von Einkaufsmöglichkeiten, Kindereinrichtungen und Ärzteversorgung tendiert zu befriedigend. Winzerla wird von außerhalb, mit einer drei, auch nicht als ein ruhiger Stadtteil bewertet. Am schlechtesten schneidet Winzerla bei der Bewertung der Qualität der Wohnungen, den Gastronomieeinrichtungen und dem Angebot an kulturellen Veranstaltungen ab, wobei die letzten beiden Merkmale schon deutlich zum Durchschnittswert vier tendieren.

Die größten Diskrepanzen zwischen den realen Bildern von Winzerla gibt es bei der Bewertung der Grünflächen, der Wohnungen und der Kindereinrichtungen. Weitgehende Übereinstimmung sind bei der Versorgung mit Gastronomieeinrichtungen, der Anbindung an das Zentrum, dem Angebot an kulturellen Veranstaltungen und der Ärzteversorgung festzuhalten. Geringere Unterschiede finden sich bei der Einschätzung der Ruhe im Stadtteil und der Handelsinfrastruktur.

Für die Aufwertung des Images sind die Unterschiede zwischen den realen Bildern von Winzerla die ersten Ansatzpunkte. Diese Differenzen bestehen am ehesten aufgrund verzerrter Wahrnehmung. Ein weitergehender Ansatz würde sich mit der Angleichung des Realbildes an das Idealbild beschäftigen. (vgl. Abb. 23) Die Diskrepanz zwischen diesen Bildern ist im Durchschnitt bei den Befragten außerhalb Winzerlas am größten. Einen Sonderfall stellt die Versorgung mit Ärzten dar. Hier entspricht Winzerla dem Idealbild der Jenaer.



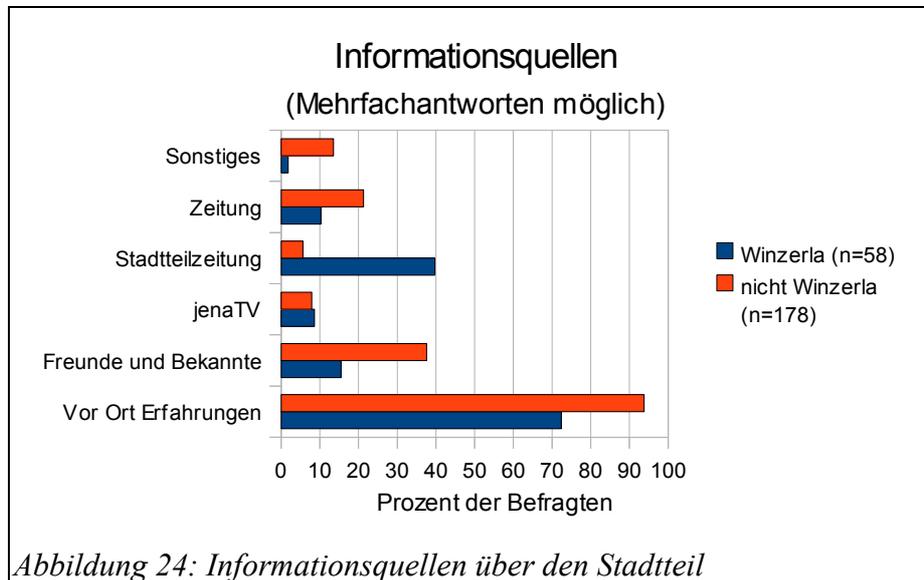
Nicht nur die Inhalte des Images von Winzerla waren für die Untersuchung von Interesse, auch die Informationsgrundlage und der Einfluss auf das Verhalten der Befragten. Zudem ist mit der Perspektive auf mögliche Maßnahmen der Imageveränderung die Stabilität des Images von Winzerla von Bedeutung.

Bezüglich der Informationsquellen ist anzunehmen, dass das Image umso differenzierter ist, je mehr Quellen für die Bildung des Images verwendet werden. Bei der Bewertung der Vielfalt der Informationsträger sollte jedoch die Erkenntnis aus der psychologischen Forschung berücksichtigt werden, dass Informationen, die das existierende Bild bestätigen leichter verarbeitet werden als gegensätzliche Informationen.

Die Ergebnisse deuten insgesamt auf eine geringe Vielfalt an Informationsquellen hin. Nur die Kategorie persönliche Erfahrungen wird von mehr als der Hälfte der Befragten in beiden Gruppen angegeben. (vgl. Abb. 24) 45 Prozent der Befragten gaben an mindestens ein weiteres Medium zu nutzen. Die Ursache für dieses Verhalten liegt nicht zwingend in fehlendem persönlichen Engagement, sondern kann auch auf einen Mangel an Informationen über Winzerla in den verschiedenen Informationskanälen liegen. Dies kann im Rahmen dieser Studie jedoch nicht geprüft werden.

In Winzerla geben aus nachvollziehbaren Gründen fast alle Befragten an, dass ihr Image von den persönlichen Erfahrungen vor Ort geprägt ist. Auch in der Gruppe der Jenaer ist dieser Anteil mit über 70 Prozent immer noch sehr hoch. Es ist jedoch zu vermuten, dass zwischen den Erfahrungen der beiden Gruppen qualitative Unterschiede bestehen. Die Erfahrungen der Passanten, so die plausible Annahme, ist eher punktuell. Winzerla wird, wie die hohe Wertschätzung der Ärzteversorgung vermuten lässt, im Rahmen medizinischer Behandlungen besucht. Weiterhin

werden mit Winzerla die direkt angrenzenden Stadtwerke und das Freizeitbad „Galaxsea“ assoziiert. (vgl. S. 58) Ob beruflich oder in der Freizeit, beide Varianten lassen meist nur einen kurzen Blick auf Winzerla zu. Der visuelle Eindruck von Winzerla, der im Rahmen dieser Handlungszusammenhängen entsteht, beschränkt sich meist auf die Wahrnehmung der baulichen Strukturen.



Die zweithäufigste Informationsquelle für die Befragten außerhalb Winzerlas sind Gespräche mit Freunden und Bekannten. Diese Kategorie kann auch als „Hören Sagen“ bezeichnet werden. In der Häufigkeit erst nach diesen Alltagsgesprächen wird die lokale Tageszeitung als Informationsquelle genutzt. Die Kategorie Sonstiges umfasst die Angabe, dass man früher in Winzerla gewohnt hat, oder dass in Winzerla gearbeitet wird. Insgesamt sind dies 13 Fälle. Der lokale Fernsehsender wird selten als Informationsquelle genutzt ebenso wie die Stadtteilzeitung von Winzerla. Dass Letztere nicht von den Befragten außerhalb Winzerlas genutzt wird, hängt mit der fast ausschließlich stadtteilweiten Verbreitung der Zeitung zusammen. Dies entspricht der Ausrichtung dieser Zeitung auf die Versorgung der Stadtteilbewohner mit Informationen.

Bei den Bewohnern von Winzerla wird die Stadtteilzeitung auch intensiv genutzt. 40 Prozent der Befragten nutzen dieses Medium. Damit ist es das Häufigste nach den persönlichen Erfahrungen. An dritter Stelle mit großem Abstand werden Freunden und Bekannte als Informationsquellen über den Stadtteil genannt. Während Alltagsgespräche eine der häufigsten Informationsquellen für Befragte außerhalb Winzerlas ist, zeigen die Ergebnisse für die Winzerlaer eine eher geringe Bereitschaft über den Stadtteil ins Gespräch zu kommen. Die lokale Zeitung dient nur 10 Prozent der Befragten als Informationsmedium und damit anteilig nur halb so vielen im Vergleich zu den Befragten in Jena. Der lokale Fernsehsender jenaTV wird auch bei den Winzerlaern kaum genutzt.

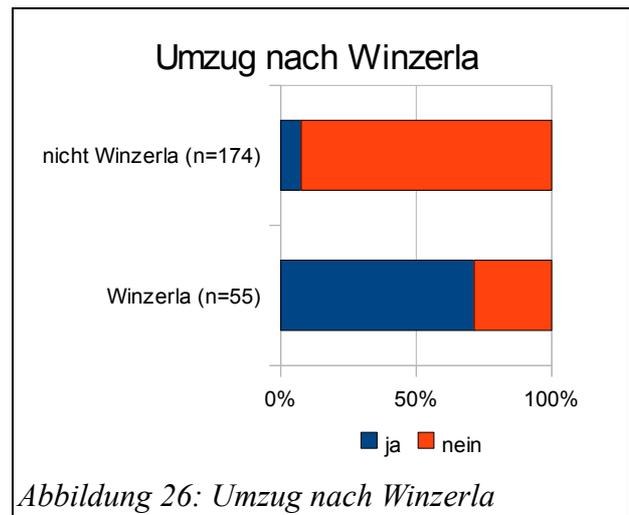
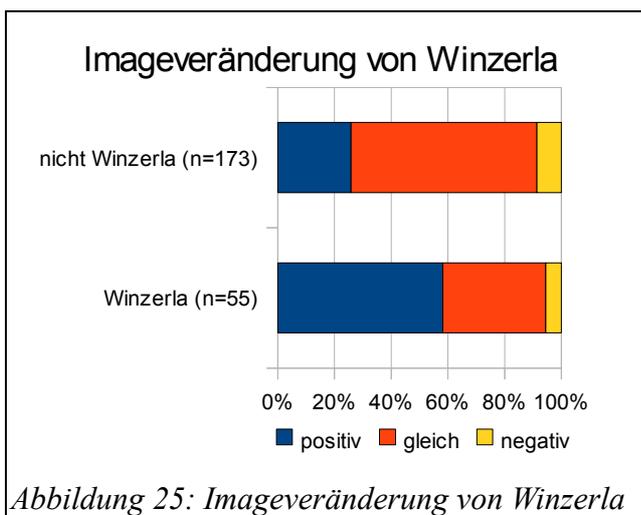
Es stellt sich die Frage inwieweit die Informationen das Image von Winzerla beeinflussen können. Ziel des Programms Soziale Stadt ist es, die negative Entwicklung von Stadtteilen zu stoppen und

gegebenenfalls umzukehren. Um der Möglichkeit der Veränderung von Images nachzugehen, wurde diese Frage in die Studie aufgenommen.

Die Stabilität des Images von Winzerla wurde über die Frage nach der Veränderung des Eindrucks von Winzerla in den letzten 10 Jahren erfasst. Bei der Beurteilung der Veränderbarkeit von Images muss zwischen dem Fremdbild und dem Selbstbild unterschieden werden.

Das Fremdbild von Winzerla ist sehr beharrend. Zwei Drittel der Befragten in dieser Gruppe stellen keine Veränderung des Images fest. (vgl. Abb. 25) Die Außenimage von Winzerla, das anhand der Imagefaktoren, als wenig attraktiv, nicht repräsentativ und von einer eher sachlichen Atmosphäre geprägt beschrieben werden kann, bleibt überwiegend konstant. Ein Viertel der Befragten sieht eine positive Veränderung von Winzerla und nur ein geringer Anteil sieht eine Imageverschlechterung.

Das Selbstbild von Winzerla ist für die Befragten wesentlich flexibler. Die Verhältnisse sind im Vergleich zum Fremdbild umgekehrt. Ein Drittel der Befragten in Winzerla, im Gegensatz zu zwei Dritteln bezüglich des Fremdbildes, sieht keine Veränderung des Images des Stadtteils. Über die Hälfte der Befragten sieht eine Verbesserung. Eine Verschlechterung des Images wird zu einem noch geringeren Anteil als beim Fremdbild wahrgenommen.



Entsprechend zu der Wahrnehmung des Images ist die Überlegung zu einem Umzug nach Winzerla geprägt. Das relativ gute Image mit deutlichen Verbesserungstendenzen führt dazu, dass zwei Drittel der Befragten aus Winzerla auch wieder nach Winzerla ziehen würden. (vgl. Abb. 26) Ein Drittel würde nicht wieder nach Winzerla ziehen. Vor allem diejenigen, die Winzerla mit Plattenbau und Rechtsextremen assoziieren, wollen aus Winzerla wegziehen. Dieses Ergebnis entspricht auch den Befunden der Mieterstudie von 2009 der jenawohnen GmbH. In 16 Prozent der Fälle ist dort der Plattenbau und in 27 Prozent die soziale Lage beziehungsweise das Wohnumfeld

ausschlaggebend für den Wegzug aus Winzerla.¹⁹⁷

Bei den Befragten außerhalb von Winzerla geben auf die hypothetische Frage ob sie im Falle eines Umzugs nach Winzerla ziehen würden nur 7,5 Prozent eine positive Antwort.

Mit der Frage nach dem Umzug nach Winzerla wurde ein letztes und das am meisten polarisierende Kriterium für das Image untersucht. Die fehlende Bereitschaft nach Winzerla zu ziehen, kann im Kontext dieser Studie als ein deutliches Signal für ein negatives Image interpretiert werden. Alle Faktoren und Eigenschaften des Stadtteils konvergieren in einer Entscheidung für oder gegen den Stadtteil. Die Wohnortwahl macht deutlich, dass sich das Fremdbild und das Selbstbild von Winzerla deutlich unterscheiden, obwohl beide sich auf das selbe Objekt beziehen. Das Selbstbild fällt deutlich positiver aus als das Fremdbild.

Die Untersuchung des Stadtteilimages nach Unterschieden zwischen Innen und Außen sowie charakteristischen Imagefaktoren stellt jedoch nur einen wichtigen Zwischenschritt für das Ziel dieser Arbeit dar. Die Hauptfrage fokussiert auf den Einfluss des Programms Soziale Stadt auf die Imagebildung des Stadtteils. Zu Beginn wurde deutlich gemacht, dass das Negativeimage der meisten Stadtteil ein Hauptgrund war, um in das Programm aufgenommen zu werden. Weiterhin ist deutlich geworden, dass ein negatives Image stark zur Benachteiligung des Stadtteils beiträgt. Aus diesen Gründen ist es sinnvoll zu Fragen, inwieweit das Programm Soziale Stadt durch die Einwirkung auf das Image in der Lage ist die Benachteiligung des Stadtteils aufzulösen. Im Folgenden wird am Beispiel Jena-Winzerla dieser Einfluss dargestellt. Daten über die Wirkung des Programms Soziale Stadt wurden in Experteninterviews mit Akteuren in und außerhalb des Stadtteils erhoben. Die Befragten haben jeweils einen konkreten Bezug zum Stadtteil und kennen das Programm Soziale Stadt.

6.5 Der Einfluss des Programms „Soziale Stadt“ auf das Image von Jena-Winzerla

Bevor auf die Ergebnisse der Interviews eingegangen wird, soll an dieser Stelle kurz auf die Maßnahmen des Programms Soziale Stadt in Winzerla eingegangen werden. Folgende Maßnahmen aus dem Katalog der Öffentlichkeitsarbeit des Difu wurden bereits realisiert oder sind in Arbeit.

- Stadtteilzeitung (innen)
- Generationenblatt (innen)
- Erarbeitung einer Internetpräsenz (innen+außen)
- Wegweiser (innen)

197 Jenawohnen GmbH (Hg.) (2009) : Mieterstudie Winzerla. unveröffentlicht.

- Ausstellungen (innen)
- Plakate und Aushänge (innen)
- Pressemeldungen (außen)
- Veröffentlichungen (innen+außen)
- Stadtteilstefte (innen)

Was schon in der dritten bundesweiten Befragung der Programmgebiete für alle Stadtteile festgestellt wurde, fällt auch in Winzerla auf.¹⁹⁸ Die Öffentlichkeitsarbeit ist zu einem größeren Teil nach innen in den Stadtteil hinein gerichtet.

Neben den Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit wirken sich auch städtebauliche Umgestaltungen auf das Image des Stadtteils aus. Wohnumfeldgestaltung und andere physische Interventionen im Stadtbild werden durch verschiedene Programme finanziert. Zwei der wichtigsten sind der Stadtumbau Ost und die Wohnumfeldgestaltung. Bei der Umgestaltung der Wasserachse als Stadtteilzentrum wurden verstärkt auch Fördermittel des Programms Soziale Stadt eingesetzt. Diese Maßnahme kann als imagebeeinflussende Intervention verstanden werden. Durch die Größe des Projekts wird die Struktur des Stadtteils stark geprägt. Gleichzeitig wird mit dem Projekt auch eine gewisse Außenwirkung erreicht.

Im Rahmen des Programms Soziale Stadt wurden viele weitere Projekte initiiert oder begleitet, wie es bei den Projekten finanziert durch das Programm „Stärken vor Ort“ der Fall ist. Viele Projekte können in einem weiteren Sinn als Image prägend verstanden werden. In erster Linie sind sie jedoch auf anderen Handlungsfeldern, wie zum Beispiel der Verbesserung individueller Arbeitsmarktchancen oder der Gesundheitsförderung angesiedelt.

Wie diese Maßnahmen des Programms auf das Image des Stadtteils wirken sollten die ausgesuchten Experten beantworten. Um den Einfluss des Programms auf das Image deutlich zu machen wurden auch Fragen nach der Situation in Winzerla gestellt. Die Interviews orientierten sich dabei an:

- Fragen zur Einschätzung der Lage in Winzerla,
- den Stärken und Schwächen von Winzerla,
- Images differenziert nach Fremdbild und Selbstbild,
- der Veränderung des Images von Winzerla,
- den wichtigsten Problemen im Stadtteil und
- den prägenden Kräften des Images von Winzerla.

Mit diesem Rahmen kann dann die Wirkung des Programms Soziale Stadt klarer dargestellt werden. Die Reihenfolge der Experteninterviews, die im Folgenden einzeln analysiert werden, hat keine

198 Difu (Hg.) (2006) : Dritte bundesweite Befragung Programmgebiete „Soziale Stadt“. Berlin. S. 99 f.

besonderen Gründe.

Eberhard Warncke-Seithe, ehemaliger Leiter des Stadtteilbüros

Warncke-Seithe stellt fest, dass Winzerla stark von der wirtschaftlichen Stabilität in Jena profitiert hat. Die massive Deindustrialisierung in Ostdeutschland hat sich nicht in diesem Maß in Jena ausgewirkt. Die Bevölkerung konnte durch neue Arbeitsplätze in Jena gehalten werden. Daher gibt es auch kaum Leerstand in Winzerla, was ein Hauptproblem anderer Großwohnsiedlungen in Ostdeutschland ist. Die, zu Beginn befürchtete, Ghettoisierung trat nicht ein. Das Bild vom Plattenbau als Schlafstadt ist jedoch auch für Winzerla prägend und die Schwäche des Stadtteils. Dadurch wird es maximal zur zweiten Wahl bei der Wohnungssuche. Die mangelnde Belebtheit im Stadtteil kann aber auch positive Auswirkungen haben, denn nicht jeder möchte den Lärm, der mit Aktivität verbunden ist vor seiner Haustür haben. Warncke-Seithe stellt weiterhin fest, dass das Image heute nicht mehr von Rechtsextremismus geprägt ist. Insgesamt ist es für ihn jedoch schwer die notwendige Distanz zu bewahren, um das Außenimage des Stadtteils beurteilen zu können.

Das Image des Plattenbaus, argumentiert Warncke-Seithe, kann aufgrund der starken Verankerung an der baulichen Struktur, vor allem durch bauliche Umgestaltung und durch Aufwertung der Wohnungen sowie des Wohnumfeldes erfolgen. Beides geht nur durch die Zusammenarbeit von Wohnungsgesellschaften und Stadtplanung. Ein dritter Faktor ist für den ehemaligen Leiter des Stadtteilbüros die Förderung des sozialen Zusammenhalts. Nur in Kombination dieser drei Faktoren kann das Image des Stadtteils verändert werden, wobei die bauliche Komponente eine notwendige Bedingung für die Veränderung ist.

An konkreten Beispielen macht er deutlich, wie die Aufwertung der Wohnungen als Haltefaktor für die Winzerlaer dient. Er befürwortet die Strategie des Rahmenplanentwurfs für Winzerla, der eine Differenzierung des Stadtteils vorsieht.

Das Programm Soziale Stadt wird selbst kaum wahrgenommen. Die Projekte werden oft nur von denen bemerkt, die daran teilnehmen. Dies ist nur ein kleiner Teil der Bevölkerung. Der Großteil bewegt sich in der wichtigen Privatsphäre, die durch Fernsehen, Nachbarn und Garten geprägt ist.

Die zukünftige Entwicklung von Winzerla sieht er in der weiteren Gestaltung der Wasserachse und der umliegenden Häuser. Die seit Jahren geplante Auflockerung durch die WG Carl Zeiss wird höherwertigen Wohnraum schaffen. Dadurch wird es immer Leute geben, die nach Winzerla ziehen. Ein Problem sieht er in der Verdrängung der ärmeren Bevölkerungsschichten, die sich die besseren Wohnungen nicht leisten können. Wichtig ist, eine Balance zwischen günstigen Mieten und dem hochpreisigen Segment zu bewahren.

Die Frage nach den prägenden Faktoren des Images von Winzerla beantwortet Warncke-Seithe mit

dem Verweis auf die wichtige Arbeit des Stadtteilbüros in Winzerla. Von diesem gingen wichtige Impulse zur Verbesserung des Selbstbildes von Winzerla aus. Die Medien werden als neutraler Faktor beschrieben, die Informationen bereitwillig aufnehmen. Eine Berichterstattung über Winzerla ist jedoch nicht selbstverständlich und muss aktiv unterstützt werden. Eine negative oder positive Beeinflussung ist nicht festzustellen. Prinzipiell ist Winzerla ein funktionierender Stadtteil ohne größere Probleme. Dadurch entstand auch nie ein Handlungsdruck, wie er beispielsweise in Leinefelde, zu einer völligen Umgestaltung geführt hat. Auch die politische Initiative hielt sich in Jena in Grenzen. Die Probleme der spezifischen Lebenslagen von Transferleistungsempfängern lassen sich nur schwierig auf der Quartiersebene lösen.

Andreas Mehlich, Quartiermanager von Winzerla

Der Quartiermanager beschreibt anhand der statistischen Daten Winzerla als zweit benachteiligten Stadtteil in Jena. Mit Lobeda hat Winzerla den höchsten Anteil an Arbeitslosen in Jena. Dennoch ist der Stadtteil durch eine Mischung aller sozialen Schichten gekennzeichnet. Belegt wird das durch den hohen Anteil an sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten. Aus baulicher Sicht wird Winzerla als Plattenbaugebiet gesehen, obwohl es mit Alt-Winzerla dörfliche Strukturen und mit dem Wohngebiet am Hahnengrund sowie der Ringwiese auch Einfamilienhaussiedlungen gibt. Die Gebiete gehen fließend ineinander über, sodass nicht der Eindruck einer abgehängten Satellitenstadt entsteht. Unterstützt wird dies noch durch die gute Nahverkehrsanbindung an das Zentrum. Mit Bezug auf Lobeda spricht der Quartiermanager von geringeren Geschosshöhen und der Nähe zur Natur. Diese Gründe und die positive wirtschaftliche Entwicklung in Jena führen dazu, dass es in Winzerla nahezu keinen Leerstand gibt. Insgesamt wird Winzerla als ein akzeptierter Stadtteil beschrieben, der sowohl positiv als auch negativ kommentiert wird.

Der Quartiermanager stellt fest, dass die Projekte im Rahmen des Programms Soziale Stadt sich in erster Linie auf die Bewohner Winzerlas richten. Hauptziel ist die Aktivierung der Bewohner und die Steigerung der Identifikation mit dem Stadtteil, sodass sich diejenigen, die hier wohnen auch wohl fühlen und bleiben. Wichtigster Aspekt für das Innenimage ist die Beteiligung der Bürger an städtebaulichen Maßnahmen, so der Quartiermanager. Neue Formen der Bürgerbeteiligung sind für ihn ein Mittel die Identifikation mit dem Stadtteil zu steigern. Im besten Fall werben die Bewohner zum Beispiel für das Stadtteilstfest oder laden Freunde nach Winzerla ein. Die Außenwirkung ist dabei eher eine positive Begleiterscheinung. Der Quartiermanager versteht sein Arbeitsfeld insgesamt als Auftrag zur Imageverbesserung des Stadtteils. Dies zeigt sich nicht in bestimmten Projekten sondern läuft im Hintergrund in allen Maßnahmen. Durch die Arbeit im Netzwerk mit vielen Akteuren auch außerhalb von Winzerla werden die positiven Aktionen kommuniziert und

bilden so ein positives Image von Winzerla.

Die Hauptaufgabe sieht der Quartiermanager resümierend auch nicht im Image des Stadtteils, sondern in der Sorge um das Gemeinwohl der Bürger im Sinne der Gemeinwesenarbeit. Es geht darum Menschen am gesellschaftlichen Leben zu beteiligen, unabhängig davon, welche individuellen Probleme betreffend Familie, Gesundheit oder Erwerbstätigkeit existieren. Zentral ist die Frage der Perspektive für die Menschen. Den Menschen eine Aufgabe zu geben, sei es nun über den sogenannten ersten Arbeitsmarkt oder andere Konstrukte ist jedoch nur schwierig auf Quartiersebene zu lösen. Der hohe Anteil von Arbeitslosen lässt sich nicht allein durch kleine Programme vor Ort senken. Dazu Bedarf es, so der Quartiermanager, einer gesellschaftlichen Anstrengung. Das Image eines so definierten benachteiligten Stadtteils ist demnach nur begrenzt durch Initiativen des Programms Soziale Stadt zu lösen.

Der Begriff des benachteiligten Stadtteils und auch die Bezeichnung eines Stadtteils als „Soziale Stadt“-Gebiet findet der Quartiermanager nicht zielführend für die Verbesserung des Images. Daher begrüßt er, dass das Programm selbst im Gegensatz zu den Projekten bei den Bürgern kaum kommuniziert wird. Weiterhin sieht der Quartiermanager die Durchmischung des Stadtteils als Imageträger. Seiner Ansicht nach ist es wichtig, dass es nicht zu einer Konzentration von Transferleistungsempfängern in bestimmten Stadtgebieten kommt.

In diesem Sinne sind auch die Wohnungsunternehmen an der Imagebildung des Stadtteils beteiligt. Die Wohnungsbelegung und die Investitionen in den Bestand wirken nach außen. Eine positive Veränderung des Selbstbildes sowie des Fremdbildes sei schon erreicht, so der Quartiermanager. Neben den Wohnungsunternehmen sind es vor allem Aktionen und Ereignisse, die in ihrer Gesamtheit das Image von Winzerla prägen.

Iven Kaczmarek, Leiter des Service-Center von jenawohnen in Winzerla

Der Leiter des Service Centers von jenawohnen in Winzerla, sieht die Stärken des Stadtteils vor allem indiziert durch den geringen Leerstand. Er sieht in Winzerla einen funktionierenden Stadtteil, wobei die Hauptfunktion das Wohnen ist. Die notwendigen Infrastruktureinrichtungen sind vorhanden und die gute Nahverkehrsanbindung ermöglicht den Zugang zu einem differenzierteren Handels- und Kulturangebot im Zentrum. Die monotone Struktur der Großwohnsiedlung wird durch die geringeren Gebäudehöhen relativiert. Dennoch sind die standardisierten Grundrisse des WBS 70 eine Schwäche der Siedlung. Mit Bezug auf statistische Angaben der Stadt Jena und der Mieterstudie von jenawohnen stellt er hinsichtlich der sozialen Struktur fest, dass es einen höheren Anteil von Menschen mit geringeren Einkommen in Winzerla gibt. Eine bedenklich Konzentration wird jedoch nicht festgestellt. Eine Belegungspflicht gibt es nicht, jedoch eine freiwillige

Übereinkunft mit der Stadt Jena günstige Wohnungen bereit zu stellen.¹⁹⁹ Insgesamt liegen die Mieten, abhängig vom Sanierungsgrad, in einer Spanne von 4,20 bis 6,50 Euro.

Bezüglich der Wahrnehmung von Winzerla spricht der Leiter des Büros von jenawohnen von einer überwiegend positiven Einstellung der Bewohner gegenüber ihrem Stadtteil. Die Grünflächen und das Spielplatzangebot sprechen dabei für sich. Von außen wird dieses Angebot zunächst nicht wahrgenommen. Herr Kaczmarek spricht in diesem Zusammenhang den Eindruck von Lobeda und Winzerla von der Autobahn A4 kommend an. Dieser sei zunächst wenig einladend.

Das Außenimage ist für einen Stadtteil wichtig, stellt Herr Kaczmarek fest. Sowohl Interesse und Nachfrage als auch das Lebensgefühl der Bewohner sind davon betroffen. Ein negatives Image führt aus seiner Sicht dazu, dass potentielle Bewohner abgeschreckt werden und keine weitere Auseinandersetzung mit dem an sich funktionierenden Stadtteil stattfindet.

Für die Kommunikation eines positiven Images in Winzerla sieht er den Quartiermanager in der Verantwortung, aber auch Vereine und Unternehmen im Stadtteil sollten gemeinsam diese Aufgabe wahrnehmen und die positiven Seiten von Winzerla nach außen kommunizieren. Herr Kaczmarek stellt fest, dass das Quartiermanagement als Teil des Programms Soziale Stadt eine insgesamt positive Wirkung auf das Image von Winzerla hat. Insbesondere die Vernetzung der lokalen Akteure trägt dazu bei, dass Ressourcen konzentriert werden können und gemeinsam an Projekten gearbeitet wird. Zunächst steht dabei das Selbstbild von Winzerla im Vordergrund so der Leiter des Winzerlaer Büros von jenawohnen. In einem zweiten Schritt erwartet er, dass das Außenimage verbessert wird. In den letzten Jahren stand eher Lobeda als größere Plattenbausiedlung im Interesse der Öffentlichkeit und Winzerla wurde wenig beachtet, so Herr Kaczmarek.

Zur Möglichkeit von jenawohnen das Image von Winzerla zu beeinflussen, spricht Herr Kaczmarek das schwierige Verhältnis zwischen günstigen Mieten und schönen Fassaden an. Aufgrund der wirtschaftlichen Restriktionen können nicht alle Maßnahmen durchgeführt werden. Die Ergebnisse der Mieterbefragungen haben die Prioritäten der Wohnungsgesellschaft beeinflusst mehr in die Innenausstattung zu investieren als in die Außengestaltung. Auch jenawohnen ist in seiner Strategie damit eher auf die Innenwahrnehmung des Stadtteils fokussiert. Herr Kaczmarek nannte neben der Gewährleistung von günstigen Mieten, für Bewohner und Vereine auch die Einrichtung des Service Centers im Jahr 2005 als imagebildenden Faktor.

Das Image wird seiner Meinung nach durch den ersten Eindruck der Menschen stark geprägt. An diesem ersten Eindruck können vor allem die Wohnungsunternehmen, das Quartiermanagement und der Ortschaftsrat etwas ändern. Nicht zuletzt sind für Herrn Kaczmarek die alltäglichen Gespräche

¹⁹⁹ Zurzeit sind dies nach Daten der Stadt Jena 541 Wohnungen mit Belegungsbindung, dies sind ca. 4 Prozent der Wohnungen.

über den Stadtteil prägend für Winzerla. Wenn die Bewohner von Aktionen oder Ereignissen im Stadtteil positiv berichten, wird sich in einem lange andauernden Prozess auch das Image verbessern. Ein wichtiger Schritt ist dabei die Vernetzung der interessierten Bürger und Akteure im Stadtteil, die durch das Programm Soziale Stadt ermöglicht wurde.

Iris Hippauf, Abteilungsleiterin Stabstellen WG Carl Zeiss

Frau Hippauf, die Verantwortliche der Wohnungsgenossenschaft Carl Zeiss für Winzerla spricht ebenso wie der Vertreter von jenawohnen von Winzerla als einer Großwohnsiedlung mit einem jüngeren Baualter als Lobeda, welches einen geringeren Sanierungsdruck für dieses Gebiet impliziert. Relativ zu anderen Großwohnsiedlungen ist Winzerla gut strukturiert. Die Entwicklung der Wasserachse zu einem Stadtteilzentrum hat in den letzten Jahren viel dazu beigetragen. Dennoch geben die monotonen Strukturen den Menschen nicht die Möglichkeit ihre Individualität auszudrücken. Der Plattenbau, so Frau Hippauf weiter, ist durch seinen preiswerten Wohnraum auch ein Wohngebiet für einkommensschwache Haushalte. Dies zeigt sich in einem höheren Anteil an Hartz IV Empfängern auch in Winzerla. Als Potential sieht die WG Carl Zeiss die umliegenden Gewerbe bis hin zum Forschungscluster mit Biotechnologie-unternehmen am Beutenberg. Auch die prinzipiell gute bauliche Integration der verschiedenen Siedlungsteile von Alt-Winzerla bis zum Hahnengrund untereinander und die Nähe zur Natur, ist eine Stärke des Stadtteils.

Das Image spiegelt diese Potentiale, in der Sicht von Frau Hippauf, nicht wieder. Von einem negativen Image möchte sie jedoch nicht sprechen. Vielmehr handelt es sich um eine Differenz zwischen dem sehr guten Image in der DDR und heute.

Für die WG Carl Zeiss ist das Image des Stadtteils sehr wichtig. Sauberkeit steht für das Wohnungsunternehmen dabei an erster Stelle. Weiterhin sind aufwendige Sanierungen Image prägend, die Umgestaltungen in der Zielinskystraße²⁰⁰ und das neue Projekt Winzerberge²⁰¹ verändern das Stadtbild und beeinflussen das Image. Insgesamt besteht das Image für die WG Carl Zeiss aus einem Zusammenspiel von verschiedenen Elementen. Nicht zuletzt spielt der weiche Faktor des Wohlfühlens eine wichtige Rolle. Probleme des Wohlfühlens entstehen aus den Generationenkonflikten im Stadtteil.

Die Wirkung der einzelnen Projekte, begleitet durch das Programm Soziale Stadt kann nur schwierig gemessen werden, erklärt Frau Hippauf. Inwieweit die Projekte über die direkt beteiligten

200 Die Zeilenbauten in der Zielinskystraße in Winzerla wurden aufgebrochen. Einzelne Segmente wurden entfernt. Zudem wurden die Fassaden gestaltet, Fahrstühle angebaut und Balkone erneuert. Das Umfeld der Blöcke wurde ebenfalls neu gestaltet.

201 Das Projekt Winzerberge sieht eine bauliche Aufwertung der Blöcke an der Wasserachse vor. Das Gebiet an der Wasserachse soll damit als Zentrum mit höherwertigem Wohnraum weiterentwickelt werden. Das Projekt befindet sich zur Zeit in der Planung.

Menschen hinaus wirken, lässt sich daher nicht beschreiben. Das Quartiermanagement ist in der Lage kleinere Probleme vor Ort zu lösen, jedoch lässt sich nicht abschätzen, wie die Situation ohne das Quartiermanagement aussehen würde.

Faktoren die das Image prägen sind die pressewirksame Modernisierung der Gebäude, größere Events oder auch die Etablierung besonderer Schulformen, die zum einen den Kontakt der Bewohner Jenas mit dem Stadtteil bewirken und zum anderen den Wohnort Winzerla insgesamt attraktiver machen, beispielsweise für Familien. In der Verantwortung wird in dieser Hinsicht die Politik gesehen. Die zwei großen Wohnungsunternehmen und die Stadt sind bei der Gestaltung des Wohnumfelds gefragt, denn hochpreisiges Wohnen lässt sich nur gut verkaufen, wenn die Umgebung stimmt, so Frau Hippauf.

Insgesamt kann das Programm Soziale Stadt in der beschriebenen Perspektive unterstützend wirken. Den größten Einfluss auf das Image hat jedoch die Wohnumfeldgestaltung.

Mario Schmauder, Ortsteilbürgermeister von Winzerla

Herr Schmauder sieht den Stadtteil als ein sehr gutes Wohngebiet. Er betont die gute Mischung im Stadtteil in dem Arbeitslose, Arbeiter und Angestellte, Unternehmer, Doktoren und Professoren zusammenleben. Die Handels- und Gewerbeinfrastruktur ist relativ gering ausgeprägt, was aber dem Typus eines reinen Wohngebietes entspricht.

Um das Image des Stadtteils zu beschreiben, greift auch Herr Schmauder auf die Zahlen zum niedrigen Wohnungsleerstand zurück. Da es immer wieder Anfragen für Wohnungen in Winzerla gibt, kann demzufolge das Image nicht schlecht sein. Die Nachfrage bestünde auch nicht erst seit dem Abriss von einzelnen Blöcken in Lobeda oder den steigenden Studentenzahlen in Jena, erklärt der Ortsteilbürgermeister. Andererseits ist die Existenz des Programms Soziale Stadt ein Indikator für Probleme im Vergleich zur Entwicklung in Jena.

Generell ist für den Ortsteilbürgermeister die Zufriedenheit der Bewohner mit ihrem Stadtteil von höchster Priorität, das Außenimage ist von geringerer Bedeutung. Von Bedeutung ist das Fremdbild dann, wenn es um Investitionen in den Stadtteil geht. In diesem Zusammenhang ist der Kontakt zur Stadtverwaltung für den Ortsteilbürgermeister wichtig.

Das Programm Soziale Stadt wird durch Herrn Schmauder sehr positiv in seiner Wirkung auf das Selbstbild des Stadtteils eingeschätzt. Insbesondere kulturell stellt die Arbeit des Stadtteilbüros in seinen Augen eine Bereicherung für Winzerla dar. Die Wirkung des Programm „Soziale Stadt“ in Winzerla in den Stadtteil hinein wird als wünschenswert angesehen. Wenn durch die Projekte im Stadtteil quasi nebenbei ein positiveres Image nach außen entsteht ist dies zu begrüßen.

Generell ist das Selbstbild des Stadtteils von Bedeutung. Dazu leistet das Programm Soziale Stadt

seinen Beitrag. Desweiteren wirken einzelne Akteure auf das Image von Winzerla ein. Der Ortsteilbürgermeister sieht sich selbst als politische Instanz Image prägend für den Stadtteil gegenüber der Stadtverwaltung. Auch Projekte der lokalen Vereine haben für Herrn Schmauder Ausstrahlungskraft teilweise über Jena hinaus. Image prägend sind ebenfalls Maßnahmen der Umfeldgestaltung. Hierbei sind die Wohnungsunternehmen wichtige Einflussgrößen. Die Medien werden weniger als wichtiger Imagefaktor gesehen. Die Berichterstattung in lokalen Medien wird nur zu besonderen Anlässen gezielt eingesetzt.

Insgesamt stehen für den Ortsteilbürgermeister stadtteilbezogene Maßnahmen im Mittelpunkt der Imagebildung. Das Programm Soziale Stadt ist durch die Fördermittel zur Wohnumfeldgestaltung und für soziale Projekte ein Beschleuniger der Entwicklungsprozesse im Stadtteil. Die Wirkung auf das Fremdbild ist eher gering.

Thomas Grund, Streetwork Winzerla

Die Sichtweise des Streetwork von Winzerla auf den Stadtteil wird von Thomas Grund geschildert. Für ihn als Sozialarbeiter ist die Schwäche von Winzerla die zunehmende Abwanderung von Menschen mit höheren Einkommen. Die soziale Durchmischung, die in Winzerla noch existiert sieht er gefährdet. Auch die Verbesserungen an der Wasserachse konnten diesen Trend nicht umkehren. Insgesamt hat sich einiges verbessert, stellt der Streetworker Grund fest. Sowohl das Wohnumfeld wurde aufgewertet, als auch das Freizeitangebot und die Angebote verschiedener Vereine sind sehr umfangreich. Die Jugendlichen mit denen er in Kontakt kommt, sehen darin jedoch keine Verbesserung ihrer Perspektive. Dies ist aber eher ein Phänomen der Altersgruppe als eine Wirkung des Stadtteils. Ein Problem sieht Herr Grund in der geringen Nutzung der öffentlichen Räume in Winzerla. Es treten immer wieder Konflikte zwischen den Nutzungsansprüchen verschiedener Altersgruppen auf, sodass im Ergebnis der öffentliche Raum durch die fehlende Nutzung als unbelebt wahrgenommen wird.

Das Image des Stadtteils ist bei den Jugendlichen in Winzerla sehr gut. Herr Grund stellt fest, dass keiner der Jugendlichen schlecht über seinen Stadtteil redet. Viele sind in Winzerla stark verwurzelt und verlassen selten den Stadtteil. Die Außenwirkung von Winzerla, welches oft mit Lobeda verglichen wird, hat sich in den Augen des Streetworkers im Vergleich zur Zeit der Entstehung des Wohngebietes verbessert. Damals wurde es noch als Baustelle wahrgenommen, und heute mit dem neu gestalteten Wohnumfeld wirkt der Stadtteil wesentlich grüner als früher. Ein Wandel in der Wahrnehmung wird auch bezüglich des Rechtsextremismus konstatiert. Anfang der Neunziger war dieses Image sehr ausgeprägt, während dies heute so nicht mehr existiert, so Grund.

Das Programm Soziale Stadt hat punktuell viele Personen erreicht, erklärt Thomas Grund.

Insgesamt sei durch die gestiegene Aktivität im Stadtteil auch eine Verbesserung des Lebensgefühls und des Images wahrscheinlich. Das Stadtteilbüro hat seiner Meinung nach einen großen Anteil an der bisherigen Verbesserung des Images. Relativierend bemerkt er, dass dies jedoch nur eine geringe Verbesserung ist. Die Wirkung wird für den Streetworker nach innen sichtbar. Die Wirkung nach außen kann er nicht beurteilen.

Die Beeinflussung des Images hängt für Herrn Grund nicht von einzelnen Faktoren ab. Es sind immer mehrere Aspekte die zusammenwirken. Das Wohnumfeld, die Aktivität im Stadtteil aber auch die Stadtteilzeitung sind unter anderem ein Teil der imagebildenden Faktoren. Die Berichterstattung in den Medien wird eher nicht zu diesen Faktoren gezählt, da sie in vielen Fällen eher dem Image der Person zuträglich ist, die eine positive Nachricht herausgibt und nicht dem Stadtteil.

Michael Groß, Lokalredakteur Ostthüringer Tageszeitung

Michael Groß, wird als Vertreter der Medien interviewt. Sein Bild von Winzerla ist von den Baublöcken geprägt, aber auch die Wasserachse mit dem Flößerbrunnen sind in seinem Bild aktuell. Die Hanglage und die Naturnähe der Siedlung sind ebenfalls charakterisierend. Auch er vergleicht Winzerla mit Lobeda und kommt zu dem Schluss, dass es in Winzerla weniger Hartz IV Empfänger und weniger Migranten gibt. Als reine Wohnsiedlung ohne ausgeprägte Handels- und Gewerbestrukturen ist es dennoch ein lebenswerter Stadtteil von Jena.

Das Außenimage von Winzerla wird seiner Meinung nach sehr stark vom Plattenbau geprägt. Das neue Wohngebiet mit Ein – und Mehrfamilienhäusern „Am Hahnengrund“ relativiert die monotonen Strukturen der Großwohnsiedlung. In der Bevölkerung, erklärt Groß, wird oft der Vergleich mit Lobeda gezogen. Hier hat Winzerla ein besseres Image. Die Innenperspektive beschreibt Groß mit einer gewachsenen Identität, da viele seit der Erbauung des Gebietes dort wohnen und mit der Siedlung alt geworden sind. Die Bevölkerung, so Groß, sei größtenteils engagiert, wie man an der Beteiligung zu kommunalpolitischen Themen sehen kann.

Im Interview wird deutlich, dass die Berichterstattung über Winzerla weniger intensiv ist, da auch relativ wenig Leser sich für Themen des Stadtteils Winzerla interessieren. Im Allgemeinen wird über besondere Ereignisse in Winzerla berichtet, zum Beispiel die Einweihung der verschiedenen Abschnitte der Wasserachse, aber auch Projekte der Schulen im Wohngebiet sind oft Gegenstand der Berichte.

Wichtig für die Verbesserung des Images ist für Herrn Groß die Erhaltung und der Ausbau der Infrastruktur in Winzerla. Schulen und Handelsangebote sind wichtige Voraussetzungen für das Funktionieren des Stadtteils. Weiterhin müssten die Vereine vor Ort gestärkt werden damit im Stadtteil Aktivität spürbar wird. Die Belebtheit des Stadtteils schafft eine Perspektive auch für junge

Menschen in Winzerla.

Das Programm Soziale Stadt sieht Herr Groß eher als Stigma. Der Name des Programms ist sehr stark mit sozialen Problemen verknüpft. Mit dem Namen wird für die Öffentlichkeit ein Signal gesetzt, dass dort Probleme sind. Die konkreten Inhalte des Programms stellen für ihn insgesamt eine Bereicherung des Stadtteils dar. Die Auswirkungen auf das Image stehen seiner Meinung nach nicht unbedingt im Verhältnis zum eingesetzten Geld.

Für die Beeinflussung des Images von Winzerla sieht Herr Groß in erster Linie die Zeitungen und Tageszeitungen verantwortlich. Die Kommunikation in der Bevölkerung ist eine zweite wichtige Einflussgröße. Die materiellen Voraussetzungen schaffen jedoch vor allem die Wohnungsgesellschaften mit ihrer Vermietungspolitik. Durch das Anbieten von günstigem Wohnraum werden vor allem einkommensschwache Haushalte angezogen. Darin sieht er die Gefahr, dass die soziale Durchmischung im Stadtteil nicht gehalten werden kann.

Ein wichtiges Potential für das Image liegt in der Geschichte von Alt-Winzerla als altes Weinbauerdorf. Aus dieser Ressource könnte man mehr Profit im Sinne eines positiven Images machen, so Herr Groß.

Sabine Zander, Stadtentwicklung Winzerla

Als Expertin aus dem Stadtplanungsamt Jena wurde Frau Zander interviewt. Sie ist verantwortlich für die Stadtentwicklung in Winzerla. Auf die Frage nach der sozialen Situation in Winzerla stellt sie fest, dass es statistisch gesehen einen überdurchschnittlichen Anteil an Arbeitslosen und Transferleistungsempfängern gibt. Insgesamt beschreibt sie Winzerla als einen sozial gemischten Stadtteil in dem viele Bevölkerungsschichten leben. Einen Stärke sieht sie darin nur im Vergleich zu anderen Großwohnsiedlungen. Im Vergleich zu anderen Stadtteilen in Jena, außer Lobeda, ist die soziale Zusammensetzung jedoch nicht als Vorteil zu bewerten. Ein Merkmal von Winzerla ist im Vergleich zu anderen Jenaer Stadtteilen die erhöhte Öffentlichkeit im Stadtteil. Damit weist sie auf verschiedene Projekte hin, die nicht zuletzt durch das Programm Soziale Stadt realisiert werden konnten. Die Wirkung des Plattenbaus ist in einigen verdichteten Bereichen im nördlichen Teil der Siedlung noch sehr intensiv, erklärt Frau Zander weiter. Hier überwiegt der Beton über den Grünraum. Dies ist in anderen Bereichen der Siedlung besser geworden.

Bei der Frage nach dem Image unterscheidet Frau Zander zwischen der Notwendigkeit ein positives Lebensgefühl für die Bewohner im Stadtteil zu schaffen und der Verbesserung der Außenwirkung, um potentielle neue Mieter vor allem Familien an den Stadtteil zu binden. Die Außenperspektive sieht Frau Zander eher skeptisch. Im Vergleich zu anderen Stadtteilen in Jena sieht sie strukturelle Nachteile für Winzerla, die sich kaum auflösen lassen. Schwerpunkt liegt für Frau Zander auf der

Verbesserung des Selbstbildes der Winzerlaer.

Bei der Einschätzung des existierenden Selbstbildes erklärt sie, dass die meisten Menschen mit dem Stadtteil zufrieden sind und gern in Winzerla wohnen. Dies macht sie auch an den Menschen fest die sich im Stadtteil engagieren. Die Außensicht ist ihrer Meinung nach wesentlich schlechter. Sie beschreibt an einem Beispiel, wie in der Bevölkerung der Stadtteil teilweise als Wohnort von schlecht ausgebildeten und armen Menschen stigmatisiert wird.

Um das Image zu verbessern müsste die bauliche Struktur geändert werden. Die unterschiedlichen Strategien der beiden großen Wohnungsunternehmen in Winzerla haben für sie, beide eine Berechtigung. Insbesondere vor dem Hintergrund der angestrebten Differenzierung der Wohnsiedlung gemäß dem nicht beschlossenen Rahmenplan für Winzerla.

Als wichtige Akteure für das Image in Winzerla sieht Frau Zander die Politik, die Wohnungsunternehmen und die Presse. Das Programm Soziale Stadt sieht sie einerseits problematisch, da es ein Gebiet definiert, wo es soziale Probleme gibt. Die Außenwirkung wird durch diese Definition eher verschlechtert. Andererseits hat das Quartiermanagement im Rahmen des Programms viel für die positive Wahrnehmung im Stadtteil selbst getan. Auch die Wasserachse, die unter anderem mit Mitteln des Programms Soziale Stadt finanziert wurde, hat zu einer Steigerung des Lebensgefühls beigetragen. Im Interview sind zudem die Grenzen des Programms Soziale Stadt deutlich geworden. Die soziale Struktur wie auch die Wirtschaftsstruktur sind von Faktoren beeinflusst, die auf Quartiersebene nur schwer bearbeitet werden können.

Aus den Interviews ist ersichtlich geworden, dass nicht nur die Einschätzung des Images von der Position der Akteure abhängig ist, auch die Bewertung des Programms Soziale Stadt variiert. Unabhängig von den jeweiligen Positionen der Akteure ist jedoch deutlich geworden, dass das Programm Soziale Stadt eine positive Wirkung vor allem in den Stadtteil hinein entfaltet. Eine Außenwirkung ist kaum identifiziert worden. In einigen Fällen wurde die Charakterisierung als Soziale Stadt Gebiet als negatives Zeichen gewertet. Die Unterschiede zwischen dem Selbstbild und dem Fremdbild von Winzerla können vor dem Hintergrund dieser Ergebnisse nicht durch das Programm gelöst werden. Dies hat zu einem nicht geringen Teil mit dem Anspruch des Programms zu tun. Während in der Definition des Handlungsfeldes noch die Innen- und Außenwirkung als Zielgröße genannt werden, wird in den Interviews überwiegend die Wichtigkeit der Innenperspektive betont. Aus diesem Grund sind die zusammengefassten Ergebnisse in Tabelle 14 als Konsequenz dieses Ansatzes zu verstehen.

	Innen	Außen
Stadtteilbüro (ehemalig)	+	0
Quartiermanagement	++	(+)
jenawohnen	++	0
WG Carl Zeiss	+	k.A.
Ortsteilbürgermeister	++	0
Streetwork	++	k.A.
Zeitung	+	(-)
Stadtplanungsamt	++	(-)

Tabelle 14: Wirkung des Programms Soziale Stadt, Legende: „++“ sehr positive Wirkung, „+“ positive Wirkung, „0“ keine Wirkung, „-“ negative Wirkung, „k.A.“ keine Angabe, Symbole in Klammern bezeichnen eine Tendenz.

Mit dem Programm Soziale Stadt wurde ein Instrument geschaffen, um benachteiligten Stadtteilen zu helfen. Ziel ist es, auf der Quartiersebene die komplexen Problemstrukturen zu lösen und die gegenseitige Verstärkung von baulichen Problemen und der Konzentration von sozial schwachen Haushalten entgegen zu wirken.

Das negative Image der Stadtteile wurde als einer der Hauptgründe für die Aufnahme in das Programm identifiziert. Die Interviews haben gezeigt, dass das Selbstbild von Winzerla durch das Programm Soziale Stadt verbessert werden kann. Das negative Fremdbild von Winzerla wird durch die Maßnahmen des Programms nicht verbessert.

6. Resümee und Ausblick

Im Rahmen dieser Arbeit sollte untersucht werden, welche Ansprüche das Programm Soziale Stadt hinsichtlich des Images der Programmgebiete hat und wie es auf das Image von Jena-Winzerla wirkt. Es wurde theoretisch erläutert, wie sich ein negatives Image als benachteiligender Faktor auf einen Stadtteil auswirken kann. Die Folgen eines Negativimages können fortschreitende Segregation und Homogenisierung einer einkommensschwachen Bevölkerung sein, welche ihren Höhepunkt in der Stigmatisierung des Stadtteils finden kann. Die Auflösung oder zumindest Reduzierung der multiplen Benachteiligung von bestimmten Stadtgebieten in ganz Deutschland ist das Ziel des Programms Soziale Stadt.

Einen der Hauptgründe für die Aufnahme in das Programm stellt das Negativimage der Gebiete dar. Der Anspruch des Programms wurde mit Blick auf das Handlungsfeld „Image und Öffentlichkeitsarbeit“ zu Beginn der Arbeit deutlich gemacht. Die Definition des Handlungsfeldes Image und Öffentlichkeitsarbeit sieht Maßnahmen sowohl für die Stärkung des Selbstbildes als auch für die Verbesserung der Wahrnehmung von außen vor.

In einem interdisziplinären Vergleich wurde geklärt, was den Begriff des Images kennzeichnet. Image wird in Bezug auf diese Analyse als Resultat der menschlichen Wahrnehmung und als ein soziales Konstrukt definiert, das auf Stereotypen basiert. Das Image eines Ortes wird auf emotionaler, kognitiver und auf symbolischer Ebene geprägt. Weitere Einflussfaktoren sind der individuelle Hintergrund der Imagebewerter in Form von ökonomischem, sozialem und kulturellem Kapital sowie gesellschaftliche Leitbilder und die Distanz zum Bewertungsgegenstand.

Das städtebauliche Leitbild der Moderne, deren Resultat die Großwohnsiedlungen der Nachkriegszeit sind, wurde als ein Imagefaktor untersucht. Die Kritik an diesem Leitbild hat eine stark Image prägende Funktion. Die wissenschaftliche und polemische Kritik stellt die Siedlungen als unfertige und minderwertige Siedlungen dar. Die spezifische politische Aufladung der Baustruktur in der ehemaligen DDR führte hingegen aus verschiedenen Gründen zu einer positiveren Meinungsäußerung gegenüber den Wohngebieten. Es wurde gezeigt, dass ein gesellschaftliches Leitbild umfangreiche Auswirkungen auf die Wahrnehmung eines Stadtteils hat.

Die Imagewirkung des Programms Soziale Stadt wurde am Beispiel von Jena-Winzerla untersucht. Dazu wurde das Selbstbild und das Fremdbild des Stadtteils erhoben. Im Vergleich der beiden Perspektiven stellte sich heraus, dass Winzerla von außen deutlich negativer und undifferenzierter beurteilt wurde als von den Bewohner des Stadtteils. Winzerla stellt sich als Stadtteil mit den Eigenschaften *gelassen*, *grün* und *vertraut* dar. Von außen wird Winzerla als eher *ungemütlich*, *unscheinbar*, *eintönig*, *abstoßend*, *hässlich*, *langweilig* und *sachlich* wahrgenommen. Beide

Gruppen sind sich in der Wahrnehmung Winzerlas als *schlicht* und *arm* einig.

Auch hinsichtlich der Infrastruktur wird Winzerla von den Bewohnern besser eingeschätzt als von Befragten außerhalb.

Über die einzelnen Eigenschaften hinaus wurde analysiert, ob sich allgemeinere Imagefaktoren identifizieren lassen. Bei dieser Analyse wurden sechs Faktoren festgestellt, die die Wahrnehmung des Stadtteils beschreiben. *Attraktivität*, *Repräsentativität*, *Sauberkeit*, *Atmosphäre* und *Jugendlichkeit* sind gemeinsame Faktoren der Innen- und der Außenperspektive, wenn auch nicht mit gleicher Wertigkeit. *Beschaulichkeit* ist ein zusätzlicher Faktor des Fremdbildes und *Übersichtlichkeit* ein weiterer Faktor für das Selbstbild. Von besonderer Bedeutung für die Bewertung des Images von Winzerla sind die ersten drei genannten Faktoren, da hier eine Übereinstimmung mit den stark ausgeprägten Eigenschaften besteht. Winzerla wird anhand dieser Imagefaktoren von den Bewohnern als überwiegend *attraktiv* und *sauber* aber *wenig repräsentativ* bewertet. Von außen wird Winzerla *unattraktiv*, *nicht repräsentativ* und mit einer *sachlichen Atmosphäre* beschrieben. Die Ergebnisse zeigen, dass eine deutliche Diskrepanz zwischen der Innen- und der Außenwahrnehmung besteht.

Inwieweit das Programm Soziale Stadt auf die Wahrnehmung des Stadtteils einwirken kann, wurde durch Experteninterviews untersucht. In der Befragung ist deutlich geworden, dass das Programm sehr gut auf das Selbstbild des Stadtteils einwirken kann und zu einer Verbesserung des Images beigetragen hat. Nach außen ist jedoch kein Effekt zu spüren. In einzelnen Fällen wird von der stigmatisierenden Wirkung des Programmnamens gesprochen.

Am Beispiel Jena-Winzerla wurde gezeigt, dass das Programm seinem Anspruch hinsichtlich der Imageverbesserung nach innen gerecht wird. Die Außenwirkung konnte mit den Mitteln des Programms Soziale Stadt nur geringfügig beeinflusst werden. In den Interviews zur Wirkung des Programms Soziale Stadt wurde deutlich, dass es Grenzen für die Steuerung von Prozessen auf Quartiersebene gibt. Viele soziale Probleme der Bewohner können auf dieser Ebene nur ansatzweise gelöst werden. Arbeitsmarktprobleme können beispielsweise besser auf städtischer oder regionaler Ebene bearbeitet werden. Insgesamt ist die Verbesserung der individuellen Lebenschancen eine Aufgabe, die auf Stadtteilebene nur sehr schwer gehandhabt werden kann, zumal die Ursachen nicht im Quartier liegen.

Winzerla hat aufgrund der großzügigen Grünflächen und der sehr guten Versorgung mit Schulen, Kindergärten und Spielplätzen ein großes Potential als Quartier für Familien. Die Studie hat gezeigt, dass das Außenimage von Winzerla bei dieser Gruppe eher schlecht ist. Der Zuzug dieser Gruppe in Wohnungen, die durch demographische Prozesse frei werden, wird durch das negative Image verhindert. Bei der angespannten Wohnungslage in Jena ist die Belegung der Wohnungen kein

Problem, wie der geringe Leerstand zeigt. Eine deutlichere Abgrenzung der Wohngebiete innerhalb der Stadt wird durch diese Wohnungsmarktlage verhindert.²⁰² Das negative Fremdbild von Winzerla kann aber dazu führen, dass Menschen gezwungener Maßen in den Stadtteil ziehen und sich dadurch die Identifikation mit dem Stadtteil problematisch gestaltet.²⁰³ Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass das Programm Soziale Stadt das Außenimage von Winzerla bisher nicht oder nur unwesentlich verbessern konnte. Die herausgearbeiteten Imagefaktoren und deren Wahrnehmung zeigen, dass das Fremdbild von Winzerla hinsichtlich Attraktivität, Repräsentativität und Atmosphäre negativ ist. Unter diesen Bedingungen ist es schwierig den Status der Benachteiligung des Wohngebietes zu ändern. Wie theoretisch gezeigt wurde, können die Auswirkungen eines negativen Images zur Stigmatisierung eines Stadtteils führen. Dieser Zustand muss nicht notwendigerweise mit einem schlechten Innenimage einhergehen. Hinsichtlich der Definition von Benachteiligung des Programms Soziale Stadt, verringert ein positives Innenimage jedoch nicht in jedem Fall die Benachteiligung des Stadtteils.

Dennoch ist Winzerla ein Wohngebiet, dass dringend für die Wohnraumversorgung in Jena gebraucht wird. Der geringe Leerstand ist ein Faktor, der die negative Wahrnehmung von Winzerla verringert. Die angespannte Wohnraumlage stellt eine Chance dar, dass Außenimage von Winzerla zu verbessern. Inwieweit das Image von Winzerla beeinflusst werden kann, soll in einem abschließenden Ausblick kurz angerissen werden. Eine ausführliche Diskussion von geeigneten Maßnahmen bleibt den Akteuren der Stadt Jena überlassen.

Ausblick - Möglichkeiten der Imageverbesserung

„Because the evaluative image results from a two way process between the observer and the environment, we can improve the evaluative image by either shaping the observer or the physical environment.“ (Nasar)²⁰⁴

Die Vorstellung von Strategien der Imageverbesserung impliziert, dass Images beeinflussbar sind. Dies ist mit Bezug auf die Interviews nicht selbstverständlich. Mit Weichhart wird davon ausgegangen, dass das Image in hohem Maße beeinflussbar ist.²⁰⁵ Weichhart charakterisiert

202 Vgl. Hill,A./Wiest,K. (2004) : Gentrification in ostdeutschen Cityrandgebieten? Theoretische Überlegungen zum empirischen Forschungsstand. In: Berichte zur deutschen Landeskunde Band 78 Heft 1, S. 25-39.

203 Vgl. Peters,R. (2006) : Neighbourhood Branding schafft eine Quartiersidentität. In: Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung und Bauwesen des Landes Nordrhein-Westfalen (Hg.) : Der Stadtteil als Marke - Strategien zur Imageverbesserung. Dortmund. S.15-23.

204 Nasar, J.L. (2000) The evaluative image of places. In: Walsh,W.B./Craik,K.H./Price, R.H. (Hg.) : Person-environment psychology. London. S. 117-168. hier S.125

205 Weichhart 2006 a.a.O., S. 127

Imageveränderungsprozesse durch die Gleichzeitigkeit von mehreren Images.²⁰⁶

Damit nimmt er indirekt Bezug auf psychologische Methoden der Einstellungsänderung. Einstellungen können in Anlehnung an Kroeber-Riehl synonym mit Images verwendet werden. Die drei Modelle der Einstellungsänderung sind das Buchhaltungsmodell, das Konversionsmodell und das Subtypisierungsmodell.²⁰⁷ Die Änderung der Einstellung geht dabei auf Kosten der strukturierenden Wirkungen der Schemata die eine Einstellung charakterisieren. Prinzipiell wird nach Informationen gesucht und es werden Informationen erwartet, die sich im Einklang mit einem bestehenden Image befinden. Eine Veränderung erfordert einen beträchtlichen kognitiven Aufwand, der nur unter bestimmten Bedingungen geleistet wird. Es wird demnach zuerst versucht neue Informationen dem bereits existierenden Image anzugleichen, bevor man das eigene Konzept von einem Objekt ändert. Dies erklärt auch, warum das Image meist sehr langlebig ist.

Die einzelnen Modelle beschreiben den Prozess der Veränderung auf unterschiedliche Weise. Das Buchhaltungsmodell geht davon aus, dass jede inkonsistente Information zu einer stückweisen Veränderung des Images führt. Übertragen auf Winzerla würde diese Strategie ein Vielzahl kleinerer Projekte bedeuten, die zur Imageverbesserung eingesetzt werden sollten. Die Projekte müssen dort ansetzen wo eine besonders negative Wahrnehmung besteht. Beispiele dafür sind in den herausgearbeiteten Imagefaktoren zu finden. Das Konversionsmodell besagt, dass eine große Menge nicht in das Schema passender Informationen zur grundlegenden Veränderung des Images führt. Dieser Ansatz betont die Bedeutung von Schlüsselprojekten für die Imageverbesserung. Mit der Aufwertung der Wasserachse in Winzerla konnte bereits ein solches Projekt realisiert werden. Das Subtypisierungsmodell postuliert eine Veränderung des Images durch die Bildung von Unterkategorien. Einerseits bleibt so das bestehende Image erhalten, aber andererseits wird es schrittweise partiell aufgelöst. Um eine Imageverbesserung nach diesem Modell zu erreichen, müsste am Beispiel von Winzerla neben dem Image als Plattenbau, verschiedene Formen des Wohnens in der Großwohnsiedlung öffentlich kommuniziert werden. Nicht nur günstiges Wohnen sondern auch alters- oder familiengerechtes Wohnen könnten thematische Schwerpunkte sein. Weiterhin kann man versuchen den Plattenbau als Kulturträger neu zu erfinden,²⁰⁸ oder allgemein andere Funktionen und Emotionen mit den Gebäuden zu verbinden.

Das Image besteht, wie es auch Nasar im Eingangszitat formuliert, in einer Verbindung zwischen Umwelt und wahrnehmenden Personen. Daraus folgt, dass bei den eben beschriebenen Prozessen an zwei Seiten gearbeitet werden kann, um das Image eines Stadtteils zu verbessern. Zum einen kann

206 Ebd. S. 105

207 Für eine ausführliche Beschreibung der Modelle zur Einstellungsänderung vgl. Jonas/Stroebe/Hewstone 2007 a.a.O.

208 Vgl. Klaasen, L. (2009) : Beredte Wände. In: Berliner Mieterverein (Hg.) : Mietermagazin 11/2009. Berlin.

der Stadtteil als Bezugsgegenstand verändert werden und zum anderen kann die Einstellung verändert werden, mit der dem Stadtteil begegnet wird. Letzteres ist insbesondere dann relevant wenn die Diskrepanz zwischen positivem Selbstbild und negativem Fremdbild groß ist.

Über die Wertigkeit der beiden Ebenen der Beeinflussung gibt es verschiedenen Ansichten. Einige Autoren sehen eine nachhaltige Imageveränderung nur im materiellen Umbau des Stadtteils. Maurice Halbwachs schreibt: „Die Steine der Stadt sind relativ unempfindlich gegenüber kurzfristigen gesellschaftlichen Veränderungen. Umwälzungen die die Gesellschaft wanken machen sind nur eingeschränkt wirkungsvoll, wenn die Physiognomie der Stadt unberührt bleibt.“²⁰⁹ Becker und Keim empfehlen, dass sinnvolle Imagebildung zwingend verknüpft ist mit Stadtentwicklungsmaßnahmen.²¹⁰ Grabow et al. verweisen ebenfalls auf objektive Bedingungen als Bezugspunkt der Imageveränderung.²¹¹ Auch Nasar geht davon aus, dass die Veränderung der physischen Umwelt direkter und stärker auf das Image wirkt.²¹² Dies bedeutet für die Imagebildung in Winzerla, dass ohne die materielle Veränderung der Imagefaktoren eine nachhaltige Verbesserung des Images kaum zu erreichen ist. Winzerla befindet sich durch die bereits realisierten Projekte der Wohnumfeldgestaltung und der Gebäudesanierung auf einem guten Weg die Voraussetzungen für ein positiveres Image zu schaffen. Weiterhin hat die soziale Zusammensetzung der Bewohner Einfluss auf das Image des Stadtteils.²¹³ Die Klassifizierung von Winzerla als *armer* Stadtteil findet sowohl von innen als auch von außen statt. Die Akteure in Winzerla, insbesondere die Wohnungsunternehmen, stehen in diesem Zusammenhang vor der Aufgabe den Wohnungsbestand weiter zu differenzieren. Jede Veränderung im Stadtteil muss jedoch in das Bewusstsein der Menschen gebracht werden, da „die Veränderung von Raumbildern ohnehin nicht im geheimen vonstatten gehen kann, ist doch die symbolische Wirkmächtigkeit der eigentliche Sinn der Zerstörung eines Bildes, und dies kann nur öffentlich geschehen.“²¹⁴ Öffentlichkeitsarbeit ist deshalb das wichtigste Element, wenn es um die Verbesserung des Images geht.

Andere Autoren sehen das Image noch stärker als Diskurs oder beschreiben es als losgelöst von materiellen Faktoren. Weichhart geht davon aus, dass Imagemanagement ohne die Einbeziehung lokaler Diskurse nicht möglich ist.²¹⁵ Darüber hinaus werden die Diskurse zunehmend von der Medialisierung der Stadt geprägt. Das Image eines Ortes wird durch Ausschnitte und Hervorhebungen in den Medien geprägt. Florian Urban zeigt am Beispiel von Berlin wie „mediale

209 Halbwachs, M. (1967) : Das kollektive Gedächtnis. Frankfurt a. Main. S. 130 f.

210 Becker, H./Keim, K.D. (1975) : Wahrnehmung in der städtischen Umwelt – Möglicher Impuls für kollektives Handeln. Berlin. S. 130.

211 Vgl. Grabow 1995 a.a.O.

212 Vgl. Nasar 2000 a.a.O.

213 Vgl. Liebscher 2009 a.a.O., S. 115.

214 Ipsen 1997 a.a.O., S. 58.

215 Weichhart 2006 a.a.O., S. 107.

Bilder“ als „treibende Kraft in der räumlichen und ökonomischen Entwicklung der Stadt“ wirken.²¹⁶ Insoweit es sich um selbständige Images handelt, die nur noch minimal an reale Entwicklungen angelehnt sind, ist eine Intervention nur auf immaterieller Ebene sinnvoll. In Winzerla hat sich gezeigt, dass die Wahrnehmung als *grüner* Stadtteil nicht gleichermaßen im Selbstbild und im Fremdbild ausgeprägt ist. Dieser Unterschied kann durch Öffentlichkeitsarbeit verringert werden. Im Ergebnis kann es nicht darum gehen welcher Faktor mehr Einfluss auf das Image eines Ortes hat. Ziel sollte es sein beide Strategien für die Aufwertung von Images in Soziale Stadt Gebieten zu nutzen. Es sollten möglichst alle Mittel ausgeschöpft werden, um die Folgen eines negativen Images, wie sie hier beschrieben worden, zu verhindern. Am schwersten sind laut Grabow schlechte Images zu beeinflussen gefolgt von kaum ausgeprägten Images. Am einfachsten ist die Verstärkung von positiven Images.²¹⁷ Die Verankerung der Images in der Bevölkerung sowie die Komplexität eines Stadtteilimages erschweren die Veränderung zusätzlich. Es geht darum ein integriertes Konzept zur Imageverbesserung zu entwickeln. Eine Strategie, die diesem Anspruch sehr nahe kommt, ist das Neighbourhood Branding.

Für Winzerla geht es darum die in der Studie ermittelten Imagefaktoren zu bearbeiten. Attraktivität, Repräsentativität und Atmosphäre sind für die Befragten außerhalb Winzerlas von hoher Bedeutung und sollten in einem solchen Ansatz besondere Berücksichtigung finden.

Neighbourhood Branding wurde im Rahmen des IMAGE IIIB (Increasing Metropolitan Allure by Going European) Projekts der Europäischen Union als Konzept erprobt, welches das Image von Großwohnsiedlungen aufwerten sollte. Beteiligt waren fünf Stadtteile aus den Städten Antwerpen, Zürich, Delft, Bristol und Dublin.²¹⁸ Der Ansatz ist durch die Kombination von zwei Logiken charakterisiert. Neben einer funktionalen Planungslogik, die auf physische Gegebenheiten achtet, vervollständigt eine emotionale Planungslogik den integrierten Ansatz des IMAGE Projekts.²¹⁹

Im Vergleich zu Imageverbesserungsmaßnahmen im Programm Soziale Stadt bündelt es die vielfältigen Einzelmaßnahmen und Ansätze von gelungenen Projekten und integriertem Handeln über gemeinsame Nutzung von Ressourcen, bauliche Erneuerung und Wohnumfeldverbesserung, bis hin zur Stärkung der Identifikation der Bürger mit ihrem Stadtteil. Neighbourhood Branding stellt die Vereinigung der einzelnen Projekte zur Imageverbesserung unter einer Marke dar. Es stellt sich nun die Frage, wie man einem Stadtteil ein eigenes Profil geben kann. Die Marke ist dabei nicht wie bei manchen Imagekampagnen ein aufgesetztes Anhängsel des Quartiers, sondern

216 Urban 2008 a.a.O. S.112.

217 Vgl. Grabow 1995 a.a.O.

218 Vgl. Dol,M./Fasselt,J./Krause,H./Partridge,G./Peeters,B./Rees,V./De Wolf,F. (Hg.) (2007) : The image project. New tools for neighbourhood regeneration. Delft.

219 Vgl. Ebd. S. 140

begründet sich aus dem Stadtteil selbst. Sie ist tiefgründig, umfassend und wahrheitsgetreu.²²⁰

Der Prozess gliedert sich in die Untersuchung der historischen Entwicklung, das Branding, eine Wohnungsmarktanalyse und die Erstellung einer Vision für das Stadtquartier. Die historische Entwicklung gibt Aufschluss über die Kernwerte der Siedlung. Ursprüngliche Ziele werden mit den heutigen Entwicklungen abgeglichen und auf ihre Relevanz überprüft. Dabei ist es nicht sinnvoll in einen Historizismus zu verfallen, da sich Stadt immer im Wandel befindet. Für Winzerla kann dies zum einen der Bezug zu den Ursprüngen des alten Winzerdorfes sein. Zum anderen wurde das Gebiet als komfortable Wohnsiedlung im Grünen geplant und vor allem von Familien bewohnt. Das Wohngebiet war zudem dringend notwendig für die Wohnraumversorgung der Jenaer Bevölkerung. Das Branding ist der eigentliche Schritt und ist charakterisiert durch das Herausarbeiten der lokalen Identität. Welche Entwicklungen in Winzerla für die konkrete Marke relevant sind, muss in einem intensiven Prozess der Aushandlung der Akteure in Jena insbesondere im Stadtteil erfolgen. Das IMAGE Projekt der Europäischen Union sieht für die Ausgestaltung dieses Prozesses Workshops vor, die sowohl Bewohner als auch Akteure im Stadtteil an einen Tisch bringen. Die Einbeziehung städtischer Akteure ist für die Nachhaltigkeit des Konzepts sinnvoll.

Die Wohnungsmarktanalyse im dritten Schritt dient der Ausrichtung der Marke auf Bedarfe in der Stadt. Für Jena lässt sich insgesamt eine sehr angespannte Wohnraumsituation feststellen. Auch für Winzerla bedeutet dies, dass es einen sehr geringen Leerstand gibt. Leerstand kann ein Indikator für sozialen Abstieg sein²²¹ und geringer Leerstand vereinfacht die Imageverbesserung eines Stadtteils. Ein Signal für Imageverbesserung verlangt jedoch mehr als geringen Leerstand. Wie Weichhart anmerkt, ist eine emotionale Zuschreibung von Eigenschaften, mit anderen Worten Imagebildung, einfacher je unverwechselbarer die Strukturen sind.²²² Eine konkrete Ausrichtung auf eine oder wenige Zielgruppen scheint daher sinnvoll.

Ohne einer ausführlichen Wohnraumanalyse vorgreifen zu wollen, besteht eine große Nachfrage an Wohnraum für Familien mit Kindern in der geburtenstarken Stadt Jena. Winzerla mit seiner familienfreundlichen Infrastruktur könnte für die Bedarfe diese Bevölkerungsgruppe weiter entwickelt werden.²²³

Im letzten Schritt wird aufbauend auf den ersten drei Schritten eine Vision für den Stadtteil entwickelt, die als Leitbild für alle Einzelprojekte im Wohngebiet dient. Für Winzerla bedeutet dies, dass alle Akteure, das Quartiermanagement, die Vereine, die Wohnungsunternehmen und die

220 Zimmer-Hegmann/Fasselt 2006 a.a.O., S. 210.

221 Vgl. Nasar 2000 a.a.O.

222 Weichhart 1990 a.a.O., S. 79.

223 Liebscher identifiziert für Plattenbausiedlungen in Ostdeutschland allgemein zwei Hauptentwicklungsrichtungen.

Eine Variante ist der Abriss und die zweite Variante ist Wohnen im Grünen für Familien. Liebscher, R. (2009) : Wohnen für alle. Eine Kulturgeschichte des Plattenbaus. Berlin. S. 115

Stadtplanung zusammen an dieser gemeinsam erarbeiteten Vision teilhaben, und sie durch ihr Handeln und ihre Kommunikation verwirklichen.

Die Strategie des Neighbourhood Branding stellt einen Rahmen dar, in dem viele verschiedene Maßnahmen zusammenwirken, um ein positiveres Image zu entwickeln. Diese Maßnahmen beziehen sich sowohl auf die Beeinflussung der Wahrnehmung der Menschen, durch Methoden der Öffentlichkeitsarbeit, als auch der Umwelt, durch die Gestaltung der Gebäude und des Wohnumfeldes.²²⁴ Im Endbericht des IMAGE Projekts wird besonders der aktivierende Charakter der Workshops im Branding Prozess betont. Die größte Herausforderung besteht in der Differenzierung der Gebäude und der Siedlungsstruktur, denn der wichtigste Imagefaktor Attraktivität wird in der Imagestudie über Winzerla hauptsächlich von der Eigenschaft *Vielfalt* geprägt. Eine mögliche Methode dafür ist die Gentrifizierung einzelner Stadtteilgebiete.

Bernt und Holm definieren in Anlehnung an Marcuse Gentrification als „den mit Hilfe von Marktmechanismen stattfindenden Bewohnerwechsel eines Wohnviertels von Arbeitern und Armen zu Besserverdienenden“²²⁵. Smith und Harvey haben den theoretischen Boden für die umfassende Diskussion zu Gentrifizierungsprozessen bereitet. Ihre rent gap Theorie beschreibt den Zusammenhang zwischen möglichen Mieteinnahmen und aktuellen Mieteinnahmen, deren Unterschied bei entsprechender Größe zu Investitionen in den Bestand führt und damit zur Aufwertung der Gebäude.²²⁶ Bisher wurden diese Prozesse weitgehend nur für innenstadtnahe Altbaugebiete diskutiert, eine Ausdehnung auf andere Gebiete ist jedoch theoretisch möglich. Ursache für die Möglichkeit zur Aufwertung sind Potentiale, die auch durch Images vermittelt werden. Entstanden sind diese meist durch Investitionszurückhaltung. Dies ist prinzipiell überall vorstellbar. Abhängig sind diese Prozesse dann von Entwicklungslinien oder Raumbildern, wie sie Ipsen beschrieben hat. Auch Großwohnsiedlungen können bei veränderter Wahrnehmung Ziel solcher Prozesse werden.

Aber nicht nur die materiellen Strukturen sollten geändert werden, um das Image zu verbessern.

Auch die Wahrnehmung der Menschen sollte beeinflusst werden. Standardisierter Plattenbau kann

224 Die situationistische internationale entwickelt Methoden wie Stadtspaziergänge, cognitive mapping und Zwischennutzungen. Ziel ist die situationsspezifische Verfremdung des Alltags zur Veränderung der Lebenswirklichkeit. Steets 2008 a.a.O., S.228.

Kirchhoff et al. Beschreiben für Großwohnsiedlungen der ersten Phase verschiedene Maßnahmen der Verbesserung darunter die Neustrukturierung der Fassaden, das „Ausziehen“ von Stockwerksebenen zur Terrassenbildung, Schaffung von PKW Stellplätze, Fußwegeverbindungen und Spielplätze, desweiteren die Umstrukturierung der Gebäudeerschließung. Als Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit nennen sie Werbung, Informationen, Werbefilme, Rundfunkspots, Pressekonferenzen, Anzeigen, Plakate, Führungen und Vermietungsaktionen. vgl. Kirchhoff,J./ Jacobs,B. /Metzler,J. (1990) : Querschnittsuntersuchung Städtebauliche Lösungen für die Nachbesserung von Großwohnsiedlungen der 50er bis 70er Jahre. Teil B Wohnungswirtschaftliche und soziale Probleme und Maßnahmen. Bonn. S. 128 ff.

225Bernt,M./Holm,A. (2002) : Gentrification in Ostdeutschland: Der Fall Prenzlauer Berg. In: Deutsche Zeitschrift für Kommunalwissenschaften. Jg. 41, S. 125-150 2002/II. Hier S. 128.

226 Ebd. S. 128.

an moderne Wohnwünsche angepasst werden und ist nicht immer das, was er zu sein scheint. Sicher ist, dass Winzerla ein wichtiger Stadtteil für Jena ist ohne den es weder eine Großstadt wäre, noch die Wohnraumknappheit gelöst werden könnte. Das Programm Soziale Stadt kann an dieser Stelle ansetzen, um das Außenimage von Winzerla zu verbessern und um perspektivisch den Status der Benachteiligung zu ändern.

Literaturnachweise

Atkinson,R./Kintrea,K. (2001) : Disentangling area effects: Evidence from deprived and NON-deprived neighbourhoods. IN: Urban studies, 38. S.2277-2298.

Bahrtdt,H.P. (1961) : Die moderne Großstadt. Soziologische Überlegungen zum Städtebau. Hamburg.

Bahrtdt,H.P. (1974) : Umwelterfahrung. München.

Bauer,F. (1980) : Zur Konzeptspezifität des semantischen Differentials. In: Zeitschrift für experimentelle Psychologie. Band 27, S. 163-167.

Becker,H. (2003) : „Besonderer Entwicklungsbedarf – Die Programmgebiete der Sozialen Stadt. In: Difu (Hg.) : Strategien für die Soziale Stadt.Berlin. S.56-73.

Becker, H./Keim, K.D. (1975) : Wahrnehmung in der städtischen Umwelt – Möglicher Impuls für kollektives Handeln. Berlin.

Bernt,M./Holm,A. (2002) Gentrification in Ostdeutschland: Der Fall Prenzlauer Berg. In. Deutsche Zeitschrift für Kommunalwissenschaften Jg. 41 S. 125-150 2002/II

Best,U./Strüver,A. (2005) Stadtviertel in Bewegung: Diskurs und Alltagsmacht in Hamburg-St. Pauli und Berlin-Kreuzberg. In: Berichte zur deutschen Landeskunde Band. 79 H. 4 2005 S. 457-482

Beyrow,M. (1998) : Mut zum Profil Corporate identity und corporate design für Städte. Stuttgart.

Birk,F./Grabow,B./Hollbach-Grömig,B. (Hg.) (2006) : Stadtmarketing – Status quo und Perspektiven. Berlin.

Bodenschatz, H. (1987): Platz frei für das neue Berlin! Geschichte der Stadterneuerung in der "größten Mietskasernenstadt der Welt" seit 1871. Berlin.

Bortz,J. (1999) : Statistik für Sozialwissenschaftler. 5. Auflage. Berlin.

Bourdieu,P. (1997) : Ortseffekte. IN: Bourdieu,P. (Hg.) : Das Elend der Welt. Konstanz.

Bourdieu,P. (1991) : Physischer, sozialer und angeeigneter physischer Raum. IN: Wentz,M. : Stadt-Räume. Frankfurt am Main.

Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (Hg.) (2007) : Akteure, Beweggründe, Triebkräfte der Suburbanisierung. BBR-Online Publikation 21/2007.
http://www.bbsr.bund.de/cln_016/nn_629248/BBSR/DE/Veroeffentlichungen/BBSROnline/2007/ON212007.html [06.10.2010]

Dangschat,J.S. (1999) : Modernisierte Stadt- Gespaltene Gesellschaft: Ursachen von Armut und sozialer Ausgrenzung. Opladen.

Deutsches Institut für Urbanistik (Hg.) (2003) : Strategien für die Soziale Stadt. Berlin.

- Difu (Hg.) (2003) : Soziale Stadt info. Newsletter zum Bund-Länder-Programm Soziale Stadt. Ausgabe 13. Berlin.
- Difu (Hg.) (2005) : Soziale Stadt info. Newsletter zum Bund-Länder-Programm Soziale Stadt. Ausgabe 18. Berlin.
- Difu (Hg.) (2006) : Dritte bundesweite Befragung Programmgebiete „Soziale Stadt“. Berlin.
- Downs, R.M./ Stea, D. (1982) : Kognitive Karten. Die Welt in unseren Köpfen. New York.
- Eagly,A.H./Chaiken, S. (1993) : The psychology of attitudes. Fort Worth,TX.
- Ebert,C. (2004) : Identitätsorientiertes Stadtmarketing. IN: Schriften zu Marketing und Management, Band 50. Frankfurt am Main.
- Engels,F. (1872) : Zur Wohnungsfrage. In: Marx Engels Werke 1971 Band. 18, S. 209 ff.
- Fadigas,L. (2004) : Images, Memory and urban regeneration. In. Eckardt,F./Kreisl, P. (Hg.) City images and urban regeneration. The european city in transition.Band 3. Frankfurt am Main. S 143-152 .
- Farwick, A. (2001) : Segregierte Armut in der Stadt. Ursachen und soziale Folgen der räumlichen Konzentration von Sozialhilfeempfängern,Opladen.
- Flade,A. (1978) : Die Beurteilung umweltpsychologischer Konzepte mit einem konzept-spezifischen und einem universellen semantischen Differential. In: Zeitschrift für Experimentelle Psychologie. Band 25, S.367-378.
- Flitner,M./Losau,J. (Hg.) (2006) : Themenorte. Berlin.
- Florida,R.L. (2004) : The rise of the creative class an how it's transforming work, leisure, community and everyday life. New York.
- Franke,J. / Hoffmann,K. (1974) : Beiträge zur Anwendung der Psychologie auf den Städtebau III: Allgemeine Strukturkomponenten des Images von Siedlungsgebieten: Zeitschrift für experimentelle und angewandte Psychologie, 21 181-225.
- Friedrich,M. (1999) : Die räumliche Dimension städtischer Armut. In: Dangschat,J.S. (Hg.) : Modernisierte Stadt- Gespaltene Gesellschaft: Ursachen von Armut und sozialer Ausgrenzung. Opladen.
- Friedrichs,J./Blasius,J. (2000) : Leben in benachteiligten Wohngebieten. Opladen.
- Fürst,F./Himmelbach,U./Potz,P. (1999): Leitbilder der räumlichen Stadtentwicklung im 20. Jahrhundert – Wege zur Nachhaltigkeit? Berichte aus dem Institut für Raumplanung, 41, Dortmund. Onlineressource: <http://irpud.raumplanung.uni-dortmund.de/irpud/pro/struktur/ber41.pdf> [06.10.2010].
- Göderitz, J./ Rainer, R./ Hoffmann, H. (1957): Die gegliederte und aufgelockerte Stadt.Tübingen.

- Grabow,B./Henckel,D./Hollbach-Grömig,B. (1995) Weiche Standortfaktoren. Schriften des Deutschen Instituts für Urbanistik Band. 89. Stuttgart.
- Grabow,B. (2006) : Städterankings – Strategische Entscheidungshilfe statt Siegerwettbewerb. In: Difu (Hg.) : Brennpunkt Stadt. Berlin. S. 397-420.
- Graumann, C.-F. (1983) : On multiple identities. In : International social science journal 35, 96, S. 309-321.
- Haddock,G./Maio,G.R. (2007) : Einstellungen: Inhalt,Struktur und Funktion. In: Jonas,K./Stroebe,W./Hewstone,M. (Hg.) : Sozialpsychologie. 5.Auflage. Heidelberg. S. 187-224.
- Häußermann,H./Siebel,W. (1993) : Die Politik der Festivalisierung und die Festivalisierung der Politik. In: Häußermann,H./Siebel,W. (Hg.) : Festivalisierung der Stadtpolitik. Leviathan Sonderheft 13/1993. Opladen. S. 7-31.
- Häußermann,H. (2002) : Stadterneuerung in der Berliner Republik : Modernisierung in Berlin - Prenzlauer Berg. Opladen.
- Häußermann,H./ Kapphan,A. (2002) : Berlin: von der geteilten zur gespaltenen Stadt?: sozialräumlicher Wandel seit 1990. Opladen.
- Häußermann,H./Siebel,W. (2004) : Stadtsoziologie.Frankfurt a. Main.
- Hafner,S. (2003) : Strategien zur Aufwertung von Stadtquartieren und zur Qualifizierung von benachteiligten Menschen. Münchner geographische Hefte 84. Passau.
- Hafner,S. (2006) : Wie aus Großsiedlungen Ghettos werden. Beiträge zur Entschlüsselung der Produktionsmechanismen von „Gegenorten“. IN: Flitner,M./Losau,J. (Hg.) (2006) : Themenorte. Berlin. S.75-90.
- Halbwachs,M. (1985) : Das kollektive Gedächtnis. Frankfurt a. Main.
- Hannemann,Ch. (1996) : Entdifferenzierung als Hypothek – Differenzierung als Aufgabe. In: Häußermann,H./Neef,R. (Hg.) : Stadtentwicklung in Ostdeutschland. Soziale und räumliche Tendenzen. Opladen.
- Hannemann, Ch. (1996) : Die Platte - Industrialisierter Wohnungsbau in der DDR. Braunschweig/Wiesbaden.
- Hannemann,Ch. (1997) : Neubaugebiete in DDR-Städten und ihr Wandel. IN: Schäfer,U. (Hg.) : Städtische Strukturen im Wandel. Opladen. S. 217-250.
- Hannemann,Ch./Sewing,W. (1998) : Gebaute Stadtkultur: Architektur als Identitätskonstrukt. In: Kirchberg,V./Göschel,A. (Hg.) : Kultur in der Stadt.Opladen. S. 55-80.
- Harth, A./Herlyn, U. / Scheller, G. (1998). Segregation in ostdeutschen Städten. Eine empirische Studie. Opladen.

- Harvey,D. (1991) : Geld, Zeit, Raum und die Stadt. In: Wentz,M. (Hg.) : Stadt-Räume. Die Zukunft des Städtischen. Frankfurt a.M. S. 149-168.
- Hauser,S. (2001) : Stadtentwürfe. In: Bittner,R. (Hg.) : Die Stadt als Event. Zur Konstruktion urbaner Erlebnisräume. Frankfurt/New York. S.191-197.
- Herlyn,U. (Hg.) (1987) : Neubausiedlungen der 20er und 60er Jahre: ein historisch-soziologischer Vergleich. Frankfurt a. Main.
- Herlyn, U./Harth, A. (1996) : Soziale Differenzierung und soziale Segregation. In: Strubelt, W. u.a. (Hg.) : Städte und Regionen – Räumliche Folgen des Transformationsprozesses. Opladen. S.257-287.
- Hill,A./Wiest,K. (2004) : Gentrification in ostdeutschen Cityrandgebieten? Theoretische Überlegungen zum empirischen Forschungsstand. In: Berichte zur deutschen Landeskunde Band 78 Heft 1, S. 25-39.
- Howard, E. (1898): To-Morrow: A Peaceful Path to a Real Reform. London.
- Dol,M./Fasselt,J./Krause,H./Partridge,G./Peeters,B./Rees,V./De Wolf,F. (Hg.) (2007) : The image project. New tools for neighbourhood regeneration.Delft. Onlineresource: http://www.stadt-zuerich.ch/content/dam/stzh/prd/Deutsch/Stadtentwicklung/Publikationen_und_Broschueren/Stadt_und_Quartierentwicklung/Quartierentwicklung/Schwamendingen/2007_schlussbericht_interreg_image_engl.pdf [05.10.2010]
- Ipsen,D. (1997): Raumbilder. Kultur und Ökonomie räumlicher Entwicklung. Pfaffenweiler.
- Ipsen,D. (2002) : Die Kultur der Orte. Ein Beitrag zur sozialen Strukturierung des städtischen Raumes. In: Löw,M. (Hg.) : Differenzierung des Städtischen. Opladen.
- Jacobs, J. (1963) : Tod und Leben großer amerikanischer Städte. Wiesbaden.
- Jenawohnen GmbH (Hg.) (2009) : Mieterstudie Winzerla. unveröffentlicht.
- Jonas,K./Stroebe,W./Hewstone,M. (Hg.) (2007) : Sozialpsychologie. 5.Auflage. Heidelberg.
- Jordan,A. (2008): Ein neues Stück Paris. Onlineresource: <http://e-pub.uni-weimar.de/volltexte/2009/1492/>
- Keller,C. (2005) : Leben im Plattenbau. Zur Dynamik sozialer Ausgrenzung. Frankfurt/New York.
- Kil,W. (2008) : Das Wunder von Leinefelde: eine Stadt erfindet sich neu. Dresden.
- Kirchberg,V./Beh,O. (1988) Zur Bedeutung der Attraktivität der city. IN : Friedrichs ,J. Soziologische Stadtforschung. Kölner Zeitschrift für Soziologie Sonderheft 29 S. 357 – 380
- Kirchberg,V./Göschel,A. (Hg.) (1998) : Kultur in der Stadt. Stadtsoziologische Analysen zur Kultur. Opladen.

- Kirchhoff,J./ Jacobs,B. (1990) : Querschnittsuntersuchung Städtebauliche Lösungen für die Nachbesserung von Großwohnsiedlungen der 50er bis 70er Jahre. Teil B Wohnungswirtschaftliche und soziale Probleme und Maßnahmen. Bonn.
- Kitchin, R.M. (1994) Cognitive Maps: What are they and why study them? In: Journal of environmental psychology 14 S.1-19
- Klaasen,L. (2009) : Beredte Wände. In: Berliner Mieterverein (Hg.) : Mietermagazin 11/2009. Berlin. Onlineressource: <http://www.berliner-mieterverein.de/magazin/online/mm1109/110914.htm> [06.10.2010]
- Klee, A. (2001) : Der Raumbezug von Lebensstilen in der Stadt. Münchner Geographische Hefte 83.
- Kroeber-Riel,W./Weinberg,P. (2003) : Konsumentenverhalten. München.
- Kronauer,M./Vogel,B. (2004) : Erfahrung und Bewältigung von sozialer Ausgrenzung in der Großstadt: Was sind Quartierseffekte, was Lageeffekte? In: Häußermann,H./Kronauer,M./Siebel,W. (Hg.) : An den Rändern der Städte – Armut und soziale Ausgrenzung. Opladen. S. 235-257.
- Kuder,T. (2001) : Städtebauliche Leitbilder - Begriff, Inhalt, Funktion und Entwicklung gezeigt am Beispiel der Funktionstrennung und -mischung. Onlineressource : <http://edocs.tu-berlin.de/diss/2002/kuderthomas.pdf> [06.10.2010]
- Lakemann,U./Elsner,A. (2003) : Stadtteilanalyse Jena-Winzerla. Jena.
- Lakemann,U. (2008) : Sozialbericht der Stadt Jena 2002 bis 2007. Jena. Onlineressource: http://www.jena.de/fm/41/Sozialbericht_in.pdf [05.10.2010]
- Liebscher,R. (2009) Wohnen für alle. Eine Kulturgeschichte des Plattenbaus. Berlin.
- Lindner,R. (1990) : Die Entdeckung der Stadtkultur. Frankfurt/Main.
- Löw, M. (2001): Raumsoziologie. Frankfurt am Main.
- Löw, M. (2002): Differenzierungen des Städtischen. Stadt, Raum und Gesellschaft, 15. Opladen.
- Löw,M./Steets,S./Stoetzer,S. (2007) : Einführung in die Stadt- und Raumsoziologie. Opladen.
- Lynch,K. (1960) : The image of the city. Cambridge.
- Mäding,H. (2006) : Städte und Regionen im Wettbewerb. In: Deutsche Zeitschrift für Kommunalwissenschaften 2006/II, S. 121-133.
- Mitscherlich, A. (1963): Die Unwirtlichkeit unserer Städte. Anstiftung zum Unfrieden. Frankfurt am Main.
- Nieszery,A. (2008) : Class,Race,Gender... neighbourhood? Zur Bedeutung von Quartierseffekten in der europäischen Stadtforschung. IN: Schnur,O. (Hg.) : Quartiersforschung. Wiesbaden. S. 107-126.
- Osgood, C.E./Suci,G.J./Tannenbaum, P.H. (1957) : The measurement of meaning. Urbana.

- Pendry, L. (2007) : Soziale Kognition. In: Jonas, K./Stroebe, W./Hewstone, M. (Hg.) : Sozialpsychologie. 5. Auflage. Heidelberg. S. 111-146.
- Peters, R. (2006) : Neighbourhood Branding schafft eine Quartiersidentität. In: Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung und Bauwesen des Landes Nordrhein-Westfalen (Hg.) : Der Stadtteil als Marke - Strategien zur Imageverbesserung. Dortmund. S.15-23.
- Proshansky, H.M./Fabian, A.K./Kaminoff, R. (1983) Place-Identity: Physical World Socialization of the Self. In: Journal of Environmental Psychology 3, S. 57-83.
- Psenner, A. (2004) : The production of urban space. A field study on visual perception of architectural space. In: Eckardt, F./Kreisl, P.(Hg.) ebd. S. 189- 210.
- Reimann, B. (2000) : Städtische Wohnquartiere: der Einfluß der Eigentümerstruktur – eine Fallstudie aus Berlin Prenzlauer Berg. Opladen.
- Rietdorf, W. (1997) : Genesis, Status und Perspektive in ostdeutschen Großsiedlungen. In: Rietdorf, W. (Hg.) : Weiter wohnen in der Platte. Berlin. S. 11- 58.
- Schneider, G. (1986) : Psychological Identity of and identification with urban neighbourhoods. In: Frick (Hg.) : The quality of urban life. Berlin.
- Schneider, G. (1990) : Image: Bedeutungsbezogene Umweltrepräsentation. In: Kruse, L./Graumann, C.-F./Lantermann, E.-D. (Hg.) : Ökologische Psychologie. München, S. 278-287.
- Schneider, G. (1990) : Methoden der Umweltrepräsentation. IN: Kruse, L. / Graumann, C.-F./Lantermann, E.-D. (Hg.) : Ökologische Psychologie. München, S. 218-231.
- Schneider, G. (1990) : Umweltrepräsentation: Problembereiche. IN: Kruse, L. / Graumann, C.-F./Lantermann, E.-D. (Hg.) : Ökologische Psychologie. München, S. 263-267.
- Schnell, R./Hill, P./Esser, E. (1999) : Methoden der empirischen Sozialforschung. München.
- Schwandt, A. (1997) : Wohnzufriedenheit versus Alltagserfahrung. Wie Umfargeergebnisse in der DDR nicht verwertet werden durften. In: Strubelt, W. (Hg.) : Jena. Weimar. Dessau. Städtebilder der Transformation. Opladen.
- Schwarz, U. (Hg.) (1995) : Risiko Stadt? Perspektiven der Urbanität. Hamburg.
- Stadt Jena. (Hg.) Einwohnerstatistik. Onlineressource: <http://www.jena.de/statistik/abruf/otdf.php#auswahl> [19.8.2010]
- Steets, S. (2008) : Wir sind die Stadt. Frankfurt/New York.
- Steinführer, A. (2005): Binnen- und Außenimage von Johanngeorgenstadt aus soziologischer Perspektive. Onlineressource : <http://www.ufz.de/data/ufz-bericht-02-041103.pdf>
- Steinführer, A. (2005) : Images einer langfristig schrumpfenden Stadt. Das Beispiel Johanngeorgenstadt(Sachsen). Berichte zur deutschen Landeskunde, Band 79, Heft 1, S. 5-31.
- Strubelt, W. (Hg.) (1997) : Jena. Dessau. Weimar. Städtebilder der Transformation. Opladen.

- Strubelt,W. (2006) : Großsiedlungen in Deutschland zwischen Anspruch und Wirklichkeit, zwischen Akzeptanz und Widerspruch. IN: Informationen zur Raumentwicklung, Heft 3,4 2006, S. 139-155.
- Tessin,W. (1987) : Die Entstehungsbedingungen der Großsiedlungen. In : Herlyn,U./von Saldern,A./Tessin,W. (Hg.) (1987) : Neubausiedlungen der 20er und 60er Jahre. Frankfurt/New York. S. 75 - 101
- Tolman, E.C. (1948) : Cognitive maps in rats and men. Psychological review 55, S. 189-208.
- Treinen, H. (1965) : Symbolische Ortsbezogenheit. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie. Jg. 17 1965 S.73-97.
- Treinen,H. (1974) : Symbolische Ortsbezogenheit. In: Atteslander,P./Hamm,B. (Hg.) : Materialien zur Siedlungssoziologie. Köln. S. 234-259.
- Trommsdorff,V. (2004) : Konsumentenverhalten. Stuttgart.
- Urban,F. (1999): Image – ein gestalterisches Element der Stadtentwicklung. Überlegungen zum Kunstprojekt „Standortfaktor“, Pavillon der Volksbühne, Berlin 1998. In: Archiv für Kommunalwissenschaften 38, S. 109–118.
- Warncke-Seithe,E. (2005) (Hg.) : Mir hat der Ort immer gefallen. Geschichte und Geschichten aus Winzerla. Gera.
- Weichhart, P. (1990) : Raumbezogene Identität : Bausteine zu einer Theorie räumlich-sozialer Kognition und Identifikation. Stuttgart.
- Weichhart,P./ Weiske ,C. /Werlen ,B. (Hg.) (2006): Place identity und images : das Beispiel Eisenhüttenstadt. Wien.
- Weiske,Ch. (1997): Bildnis Hannah Arendt vor der Silhouette eines Neubaugebietes. In: Strubelt,W. (Hg.) (1997) : Jena. Dessau. Weimar. Städtebilder der Transformation. Opladen, S. 111-132.
- Weiske,Ch. (2002) : Fiktive Verortungen als die Images der Stadt Chemnitz. In: Hannemann,Ch./ Kabisch,S./Weiske,Ch. (Hg.) : Neue Länder – Neue Sitten? Transformationsprozesse in Städten und Regionen Ostdeutschlands. Berlin.
- Werlen,B. (1997) : Sozialgeographie alltäglicher Regionalisierung II: Globalisierung,Region, und Regionalisierung. Stuttgart.
- Zajonc (1968) : Attitudinal effects of mere exposure. Journal of personality and social psychology monograph. 9 S.1-27.
- Zander,S. (2004) : Jena-Winzerla – Stadtumbau als Prävention am Beispiel des Quartiers „Wasserachse“. IN: Thüringer Ministerium für Bau und Verkehr (Hg.) : Stadtumbau in Thüringen am Beispiel der Stadt Jena. Arbeitsblätter für die Städtebauförderung Nr.12. Zwickau. S. 54-60.

Zimmer-Hegmann,R./Fasselt,J. (2006) : Neighbourhood Branding – Ein Ansatz zur Verbesserung des Images von Großwohnsiedlungen. Erste Erfahrungen aus einem INTERREG IIIB Projekt. In: Informationen zur Raumentwicklung, Heft3/4 2006. S. 203-215.

Zimmermann,K. (1975): Zur Imageplanung von Städten. Köln.

Zukin,S. (1998) : Städte und die Ökonomie der Symbole. In: Kirchberg,V/Göschel,A. (Hg.) : Kultur in der Stadt. Stadtsoziologische Analysen zur Kultur. Opladen, S.27-40.