

Carl von Ossietzky  
Universität Oldenburg

Diplomstudiengang Sozialwissenschaften

## **Diplomarbeit**

Von einstürzenden Altbauten zur gentrifizierten  
Koffeinszene

Eine Imageanalyse des Schanzenviertels in Hamburg auf  
Basis medialer Berichterstattung

Vorgelegt von:  
Julia Jänen  
Im Dreieck 28  
26127 Oldenburg  
Email: [Julia.Jaenen@uni-oldenburg.de](mailto:Julia.Jaenen@uni-oldenburg.de)

Betreuender Gutachter: Dr. Norbert Gestring  
Zweitgutachter: Prof. Dr. Ingo Mose

Oldenburg, 11.11.2008

Abbildungsverzeichnis.....	1
<b>1. EINLEITUNG .....</b>	<b>2</b>
<b>2. THEORETISCHER BEZUGSRAHMEN.....</b>	<b>6</b>
<b>2.1 Stadtteilimage.....</b>	<b>6</b>
2.1.1 Definition und disziplinbezogene Abgrenzung.....	6
2.1.2 Entstehung, Verbreitung, Wandlung.....	9
2.1.3 Funktion.....	13
2.1.4 Bedeutung für die Stadt/ den Stadtteil .....	15
2.1.5 Imagetheorien .....	17
<b>2.2 Gentrification .....</b>	<b>21</b>
2.2.1 Definition und Formen der Gentrification.....	21
2.2.2 Akteure (Anforderungen der Gentrifier an ihren Wohnort) .....	23
2.2.3 Phasenmodell/ Verlauf im Schanzenviertel .....	28
2.2.4 Erklärungsansätze .....	36
2.2.5 Probleme der Beschreibung .....	39
2.2.6 Vor- und Nachteile der Gentrification .....	41
<b>2.3 Erläuterungen der theoretischen Ansätze und der Fragestellung.....</b>	<b>44</b>
<b>3. METHODIK.....</b>	<b>49</b>
<b>3.1 Gegenstand der Analyse.....</b>	<b>50</b>
3.1.1 Auswahl der Stichprobe .....	50
3.1.2 Untersuchungszeitraum.....	51
3.1.3 Suchkriterien .....	52
<b>3.2 Zur Methode der Inhaltsanalyse .....</b>	<b>53</b>
3.2.1 Inhaltsanalyse.....	53
3.2.2 Vorgehen bei der Auswertung .....	58
3.2.3 Kategorien- und Indikatorenbildung (Codierregeln).....	60
<b>4. ERGEBNISSE .....</b>	<b>67</b>
<b>4.1 Imagewandel des Schanzenviertels.....</b>	<b>68</b>
4.1.1 Zusammenfassung der Imageentwicklung .....	68
4.1.2 Differenzierung des Images nach den Tageszeitungen .....	70
4.1.3 Indikatorenverteilung .....	80
4.1.4 Umschreibung der Images 1979 – 2007.....	85
<b>4.2 Diskussion.....</b>	<b>92</b>
4.2.1 Imagewandel und der Prozess der Gentrification im Schanzenviertel .....	92
4.2.2 Wanderungsverhalten und Imagequellen .....	99
4.2.3 Medien und Popularität .....	101
<b>5. ZUSAMMENFASSUNG UND FAZIT .....</b>	<b>109</b>
<b>Literatur .....</b>	<b>114</b>
<b>Anhang</b>	

## **Abbildungsverzeichnis**

Abbildung 1: Imageentwicklung insgesamt (%), S. 68

Abbildung 2: Image taz (%), S. 71

Abbildung 3: Ausgewählte Indikatoren taz, S. 71

Abbildung 4: Image MOPO (%), S. 74

Abbildung 5: Ausgewählte Indikatoren MOPO, S. 74

Abbildung 6: Image Hamburger Abendblatt (%), S. 77

Abbildung 7: Ausgewählte Indikatoren Hamburger Abendblatt, S. 77

Abbildung 8: Indikatoren PRO, S. 81

Abbildung 9: Indikatoren CONTRA, S. 82

Abbildung 10: Imagebestimmende Indikatoren 1979, S. 85

Abbildung 11: Imagebestimmende Indikatoren 1988, S. 86

Abbildung 12: Imagebestimmende Indikatoren 1998, S. 88

Abbildung 13: Imagebestimmende Indikatoren 2007, S. 89

Abbildung 14: Zusammenfassung Imagebestimmende Indikatoren 1988 - 2007, S. 91

## 1. Einleitung

### Problemstellung und Motivation

„In der ‚Schanze‘ lebt jeder gern, der irgendwie schräg oder kreativ ist.“ So lautet die Eigenwerbung für das Schanzenviertel auf der Homepage der Hansestadt Hamburg.<sup>1</sup> Es wird ein Eindruck von einem Ort vermittelt, an dem man gerne wohnt, der aber auch für einen kurzen Besuch einen Einblick in ein alternatives und außergewöhnliches Leben verspricht. Dass dieser Eindruck nicht immer prägend für das Schanzenviertel war, macht jedoch die regelmäßige Berichterstattung in Form von Artikeln in Reiseführern oder Reportagen in Zeitungen deutlich. Fast immer wird darauf verwiesen, dass es auch andere Zeiten gab, in denen es vorzugsweise zu vermeiden galt, das Viertel zu besuchen oder dorthin zu ziehen.

Hier, im flächenmäßig kleinsten Stadtteil Hamburgs mit jedoch 7500 Einwohnern, haben sich in den letzten 20 bis 30 Jahren soziale Prozesse abgespielt, die zum Teil extreme Ausmaße angenommen haben. Heute ist das Schanzenviertel vor allem auf Grund seiner Funktion als Kneipen-, Kaffee- und Szeneviertel über die Grenzen der Stadt hinaus bekannt.

Am Ende der 1980er Jahre ist das Schanzenviertel durch die Besetzung des ehemaligen Konzerthauses Flora bundesweit in die Schlagzeilen geraten. Hatte man solche Formen des Widerstandes bisher vor allem aus der benachbarten Hafensstraße in St. Pauli gekannt, so entdeckte die linke Szene nun auch im Schanzenviertel eine Bastion, die es vor geldgierigen Investoren zu schützen galt.

Hintergrund war das Vorhaben des Musicalproduzenten Friedrich Kurz, der an der Stelle des 1888 errichteten Operettenhauses Flora eine imposante Spielstätte für das Musical ‚Phantom der Oper‘ errichten wollte. Obwohl für den Bau des Gebäudes rechtsgültige Verträge und Genehmigungen vorlagen und die Bauarbeiten bereits begonnen hatten, musste das 30 Mio. DM umfassende Projekt im September 1988 aufgegeben werden, da dem andauernden, zum Teil auch militanten Widerstand aus der Bevölkerung und der dort ansässigen linken Szene nicht mehr standgehalten werden konnte.

---

<sup>1</sup> Vgl. <http://www.hamburg.de/inside/stadtteile/>; [letzter Zugriff: 03.11.08].

Der Antrieb der Bewohner, einen Protest zu formieren, lag damals in der Befürchtung, angesichts tausender Touristen, die täglich in das Viertel ‚einfallen‘ würden, selbst zu Fremden im eigenen Lebensraum zu werden. Ebenfalls wurde befürchtet, dass sich das Viertel immens in seinem Wert steigern würde und somit für die dort ansässigen Arbeiter, Studenten, Künstler, etc. nicht mehr finanzierbar wäre.

Obwohl das Musicalprojekt scheiterte, scheinen die Ängste der Bewohner dennoch berechtigt gewesen zu sein. Das Schanzenviertel erlebte in den folgenden Jahren zahlreiche Sanierungs- und Aufwertungsmaßnahmen und wurde somit als Wohnraum für viele statusniedrige Bewohner zerstört. Es kann davon ausgegangen werden, dass im Schanzenviertel ein Gentrifizierungsprozess stattgefunden hat, welcher durch den Austausch der Bevölkerung, also das Eindringen statushöherer und der Verdrängung statusniedrigerer Schichten gekennzeichnet ist (vgl. Häußermann et al. 2008: 125).

Was hat also dazu geführt, dass das Viertel für statushöhere Schichten im Laufe der Jahre zunehmend interessanter geworden ist? Als Ansatzpunkt kann bei der Beantwortung dieser Frage die Außenwahrnehmung im Sinne des Stadtteilimages herangezogen werden. Bezug nehmend auf den hauptsächlich mit dem Marketingbereich assoziierten Imagebegriff soll dargestellt werden, ob ein Wandel stattgefunden hat, welcher einen Anreiz für eine andere als die bereits im Viertel ansässige Bevölkerungsschicht darstellt.

Es lässt sich vermuten, dass das Image des Schanzenviertels ab einem bestimmten Zeitpunkt eine Gruppe von potentiellen Bewohnern angesprochen hat, die bei einem Zuzug in der Lage ist, durch ihr vorhandenes Kapital eine Aufwertung des Stadtteils herbeizuführen. Legt man die Annahme zu Grunde, dass im Schanzenviertel ein Gentrificationprozess stattgefunden hat, so kann die Gruppe der Gentrifier als Träger dieser Entwicklung betrachtet werden. Sie sind es, die mit ihrem vergleichsweise hohen Einkommen und außergewöhnlichen Lebensstil den eigentlichen Aufwertungs- und Verdrängungseffekt auslösen (s. u.). Folglich ist vor allem von Interesse, inwiefern das Image des Schanzenviertels für die Gentrifier attraktiv war bzw. ist.

## Zielsetzung und Eingrenzung der Arbeit

Das Ziel dieser Arbeit liegt in der Überprüfung der Frage, inwiefern ein Wandel des Images des Hamburger Schanzenviertels stattgefunden hat. Konkret soll hinterfragt werden, ob das Image im Laufe der Jahre attraktiver für potentielle Gentrifier geworden ist. Die Attraktivität des Images ist relevant, da diese den Zuzug der Gentrifier als wesentlicher ‚pull‘-Faktor beeinflussen kann.

Das Image des Schanzenviertels soll anhand der Repräsentation in den Hamburger Tageszeitungen ab dem Ende der 1970er Jahre analysiert werden. Hierbei stehen vor allem die Indikatoren im Mittelpunkt, welche auf eine Attraktivität bzw. Unattraktivität des Images für potentielle Gentrifier verweisen. Diese Indikatoren sollen auf Basis der Ergebnisse des Theoriekapitels zur Gentrification und einem entsprechenden Umkehrschluss generiert werden.

Es ist als Ziel zu betrachten, für jedes zu untersuchende Jahr die Attraktivität bzw. Unattraktivität des Images, sowie eine mögliche Entwicklung im Laufe der Jahre herauszustellen. In der abschließenden Diskussion der Erhebungsergebnisse wird zu thematisieren sein, inwiefern ein Zusammenhang zwischen der Entwicklung des Images und dem Fortschreiten des Gentrificationprozesses hergestellt werden kann.

Da eine vollständige Auswertung aller Zeitungsartikel über das Viertel eine zu große Datenmenge ergeben würde, werde ich mich im Folgenden auf eine Auswahl von drei raumrelevanten Tageszeitungen (Hamburger Abendblatt, Hamburger Morgenpost, taz), sowie den Zeitraum von jeweils einem Halbjahr aus den Jahren 1979, 1988, 1998 und 2007 beschränken.

Zur Eingrenzung der Arbeit muss darauf verwiesen werden, dass lediglich die Inhalte der Zeitungsartikel einer Einordnung in Kategorien und einer Zuordnung zu Indikatoren unterworfen werden können. Eine Einschätzung über das Verhalten der Leser, konkreter der potentiellen Gentrifier, kann hier nicht gegeben werden und müsste separat über eine Wirkungsanalyse erfolgen.

## Regie des weiteren Vorgehens

Im Folgenden werden zunächst die grundlegenden Elemente der Fragstellung erläutert. So gehe ich in Kapitel 2.1 auf den Komplex des Stadtteilimages ein; hierzu gehört eine

Definition und Abgrenzung des Begriffes, die Darstellung der Entstehungsweise und der Wandlungsfähigkeit von Images sowie deren Funktionen, insbesondere in Bezug auf die Bedeutung für Stadtteile. Abschließend sollen die Abhandlungen der Stadtimagetheoretiker Kevin Lynch und Karl Ganser in ihren Grundzügen umrissen werden.

In Kapitel 2.2 erfolgt eine Einführung in die Gentrificationthematik. Hier werden im Anschluss an die Definition relevanter Begriffe und Formen, die in der Literatur gängigen Phasenmodelle und Erklärungsansätze in Hinblick auf die Gentrification erläutert. Eine besondere Bedeutung kommt hierbei den Akteuren der Gentrification, vor allem den Gentrifiern, zu. Gleichzeitig erfolgt die Übertragung des theoretischen Phasenmodells nach Jürgen Friedrichs (1998) auf die Geschehnisse im Schanzenviertel und eine Erläuterung der aktuell dort vorzufindenden Situation. Abschließend werden die literaturgängigen Beschreibungen der Gentrification einer kritischen Betrachtung unterzogen. In Kapitel 2.3 wird folglich die Notwendigkeit der theoretischen Ansätze erläutert; diese werden zur Generierung von zwei Forschungsfragen und den zugehörigen Hypothesen herangezogen.

Im 3. Kapitel soll die im Rahmen der Untersuchung angewandte Methode erläutert werden. So folgt in 3.1 eine Abhandlung über den Gegenstand der Analyse, also die zu untersuchenden Hamburger Tageszeitungen. In Kapitel 3.2 wird die grundsätzliche Vorgehensweise bei der Inhaltsanalyse, einschließlich der Generierung der Indikatoren/Codierregeln aufgezeigt.

Das 4. Kapitel bildet mit der Darstellung der Ergebnisse und der darauf basierenden Diskussion den Hauptteil dieser Arbeit. Zuerst werden die Ergebnisse - aufgeteilt in Gesamtimage (alle untersuchten Tageszeitungen werden zusammengefasst), Image in den einzelnen Tageszeitungen, Indikatorenverteilung sowie einer Umschreibung der Images in den untersuchten Zeiträumen - dargestellt (Kapitel 4.1). Anschließend erfolgt ein Abgleich mit den zuvor aufgestellten Hypothesen und die Diskussion der Ergebnisse in Hinblick auf die Forschungsfragen und den theoretischen Hintergrund. Die besonderen Eigenschaften des untersuchten Mediums Tageszeitung, die Bedeutung unterschiedlicher Imagequellen und eine Reflexion über die Popularität des Schanzenviertels sind hier ebenfalls Gegenstand (Kapitel 4.2).

Eine Zusammenfassung der Forschungsergebnisse bezüglich der Forschungsfragen, ein abschließendes Fazit sowie ein Ausblick auf andere mögliche Fragestellungen sollen im abschließenden Kapitel 5 erfolgen.

## **2. Theoretischer Bezugsrahmen**

Im Theorieteil werden nun die grundlegenden Elemente der Fragestellung einer genaueren Betrachtung unterzogen und im Anschluss bezüglich ihrer Relevanz überprüft. Zunächst soll auf das Imagekonstrukt eingegangen werden, welches neben dem Prozess der Gentrification die Basis für die folgende Erhebung darstellt.

### 2.1 Stadtteilimage

#### 2.1.1 Definition und disziplinbezogene Abgrenzung

Der Soziologe Hans Peter Dreitzel beschreibt die Schwierigkeiten im Umgang mit dem Imagebegriff, welcher seiner Meinung nach in der Literatur weitestgehend unbestimmt und vage gehandhabt wird, so dass ein einheitliches theoretisches Fundament Probleme bereitet (vgl. 1962: 181). Es gibt eine Vielzahl von soziologischen und marktpsychologischen Definitionen des Imagebegriffs, von denen ich im Folgenden einige vorstellen möchte. Der interdisziplinäre Gebrauch des Begriffes führt dazu, dass sich zwischen den einzelnen Definitionen immer auch Überschneidungen ergeben.

Schon 1959 geht Gerhard Kleining in seinem Artikel „Zum gegenwärtigen Stand der Imageforschung“ auf die Bedeutung des Images in der „modernen Absatzforschung“ (1959: 198), also der „Wissenschaft vom Konsumenten“ (ebd.: 199) ein.

In seiner heute gängigen Form wird der Imagebegriff demnach im Jahr 1955 im Rahmen der Absatzforschung von Burleigh Gardner und Sidney Levy eingeführt. Dieser Begriff umfasst für die Autoren die Ganzheit von Einstellungen, also sowohl Ideen und Gefühle, als auch Haltungen einem Konsumartikel gegenüber, das sog. ‚Brand-Image‘. Sie sehen das Image als „Symbol, das eine Vielzahl von Ideen und Attributen repräsentiert“ (Gardner/Levy 1955: 34 f., zit. nach Kleining 1959: 199f.). Hierbei kann das „Markenbild“ (Dreitzel 1962: 184) eines Gegenstandes durchaus losgelöst sein von der objektiven Qualität. Die wirkliche Beschaffenheit eines Artikels spielt also nicht



zwangsläufig eine Rolle, so dass ein Image immer auch die „individuellen Züge einer Person“ (ebd.: 185) beinhaltet.

Ebenfalls auf der marktpsychologischen Ebene argumentiert Harry Henry, für den ein Image aus dem – gleich ob nun realen oder irrealen - Bild besteht, das sich ein Konsument von einem Produkt macht (vgl. Henry 1958: 88, zit. nach Kleining 1959: 200). Auch der Ökonom Kenneth Boulding setzt hier an, da für ihn das Image eines Gegenstandes das ist, was jemand für wahr hält. Es geht hier also ausschließlich um „subjektives Wissen“ (Boulding 1973: 6).

Eine allgemeingültigere Definition liefert Günter Schweiger: „Image ist das Gesamtbild, das sich eine Person von einem Meinungsgegenstand macht, wobei es sich hier eher um eine gefühlsmäßige Auseinandersetzung mit dem Beurteilungsobjekt handelt“ (1995: 917). ‚Gefühl‘ bedeutet in diesem Fall wiederum, dass Gegebenheiten von Individuum zu Individuum unterschiedlich beurteilt werden können, ohne dass es dafür objektiv feststellbare Gründe gibt. Gleichzeitig weist dieses darauf hin, dass rein quantitative Messungen von Images nur im begrenzten Maße aussagekräftig sind, da sich Emotionen nur schwer in festgelegte Kategorien einordnen lassen. Wie im Methodenteil dargelegt wird, sind qualitative Verfahren aus diesem Grund sehr gut zur Imagemessung geeignet. Vor allem im Zeitalter der Massenmedien kommt dem Imagekonstrukt eine immer größere Bedeutung zu. Dieses wird dadurch erklärt, dass sich die öffentliche Meinung immer weniger auf Faktenwissen und immer mehr auf Annahmen über bestimmte Gegebenheiten stützt. Diese werden von Klaus Merten als „Fiktionen“ (1992: 122) umschrieben; hierzu ist auch das Image zu zählen. Der Autor argumentiert ebenfalls eher aus der Sicht des Konsumenten, also aus der marktpsychologischen Perspektive, da ein Image als „Struktur kognitiver und emotionaler Vorstellungen, die die Wahrnehmung eines Objektes [...] oder dessen Synonym (Logo, Namen, Slogan) beim jeweiligen Subjekt auslöst“ (ebd.), verstanden werden kann. Gerade diese Synonyme werden hauptsächlich im Marketingbereich verwendet.

Die soziologische Bedeutung des Imagekonstruktes liegt darin, dass ein Image häufig von vielen Menschen geteilt wird; eine Gegebenheit, über die man sich eine Meinung bildet, spricht in diesem Fall alle Betroffenen auf die selbe Weise an. Für Dreitzel ist daher das „Image ein soziales Phänomen, das die Soziologie interessiert“ (1962: 185).

Die Gegenstände des Images können variieren. Dieses können zum Beispiel die eigene Person („Selbstimage“, Kleinig 1972: 357), der eigene Körper („body Image“, ebd.), die Stellung in der Gesellschaft („Sozialimage“, ebd.), sowie die Welt als Ganzes („Weltimage“, ebd.) sein. An dieser Stelle wird auch noch einmal auf die Subjektivität eines Images hingewiesen, da durch psychische, soziale und kulturelle Verarbeitung der Gegebenheit ein individuelles Bild von der Wirklichkeit entsteht (vgl. ebd.).

Im Folgenden werde ich mich an Kleinings Definition orientieren, wonach unter dem Begriff Image „die als dynamisch verstandene, bedeutungsgeladene, mehr oder weniger strukturierte Ganzheit der Wahrnehmungen, Vorstellungen, Ideen und Gefühle, die eine Person – oder eine Mehrzahl von Personen – von irgendeiner Gegebenheit besitzt“ (ebd.), zusammengefasst werden kann.

Auf die hier angedeutet Stabilität und Funktion bzw. Verhaltensrelevanz des Images wird im weiteren Verlauf noch genauer einzugehen sein.

Der Imagebegriff ist von vielen ihm verwandten oder vielen synonym zu ihm verwendeten Begriffen abzugrenzen. Hier sind hauptsächlich die Begriffe ‚Einstellung‘ und ‚Bild‘ zu nennen.

Die Begriffe Einstellung und Image sind nur schwer voneinander abzugrenzen, da im Marketingbereich bei der Messung von Images auf die ‚Einstellungsmessung‘ zurückgegriffen wird. Schweiger sieht den Unterschied darin, dass bei der Entstehung von Images in stärkerem Maße handlungsauslösende „Emotionen, Erwartungen und Wünsche“ (1995: 917) eine Rolle spielen, als dieses bei der Entstehung von Einstellungen der Fall ist. Ebenso fügt er an, dass Images „weniger bewusst, weniger sachhaltig und rational“ (ebd.) sind, was bei Einstellungen dagegen eher der Fall ist. Bei der Einstellung gegenüber einer Gegebenheit steht die Person/ die Gruppe im Mittelpunkt, von der die Reaktion ausgeht. Das Image, welches eine Person/ Gruppe von einer Gegebenheit besitzt, hat hingegen eher eine passive Komponente. So kann zum Beispiel eine Stadt daran arbeiten, ihr Image durch PR-Maßnahmen zu verbessern. Die Einstellungsänderung muss dann jedoch auf Seiten des Menschen geschehen.

In der Literatur wird der Imagebegriff häufig auch synonym mit dem Begriff Bild verwandt. Es gibt verschiedene Beurteilungen, inwiefern eine solche Vermengung

zulässig ist. Für eine gleichwertige Nutzung der Begriffe spricht, dass beide eine wertende Komponente enthalten. Auch wenn man davon ausgehen kann, dass im Image ein größerer subjektiver Wertungsmoment liegt, so ist ein solcher doch auch bei einem Bild von einer Gegebenheit zu finden.

Images entstehen für Merten vor allem dann, wenn sich der Mensch keinen eigenen Eindruck von den Fakten machen kann (vgl. 1992: 122). Bilder haben hingegen einen realistischeren Hintergrund als Images, da ihnen meist eine direkte Auseinandersetzung mit dem Meinungsgegenstand („face-to-face“) zugrunde liegt. So kann man bei Image von einem komplexen Bild sprechen, das neben der realen, für alle erfassbaren Komponente auch eine stärker auf subjektiven Eindrücken basierende Einschätzung enthält.

Auf der anderen Seite verfügen Images und Bilder über vergleichbare Charakteristika und sie erfüllen ähnliche Funktionen. Zu nennen sind u. a. die Stabilitätsmerkmale, die Orientierungsfunktion, sowie die Handlungsrelevanz (s. u.). Aus dieser Einordnung lässt sich folgern, dass die Begriffe Bild und Image jeweils im Kontext ihres Gebrauches betrachtet werden müssen, um zu beurteilen, ob eine gleichwertige Nutzung zulässig ist.

### 2.1.2 Entstehung, Verbreitung, Wandlung

Fraglich ist nun, wie Images über Meinungsgegenstände entstehen und verbreitet werden sowie, ob und unter welchen Umständen sich diese wandeln können. Hierbei sind die Facetten des Images, insbesondere die Imagestabilität und die Imagenähe zu beachten.

Als Ausgangspunkt für die Entstehung des Images wird zum einen der „psychische Augenblickszustand“ (Kleining 1959: 201) der Persönlichkeit betrachtet; so nimmt ein Mensch nur das wahr, was seinen emotionalen Bedürfnissen entspricht. Zum anderen spielt auch der Reiz, welcher von einem Produkt, etc. ausgeht, eine wesentliche Rolle (vgl. ebd.). Aus psychologischer Perspektive basiert das Image daher auf zwei Komponenten: der Eindruck, welcher bei einer Person entsteht und der Eindruck, welcher von einer Gegebenheit ausgeht (vgl. Moore/Kleining 1959: 354 ff.).

Noch deutlicher auf den Punkt bringt dies Boulding, welcher zwischen „Fakten“ und „(Be-)Wertungen“ (1973:11) unterscheidet. Die Fakten werden von den Personen nicht ‚einfach so‘ aufgenommen, sondern durch ein erlerntes Wertesystem gefiltert (vgl. ebd.:

14). Zudem kann es durch die „normative Struktur“ (Dreitzel 1962: 197) des Images zu einer Filterfunktion gegenüber Informationen kommen. Dies bedeutet, dass Begebenheiten immer auch so gesehen werden, wie es von der Gruppe oder Gesellschaft um ein Individuum herum erwünscht wird (vgl. ebd.).

Images beinhalten also auch subjektive Wertungen, welche häufig als Fakten dargestellt werden und somit nicht zu erkennen sind. Bei der Entstehung eines Images ist der Faktengehalt noch als sehr hoch zu betrachten; das Image entfernt sich dann jedoch langfristig von den tatsächlichen Begebenheiten (vgl. Grabow et al. 1995: 120 f.).

Ein Teil des Images ist immer auch bei anderen Individuen oder Gruppen von Individuen in einer ähnlichen Art und Weise vorhanden. Diese Kenntnis wird durch Kommunikation ausgetauscht, so dass letztlich ein öffentliches, geteiltes ‚Wissen‘ dem privaten ‚Wissen‘ gegenübersteht (vgl. Boulding 1973: 14). ‚Wissen‘ umfasst hier sowohl das Faktenwissen, als auch das, was man zu wissen glaubt.

Für Merten entstehen Images vor allem dann, wenn der Mensch nicht mit den ‚Fakten‘ konfrontiert wird (vgl. 1992: 122). Er geht zudem davon aus, dass sich in Hinblick auf die Verbreitung der Massenmedien eine zunehmende Orientierung des Einzelnen an der Meinung anderer und eine entsprechende Angleichung ereignen. Die Entstehung von Images basiert zunehmend auf Annahmen, welche vor allem durch die Massenmedien hervorgebracht werden (vgl. ebd.: 122 f.).

Die vorangegangenen Feststellungen zum Einfluss subjektiver Einschätzungen führen auch zu der Annahme, dass Stabilität und Wandel von Images in hohem Maße auf die persönlichen Merkmale des Imageproduzenten<sup>2</sup> zurückzuführen sind. Neben diesen individuellen Wesenszügen und der Beeinflussung durch andere Personen tragen auch andere „Gesellschaftsinstrumente“ (Boulding 1973: 55) zu einem Imagewandel bei; hierzu ist wiederum hauptsächlich die Kommunikation durch Medien (Fernsehen, Internet, Zeitungen, Literatur,...) zu zählen. Über diesen Informationsweg ist es möglich, Nachrichten von Menschen zu empfangen, mit denen man nicht in direkten Kontakt tritt. Kommunikation wird somit losgelöst von der Person, welche am Kommunikationsprozess partizipiert (vgl. ebd.). Jedes öffentliche Image hat seinen

---

<sup>2</sup> Unter dem Begriff Imageproduzenten soll das Individuum oder die Gruppe von Individuen verstanden werden, bei denen das Image entsteht.

Ursprung im Geist eines einzelnen Individuums und wird nur dann öffentlich, wenn es übermittelt und geteilt wird (vgl. ebd.: 64). Die sich anschließende Tageszeitungsanalyse basiert auf eben dieser Annahme über die Funktion der Medien. Bernd-Achim Stegmann fasst dies zutreffend anhand der zwei Ebenen von Imagequellen zusammen, die zur Entwicklung eines Raumimages beitragen können. Dabei handelt es sich um die „sekundär vermittelte Umwelt“ und die „primär erlebte Umwelt“ (Stegmann 1997: 15). Nachrichten, welche durch die Medien oder persönliche Kontakte ständig verbreitet werden, wirken auf unterschiedliche Weise auf das Individuum ein. Häufig haben die Informationen keinen oder nur geringen Einfluss auf die Images von Personen, sondern werden von ihnen nicht weiter beachtet. Ebenso ist es möglich, dass eine Person auf die Nachricht aufmerksam wird und seine vorherige Position langsam revidiert, wenn weitere Meldungen derselben Art eintreffen. Zuletzt ist es auch vorstellbar, dass ein Individuum durch eingehende Informationen ‚bekehrt‘ wird und hierdurch einen radikalen Imagewechsel vornimmt. Normalerweise werden Informationen, die dem eigenen Image widersprechen, erst einmal als unwahr dargestellt; die Akzeptanz ist sehr gering. Je öfter jedoch solche widersprüchlichen Informationen aufgenommen werden, desto mehr Zweifel entstehen, bis im äußersten Fall die vorherige Meinung revidiert wird. Eingehende Informationen können ein Image auf verschiedene Weise verändern; sie können Individuen in ihrem Image bestärken, aber auch verunsichern und Zweifel aufkommen lassen. Bekräftigen die Informationen das bereits existierende Image, so werden diese leichter aufgenommen und tragen zur Stabilisierung bei (vgl. Boulding 1973: 6 ff. und Dreitzel 1962: 195 f.).

Die andauernde Informationsflut bedingt schließlich, dass sich Images ständig verändern oder auch ganz verschwinden (vgl. Dreitzel 1962: 195). Zur Stabilisierung müssen sie laufend mit Informationen unterfüttert werden, wobei die Kontinuität der Informationsbereitstellung eine wichtige Voraussetzung darstellt (vgl. Merten 1992: 123). Besonders im Marketingbereich wird hierauf zurückgegriffen, indem bestimmte Eigenschaften von Produkten, Orten, Marken, etc. immer wieder an die Öffentlichkeit gebracht werden.

Grundsätzlich wird angenommen, dass Images aktueller Ereignisse eher unstabil sind, wohingegen das „Image der gegenwärtigen Umwelt im Allgemeinen, das Weltbild“

(Kleining 1959: 206) eher stabil und somit schwer zu verändern ist (vgl. ebd.). Je länger Images bestehen, desto schwieriger wird eine Veränderung; bei negativen Images ist ein solcher Imagewandel am schwierigsten zu beeinflussen (vgl. Grabow et al. 1995: 121). Gleichzeitig führt das längere Bestehen auch zu einer höheren Wirksamkeit des Images (vgl. ebd.: 113).<sup>3</sup>

Will man also auf die Entstehung eines Images einwirken bzw. ein bestehendes verändern, so bedarf es einer langfristigen Herangehensweise. Es muss eine starke Veränderung bzw. ein einschneidendes Ereignis auf Seiten des Meinungsgegenstandes geben, damit sich das Image wandelt. ‚Imagepolitik‘ muss somit immer langfristig angelegt sein (vgl. Schweiger 1995: 920).

Auch die räumliche Verbreitung wirkt sich auf die Stabilität eines Images aus. Je größer die Reichweite des Images ist, desto stabiler und schwieriger zu modifizieren ist dieses laut Grabow et al. (vgl. 1995: 117f.). Dies bedeutet z.B. für Stadt- und Regionalimages, welche bundesweit vorherrschend sind, eine viel größere Stabilität als für lokale Images von Einzelpersonen, Dorfgemeinschaften, etc. Im Umkehrschluss breiten sich Images umso weiter in der Distanz aus, je intensiver, also außergewöhnlicher und einprägsamer sie sind. Images, die noch in großer Distanz wahrgenommen werden, stabilisieren und verstärken sich wiederum selbst (vgl. Grabow et al. 1995: 114).<sup>4</sup>

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Images zu Beginn sehr dynamische Systeme sind, die dann mit fortschreitender Dauer immer stabiler und unflexibler werden; sie bleiben dabei jedoch immer beeinflussbar. Bei der Entstehung und Wandlung von Images spielen die individuellen Wesenszüge des Wahrnehmenden eine große Rolle. Durch vielfältige Kommunikationsmöglichkeiten verbreiten sich Images und Informationen, die hierauf einen Einfluss haben immer schneller und erreichen auf einfachem Weg viele Menschen. Zu diesen Verbreitungswegen sind auch die Tageszeitungen zu zählen. Grundsätzlich können also Images von Begebenheiten (Orten, Gegenständen, Personen,...) entweder durch einen aktiven Prozess, also infolge von PR-Maßnahmen und gezielter Berichterstattung oder im Rahmen eines ungeplanten

---

<sup>3</sup> Zur Funktion und Wirksamkeit von Images vgl. Kapitel 2.1.3.

<sup>4</sup> Grabow et al. (1995) sprechen in ihrem Buch von ‚Bild‘ und nicht von Image. Da sich zwischen ‚Bild‘ und Image jedoch nur geringe Unterschiede ergeben (s.o.), werden die genannten Eigenschaften von Bildern auf den Imagekomplex übertragen.

Prozesses auf der Ebene des Individuums entstehen und beeinflusst werden. Zu letzterem zählt größtenteils auch das Image, welches durch das Lesen von Artikeln in der Tageszeitung beim Leser zurückbleibt. Grundsätzlich kann man nicht von einer bewussten Beeinflussung des Images durch die journalistische Berichterstattung ausgehen, solange die Redaktionen dem Prinzip der Unabhängigkeit treu bleiben.

### 2.1.3 Funktion

Betrachtet man die Funktion von Images, so denkt man heute zuerst an PR-Maßnahmen, mit denen einzelne Produkte, Orte, Personen, Dienstleistungen, etc. in der Öffentlichkeit in einem bestimmten Licht dargestellt werden sollen. Die Verbreitung von positiven Images wird von der Werbewirtschaft als Strategie genutzt, um Kunden an Unternehmen, Touristen an bestimmte Orte, usw. zu binden. Aber auch fern von Vermarktungserfolgen sind bei jedem Menschen Images von allen möglichen Alltagssituationen vorhanden. Folglich muss ein Image auch Funktionen abseits der Marketingstrategien erfüllen.

Die generelle Funktion kann darin gesehen werden, dass Images ein Normensystem vorgeben, welches Orientierung bietet und die Positionierung eines Individuums diesem gegenüber möglich macht (vgl. Moore/Kleining 1959: 354 ff.). Images tragen so zur Reduktion der Komplexität der Umwelt und infolgedessen erheblich zur Bedürfnisbefriedigung des Menschen bei, indem sie Entlastung bieten (vgl. Johannsen (1971), zit. nach Koschnick 1987: 370).

Sowohl Schweiger (vgl. 1995: 917), als auch Merten (vgl. 1992: 122) sehen die Funktion von Images zunehmend im Ersetzen von Wissen. Letzterem zufolge steigt die Bedeutung von Images im Zeitalter der Mediengesellschaft immer weiter an; so treten Images häufig an die Stelle langsam gebildeter und lang anhaltender eigener Erfahrungen. Ebenso verlieren demnach auch Werte und Normen immer schneller an Gültigkeit und werden durch kurzlebige Images ersetzt. Nach Merten werden Images schließlich zum „Ersatz für verbürgte Erfahrungen“ (1992: 122.).

Menschen richten ihr Verhalten danach, wie ihnen Gegebenheiten erscheinen und wie diese in ihrer Vorstellung verhaftet sind, also nach dem Image. Hier setzt wiederum die Absatzforschung an, welche diese Vorstellungen untersucht, um Produkte entsprechend

auf dem Markt zu offerieren (vgl. Moore/Kleining 1959: 355). Bezüglich der Verhaltensrelevanz lassen sich konkrete Aussagen machen: So wird ein Image umso verhaltensrelevanter, je konkreter und somit zielgruppenspezifischer es ist (vgl. Schweiger 1995: 917).<sup>5</sup> Ein Image wirkt auch umso stärker auf das menschliche Verhalten ein, je stärker es gesellschaftlich verfestigt ist. Als Beispiel nennt Dreitzel einen bestimmten Beruf, der als ‚typisch weiblich‘ angesehen wird. In Folge dessen interessieren sich auch mehr Frauen dafür, diesen Beruf zu erlernen und auszuüben (vgl. Dreitzel 1962: 188).

Dreitzel nennt des Weiteren zwei Gründe für imagegeleitetes Verhalten bei Menschen. Zum einen spiegeln Images individuell geformte „Lust- und Angstgefühle“ (1962: 186 f.) wider; zum anderen bietet ein „vergesellschaftet[es]“ (ebd.) Image - wie bereits erwähnt - Orientierung durch Gruppennormen. Diese Gruppennormen kommen ihm zufolge zustande, indem die Gegebenheiten nicht nur von einem Individuum auf eine bestimmte Weise interpretiert werden, sondern in ähnlicher Weise auch von vielen anderen (vgl. ebd.: 186).

Des weiteren wird Dreitzel folgend das Verhalten von Personen in dem Maße verstärkt durch ein Image gesteuert, wie dieses institutionalisiert wurde; zudem wird das Verhalten von der individuellen Betroffenheit des Imageproduzenten beeinflusst (vgl. ebd.: 186f.). Hier stimmt der Autor weitestgehend mit den oben dargestellten Aussagen von Moore/Kleining und Schweiger überein.

Boulding nennt als Grund für die Verhaltensrelevanz von Images nicht die Emotionen an sich, die Personen mit diesen verbinden, sondern den Wert, den sie diesen Emotionen zuschreiben (vgl. 1973: 51). Das Verhalten ist somit, neben den Orientierung bietenden Gruppennormen, ebenfalls sehr stark von affektiven Elementen geprägt.

Eine dem Orientierungseffekt nahe stehende Funktion ist die Möglichkeit zur Identifikation, welche ein Image bietet. Parallelen ergeben sich auch, wenn man davon ausgeht, dass die Identifikation mit einem Image abhängig ist von der Ähnlichkeit mit der Persönlichkeit, sowie den emotionalen Bedürfnissen einer Person. Folglich liegt es

---

<sup>5</sup> Vgl. ergänzend hierzu die Abhandlung zum Thema „Spezifitätsniveau“ nach R. Bergler 1986: Länderimages. In: Image Österreichs – Wirklichkeit und Traum. Wien: Österreichische Werbewissenschaftliche Gesellschaft (Hg.), S. 117-121.



an der Absatzwirtschaft, bestimmte Images zu schaffen, welche eine stabile Identifikation ermöglichen (vgl. Kleining 1959: 209).

In diesem Punkt besteht die Funktion des Images für das Marketing bzw. die Konsumenten, die angesprochen werden sollen. Die Präferenz für ein Produkt und die Kaufabsicht wird stark durch das Image beeinflusst. Neben der Identifikation sollen Images auch ein Vertrauen zur Marke aufbauen; der Aufbau eines positiven Images kann nur durch Marketingstrategien bewältigt werden (vgl. Schweiger 1995: 917 ff.).

In Bezug auf Städte, Stadtteile und Regionen haben Images ebenfalls die Funktion, eine Identifikation zu ermöglichen. Dieses hat zur Folge, dass sich diese räumlichen Ebenen gegeneinander abgrenzen und hervorheben, d. h. zueinander positionieren können (vgl. Grabow et al.: 115 f.); im nächsten Punkt wird hierauf noch genauer eingegangen.

Zusammengefasst wirken Images „im sozialen Feld meinungs-, verhaltens- und handlungsbestimmend“ (Johannsen (1971), zit. nach Koschnick 1987: 370). Sie bieten Orientierung an einem bestehenden Normsystem und somit Entlastung in einer komplexen Umwelt. Der Grad der Verhaltensregulation durch Images richtet sich v. a. nach der persönlichen Betroffenheit und der gesellschaftlichen Institutionalisierung eines Images.

#### 2.1.4 Bedeutung für die Stadt/ den Stadtteil

Das Städteimage (zusammen mit dem Länder- und Regionenimage) ist neben dem Produktgruppenimage, dem Markenimage und dem Firmenimage eine der vier Arten von Images, zwischen denen im Marketing unterschieden wird. Es umfasst die Vorstellungen von einem abgegrenzten, geographischen Raum und seinen Einwohnern. Zusätzlich kann hierbei zwischen Selbst- und Fremdimage, also Einwohnern bzw. Außenstehenden, unterschieden werden (vgl. Schweiger 1995: 918 f.). Ein positives Fremdimage muss nicht unbedingt mit einem positiven Selbstimage, bzw. der Identifikation eines Bürgers mit der Stadt/ dem Stadtteil einhergehen und umgekehrt (vgl. Gröppel-Klein/Baun 2001: 355).

In der Literatur wird nicht zwischen Städteimages und Stadtteilimages unterschieden. Demnach kann davon ausgegangen werden, dass alle Annahmen und Folgerungen über Städte auch auf Stadtteile zu beziehen sind. Folglich ist mit dem Begriff Stadtimage

auch das Stadtteilimage gemeint, da es sich beim Untersuchungsgegenstand um das Schanzenviertel in Hamburg, also einen Stadtteil handelt. Aus Gründen der Vereinfachung wird hier nur von der ‚Stadt‘ gesprochen.

Die besondere Bedeutung des Städteimages erkennt man an den zahlreichen Bemühungen, die unternommen werden, um durch Stadtmarketing ein gewünschtes Image zu formen. Sogenannte weiche Standortfaktoren sind bei der Ansiedlung von Unternehmen und Anwohnern in einer Stadt eine immer entscheidendere Einflussgröße.<sup>6</sup> So wird ein höherer Freizeitwert eines Standortes mit einer höheren Produktivität verbunden (vgl. Gröppel-Klein/Baun 2001: 353 ff.). Im Allgemeinen spielen reale Begebenheiten hier wiederum keine so große Rolle wie die Vorstellungen, die mit einer Stadt als Standort verbunden werden (vgl. Grabow et al. 1995: 105).

Ein schrumpfendes Steueraufkommen, sowie der demographische Wandel, einhergehend mit der Zunahme kleiner Haushalte, führen zu einer immer stärkeren Konkurrenz von Großstädten um den Zuzug von Einwohnern. Im Laufe der Zeit ist die Individualität von größeren Städten immer mehr zurückgegangen, so dass ein Verlust der Identifikationsmöglichkeiten auf Seiten der Bewohner anzunehmen ist. Stadtmarketing wird nun eingesetzt, um diese Identifikation wieder zu ermöglichen und den Bewohner an seine Stadt zu binden bzw. potentielle Zuzügler anzulocken. Faktoren die hierbei ausschlaggebend sein können sind zum einen die physische Gestalt der Stadt, aber auch herausragende Ereignisse, alltägliche Elemente des Stadtlebens wie die Infra- und Sozialstruktur oder die Geschichte der Stadt (vgl. Gröppel-Klein/Baun 2001.: 353ff.).

Für Außenstehende sind Städte häufig nur durch ein Imageelement geprägt. Je näher man der Stadt räumlich kommt oder wenn man selbst in der jeweiligen Stadt wohnt, so gelangt man auch zu einer besseren Kenntnis und einem ausdifferenzierteren Bild vom Raum (vgl. Grabow et al. 1995: 111). Die Autoren unterscheiden hier auch zwischen einer unterschiedlichen Prägung der Bilder/ Images von der Stadt. Materiell geprägt ist das Image dann, wenn es sich aus ökonomischen und visuellen Eindrücken von der Stadt zusammensetzt; ein immaterielles Image entsteht auf Basis von Vorstellungen, Wertzuschreibungen, etc. und ist damit sehr stark subjektiv geprägt. Wie bereits erwähnt

---

<sup>6</sup> Dass dies bereits in den 1970er Jahren der Fall war, macht Ganser deutlich (s.u.).

sind immaterielle Images aus diesem Grund schwer zu erfassen und schwer beeinflussbar (vgl. ebd.: 114).

Bei der Verbreitung eines Stadtimages fungieren die Einwohner als Multiplikatoren und tragen somit in hohem Maße zur Außenwahrnehmung bei. Ebenso führt der Tourismus, welcher in den Städten praktiziert wird, durch Werbung und Reiseführer, aber auch durch die Reisenden selbst zu einer Verbreitung des städtischen Images. Für Stadtimages gilt wie für alle anderen Images auch, dass schriftliche Berichte zu einer Verbreitung und Stabilisierung beitragen. Hier haben die Massenmedien, v. a. das Fernsehen und die Tagespresse einen großen Einfluss. An diesen Verbreitungswegen setzen auch gezielte PR-Maßnahmen an, um das beabsichtigte Image der Stadt nach außen zu vermitteln (vgl. Grabow et al. 1995: 118).

Auf Grund der bereits erwähnten Konkurrenz der Städte werden solche Einwirkungen auf das Image immer wichtiger. Um von außen wahrgenommen zu werden, ist eine ständige Präsenz des (positiven) Images in der Öffentlichkeit notwendig. Möglichkeiten zur Beeinflussung des Images von Seiten der Stadt liegen in der Durchführung von PR-Maßnahmen, der Errichtung von aufmerksamkeitsstarken Großprojekten, einer gezielten Ausrichtung der Stadtpolitik, etc.. Bei lange bestehenden Images ist dieses wiederum schwer zu bewältigen, bzw. mit einem hohen Zeit- und Kostenaufwand verbunden (vgl. ebd.: 123 ff.).

Images haben im Zusammenhang mit Städten vor allem im Bereich der Außenwahrnehmung eine große Bedeutung und werden von Seiten der Städte häufig durch PR-Maßnahmen beeinflusst.

### 2.1.5 Imagetheorien

Im Folgenden sollen kurz zwei Imagetheorien von Stadtplanern und Stadtplanungstheoretikern vorgestellt werden. Hierbei kann nachvollzogen werden, wie das Stadtimage in der Stadtplanung im Laufe der Zeit immer mehr zu Zwecken der Vermarktung instrumentalisiert wurde. Genannt werden soll hier Kevin Lynch mit seinem Werk „The Image of the city“ (1968), in dem er die visuelle Ordnung der Stadt als wichtiges Qualitätskriterium in Hinblick auf die Wahrnehmung der Bewohner und Besucher heranzieht. Als zweites stellt Karl Ganser in dem Artikel „Image als

entwicklungsbestimmendes Steuerungselement“ aus dem Jahr 1970 heraus, wie bedeutend die Positionierung von Städten im Rahmen der „interregionalen Konkurrenz um Wirtschafts- und Bevölkerungswachstum“ (S. 105) ist und wie der Prozess der Imageentwicklung von Städten abläuft.

Kevin Lynch 1968:

Lynch verdeutlicht anhand der empirischen Untersuchung der Städte Boston, Jersey City, sowie Los Angeles, welchen ‚visuellen Wert‘ amerikanische Großstädte im Vorstellungsbild ihrer Einwohner haben und wie diese Bilder durch geeignete Maßnahmen, u. a. die Erstellung eines „visuellen Planes“ (Lynch 1968: 136 f.), durch Stadtplaner und Architekten verändert werden können. Wichtig ist für ihn die Frage, inwieweit die Bewohner einzelne Bestandteile der Stadt erkennen und für sich sinnvoll strukturieren können, so dass eine Orientierung im städtischen Raum möglich ist (vgl. ebd.: 12). Lynch stellt heraus, dass durch das „allgemeine geistige Bild“ (ebd.: 13) Orientierung im Raum möglich ist. Diese individuelle Empfindung kann zu einer übergeordneten Gruppenvorstellung zusammengefügt werden, die den Eindrücken vieler Einzelner nahe kommt (vgl. ebd.: 17). Gerade hier bieten sich vielfältige Ansatzmöglichkeiten für Stadtplaner, welche daran interessiert sind, eine physische Umwelt aufzubauen, in der sich möglichst viele Bewohner zurechtfinden.

Das Vorstellungsbild von der Umwelt setzt sich aus den Komponenten Identität, Struktur und Bedeutung zusammen, wobei sich Lynch auf die Identität und Struktur des Stadtbildes konzentriert, da auf diese direkt eingewirkt werden kann (vgl. ebd.: 19). Identität bedeutet für ihn die Identifizierungs- und Unterscheidungsmöglichkeit bezüglich anderer „Wesen“ (ebd.: 18); mit Struktur ist die „räumliche und strukturelle Beziehung des Gegenstandes zum Beobachter und zu anderen Gegenständen“ (ebd.) gemeint.

Durch Untersuchungen kann herausgefunden werden, welche Erscheinungsformen der Stadt die Bewohner bevorzugen. So ist es laut Lynch infolgedessen auch möglich, den städtischen Lebensraum derartig umzugestalten, dass dieser zunehmend einprägsamer wird (vgl. ebd.: 110). Das Ziel soll sein, die städtische Umwelt an die sinnlichen Bedürfnisse des Bewohners anzupassen, indem ein „visueller Plan“ (ebd.: 137) für die

Stadt erstellt wird (vgl. ebd.). Die Beobachter sollen in die Lage versetzt werden, die Stadt richtig zu ‚lesen‘ und die vielfältigen Möglichkeiten des städtischen Lebensraumes wahrzunehmen (vgl. ebd.: 138).

Als weitere Möglichkeiten zur Beeinflussung des Vorstellungsbildes auf Seiten der Bewohner nennt Lynch die Aushändigung eines Planes von der Stadt (Karte oder ähnliches), anhand derer sich der Bewohner orientieren kann. Des Weiteren wird eine Schulung des Bewohners hinsichtlich seiner Orientierungsfähigkeit an den gegebenen physischen Elementen in seiner Stadt vorgeschlagen (vgl. ebd.: 21ff.). Als Grundvoraussetzung gilt jedoch, dass sich der Beobachter an der Entwicklung des Vorstellungsbildes beteiligt und auch bereit ist, sein Bild zu ändern (vgl. ebd.: 26).

In der Literatur wird an einzelnen Stellen Kritik an der visuellen Planbarkeit des „Image of the City“ bei Lynch laut. So konzentriert sich Lynch für Hellmut Fröhlich zu sehr auf den Aspekt der visuellen Raumvermittlung anhand physischer Elemente (vgl. Fröhlich 2007: 32). Seiner Meinung nach kommen hier die anderen Faktoren, welche ebenfalls das Bild von der subjektiven Wirklichkeit prägen, zu kurz. Die emotionale Bedeutung von Stadtformen spielt für ihn eine zu geringe Rolle (vgl. ebd.: 35). Tatsächlich geht Lynch nur am Ende seiner Betrachtung kurz auf den Symbolgehalt und die emotionale Bedeutung bzw. das Identifikationspotential, welches eine Stadt für die Bewohner präsentiert, ein (vgl. Lynch 1968: 141).

Ein weiterer Kritikpunkt besteht darin, dass sich Lynch auf das Bild beschränkt, welches sich die Bewohner von einer Stadt machen. Hinterfragt werden muss jedoch auch, welches Vorstellungsbild bei denen vorhanden ist, die keine direkte Erfahrung mit dem Raum gemacht haben (vgl. Fröhlich 2007: 35). Dies scheint vor allem in Hinblick auf heutige Vermarktungsstrategien bzw. Imagekampagnen von Städten ein berechtigter Einwand zu sein, da diese doch vor allem ortsfremde Personen zu ihrer Zielgruppe zählen.

Karl Ganser 1970:

In seinen Ausführungen stellt Ganser in vier Thesen heraus, welche Bedeutung das Image seiner Meinung nach in der Stadt- und Regionalentwicklung haben könnte (vgl. Ganser 1970: 104ff.).

Als erstes wird die „interregionale Konkurrenz um das Bevölkerungswachstum“ (ebd.) genannt (These I). Hiermit hängt in starkem Maße das Wirtschaftswachstum zusammen, so dass es notwendig ist, die Bevölkerung zur Zuwanderung in die jeweilige Region zu bewegen. Gleichzeitig kommt es zu einem Bedeutungsverlust bei den ‚harten‘ Standortfaktoren (These II), sowie zu einer vermehrten Abhängigkeit des Wirtschaftswachstums vom tertiären Sektor (These III), da dieser im Vergleich zum produzierenden Gewerbe wesentlich stärker wächst (vgl. ebd.). Vor allem große Agglomerationsräume können von diesem Effekt profitieren (vgl. ebd.: 105). Schließlich treffen qualifizierte Arbeitskräfte die Wahl ihres Arbeitsplatzes zunehmend auf Grund der „Attraktivität des Wohnumfeldes“ (ebd.), so dass sich in Folge dessen die Unternehmen hauptsächlich an Standorten ansiedeln, welche die Bedürfnisse der potentiellen Mitarbeiter befriedigen (These IV).

Gemessen werden kann die Attraktivität des Wohnortes und somit ein potentieller Einflussfaktor auf Standortentscheidungen laut Ganser an der Richtung der Wanderungsbewegungen einzelner Personen oder Haushalte (vgl. ebd.). Ganser untersuchte dementsprechend die Attraktivität des Raumes München für höher qualifizierte Arbeitskräfte, die Motivation für eine Wanderung in die Region, sowie die Merkmale, welche den Eindruck von dem Wohnort in besonderer Weise prägen (vgl. ebd.: 106).

Ganser merkt an, dass bei der Beurteilung des Wohnortes zum einen reale Eigenschaften genannt werden, zum anderen aber auch nicht den realen Begebenheiten entsprechende Vorstellungsbilder zum Tragen kommen. Vor diesem Hintergrund stellt Ganser den Prozess dar, in denen ein solches Image gebildet wird (vgl. ebd.: 107.): So gehen von der „Realsituation des Raumes“ (S. 107) Informationen aus, welche aus herausragenden „Situationen“ (ebd.) entstanden sind; diese wiederum stellen ihre wichtigsten Eigenschaften durch markante Merkmale („Symbole wie Bauwerke, Personen, Slogans, [...]“ (ebd.)) dar. Die Wahrnehmung dieser raumspezifischen Merkmale wird durch „gruppenspezifische Informationsfilter“ (ebd.) beeinflusst, so dass das Image von den Imageproduzenten auf Eigenschaften reduziert wird, für welche diese offen sind. Das Image wird hierbei gleichzeitig durch persönliche Kontakte, sowie die Kommunikation in den Massenmedien beeinflusst (vgl. ebd.).

Als notwendige Eigenschaften eines Raumimages im Rahmen der Stadtentwicklungspolitik nennt Ganser die Abstraktion der Realsituation zu Stereotypen, sowie die Möglichkeit der Übertragung des Images auf massenmedientaugliche, charakteristische Situationen. Um zu einer handlungsrelevanten Einflussgröße zu werden, müssen Images gesellschaftlich angesehen sein. Zuletzt können Images durch Eingriffe in den Entstehungsprozess bewusst gesteuert werden (vgl. ebd.).

An den Ausführungen Gansers scheint besonders bemerkenswert, dass der Geograph und Stadtplaner bereits vor fast vierzig Jahren konkrete Aussagen bezüglich der Entwicklungen auf dem Arbeitsmarkt, sowie der Konkurrenz von Städten getroffen hat, welche heute in besonderem Maße relevant sind. Vor dem Hintergrund der Olympischen Spiele in München im Jahre 1972 entstanden, wird in Gansers Studie zum ersten Mal auf die Implementierung eines ‚City-Marketings‘ zum Zwecke der Positionierung von Städten in der interkommunalen Konkurrenz eingegangen.

Gleichzeitig muss jedoch bei den Abhandlungen Lynchs und Gansers bezüglich des Images auf die beschränkte Anwendbarkeit in Hinblick auf meine Fragestellung verwiesen werden. Auf diesen Punkt wird in Kapitel 2.3 zur Erläuterung der theoretischen Ansätze noch genauer eingegangen.

Im folgenden Kapitel zur Gentrification werden die grundlegenden Elemente dieses Phänomens, welche zur Bearbeitung der sich anschließenden Forschungsfragen notwendig sind, vorgestellt. Schließlich basiert meine Erhebung auf der Annahme, dass es einen Zusammenhang zwischen der Attraktivität des Schanzenviertelimages und dem Fortschreiten des Gentrificationprozesses gibt.

## 2.2 Gentrification

### 2.2.1 Definition und Formen der Gentrification

Der Begriff Gentrification<sup>7</sup> stammt vom englischen Begriff ‚gentry‘ ab, der ins Deutsche übersetzt in etwa ‚niederer (Land-) Adel‘ meint; er wurde in seiner heutigen Verwendung durch Ruth Glass geprägt. Friedrichs fasst unter diesen Begriff den

---

<sup>7</sup> Als deutsches Synonym hierzu wird im Folgenden auch der Begriff Gentrifizierung verwendet.

„Prozess der Aufwertung innenstadtnaher Wohngebiete durch einen Bevölkerungsaustausch zugunsten einer statushöheren Bevölkerung“ (1995: 120).

Eine weitere Definition liefert Hamnett, wonach Gentrification das Eindringen von Personen aus der Mittelschicht oder Gruppen mit höherem Einkommen in Wohngebiete bedeutet, die vorher hauptsächlich von Personen aus der Arbeiterklasse bewohnt wurden oder durch Hausbesetzungen aufgefallen sind. Hiermit einher geht, so Hamnett, der häufige Austausch und die Vertreibung der alteingesessenen Bewohnerschaft. Charakteristisch ist zudem die Sanierung und Renovierung von verfallenen Wohngebäuden und deren Anpassung an die Bedürfnisse der neuen Bewohnerschaft. Infolgedessen kommt es zu erheblichen Preissteigerungen des Wohnraums im betroffenen Viertel sowie zu einer verstärkten Umwandlung von Miet- in Eigentumswohnungen (vgl. Hamnett 1991: 175).

Nachdem sich erste Studien über die Gentrifizierung von Stadtteilen am Ende der 1970er Jahre vor allem mit Nordamerika und Kanada beschäftigt haben, fertigten Jens Dangschat und Jürgen Friedrichs im Jahr 1988 die erste deutsche Studie über drei Hamburger Wohnviertel an (vgl. Friedrichs 1995: 120).

In der Literatur wird zwischen der endogenen Aufwertung durch die Bewohner und Hausbesitzer einer Wohngegend selbst (‘incumbent upgrading’), sowie einer exogenen Aufwertung durch den Zuzug von ökonomisch besser gestellten Personen (Gentrification) unterschieden (vgl. Friedrichs 1995: 120). Da für meine Erhebung bzw. die Vorgänge im Schanzenviertel vor allem die exogene Aufwertung relevant ist, werde ich im Folgenden insbesondere auf ihre Merkmale eingehen.

Das incumbent upgrading verläuft im Allgemeinen weniger intensiv als der Gentrificationprozess und kann nur in dem Maße erfolgen, wie es die finanziellen Möglichkeiten der Bewohner und Eigentümer zulassen. Des Weiteren ist die Wahrscheinlichkeit, dass die Aufwertung von Seiten der Bewohner oder Eigentümer ausgeht umso höher, je früher in den ‚Niedergang‘ eines Quartiers eingegriffen wird (vgl. Dangschat 1988: 274). Letztlich ist es ein Kennzeichen des incumbent upgrading, dass die Aufwertung der Bausubstanz nicht unbedingt zu einer Verdrängung der vorherigen Bewohnerschaft führt, sondern eher die ‚Stabilität‘ (Falk 1994: 53 f.) des Gebietes fördert (vgl. ebd.).



Laut Friedrichs zeichnet sich Gentrification dadurch aus, dass sie entweder von Investoren oder Planungsbehörden initiiert wird. Dies bedeutet, dass der weitere Verlauf durch die Interessen dieser Initiatoren gesteuert wird, die im wesentlichen darin bestehen, Spekulationsgewinne zu erzielen bzw. ein gewünschtes Wohnumfeld für die neue Bewohnerschaft zu kreieren. Wurde das Wohnquartier vor der Gentrification hauptsächlich von „Farbigen, Armen und Alten“ (Friedrichs 1995: 121) bewohnt, so setzt sich die Bevölkerung nachher vor allem aus Angehörigen der oberen Mittelschicht zusammen (vgl. ebd.). Der Prozess der Gentrifizierung ist meistens auf relativ kleine Wohneinheiten, also einzelne Blöcke oder Straßen, beschränkt und weitet sich dann eventuell auf die angrenzenden Bereiche aus (vgl. Dangschat 1988: 274).

### 2.2.2 Akteure (Anforderungen der Gentrifizierer an ihren Wohnort)

Zu den Akteuren der Gentrification zählen die Pioniere, die Gentrifizierer, sowie eine Gruppe, die in der Literatur als „Andere“ (Friedrichs 1995: 120) bezeichnet wird. Pioniere sind diejenigen, die den Gentrificationprozess in einem Wohnviertel einleiten, indem sie durch ihren Zuzug dieses Quartier für eine wohlhabendere Bevölkerungsschicht attraktiv machen.

Zu diesem Zweck ist es notwendig, dass Pioniere eine gewisse Risikofreudigkeit mitbringen (vgl. Dangschat 1988: 276), mit der sie in ein Quartier einziehen, das sich durch einen schlechten Zustand der Wohnungen sowie eine Vielzahl statusniedriger Bewohner auszeichnet. Personen, die diese Anforderungen erfüllen „sind zumeist Studenten, Künstler, Fotografen“ (Friedrichs 1998: 59), welche häufig den notwendigen „Pioniergeist“ (ebd.) mitbringen. Sie nehmen den schlechten Zustand der Bausubstanz in Kauf und sind auf die günstigen Mieten, die in diesen Gegenden häufig zu finden sind, angewiesen. Zudem weisen sich die Pioniere durch eine hohe Toleranz gegenüber einer multikulturellen Vielfalt innerhalb von Wohngebieten aus, was letztlich auch zum Zuzug in ein Gebiet führen kann, welches mit Stigmata behaftet ist (vgl. ebd.). Zur Gruppe der Pioniere zählen also vor allem Personen mit geringem Einkommen bzw. geringem Eigentum, welche jedoch über ein „hohes Maß an kulturellem Kapital (Bildung, Geschmack)“ (Helbrecht 1996: 3) verfügen. Studenten stellen daher den Hauptanteil an der Gruppe der Pioniere dar; sie siedeln sich auf Grund ihrer eher geringen finanziellen

Ausstattung vor allem in Wohngemeinschaften an; die Wohnungen sind zudem häufig in innenstadtnahen Sanierungsgebieten zu finden (vgl. Dangschat/Friedrichs 1988: 17).<sup>8</sup> Weitere Charakteristika sind der oftmals vorzufindende ‚Singlestatus‘, sowie die geringen Wohnflächenansprüche, welche den Pionieren zu Eigen sind (vgl. Friedrich 2000: 35).

Die Personengruppe, welche Pionieren in ein ehemals heruntergekommenes und sanierungsbedürftiges Wohngebiet folgt, sind die Gentrifier; sie sind diejenigen, welche als Träger der Gentrification für den Aufwertungs- und Verdrängungseffekt verantwortlich sind. In dieser Funktion stehen die Gentrifier auch im Zentrum meiner Erhebung. Es soll untersucht werden, inwiefern das Image eines Wohnortes für Gentrifier attraktiv ist.<sup>9</sup> Im Folgenden sollen also die aus der Literatur gewonnenen Erkenntnisse zu bevorzugten Wohnbedingungen der Gentrifier herausgestellt und somit die Operationalisierung im Methodenteil erleichtert werden, indem den einzelnen Merkmalen die entsprechenden Indikatoren zugeordnet werden; diese leisten bei der Zeitungsanalyse einen Beitrag zur Einordnung in ein für Gentrifier attraktives bzw. unattraktives Image. Die Indikatoren werden fortlaufend nummeriert (1-27):

Gentrifier sind Zuzügler, welche erst dann in ein Wohngebiet einziehen, wenn dies mit einem möglichst geringen Risiko verbunden ist. Aus diesem Grund werden sie erst zuziehen, wenn sie von einer positiven Entwicklung des Gebietes ausgehen können (vgl. Friedrichs 1998: 59). **(Indikator 5: Sicherheit)**

Ilse Helbrecht stellt fest, dass Gentrifier von einem Wohnort unter anderem „soziale Mischung“ (1996: 12) und „Toleranz“ (ebd.) erwarten. Auch Häußermann et al. gehen von einer Nachfrage nach „funktional gemischter Umgebung“ (2008: 243) bei Gentrifiern aus, was bei Wilhelm Falk (vgl. 1994: 92) zu einer bevorzugten Anwesenheit von Minderheiten konkretisiert wird. **(Indikator 1: Vielfalt)**

Da sie höhere Ansprüche bezüglich der verfügbaren Wohnfläche haben (vgl. Friedrich 2000: 35), tendieren Gentrifier weniger dazu in Wohngemeinschaften zu leben, sondern

---

<sup>8</sup> Die Angaben über die Charakteristika von Pionieren und Gentrifiern beziehen sich hauptsächlich auf Studien über nordamerikanische Städte.

<sup>9</sup> Wird im Folgenden von den Ansprüchen der Gentrifier an den Wohnort Schanzenviertel gesprochen, so sind immer die potentiellen Gentrifier gemeint, die ja erst durch den Zuzug zu den eigentlichen Gentrifiern werden.

beanspruchen Wohnungen für sich bzw. ihre Lebenspartner und sie. Diesen Ansprüchen werden vor allem Wohnungen in Altbauten und Lofts gerecht, welche Gentrifier an ihrem zukünftigen Wohnort vorfinden möchten. Jörg Blasius zu Folge bevorzugen sie „modernisierte Altbauwohnungen oder postmoderne Neubauwohnungen“ (1993: 43) als „Ausdruck von sichtbarem Konsum“ (ebd.: 41). Hierbei kommt es auch auf die architektonische Attraktivität der Gebäude an (vgl. Friedrichs 1998: 64), welche durch Lofts in alten Industriegebäuden sehr gut verwirklicht ist (vgl. Blasius 1993: 40).

**(Indikator 11: Wohnungen)**

Sowohl der Vorliebe der Gentrifier für ‚risikoarme‘ Wohngebiete, als auch deren Präferenz für das Wohnen in sanierten Altbauwohnungen entspricht das Interesse in solche Wohngegenden zu ziehen, die für eine Sanierung vorgesehen sind (vgl. Dangschat/Friedrichs 1988: 10). **(Indikator 12: Sanierungen)**

Hieraus lässt sich ableiten, dass eine Wohngegend für Gentrifier ebenfalls dann als attraktiv gilt, wenn durch die Einführung eines Stadtteilmanagements das Risiko eines Wertverlustes oder des Verfalls der Wohnumgebung in Grenzen gehalten wird. Falls notwendig, würden von dieser Seite sofort Maßnahmen eingeleitet, um einem Niedergang vorzubeugen. **(Indikator 13: Quartiersmanagement)**

Darüber hinaus ziehen die Träger der Gentrification Wohnorte in der Nähe von Seen, Flüssen und Parks vor, welche ihnen verschiedene Möglichkeiten der Freizeitgestaltung eröffnen (vgl. Dangschat/Friedrichs 1988: 10, 12). **(Indikator 14: Parks)**

Gentrifier sind häufiger in einer Partnerschaft als Pioniere und haben mit einer höheren Wahrscheinlichkeit Kinder (vgl. Friedrichs 1998: 59). Laut Helbrecht werden Kleinfamilien mit Kindern immer häufiger zu „Trägern sozialer Aufwertungsprozesse“ (1996: 4). Mit diesem Umstand geht einher, dass ein Viertel, welches für Gentrifier attraktiv ist, eine kinderfreundliche Infrastruktur, d.h. Kindergärten, Kinderkrippen, Schulen, Spielplätze, etc. aufweisen sollte. **(Indikator 7: Kinder)**

Gentrifier sind vor allem in „neuen gehobenen Dienstleistungsberufen“ (Kecskes 1997: 33) beschäftigt und verfügen in der Regel über ein hohes und sicheres Einkommen (vgl. Blasius 1993: 40). Zu diesem Berufsfeld gehören hauptsächlich Freiberufler (vgl. Alisch/Dangschat 1996: 98), sowie sog. ‚Kreative‘, welche folglich dementsprechende

Beschäftigungsmöglichkeiten in der Nähe ihres Wohnortes bevorzugen. (**Indikator 6: Kreative**)

In der Literatur wird der Begriff Gentrifier auch synonym mit dem Begriff ‚Yuppie‘ verwandt (vgl. u.a. Smith 1996: 92ff.; Häußermann/Siebel 1987: 14ff.), welcher die obengenannten Eigenschaften umfasst. Diese Gruppe nutzt ihr „ökonomisches Kapital“ (Helbrecht 1996: 3), um sich in das für sie attraktive Viertel einzukaufen (vgl.: ebd.). Hiermit einher geht ein bestimmter Lebensstil, welcher von Gentrifiern verkörpert wird; dieser wird aber auch von den anderen Bewohnern des in Frage kommenden Stadtteils erwartet (vgl. Dangschat 1988: 285). Es ist unter anderem die Rede von einer „kosmopolitanen[r] Lebensform“ (Helbrecht 1996: 4), welche man als Gentrifier an einem Wohnort vorfinden möchte. Stuft man Gentrifier auf Basis der in der Literatur genannten Charakteristika ein, so gehören diese der mittleren bis oberen Mittelschicht an; sie stehen weniger für traditionelle Werte, sondern eher für Modernisierung und Neuorientierung.

Dementsprechend merkt Annette Spellerberg auch an, dass Gentrifier der Lebensstilgruppe der „Modernen Selbstverwirklichungstypen“ zugerechnet werden können, welche bevorzugt in Citylagen sesshaft werden (vgl. 2007: 193). Diese weisen folgende Merkmale auf: „berufs- und erlebnisorientiert, vielseitig aktiv bei Sport; Kultur und Geselligkeit, jung, gut gebildet, wohlhabend, keine dominante Familienform“ (ebd.: 190). (**Indikator 3: Übereinstimmender Lebensstil**) Eine ausführliche Erläuterung, wie diese Lebensstilgruppe in der Berichterstattung der Tageszeitung widergespiegelt sein kann, erfolgt in Kapitel 3 (Codierregeln).

Homogenität innerhalb des Wohnumfeldes erwarten Gentrifier auch bezüglich der Sozialstruktur der Bewohner. Da sie ihr soziales Leben zunehmend in ihrer Wohnumgebung ausleben möchten, erwarten Gentrifier, dass sich ihre Nachbarn in einer „ähnliche[n] Position im Lebenszyklus“ (Dangschat 1988: 285) befinden wie sie selbst; vor allem das Alter der Bewohner sollte dementsprechend dem Alter der potentiellen Gentrifier entsprechen.

Ebenso kann in Hinblick auf die Schichtzugehörigkeit von dem Wunsch der Gentrifier nach Homogenität ausgegangen werden. In der Literatur wird dargelegt, dass für Gentrifier vor allem die Gruppe der „new middle class“ und die „new rich“

(Featherstone 1991: 110, zit. nach Lang 1998: 64) von Bedeutung sind. **(Indikator 2: Übereinstimmende Sozialstruktur)**

Wie oben bereits erwähnt, befinden sich Gentrifier in einer sehr guten finanziellen Lage, welche ihnen einen aufwändigeren Lebensstandard ermöglicht. Blasius bezeichnet folglich „Kleidung, Schmuck, Möbel, Stereoanlagen, Urlaub, Sportausrüstung sowie Kameras und Autos als Teil einer sichtbaren und funktionalen Identität eines Gentrifiers“ (1993: 40). Helbrecht zu Folge ziehen Gentrifier „eine spezifische Infrastruktur der Gourmetrestaurants, Boutiquen und Antiquitätenläden nach sich“ (1996: 3), so dass davon auszugehen ist, dass ein Mindestmaß an diesen Konsummöglichkeiten schon vor dem Zuzug im Viertel vorhanden sein muss. Gentrifier essen ebenfalls häufiger im Restaurant und sind hierbei auch daran interessiert, exklusive Speisen zu konsumieren (vgl. Blasius 1993: 42). **(Indikatoren 8: Einzelhandel und 9: Gastronomie)**

Neben hochwertigen Gütern des täglichen Lebens sowie exklusiven Speisen favorisieren Gentrifier ein breit gefächertes kulturelles Angebot in ihrem Wohnumfeld (vgl. Löw 2007: 41). Sie gehen gerne in Kinos, Theater und Kneipen (vgl. Blasius 1993: 41) und können sich mit der alternativen Kultur in Szenekneipen, den (Straßen-)Cafes und Kulturzentren identifizieren (vgl. Alisch/Dangschat 1996: 97). Hier spielt vor allem die kulturelle Infrastruktur, welche von den Pionieren in das Viertel gebracht wurde und einen bestimmten Reiz für die Gentrifier ausstrahlt, eine Rolle (vgl. Dangschat/Friedrichs 1988: 11). **(Indikator 10: Alternative Kultur)**

Es sind ebenfalls die Pioniere, welche ein grün-alternatives Milieu in einem Wohnviertel etablieren. Die zuziehenden Studenten, Künstler, etc. sind in der Lage, eine alternative Szene in einem Stadtteil zu etablieren, welche zudem ökologische Ziele verfolgt (vgl. Hannemann/Berger 2000: 12). Gentrifier sehen diese von Individualität geprägte Lebensweise ebenfalls als erstrebenswert an und wollen hieran partizipieren. Die Träger der Gentrification schätzen eine Vielzahl von „Handlungsmöglichkeiten“ (Falk 1994.: 83) in ihrer Wohnumgebung, welche durch das anwesende grün-alternative Milieu in Form von alternativen Konsummöglichkeiten, ökologisch wertvollem Handeln, aber auch durch Formen des alternativen Gemeinschaftslebens geboten werden. **(Indikator 4: Grün-alternatives Milieu)**

Gentrifier sind an einem ausgeprägten Gemeinschaftsleben interessiert (vgl. Helbrecht 1996: 12) und, wie bereits erwähnt, anderen Kulturen und Ethnien gegenüber aufgeschlossen. Hieraus lässt sich auch eine hohe Bereitschaft zu politischem und sozialem Engagement ableiten. Gentrifier sind bereit, sich an unterschiedlichen Protestformen zu beteiligen, mit denen politische/ soziale Missstände angeprangert werden sollen (vgl. Lees et al. 2008: 96f.). **(Indikator 15: Engagement)**

Die hier geleistete Zusammenfassung der Ansprüche von Gentrifiern an das Image des potentiellen Wohnortes ist keinesfalls abschließend oder verallgemeinernd zu verstehen. Sie spiegelt die wesentlichen Darstellungen wider, wie sie in der ausgewählten Literatur zum Thema Gentrification zu finden sind und könnte bei weiterer Recherche sicherlich um einige Indikatoren erweitert werden.

Neben den Pionieren und Gentrifiern wird in der Literatur zusätzlich die Gruppe der ‚Anderen‘ genannt, welche ebenfalls am Prozess der Gentrification partizipiert. Hierunter fallen die alteingesessenen Bewohner (vgl. Friedrichs 1995: 120) sowie nach Dangschat und Friedrichs auch die „Hausbesitzer und Finanziers der Modernisierung“ (1988: 16f.). Die alteingesessenen Bewohner zeichnen sich dadurch aus, dass sie über ein eher geringes Einkommen verfügen und zu den „altersmäßigen und ethnischen Randgruppen gehören“ (Friedrich 2000: 35).

Hier wird deutlich, dass die Vorstellungen der Gentrifier nicht mit den Charakteristika der alteingesessenen Bewohner des Viertels korrespondieren, insbesondere wenn man davon ausgeht, dass diese an einer homogenen Sozialstruktur der Wohnbevölkerung interessiert sind.

### 2.2.3 Phasenmodell/ Verlauf im Schanzenviertel

Um später einen Zusammenhang zwischen dem vermuteten Imagewandel und der Gentrification herstellen zu können soll nun herausgestellt werden, wie genau dieser Prozess abläuft und in welcher Phase die einzelnen Akteure eingreifen. In der Literatur sind unterschiedliche Phasenmodelle aufgeführt, aus denen nun eines genauer vorgestellt wird. Hierbei handelt es sich um eine Beschreibung Friedrichs (1998: 59ff.), bei der er

sich auf die ursprüngliche Darstellung Phillip Clays (1979)<sup>10</sup> beruft und diese mit Ergebnissen aus der deutschen Forschung ergänzt.

Laut Friedrichs gibt es nicht ein Phasenmodell, nach dem alle Gentrifizierungen ablaufen; der Ablauf ist von Stadt zu Stadt unterschiedlich und jeweils von den einzelnen Akteuren abhängig. Wie bei Clay beruhen die Phasenmodelle häufig auf empirischen Studien über nordamerikanische Großstädte. Inwiefern sie auf deutsche Städte übertragen werden können, wird in den später folgenden „Problemen der Beschreibung“ (Kapitel 2.2.5) noch genauer betrachtet.

Als Voraussetzung dafür, dass Gentrification in einem Wohngebiet stattfinden kann, werden von Friedrichs verschiedene Merkmale angesehen (vgl.: 1998: 59). Dies sind zum Beispiel die Nähe zum Stadtzentrum sowie eine hohe Anzahl an gründerzeitlichen Wohngebäuden, welche sich in einem schlechten Zustand befinden. Hiermit einher gehen vergleichsweise günstige Bodenpreise und ein niedriger Mietzins, der vor allem „statusniedrige Bewohner“ (ebd.) anzieht. Die Bausubstanz ist hingegen architektonisch durchaus reizvoll. Zudem ist es Friedrichs zufolge möglich, dass die Gentrifizierung von Quartieren begünstigt wird, wenn hier bereits Sanierungsmaßnahmen vorgesehen sind bzw. durchgeführt werden.

Bezug nehmend auf die nordamerikanischen Studien findet Gentrification, so Dangschat und Friedrichs, vor allem in Vierteln statt, welche „in der Nähe von Seen, Flüssen und Parks“ (1988: 10) gelegen sind. Ein weiteres Merkmal ist eine gute Verkehrsanbindung, welche die Entstehung der Gentrification unter Umständen begünstigt (vgl. Löw 2007: 41).

So ziehen am Anfang Pioniere in ein Wohngebiet, das sich hauptsächlich durch einen hohen Anteil ärmerer und ‚sozial schwacher‘ Einwohner auszeichnet (Phase 1). Friedrichs schreibt den Pionieren im Vergleich zu den Alteingesessenen einen „höheren sozialen Status“ (1998: 59) zu. In dieser Phase verharren die Miet- und Bodenpreise auf einem niedrigen Level. Die Pioniere ziehen vor allem in die leer stehenden Wohnungen ein und vertreiben so noch keine Einwohner. Als Beweggründe für die anfänglich zuziehenden Pioniere (Studenten, Künstler,...) können vor allem die niedrigen

---

<sup>10</sup> Vgl. Clay, Phillip L. 1979: Neighborhood renewal: Middle class resettlement and incumbent upgrading in American neighborhoods. Lexington, Ma: D. C. Heath.

Mietpreise der oftmals heruntergekommenen Wohnungen, aber auch der Charme des Wohnumfeldes angenommen werden, das sich oftmals durch Multikulturalität, Offenheit und Toleranz auszeichnet (vgl. Helbrecht 1996: 3).

Phase 2 zeichnet sich dadurch aus, dass die Anzahl der eindringenden Pioniere stetig zunimmt; gleichzeitig kommen auch schon vereinzelt Gentrifier in das Quartier. Die infrastrukturellen Einrichtungen richten sich zunehmend auf die Lebensweise der Pioniere ein; auch ortsfremde Personen werden von diesen Angeboten angesprochen und kommen vermehrt ins Viertel, das häufig als „Geheimtip“ (ebd.: 60) gehandelt wird. Dies führt zu einer zunehmenden Bereitschaft der Banken, Kredite für Modernisierungen innerhalb des Quartiers zu vergeben, was zu einer Zunahme der Sanierungsmaßnahmen führt. Die Mieten steigen folglich langsam an, so dass einzelne Alteingesessene zum Auszug genötigt werden, da sie diese Kosten nicht mittragen können oder wollen.

Die dritte Phase umfasst den vermehrten Einzug der Gentrifier; man kann hier also von der eigentlichen Gentrification sprechen. Die Gentrifier gehen mit ihrem Zuzug nun ein wesentlich geringeres Risiko ein als dieses die Pioniere getan haben, da das Quartier deutlich an Wert gewonnen hat. Vor allem die Pioniere sehen diesen Wandel negativ und befürchten eine vollständige Homogenisierung des soziokulturellen Wohnumfeldes, so dass Konflikte zwischen Pionieren und Gentrifiern teilweise in „organisiertem[n] Widerstand“ (ebd.: 60) enden. Immer mehr alternative und exklusive Einzelhändler und gastronomische Einrichtungen lassen sich im Viertel nieder. Zudem wird die Anzahl der Renovierungen und Modernisierungen größer. Hiermit verbunden sind eine Steigerung der Mieten und Grundstückspreise; Alteingesessene und eine Vielzahl der zuerst zugezogenen Pioniere sind zunehmend gezwungen, das Viertel zu verlassen. Auch die „unterschiedlichen Lebensstile“ (ebd.: 60) von Pionieren und Gentrifiern verstärken die Umzugstendenzen. Erste Mietwohnungen werden in Eigentumswohnungen umgewandelt.

Diese Phase entscheidet schließlich darüber, wie sich der betroffene Stadtteil weiterentwickeln wird. Hier müsste das Image des Stadtteils also theoretisch attraktiv sein, damit Gentrifier zum Zuzug bewegt werden. Ob diese Attraktivität aus der



Perspektive der Gentrifier in der Berichterstattung der Tageszeitungen über das Schanzenviertel vorhanden war bzw. ist, soll diese Erhebung zeigen.

Dangschat und Friedrichs merken hierzu an, dass sich in Folge des Wandels auch die Außensicht auf das Quartier ändert. Außenstehende nehmen die positiven und attraktiven Veränderungen wahr und kommen immer häufiger in das Quartier, bzw. verlagern ihren Wohnsitz dorthin (vgl. 1988: 11). Somit scheint es, dass zuerst ein Wandel des Images stattfinden muss, bevor ein Zuzug für wohlhabendere Schichten attraktiv wird und somit der eigentliche Prozess der Gentrification beginnen kann. Inwiefern dieses der Realität entspricht, wird in der späteren Diskussion noch zu beantworten sein.

Phase 4 beinhaltet letztlich den fast ausschließlichen Zuzug von solchen Gentrifiern, welche über mehr Kapital verfügen als Gentrifier aus der zweiten und dritten Phase. Verbunden ist dies mit einem verstärkten Auszug von alteingesessenen Bewohnern und Pionieren. Prägnant ist weiterhin eine vermehrte Umwandlung von Miet- in Eigentumswohnungen. Das gentrifizierte Wohngebiet gilt nun über die Stadtgrenzen hinaus als attraktiv und wird mit einer hohen Lebensqualität verbunden (vgl. Friedrichs 1998: 61).

Die Abfolge, wonach die einzelnen Phasen der Gentrification ablaufen, wird in der Literatur mit dem Terminus „Invasions-Sukzessions-Zyklus“ umschrieben. Darunter versteht man kurzgefasst das Eindringen einer neuen Gruppe in ein Wohngebiet und das schrittweise Ersetzen der ursprünglichen Bewohnerschaft durch ebendiese (vgl. Friedrichs 1995: 118). Nimmt man diesen Verlauf in vier Phasen als Grundlage, so kann man bei der Gentrification von einem doppelten „Invasions-Sukzessions-Zyklus“ ausgehen (vgl. Friedrich 2000: 35).

Folglich kann aus dieser Darstellung geschlossen werden, dass die Pioniere einen Prozess in Gang setzen, den sie eigentlich nicht beabsichtigen, bzw. den sie sogar zu verhindern suchen. Die eindringenden Pioniere produzieren eine eigene Subkultur, welche - wie bereits erwähnt - auch für Gentrifier attraktiv ist. Erst die folglich zuwandernden Gentrifier verfügen über ausreichend finanzielle Mittel, um die eigentliche Gentrification herbeiführen zu können. Von der Verdrängung sind dann vor

allem die Pioniere betroffen, welche es nicht schaffen, ihr eigenes Einkommen zu steigern, um so die Mietpreissteigerungen aufzufangen (vgl. Falk 1994: 54).

Problematisch wird diese Tatsache, wenn man bedenkt, dass die Pioniere häufig Widerstand gegen die Umstrukturierungen und Luxussanierungen von Seiten der Gentrifier leisten, jedoch zu Beginn des Gentrificationprozesses selbst eine ähnliche Funktion ausführen, indem sie in ein Gebiet eindringen und dieses nach ihren Möglichkeiten verändern (vgl. Dangschat 1988: 280). Der erste „Invasions-Sukzessions-Zyklus“ wird somit von den Pionieren initiiert, ein zweiter zu einem späteren Zeitpunkt von den Gentrifiern. Gleich bleibt dabei immer der Effekt der Verdrängung, der im ersten Zyklus ‚lediglich‘ die Alteingesessenen, später auch die Pioniere und sogar die weniger zahlungskräftigen Gentrifier betrifft.

Zusammengefasst kann der Prozess der Gentrification als das Eindringen wohlhabenderer Bevölkerungsschichten in ein Wohnviertel beschrieben werden; dies geht mit der Verdrängung der alteingesessenen Bewohnerschaft sowie den Wegbereitern der Gentrifier, also den Pionieren, einher. Hierbei kann von einem Zyklus gesprochen werden, in dessen Verlauf die Bewohnerschaft sukzessive ausgetauscht wird. Als baulich sichtbares Merkmal der Gentrification können Renovierungen, Ausbauten, Neubauten und Luxussanierungen betrachtet werden (vgl. Blasius/Dangschat 1990: 11).

Für das Forschungsinteresse dieser Arbeit ist es wichtig herauszustellen, in welcher Form der Prozess der Gentrification im Schanzenviertel mit hoher Wahrscheinlichkeit abgelaufen ist, da eine Betroffenheit des Stadtteils als Grundlage für das weitere Vorgehen vorausgesetzt wird. Dabei wird Bezug auf das vierphasige Modell von Friedrichs genommen, wobei betont werden muss, dass die einzelnen Phasen nicht eindeutig bestimmbar sind und somit auch kein konkreter Anfangs- bzw. Endpunkt der Gentrification angegeben werden kann, sofern denn ein Ende bereits eingetreten ist. Die Darstellung basiert also auf *Annahmen*, die durch das Hinzuziehen von Literatur unterstützt werden.

Im Folgenden ist mit der Bezeichnung Schanzenviertel der heutige Hamburger Stadtteil ‚Sternschanze‘ umschrieben. Grund dafür ist die allgemeine Bekanntheit des Viertels unter dem Namen Schanzenviertel sowie die Tatsache, dass eine konkrete Festlegung

der Grenzen des neuen Stadtteils ‚Sternschanze‘ erst im Jahre 2008 durch eine Bezirksreform (vgl. HH-Senat: 2006) erfolgt ist und somit in der Literatur noch nicht existiert.

Für die Ausgangssituation der Gentrifizierung des Schanzenviertels spielt die relative Nähe zur Innenstadt eine wesentliche Rolle. Gleichzeitig stellt die vorwiegend gründerzeitliche Wohnbebauung ein besonderes Merkmal dar. Vor dem vermuteten Beginn des Gentrificationprozesses besteht die Wohnbevölkerung hauptsächlich aus Arbeitern der umliegenden Produktionsbetriebe.

Die erste Phase der Gentrification kann für das Schanzenviertel ungefähr auf das Ende der 1970er Jahre/ den Anfang der 1980er Jahre datiert werden. Zu diesem Zeitpunkt ist hier ein hoher Bestand an nicht renovierten und modernisierten Altbauwohnungen vorzufinden (vgl. Skrentny 1987: 148). Die Mietpreise sind für Hamburg verhältnismäßig günstig (vgl. ebd.: 147), vor allem wenn die Nähe des Viertels zur Universität in Betracht gezogen wird. Trotzdem ist ein hoher Anteil an leerstehenden Wohnungen vorhanden, da viele Arbeiter aus den umliegenden Industriebetrieben abgewandert sind; der Grund hierfür ist hauptsächlich in der Verlagerung von Produktionsstandorten zu finden, der auch in den 60er und 70er Jahren schon prägnant für das Schanzenviertel war (vgl. Kolodziej 2003: 380).<sup>11</sup> Vor allem Studenten, aber auch Künstler und Migranten werden auf den günstigen Wohnraum aufmerksam und ziehen folglich in das Viertel (vgl. Skrentny 1987: 148). Mit den Studenten kommen erste linksalternative Projekte und Initiativen in das Schanzenviertel; parallel dazu verlaufen die ersten Hausbesetzungen (vgl. Kolodziej 2003: 380).

In der zweiten Phase ziehen weitere Pioniere zu; dies sind vor allem Studenten und Künstler. Aus der Infrastruktur der linken Szene entstehen vermehrt Kneipen, Cafes und Geschäfte; es handelt sich dabei hauptsächlich um Bioläden und alternative Modeboutiquen. Das Schanzenviertel erlangt allmählich Bekanntheit für seine linke Szene. Neben den Studenten und Künstlern favorisieren zunehmend auch andere Gruppen das Viertel als Wohnstandort, wodurch eine höhere Nachfrage nach

---

<sup>11</sup> Der allmählich einsetzende Arbeitsplatzabbau gipfelte im Jahr 1989 in der Verlagerung des Produktionsstandortes vom Schreibgerätehersteller Montblanc nach Eidelstedt; 1990 zog der Ketchuphersteller Laue wegen Platzmangel in das Hamburger Umland; auf dem Schlachthof wurden seit dem Ende der 1980er Jahre Hunderte Arbeitsplätze abgebaut. (vgl.: [http://www.schanzenturm.de/seiten/material/grafiken/schanze\\_20357.pdf](http://www.schanzenturm.de/seiten/material/grafiken/schanze_20357.pdf)), [letzter Zugriff: 24.10.08].

Wohnungen generiert wird; zu vermuten ist, dass in dieser Phase erste Gentrifier zuziehen. Die Mietpreise steigen an. Als Folge ziehen die ersten Alteingesessenen, also vor allem die noch verbliebenen Arbeiter, aus dem Quartier aus. Zeitlich lässt sich diese Phase ungefähr am Ende der 1980er Jahre ansiedeln. Im Jahr 1989 findet auch die Besetzung des Opernhauses ‚Flora‘ statt, welche dazu beiträgt, dass der Bau des Musicaltheaters an der Schanzstraße erfolgreich verhindert wird (vgl. Kolodziej 2003: 380). Vor allem Pioniere können der Gruppe der Widerstandleistenden zugerechnet werden, da diese unter einer befürchteten ‚Übernahme‘ des Viertels durch Touristen den größten Schaden erfahren hätten.

Die dritte Phase ist geprägt von einem vermehrten Zuzug von Gentrifiern in das Schanzenviertel. Da die Gewerbemieten im Verhältnis zu anderen Hamburger Stadtteilen immer noch relativ günstig sind, kommen am Ende der 1990er Jahre viele Unternehmen der ‚New Economy‘ in das Schanzenviertel, wozu beispielsweise Internetfirmen und Multimediaagenturen zählen (vgl. Kolodziej 2003: 381). Auf diesem Weg kommt es zu einem erheblichen Kapitalzufluss in das Gebiet, welcher zu einer Anpassung der Infrastruktur an die wohlhabendere Bewohnerschaft führt. Boutiquen und Designerläden im Hochpreissegment gehören nun zum Straßenbild. Alteingesessene Bewohner, aber auch viele Pioniere können die steigenden Mieten nicht finanzieren und sind so gezwungen, ihr Quartier zu verlassen. Diese Problematik führt jetzt auch zu vermehrten Konflikten zwischen Pionieren und Gentrifiern, welche sich in einer zunehmenden Anzahl von Demonstrationen, Boykotten und sogar Anschlägen auswirken (vgl. Freytag 2006: 4).

Auch die Stadt Hamburg greift hier verstärkt in den Prozess der Gentrifizierung ein, indem sie 1990 die Stadtentwicklungsgesellschaft STEG mit der Sanierung des Schanzenviertels betraut. Von 1999 bis 2003 wird von Seiten der STEG ein Quartiersmanagement für das Schanzenviertel installiert. Zudem wird das Viertel von 1980 bis 2005 als Sanierungsgebiet ausgewiesen; mit einem Einsatz an öffentlichen Mitteln in Höhe von fast 30 Mio. € werden hierdurch bis heute über 500 Wohnungen saniert bzw. neu geschaffen (vgl. FHH 2005). Besondere Bedeutung hat dies in Phase 4, wo ohnehin fast ausschließlich Gentrifier in das Viertel ziehen. Die STEG ist zu diesem Zeitpunkt für eine Vielzahl von Maßnahmen verantwortlich, welche das

Erscheinungsbild des Schanzenviertels deutlich aufwerten. So wird zum Beispiel die Umwandlung des Schulterblattplatzes zu einer ‚Piazza‘ mit angrenzenden Gastronomiebetrieben durchgeführt.

Die ‚Schanze‘ hat sich inzwischen zu einem über die Stadtgrenzen hinaus bekannten Szeneviertel entwickelt, welches bei jungen und besser verdienenden Menschen als Wohnort und Ausgehviertel sehr beliebt ist (vgl. Kolodziej 2003: 378). Die Konsequenzen hieraus werden deutlich, wenn man den Anstieg der Mietpreise im Schanzenviertel betrachtet. Einem Zeitungsbericht zu Folge verdoppeln sich in einigen Lagen die Preise innerhalb der Spanne von 1997 bis 2007 (vgl. Neuburger 2007: 8)

Eine besondere Einflussgröße bei der Entwicklung des Viertels und somit auch auf den Verlauf der Gentrification stellen die Drogenproblematik sowie die anhaltenden Ausschreitungen von Seiten linksradikaler Gruppierungen rund um das Kulturzentrum ‚Rote Flora‘ dar, welche sehr medienpräsent sind und somit über die Stadtgrenzen hinaus Aufmerksamkeit erfahren.

Als der Musicalproduzent Friedrich Kurz 1987 seine Absicht formuliert, aus dem ehemaligen Varietétheater ‚Flora‘ am Schulterblatt ein modernes Musicaltheater entstehen zu lassen, regt sich in der ansässigen Bewohnerschaft sofortiger Widerstand. Wie oben bereits erwähnt, ist zu diesem Zeitpunkt eine große Anzahl von Studenten im Quartier ansässig und es hat sich eine linke Szene etabliert. Diese Gruppe ist auch verantwortlich für zahlreiche Protestaktionen und der endgültigen Besetzung des Gebäudes, so dass das Vorhaben kurz vor Beginn der Bauarbeiten gestoppt wird (vgl. Kolodziej 2003: 380).

Gerade hier zeigt sich der ‚widerständische‘ Geist des Schanzenviertels, der Birenheide et al. zu Folge auch schon in Zeiten des Nationalsozialismus markant für das Verhalten der Bewohner war und in Teilen – vor allem in der linken Szene - auch heute noch vorgefunden werden kann (vgl. 2001: 48).

Ein starker Einfluss auf die Entwicklung des Stadtteils ist vermutlich auch durch die Drogenproblematik im Schanzenviertel Mitte der 1990er Jahre gegeben. So wird zu diesem Zeitpunkt in den Medien über die permanente Präsenz von Dealern und Junkies auf den Straßen und vor allem im Sternschanzenpark berichtet. Obwohl auf diese Weise zu einer ständigen Bedrohung für die Anwohner hochstilisiert, scheint diese Thematik

heute fast vergessen zu sein. Dies ist darauf zurückzuführen, dass von Seiten der Stadt eine repressive ‚Drogenpolitik‘ betrieben wird, welche im Jahr 2003 letztlich auch zur Schließung der Drogenhilfeeinrichtung ‚Fixstern‘ führt (vgl. Twickel: 2005). Von den ehemaligen Zuständen in den 1990er Jahren ist im Schanzenviertel heute nichts mehr zu spüren. Bei der folgenden Erhebung wird diese kritische Phase für das Schanzenviertel hingegen sicher eine Rolle spielen.

Wie Anne Vogelpohl (2007) treffend zusammenfasst, hat sich das Schanzenviertel

„[...] innerhalb von nur zwanzig Jahren vom heruntergekommenen Arbeiterquartier über das Viertel alternativer und kultureller Szenen, das Quartier mit politischem Widerstandspotential und schließlich dem Drogenviertel zum gentrifizierten Konsumstadtteil verändert.“

#### 2.2.4 Erklärungsansätze

In der Gentrificationliteratur werden verschiedene Erklärungsansätze genannt. Im Folgenden möchte ich deren Kernaussagen zusammenfassen und dabei die für die Gentrification im Schanzenviertel möglicherweise ausschlaggebenden Faktoren herausstellen.

Voraussetzungen sind jeweils die Veränderung des Wohnungsangebotes bzw. eine veränderte Nachfrage, welche zur Gentrifizierung eines Quartiers führen oder geführt haben.

Bezüglich des veränderten Angebots an Wohnraum wird in der Literatur zwischen der ‚rent gap‘-Theorie und der ‚value gap‘-Theorie unterschieden. Der ‚rent gap‘-Theorie zufolge kommt der Aufwertungs- und Verdrängungsprozess in einem Wohnort dadurch zustande, dass die Differenz zwischen dem tatsächlich erzielten Preis für ein Grundstück und dem potentiell zu erzielenden Preis nach einer Nutzungsänderung des Grundstücks liegt, geschlossen wird. Dieser potentielle Preis wird aus der ertragreichsten Nutzungsmöglichkeit für das Grundstück bestimmt. Wird die Lücke zwischen faktischem und potentiell Bodenerlös immer größer, dann ist es umso wahrscheinlicher, dass ein Gentrificationprozess einsetzt, durch den neues Kapital in eine Wohngegend fließt (vgl. Friedrichs 1998: 65 und Helbrecht 1996: 5). Entscheidend ist also, wie groß der Kapitalertrag für einen Investor oder den Grundstückseigentümer ist, wenn er Geld für die Sanierung eines Quartiers aufwendet; Gebiete mit einer

möglichst hohen „rent gap“ sind für solche Zwecke als sehr attraktiv einzustufen (vgl. Helbrecht 1996: 5).

Helbrecht verweist auch auf empirische Studien, die eine alleinige Verursachung der Gentrification auf Grundlage einer „rent gap“ nicht belegen, so dass auch andere Ursachen in Frage kommen können. So basiert die „value gap“-Theorie als Gegenpart zur „rent gap“-Theorie auf dem Wert von Wohngebäuden. Eine Differenz ergibt sich aus dem Wert von vermieteten Immobilien im Vergleich zu deren Wert in der Nutzungsform einer Eigentumswohnung; die Beträge werden aus den jährlichen Mieteinnahmen, sowie dem Verkaufswert des Gebäudes geschlossen (vgl. Helbrecht 1996: 6 und Friedrichs 1998: 65). Besonders groß wird die Differenz bei einer erhöhten Nachfrage nach Eigentumswohnungen, sowie einer vertraglich festgelegten Beschränkung von Mieterhöhungen, was folglich die Gentrifizierung eines Wohnviertels vorantreiben kann (vgl. Helbrecht 1996: 6).

Betrachtet man nun die Nachfrage nach Wohnungen als Ursache für die Gentrification, so kann man feststellen, dass der Bedarf an innenstadtnahen Wohnungen mit gehobener Ausstattung ansteigt, da es immer mehr Zuzügler gibt, welche diese Wohnsituation bevorzugen. Mitglieder dieser Gruppe sind die oben beschriebenen Gentrifier, also vor allem Singles oder Kleinfamilien mit höherem Einkommen, welche ihren Lebensstil im aufgewerteten, gentrifizierten Wohnumfeld widergespiegelt sehen (vgl. Friedrichs 1998: 64).

Der Frage, wie eine solche neue Gruppe von Zuziehenden generiert wird, ist insbesondere David Ley in seinem Ansatz zur „Production of Gentrifiers“ (1980)<sup>12</sup> nachgegangen. Wie Helbrecht zusammenfasst, versteht Ley die Gentrification eher als „Teil eines umfassenden Strukturwandels in Richtung postindustrielle Stadt“ (Helbrecht 1996: 10f.). Ihren Ursprung findet die Gentrification demnach vor allem in der „kulturellen Haltung“ (ebd.: 11) der Gentrifier. Ausschlaggebend ist dabei neben der zunehmenden Konzentration auf den tertiären Sektor des Arbeitsmarktes, die mit einer zunehmenden Spezialisierung und Professionalisierung einhergeht, auch die räumliche Verteilung von Arbeitsplätzen, welche solche Qualifikationen verlangen. Diese sind vor

---

<sup>12</sup> Vgl.: Ley, David 1980: Liberal Ideology and The Postindustrial City. *Annals of the Association of American Geographers*, 70: 238-258.

allem in den Innenstadtbereichen größerer Städte vorzufinden, was für diesen Bereich eine Ansiedlung von Fachkräften zur Folge hat (vgl. Helbrecht 1996: 11).

Allgemeiner gefasst wird von einem grundsätzlichen Aufstreben einer „neuen sozialen Mittelschicht“ (Helbrecht 1996: 11) gesprochen, welche ihren Ursprung in der Ausprägung neuer Berufsgruppen hat. Gleichzeitig entstehen „neue Lebensstilgruppen“ (ebd.: 12), welche mit gezielten Vorstellungen von ihrer soziokulturellen Lebensumwelt (Infrastruktur, Wertesystem, etc.) die Wahl ihres Wohnortes betreiben und hierbei immer mehr zu Innenstadtlagen tendieren (vgl. ebd.).

Als eine weitere mögliche Einflussgröße auf die Gentrifizierung eines Quartiers ist auch die Intervention von Seiten staatlicher Handlungsebenen zu nennen. So können auch öffentliche Wohnungsbauprojekte oder Sanierungsmaßnahmen die Aufwertung eines Viertels begünstigen. In Deutschland ist die Wiederentdeckung des Wertes von Altbausubstanz, gefolgt von der Einführung des Denkmalschutzes (vgl. Helbrecht 1996: 7) und entsprechender Fördermaßnahmen Mitte der 1970er Jahre als Ausgangspunkt für die Aufwertung von innenstadtnahen Wohngebieten mit in Betracht zu ziehen (vgl. ebd.). Starken Einfluss hat hier das Städtebauförderungsgesetz aus dem Jahr 1971 genommen, welches eine Ausweisung von Sanierungsgebieten bei Förderung durch Bundesmittel und dem Einbezug der Bewohner beinhaltet (vgl. Friedrichs 1995: 119).

Die vorangegangenen Erklärungen gelten für die Entstehungsumstände, welche das Einsetzen eines Gentrificationprozesses in einem Stadtteil begünstigen. Der Einflussfaktor ‚Image‘ ist als derjenige zu betrachten, der in meiner Erhebung hinterfragt werden soll. So ist davon auszugehen, dass die Berichte in den Medien zur Entstehung eines Images von Stadtteilen beitragen (s. o.); die Berichterstattung in den Medien kann jedoch nicht als Erklärung für die Entstehung der Gentrification betrachtet werden. Der Prozess der Gentrification wird nicht durch die Darstellung in den Medien an sich, sondern durch das Verhalten von Pionieren und Gentrifiern bedingt; dieses Verhalten kann jedoch unter Umständen auf die Berichte in den Medien zurückgeführt werden. Das Ziel dieser Arbeit ist also die Beantwortung der Frage, inwiefern das Image des Schanzenviertels so beschaffen ist und war, dass es die Anforderungen von Gentrifiern an ihren Wohnort erfüllt (hat).

Für die Erklärung der Abläufe im zu untersuchenden Schanzenviertel können folglich



die „rent gap“- und „value gap“-Theorie herangezogen werden. Zu Beginn des Gentrificationprozesses Ende der 1980er Jahre sind die Mieten und Bodenpreise im Viertel so gering, dass es für Investoren sehr lukrativ ist, in die ‚Schanze‘ zu investieren. Man kann also davon ausgehen, dass zu diesem Zeitpunkt relativ niedrige Investitionen in das Gebiet ausreichen, um eine hohe Gewinnspanne zu erzielen.

Auch die Theorie zur „Production of Gentrifiers“ (Ley 1980) kann als Erklärung für die Vorkommnisse im Viertel herangezogen werden. Erst dadurch, dass es neue Bevölkerungsgruppen gibt, die sich anhand ihres Lebensstils den Wohnort aussuchen, kommen die Studenten und eine spezielle Subkultur in das Viertel; es folgen die Gentrifier, welche Teil dieser Subkultur werden wollen. Die Gentrifier können gleichzeitig Wohn- und Arbeitsort miteinander verbinden, als sich die Unternehmen der ‚Neuen Medien‘ im Schanzenviertel angesiedelt haben.

Zusammenfassend lassen sich als Erklärung für die Entstehung von Gentrification eine Vielzahl von Faktoren nennen, denen wohl allen ein Anteil an der Entstehung dieses Prozesses beigemessen werden kann. Wie Helbrecht feststellt, sind die „ökonomischen Prozesse des Boden- und Wohnungsmarktes“ (1996: 12f.) nicht ausreichend, um Gentrification in ihrer Entstehung zu erklären. Da hier zugleich „soziale[n], kulturelle[n] und politische[n] Faktoren“ (ebd.: 13) eine Rolle spielen, kann man beim Gentrifizierungsprozess von einem komplexen Ursachengefüge sprechen.

#### 2.2.5 Probleme der Beschreibung

Gerade die erwähnte Komplexität des Forschungsgegenstandes führt dazu, dass immer wieder Kritik an einzelnen Komponenten und Darstellungsweisen geübt wird. Friedrichs spricht in seiner Abhandlung von methodologischen Fehlern in fast allen Bereichen der Gentrificationforschung, angefangen bei der Definition des Begriffes, über die Phasenmodelle, Theorien, Gruppenklassifikation, Methoden und Stichproben, bis hin zur Generalisierbarkeit nordamerikanischer Forschungsergebnisse (vgl. Friedrichs 1996: 13).

Ausgehend von der Einteilung der Akteure der Gentrification in Pioniere und Gentrifier, welche Dangschat und Friedrichs in ihrer Untersuchung von Hamburger Stadtteilen vornehmen, haben sich unterschiedliche Definitionen dieser beiden Gruppierungen

entwickelt. Obwohl die vielfältigen Differenzierungen zu einer besseren Beschreibung des Gentrificationverlaufs führen, weist Friedrichs auf die schlechtere Vergleichbarkeit der Studien untereinander hin (vgl. 1998: 62).

Helbrecht weist darauf hin, dass eine Kategorisierung von Pionieren und Gentrifiern in der Form, wie sie in vielen Studien vorgenommen wird, häufig nicht ausreichend ist. So belegen empirische Studien zum einen, dass es sich bei der Gruppe der Gentrifier immer häufiger um „Kleinfamilien mit Kindern“ (Helbrecht 1996: 4) handelt und somit Singles nicht mehr den dominierenden Anteil hieran annehmen; gleichzeitig weist die Autorin auch darauf hin, dass die Rolle der Frauen im Hinblick auf den Gentrificationprozess häufig unterschätzt wird und diese einen wesentlich größeren Anteil daran haben als die Darstellungen in der Literatur vermuten lassen. Helbrecht folgert, „dass die Gruppe der Gentrifier nur unzureichend in Schicht- und Lebensstilkategorien beschrieben werden kann“ (ebd.).

Der Ablauf des Gentrificationprozesses wird oftmals in einen doppelten ‚Invasions-Sukzessions-Zyklus‘ eingeordnet, demzufolge zuerst Pioniere und darauf folgend die Gentrifier in ein Gebiet eindringen. Laut Friedrichs zeigen empirische Studien jedoch, dass auch gleichzeitig Pioniere und Gentrifier in ein Wohngebiet eindringen können (vgl. 1998: 63). Ebenso zweifelhaft scheint für ihn die Verweildauer der Gruppen in dem Wohngebiet, wie auch der Zeitpunkt des Auszugs der alteingesessene Bewohner, welcher für ihn später erfolgt, als in der Literatur vielfach angenommen (vgl. ebd.).

Bezüglich der unterschiedlichen Phasenmodelle, die auf den Prozess der Gentrification angewandt werden, lassen sich weitere Kritikpunkte finden. So ist, neben der unzureichenden Darstellung der Phasenfolge, zu kritisieren, dass es kein Modell gibt, welches empirisch nachgewiesen auf alle Stadtteile angewandt und somit generalisiert werden kann. Es ist sogar denkbar, dass innerhalb einer Stadt unterschiedliche Prozessabläufe für verschiedene Stadtteile vorgefunden werden (vgl. Helbrecht 1996: 3f.). Zudem merkt Helbrecht an, dass durch die Phasenmodelle nur eine „oberflächliche Beschreibung“ (ebd.: 5) der Gentrification durchgeführt werden kann, so dass einzelne Zusammenhänge innerhalb des Prozesses kaum Berücksichtigung finden.

Betrachtet man die Erklärungsansätze, welche für das Auftreten der Gentrification geliefert werden, so kommt auch hier ein Kritikpunkt zum Tragen. Im Hinblick auf die

„rent gap“-Theorie und die „value gap“-Theorie ergibt sich die Problematik, dass die tatsächlichen und potentiellen Preise für Grundstücke und Mieten, bzw. der Verkaufswert von Gebäuden nur schwer zu bestimmen sind. Am schwierigsten wird es sein, die Preise für die bestmögliche Nutzung eines Objektes oder Grundstücks festzulegen. Nach diesen Preisen richtet sich schließlich die Wahrscheinlichkeit, nach der es zu einer Gentrifizierung eines Quartiers kommt, da eine höchstmögliche Gewinnspanne umso mehr Investoren anlockt (vgl. Friedrichs 1998: 64f.).

Letztlich scheint die Frage relevant, inwiefern die Ergebnisse nordamerikanischer Studien auf Verhältnisse in Deutschland angewandt werden können bzw. ob dies schon zu Unrecht geschehen ist. Da die Gentrificationforschung weitgehend auf den nordamerikanischen Ergebnissen aufbaut, scheint ein Vergleich der Verhältnisse notwendig.

Dangschat und Friedrichs gelangen zu der Feststellung, dass auf Grund diverser Abweichungen in der Struktur der Untersuchungsgebiete (unter anderem ein unterschiedliches Maß an staatlichen Eingriffen, sowie ungleiche Anteile an Miet- und Eigentumswohnungen, etc.) eine Übertragung der Ergebnisse kaum möglich ist. Neben einem langsameren Verlauf des Gentrificationprozesses und einem anderen Typus von Pionieren in Deutschland, also vor allem Studenten, können hier weniger Auseinandersetzungen um die Nutzung von Quartieren beobachtet werden (vgl. Dangschat/Friedrichs 1988: 15ff.). Folglich ist eine Übertragung von Studienergebnissen aus anderen Ländern, bzw. auch anderen Städten immer kritisch zu hinterfragen und auf mögliche Abweichungen und deren Ursachen hinzuweisen.

#### 2.2.6 Vor- und Nachteile der Gentrification

Nun stellt sich die Frage, wie der Prozess der Gentrification bzw. dessen Auswirkungen zu bewerten sind. Da viele Definitionen von Gentrification bereits Begriffe wie Verdrängung und Segregation beinhalten, wird hier von vornherein eine negative Wirkung statuiert. Auch die immer wieder publik werdenden Protestaktionen bezüglich der Gentrifizierung von einzelnen Stadtteilen verleiten zu der Schlussfolgerung, dass

dieser Prozess in erster Linie negative Folgen für die Wohnquartiere mit sich bringt.<sup>13</sup>

Die bedeutendste negative Konsequenz des Gentrificationprozesses besteht in der Verdrängung der alteingesessenen Bewohnerschaft aus dem aufgewerteten Wohngebiet, da dort preisgünstige Wohnungen bzw. Mietwohnungen kaum noch zur Verfügung stehen. Eine erhebliche Preissteigerung ist auch bei den sonstigen Lebenshaltungskosten, also Lebensmitteln und anderen Konsumgütern festzustellen, so dass eine preisgünstige Versorgung der Bevölkerung an den Orten der Gentrification häufig nicht mehr möglich ist.

Wie aus den Phasenbeschreibungen bereits hervorgeht, handelt es sich bei den Verdrängten oftmals um Haushalte mit ärmerer und älterer Bewohnerschaft (vgl. Friedrichs 1998: 66). Man kann also davon ausgehen, dass für diese ein Umzug sowohl aus Kostengründen, als auch aus Gründen der psychischen und physischen Belastung einen erheblichen Aufwand darstellt.

Als Konsequenz aus den Verdrängungstendenzen siedeln sich die Betroffenen an neuen Standorten in angrenzenden Stadtteilen an, welche für sie erschwinglich sind. Insgesamt kann demnach eine zunehmende Ansiedlung der ökonomisch schwachen Schichten in den städtischen Randlagen festgestellt werden (vgl. Lees et al. 2008: 196).

Auch „langansässige[n] Geschäfte[n]“ (Blasius 2004: 23) müssen den Gentrifiern bzw. aufgrund der Mietpreissteigerungen weichen (vgl. ebd.). Dies hat zur Folge, dass vermehrt Filialbetriebe und Franchiseunternehmen an die Stelle kleiner Läden treten. Unter Umständen hat also auch die diversifizierte und traditionelle Einzelhandelsstruktur unter der Gentrification zu leiden.

Je attraktiver das Image wird, desto höher werden jedoch auch die Anforderungen an diejenigen, die in das Viertel einwandern. Je weiter die Attraktivitätssteigerung vorangeschritten ist, desto wahrscheinlicher ist es, dass auch die Pioniere, sowie die erste Gruppe von Gentrifiern, die in den 1990er Jahren in das Schanzenviertel gekommen ist, dem Kostendruck nicht mehr standhalten können.

Im Schanzenviertel wird die aktuelle Entwicklung vor allem am Einsatz von Initiativen deutlich, welche auf die Problematik der Mieterhöhungen, Privatisierungen und

---

<sup>13</sup> Beispielhaft sei hier die Initiative „Es regnet Kaviar“ gegen die Gentrifizierung des Hamburger Stadtteils St. Pauli genannt, aus der zahlreiche Aktivitäten hervorgehen, vgl.: [www.esregnetkaviar.de](http://www.esregnetkaviar.de).

Luxussanierungen aufmerksam machen. Beispielhaft kann hier auf die Initiative ‚www.schanzenturm.de‘ verwiesen werden. Sie prangert an, dass im Schanzenviertel immer mehr Eigentumswohnungen und „etwas zu schmucke Läden“<sup>14</sup> entstehen; Investoren kaufen demnach zunehmend Gebäude auf, lassen diese abreißen und auf den Grundstücken ertragreichere Eigentumswohnungen bauen. Einher gehen solche Bauvorhaben häufig mit Drohungen gegen die Altmietler oder diese werden schlichtweg vor vollendete Tatsachen gestellt und kurzerhand zum Auszug gezwungen.

Auf der anderen Seite muss es jedoch auch Profiteure und Vorteile durch den Prozess der Gentrifizierung geben, da sich dieser sonst nicht in so vielen Städten durchsetzen würde. Auch Friedrichs kommt zu dieser Folgerung, indem er als positiven Effekt der Gentrification den Erhalt von „ansonsten verfallendem[r] Wohnraum“ (1998: 66) benennt. Weiterhin merkt er an, dass mit dem Zuzug und Verbleib von Haushalten mit höherem Einkommen in innenstadtnahen Wohnlagen auch die erwirtschafteten Steuereinnahmen in den Städten erhalten bleiben und nicht in umliegende Regionen abfließen (vgl. ebd.).

Weitere ‚Nutznießer‘ sind die Investoren, welche an einer möglichst großen „rent gap“ bzw. „value gap“ interessiert sind und dementsprechende Gewinne aus der Veräußerung von sanierten Gebäuden und Grundstücken in aufgewerteten Gebieten erzielen können. Betrachtet man den gesamten Prozess der Gentrifizierung hinsichtlich der Aufwendung von städtischen oder kommunalen Finanzmitteln, so kann dieser ebenfalls positiv bewertet werden. Öffentliche Zuschüsse sind nur in dem Maße notwendig, wie sie nicht von privaten Investoren getätigt werden (vgl. Busse 1990: 208). Es erfolgt somit eine Aufwertung und häufig auch Verschönerung des Stadtbildes ohne großen finanziellen Aufwand durch die öffentliche Hand.

Auf das Schanzenviertel Bezug nehmend kann festgestellt werden, dass auch hier das Straßenbild seit den 1980er Jahren deutlich aufgewertet worden ist. Vor allem die Sanierung des Schulterblattes und die Umgestaltung zu einer Flaniermeile mit Anschluss an die Außengastronomie („Piazza“), die Schaffung neuer Parkplätze und die

---

<sup>14</sup> Vgl.: [http://www.schanzenturm.de/seiten/material/grafiken/Sch-Flugi\\_Sept2007.pdf](http://www.schanzenturm.de/seiten/material/grafiken/Sch-Flugi_Sept2007.pdf); [letzter Zugriff: 08.10.08].

Verkehrsberuhigung, einher gehend mit einer Emissionssenkung, können als Vorteil des Gentrificationprozesses gesehen werden. Inwiefern diese Maßnahmen auch getroffen worden wären, wenn man kein zunehmendes Interesse an dem Viertel von Seiten einer zahlungskräftigen Besucher- und Bewohnerklientel vermutet hätte, bleibt fraglich.

### 2.3 Erläuterungen der theoretischen Ansätze und der Fragestellung

Der vorangegangene Theorieteil beinhaltet Ausführungen zu den Thematiken Image und Gentrification, welche zur Beantwortung der Forschungsfragen notwendig sind.

Als Forschungsfragen sollen gelten:

1. Wie entwickelt sich das in den Tageszeitungen vermittelte Image des Schanzenviertels seit 1979?

=> H1: Das Image des Schanzenviertels hat sich seit 1979 deutlich gewandelt.

2. Wie entwickelt sich das vermittelte Image des Schanzenviertels unter besonderer Berücksichtigung der Anforderung der Gentrifizier an die Attraktivität ihres Wohnortes?

=> H2: Das Image des Schanzenviertels als Wohnort ist seit 1979 attraktiver für Gentrifizier geworden.

Hierbei ist zu erwähnen, dass die erste Frage lediglich als Ausgangspunkt für die Beantwortung der zweiten Frage zu betrachten ist, welche mit der folgenden Auswertung der Tageszeitungen ermöglicht werden soll. Ich beziehe mich also ausschließlich auf das Image des Schanzenviertels, welches Gentrifizier entweder als attraktiv oder unattraktiv einschätzen können und welches somit zu einem Zuzug bzw. einer Abschreckung führen kann. Inwiefern die Gentrifizier sich tatsächlich durch das in den Tageszeitungen vermittelte Image zu einem Zuzug bewegen lassen oder nicht, ist mit dieser Untersuchung jedoch nicht festzustellen. Hierauf wird im Rahmen der Diskussion am Ende der vorliegenden Arbeit noch eingegangen.

Es kann also über die Entwicklung des Schanzenviertelimages im Allgemeinen – wie dies die erste Frage andeutet – nur bedingt eine Aussage getroffen werden. Die Auswertung der Indikatoren in den einzelnen Jahren bietet aber auch immer die Möglichkeit, einen Rückschluss auf die Qualität des Images zu ziehen, welches für alle Leser der Tageszeitungen repräsentiert wird. Zudem ermöglicht die Beantwortung der

zweiten Frage einen Rückschluss auf eben dieses Image, da die Gruppe der Gentrifier als stellvertretend für all diejenigen betrachtet werden kann, bei denen das Image vom Schanzenviertel auf Grund der Zeitungslektüre beeinflusst wird. Zwar legen Gentrifier auf einzelne Elemente des Stadtteilimages besonderen Wert, wie auch durch die Auswahl der Indikatoren deutlich gemacht wird. Dennoch kann aus ‚ihrem‘ Image ein Rückschluss auf das für alle Leser vermittelte Image gezogen werden.

Für die Fragestellungen und Hypothesen müssen als theoretische Grundlage die einzelnen Komponenten von Images und Gentrification herangezogen werden. Bezüglich der Imageanalyse ist es wichtig herauszustellen, auf welche Weise Images vermittelt werden. Für die Forschungsfragen ist vor allem entscheidend, welchen Einfluss Medien bzw. Tageszeitungen auf die Vermittlung und Verbreitung von Images haben. In den obigen Ausführungen wird darauf verwiesen, dass es auch die Medien sind, welche dem Rezipienten die notwendigen Informationen liefern, um sich ein Image von einem Meinungsgegenstand bilden zu können. Wie ebenfalls dargestellt wird, stehen die Medien für das öffentliche Image, welches durch die subjektiven Einstellungen von Personen ergänzt wird. Zudem können Medien auch die Kommunikation über ein Thema anstoßen und dieses so erst in den Imagehorizont der Leser bzw. Zuschauer einführen. Gleichzeitig zeigt die theoretische Betrachtung, dass schriftliche Berichte zur Verbreitung und Stabilisierung des Images beitragen. Hieran wird der starke Einfluss des Massenmediums Tageszeitung deutlich.

Wie im Theorieteil dargestellt wird, können sich Images eines Meinungsgegenstandes im Laufe der Zeit verändern oder ganz an Bedeutung verlieren. Grundsätzlich kann es sehr lange dauern ein neues Image aufzubauen; am schwierigsten gestaltet sich der Wandel eines negativen in ein positives Image. Für die Fragestellung bedeutet dies, dass es sinnvoll ist, den möglichen Imagewandel anhand der Darstellungen des Schanzenviertels in den Tageszeitungen nachzuvollziehen. Der Zeitrahmen von fast 30 Jahren scheint angemessen, da in dieser Spanne ein Wandel von einem unattraktiven zu einem attraktiven Image vollzogen werden kann. In der Literatur wird angedeutet, dass das Image des Schanzenviertels in den 1960er/70er Jahren, also vor dem mutmaßlichen

Beginn der Gentrification, negativ geprägt ist (vgl. Skrentny 1987: 148). Der Wandel eines solchen Images kann also dementsprechend lange dauern.

Deutlich wird aber auch die Schwierigkeit der Imageuntersuchung, da das in den Medien verbreitete Image bei den Rezipienten nicht immer auch zu einer Anpassung der Meinung führt. Eine positive Darstellung in den Tageszeitungen muss also nicht mit einer positiven Einstellung bei den Lesern einhergehen. Diese Erhebung kann also durch die Zuordnung von Indikatoren und die Festlegung eines Images für den gesamten Artikel nur eine Überprüfung dahingehend vornehmen, welches Image bei den potentiellen nach dem Lesen der Tageszeitungen vorhanden sein könnte.

Die Akzeptanz eines in der Tageszeitung repräsentierten Images hängt auch von der Vorbildung des Lesers ab. Neben den Medien spielen ebenso andere Imagequellen eine Rolle. Bei der Einschätzung, inwiefern das Image des Schanzenviertels einen Einfluss auf die Gentrifizierung haben könnte, muss dieser Umstand berücksichtigt werden.

Wichtig für die Fragestellung ist auch die Funktion, welche ein Image einnehmen kann. Wie oben beschrieben, üben Images vor allem eine Orientierungsfunktion aus, indem sie ein Normensystem vorgeben. Eine besondere Bedeutung hat hierbei die Verhaltensrelevanz von Images, welche ja letztlich den Zuzug der Pioniere und Gentrifizierer mitbedingt. Diese wird umso einflussreicher eingeschätzt, je zielgruppenspezifischer und stärker gesellschaftlich verfestigt ein Image ist. Gleichzeitig entscheidet die individuelle Betroffenheit über die Verhaltensrelevanz eines Images. Wenn ein Image ein Individuum anspricht, so setzt sich jenes intensiver damit auseinander. Damit geht einher, dass die Leser ein Image erreicht, welches deren grundsätzlicher Einstellung und deren Lebensstil entspricht; dies ist auch für die Gentrifizierer im Schanzenviertel anzunehmen.

Unter Punkt 2.1.4 „Bedeutung von Images für Städte/ Stadtteile“ werden erste Ansätze zur Indikatorenbildung bezüglich der Wertung eines Images gegeben. Die Unterscheidung zwischen einem materiellen und einem immateriellen Image gibt einen Hinweis darauf, aus welchen Elementen Images überhaupt zusammengesetzt sind. Zu den materiell geprägten Images können ökonomische und visuelle Eindrücke gezählt werden; immaterielle Images basieren vor allem auf Vorstellungen, Wertzuschreibungen, etc. In den Zeitungsberichten kann auch deutlich zwischen



‚Fakten‘ zur ökonomischen Lage (Mietpreise, Preisniveau in der Gastronomie, ...), Sanierungen, Kulturangebot, Demos, Infrastruktur, etc. und Beschreibungen des im Schanzenviertel vorzufindenden Lebensgefühls und der Einstellungen der Bewohner unterschieden werden. Bezüglich der Attraktivität oder Unattraktivität des Images für die Gentrifier scheint hauptsächlich das immaterielle Image relevant.

Auch die Imagetheorie von Ganser liefert Ansätze für die folgende Erhebung. Ganser geht darauf ein, welchen Einfluss das Image auf die Entwicklung einer Stadt ausübt. Ein Bezug zur Fragestellung kann hergestellt werden, da Ganser die Attraktivität eines Wohnortes mit dem Zuzug einzelner Personen oder Haushalte gleichsetzt. Bei der folgenden Erhebung gehe ich ebenfalls davon aus, dass die Attraktivität des Wohnortimages von Bedeutung für die Gentrifier ist.

Ganser weist in seinen Ausführungen zudem darauf hin, welche wichtige Rolle die Medien im Prozess der Imagebildung einnehmen. Erst wenn Images massenmedientauglich sind, können diese seiner Meinung nach Einfluss auf die Stadtentwicklung nehmen. Images, welche in Tageszeitungen verbreitet werden, können demnach eine Wirkung auf Prozesse der Stadtentwicklung, also auch auf die Gentrification, haben.

Anders stellt sich die Situation hingegen bei der Abhandlung Lynchs zum „Image of the city“ dar. Wie Fröhlich (2000) richtig anmerkt, steht bei ihm lediglich die physische Gestalt der Stadt im Blickfeld, sowie die Möglichkeiten, diese zu beeinflussen. Hierbei ergeben sich also keine Anknüpfungspunkte für diese Arbeit, da bei meiner Erhebung das über Tageszeitungen vermittelte Image des Schanzenviertels eine Rolle spielt. Dieses Image wird meiner Meinung nach auch nicht bewusst von den Verfassern der Zeitungsartikel gesteuert, so wie Lynch es für die Wahrnehmung des städtischen Raumes durch Umgestaltung, die Anfertigung von Plänen und die Schulung der Beobachter vorschlägt. Lynchs Ausführungen sind dennoch in die theoretische Abhandlung eingeflossen, da sie für den Forschungsgegenstand Stadt(teil)image insgesamt eine herausragende Bedeutung haben.

Bei der theoretischen Betrachtung der Gentrification spielt die Übertragung auf einen möglichen Verlauf im Schanzenviertel eine wichtige Rolle. Grundlage dieser Erhebung

ist schließlich, dass im Schanzenviertel ab Ende der 1970er Jahre ein Prozess der Gentrification abläuft; dies kann durch die Einordnung verdeutlicht werden. Hierauf aufbauend kann später anhand der Erhebungsergebnisse überprüft werden, wie die Attraktivität des in den Tageszeitungen repräsentierten Images in den mutmaßlichen Phasen der Gentrification im Schanzenviertel beschaffen ist.

**Es wird angenommen, dass die Attraktivität eines Stadtteilimages Einfluss auf die Zuwanderung in eben dieses Quartier hat (vgl. Kapitel 2.1.3). Auf Grund dieses möglichen Zusammenhanges soll in der Erhebung hinterfragt werden, ob und inwiefern sich das für Gentrifizier relevante Image des Schanzenviertels im Laufe der letzten 30 Jahre gewandelt hat. Nur wenn das Image des Schanzenviertels die Gruppe der potentiellen Gentrifizier anspricht, besteht demnach die Möglichkeit, dass diese zuziehen und somit den eigentlichen Prozess der Aufwertung und Verdrängung in Gang setzen. Zu diesem Zweck wurde ausführlich dargelegt, wie das Image eines Wohnortes beschaffen sein sollte, damit potentielle Gentrifizier dieses attraktiv finden. Hier wird die Grundlage für die im Folgenden durchzuführende Zeitungsanalyse geschaffen, indem die Indikatoren für eine attraktive Wohnumgebung aus dem Blickwinkel der Gentrifizier herausgestellt werden. Hiervon sind später auch die Indikatoren für ein unattraktives Image im Umkehrschluss abzuleiten.**

Aus dem aufgeführten Phasenmodell kann man schließen, dass ein für die Gentrification geeignetes Viertel in dem Moment attraktiv für potentielle Gentrifizier wird, wenn die Pioniere bereits für einen Wandel des Lebensstils und Wohnklimas gesorgt haben. Die Literatur geht davon aus, dass der Wandel eines Stadtteils von außen positiv wahrgenommen wird, nachdem die Pioniere diesem einen neuen ‚Lebensgeist‘ eingehaucht haben (vgl. u. a. Friedrichs 1998: 59f.). Es soll also überprüft werden, ob dieser Wandel des Images in den Tageszeitungen deutlich wird und inwiefern das Image zu den einzelnen Zeitpunkten dem entspricht, was potentielle Gentrifizier attraktiv finden. In der Diskussion wird folglich auch ein Abgleich der Erhebungsergebnisse mit dem vermuteten Imagewandel im Sinne Friedrichs durchgeführt.

In den Erklärungsansätzen zur Gentrification wird deutlich, dass es zu einem Großteil die veränderte Nachfrage nach Wohnraum ist, welche in einem Viertel den Prozess der

Aufwertung auslöst. So ist es vor allem eine „neue[n] soziale[n] Mittelschicht“ (Helbrecht 1996: 11) und eine Gruppe mit einem neuartigen Lebensstil, welche die „Production of Gentrifiers“ (Ley 1980) beschleunigt. Diese ‚Nachfrageseite‘ ist auch für meine Fragestellung relevant, da ja gerade hinterfragt werden soll, ob die Ansprüche der potentiellen Gentrifier im Image des Schanzenviertels widergespiegelt werden.

Auch in Hinblick auf die „Problemen der Beschreibung“ (vgl. Kapitel 2.2.6) kann ein Rückschluss auf die Fragestellung gezogen werden. So gibt es nicht ‚die Gentrification‘, sondern es handelt sich hierbei um einen Prozess, der in jeder Stadt und in jedem Stadtteil unterschiedlich verläuft. Eine Verallgemeinerung ist folglich nicht möglich. Helbrecht merkt hierzu an, „dass die Gruppe der Gentrifier nur unzureichend in Schicht- und Lebensstilkategorien beschrieben werden kann“ (1996: 4). Daraus lässt sich bezogen auf die Fragestellung ableiten, dass Einschätzungen zur Sozialstruktur und zum Lebensstil von Gentrifiern nur schwer zu generalisieren sind und somit die Ableitung der Indikatoren Probleme bereiten kann. Bei der Tageszeitungsanalyse sollen diese Indikatoren dennoch zur Anwendung kommen; dies ist möglich, da im folgenden Methodenteil genaue Umschreibungen für die Inhalte der einzelnen Indikatoren aufgeführt werden, so dass eine Zuordnung erfolgen kann.

### **3. Methodik**

Im Mittelpunkt der vorliegenden Erhebung steht die Annahme eines Imagewandels bezüglich des Hamburger Schanzenviertels, welcher anhand der o.g. Forschungsfragen überprüft werden soll. Um einen solchen Wandel nachzeichnen zu können, müssen die imagebildenden Bestandteile des Viertels über einen längeren Zeitraum beobachtet werden; in diesem Fall erfolgt die Beobachtung über den Zeitraum, in dem das Fortschreiten des Gentrifizierungsprozesses im Schanzenviertel angenommen wird. Die Imagequelle, welche hierbei zu Grunde gelegt wird, sind alle Tageszeitungen, in denen die Berichterstattung über Hamburg einen großen Bestandteil darstellt: das „Hamburger Abendblatt“ (HA), „die Tageszeitung“ (taz) sowie die „Hamburger Morgenpost“ (MOPO). Zuerst soll nun auf die Tageszeitungen als Gegenstand der Analyse eingegangen werden. Die Hintergrundinformationen hierüber sind notwendig, da die

einzelnen Zeitungen unterschiedliche politische Ausrichtungen, Zielgruppen, Auflagenstärken, usw. haben. Darauf soll das Verfahren der Inhaltsanalyse, mit dem das jeweilige Image untersucht werden soll, genauer erläutert werden.

### 3.1 Gegenstand der Analyse

#### 3.1.1 Auswahl der Stichprobe

Beim **Hamburger Abendblatt** handelt es sich um die auflagenstärkste Hamburger Tageszeitung; täglich werden über 250.000 Exemplare verkauft, mit denen insgesamt ca. 700.000 Leser erreicht werden (vgl. Axel Springer). Redaktionell befasst sich das HA vor allem mit Ereignissen aus Hamburg und dem Umland, es gibt jedoch immer auch einen Anteil an nationalen und internationalen Thematiken (Politik, Wirtschaft, Sport). Das HA wird von der Axel Springer AG verlegt, so dass konform zu dessen Ausrichtung eine leicht konservative Berichterstattung erwartet werden kann (vgl.: Kruip 1999: 124); das Blatt selbst umschreibt sich hingegen – im Kanon der deutschen Medienlandschaft – auf dem Titelblatt als unabhängig und überparteilich.

Gegensätzlich politisch orientiert ist **die Tageszeitung** (taz). Ihre Leserschaft bestand in den 1980er Jahren vor allem „aus dem grün-alternativen Milieu“ (Magenau 2007: 212), also Studenten, Alternativen, Grünen und Linken, ist aber in den 1990er Jahren erweitert worden um „ein neues Bürgertum, das nicht nur Geld besitzt, sondern auch ökologisches Bewusstsein und soziales Engagement“ (ebd.). In ihrem Redaktionsstatut sind folglich auch das Engagement für die „kritische Öffentlichkeit“ (Redaktionsstatut taz), die Einhaltung der Menschenrechte sowie der Einsatz für politisch Unterdrückte festgeschrieben (vgl. ebd.).

Erstmalig aufgelegt wurde eine Ausgabe der taz im September 1978, periodisch erscheint sie ab April 1979. Im Gegensatz zum Hamburger Abendblatt hat die taz eine überregionale Ausrichtung; es gibt jedoch eine Regionalausgabe Nord, die insbesondere aus Bremen, Hamburg, Niedersachsen und Schleswig-Holstein berichtet. Die taz erscheint von Montag bis Samstag mit einer Auflage von durchschnittlich 55.000 Exemplaren und wird von der taz-Verlagsgenossenschaft eG herausgegeben, welche mit mehr als 8.000 Mitgliedern die Finanzierung und „publizistische Unabhängigkeit“ (Geschichte taz) aufrecht zu halten versucht (vgl. ebd.).

Als dritte Auswahlinheit ist die **Hamburger Morgenpost** zu nennen. Ebenso wie das Hamburger Abendblatt hat sie eine regionale Ausrichtung auf Hamburg und dessen Umland, kann jedoch anders als das HA als Boulevardzeitung (im Stile der ‚Bild‘-Zeitung) bezeichnet werden. Die MOPO hat eine Auflage von ca. 115.000 Exemplaren; sie erscheint von Montag bis Sonntag und gehört heute zum Verlag BV Deutsche Zeitungsholding. Gegründet wurde die MOPO in 1949 in einem der SPD angehörigen Verlag, in dem unter anderem auch die SPD-Parteizeitung ‚Hamburger Echo‘ verlegt wurde; die MOPO ist jedoch zwischenzeitlich an unterschiedliche Verlage veräußert worden (vgl. Blome-Drees/Rang 2007). Inwiefern also heute noch eine sozialdemokratische Orientierung dieser Tageszeitung angenommen werden kann, bleibt fraglich.

Mit der Wahl dieser drei Tageszeitungen soll ein Querschnitt aus der Berichterstattung über das Hamburger Schanzenviertel erreicht werden. Durch die Aufnahme von ‚konservativer‘ (HA), ‚linker‘ (taz) und ‚sozialdemokratischer‘ (MOPO) Berichterstattung in die Stichprobe, werden alle potentiellen Informationsquellen der Gentrifier berücksichtigt. Kann man die Pioniere eher in der Zielgruppe der taz einordnen, so ist eine solche Zuordnung bei den Gentrifiern auf den ersten Blick nicht so leicht möglich; auf die Ausrichtungen der Tageszeitungen wird deshalb in der Diskussion noch einmal einzugehen sein. Da das Hamburger Abendblatt einen Anteil von über 90 % an den Gesamtabonnements in der Hansestadt Hamburg hält (vgl. SPD-Hamburg 2005), kann davon ausgegangen werden, dass dieses als Informationsquelle für Hamburger Bürger im Allgemeinen eine herausragende Stellung einnimmt.

Mit der Darstellung der politischen Ausrichtung, der Einordnung in Boulevardzeitung und ‚seriöser‘ Tageszeitung, regionaler und überregionaler Verbreitung, sowie den aktuellen Auflagezahlen wird eine Erläuterung der Forschungsergebnisse in Kapitel 4 erleichtert.

### 3.1.2 Untersuchungszeitraum

Der Untersuchungszeitraum, der für die geplante Medienanalyse festgelegt wird, beginnt am 01. Juli 1979 und endet am 31. Dezember 2007. Hieraus werden die Zeiträume 01.07.1979 - 31.12.1979, 01.07.1988 - 31.12.1988, 01.07.1998 - 31.12.1998 und

01.07.2007 - 31.12.2007 als Stichproben ausgewählt. Zwischen diesen werden Spannen von etwa zehn Jahren eingehalten; diese sind groß genug, um eine mögliche Entwicklung aufzeigen zu können und schränken gleichzeitig die Fülle an Material ein. Das Jahr 1979 dient als Anfangspunkt, da hier die taz zum ersten Mal in regelmäßigen Abständen vertrieben wird. Außerdem bietet sich dieses Datum an, da hier der Beginn der Gentrifizierung im Schanzenviertel anzusiedeln ist.

Im Jahr 1988 kommt es zu Auseinandersetzungen und Polarisierungen um den geplanten Neubau eines Musicaltheaters auf dem Gelände der ‚Flora‘. Da die Ereignisse in diesem Zeitraum auch heute noch in einem Zusammenhang mit dem Schanzenviertel genannt werden und somit wahrscheinlich eine stark imageprägende Wirkung haben, wird dieses Jahr mit in die Untersuchung aufgenommen. Zugleich kann um 1988 vermutlich der verstärkte Zuzug von Pionieren und die Vorbereitung auf den eigentlichen Prozess der Gentrification datiert werden.

Das Fortschreiten der Gentrification, gekennzeichnet durch einen vermehrten Zuzug von Gentrifiern und einem allmählichen Wandel der Infrastruktur, kann um das Jahr 1998 angenommen werden. Aus diesem Grund und dem einzuhaltenden Abstand von ungefähr zehn Jahren ist der sich anschließende Analysezeitraum im Jahr 1998 angesiedelt. Letztlich wird das Jahr 2007 herangezogen, da sich der Gentrificationprozess hier vermutlich in einem weit fortgeschrittenen Stadium befindet, welcher die physische Aufwertung des Stadtteils und die Verdrängung der alteingesessenen Bewohnerschaft umfasst.

Da die erste Durchsicht der Tageszeitungen bei einer Auswertung des vollständigen Jahrgangs eine zu große Datenmenge erwarten lässt, beschränke ich mich jeweils auf die zweite Hälfte der zu untersuchenden Jahre.

### 3.1.3 Suchkriterien

Nach der endgültigen Festlegung der Untersuchungszeiträume erfolgt die Suche nach Artikeln über das Hamburger Schanzenviertel in den einzelnen Tageszeitungen. Die Ausgaben aus 2007 können allesamt über online verfügbare Datenbanken durchsucht werden. Das Stichwort, über das die Suche erfolgt, ist „Schanzenviertel“. Eine Beschränkung hierauf erfolgt, um eine Textmenge zu erhalten, die im Rahmen meiner

Möglichkeiten zu bearbeiten ist. Durch diese Art der Suche ergibt sich zum einen ein umfassender Überblick über die Berichterstattung, zum anderen die Möglichkeit, unterschiedliche Artikelformate mit einzubeziehen (z.B. Veranstaltungstipps, Sportveranstaltungen, Leserbriefe, ...).

Bei den Jahrgängen 1998 ist eine Datenbankabfrage nur noch für die taz und MOPO durchführbar; im Jahr 1988 gelingt dies noch für die taz und in 1979 für keine der zu untersuchenden Tageszeitungen mehr. Die älteren Jahrgänge müssen deshalb ‚per Hand‘ hinsichtlich der Berichterstattung über das Schanzenviertels durchgesehen werden, was einen erheblichen zeitlichen Aufwand darstellt. Die Tageszeitungen sind zum einen in gedruckter Form, zum anderen auch in Form von Mikrofilmen im ‚Hamburg-Lesesaal‘ der Universitätsbibliothek Hamburg einsehbar. Auf Grund dieser Vorgehensweise werden möglicherweise in den älteren Ausgaben einige Artikel, in denen das Schanzenviertel nicht offensichtlich thematisiert wird (z.B. Kurznachrichten ohne das Wort ‚Schanzenviertel‘ in der Überschrift), aus der Stichprobe ausgeschlossen.

### 3.2 Zur Methode der Inhaltsanalyse

#### 3.2.1 Inhaltsanalyse

Eine gute Möglichkeit, Tageszeitungen hinsichtlich der Repräsentation von Images zu untersuchen, bietet das Verfahren der Inhaltsanalyse, welches bei meiner Erhebung zur Anwendung kommen soll. Der Sinn von Inhaltsanalysen lässt sich zusammenfassend in der Reduktion von Komplexität umschreiben, wobei fixierte Informationen vor einem theoretischen Hintergrund auf bestimmte Aussagen hin untersucht werden sollen. Die Vorteile dieser Methode werden in der Literatur erläutert:

Andreas Diekmann macht deutlich, dass der Hauptvorteil von Inhaltsanalysen in der Erforschbarkeit von „soziale[n] Veränderungen, insbesondere dem[r] Wandel sozialer Werte“ (2003: 487) liegt; das in den Tageszeitungen repräsentierte Image, also die Gesamtheit von Vorstellungen, Einstellungen, Ideen, etc. in Bezug auf das Schanzenviertel kann mit diesem Verfahren also besonders gut ermittelt werden.

In der Inhaltsanalyse von Tageszeitungen liegt ein weiterer Vorteil. Sie bietet die Möglichkeit, auch weit zurückliegende Ereignisse mit in die Untersuchung einfließen zu lassen, da Zeitungen zumeist langfristig verfügbar bleiben. Diekmann fasst dies mit der

Bezeichnung „Vergangenheitsbezug“ (ebd.) zusammen. Zudem ist man bei der Analyse von Zeitungsartikeln nicht auf das Erinnerungsvermögen und die Teilnahmebereitschaft von Interviewpartnern angewiesen (vgl. Häder 2006: 325) und läuft dadurch nicht Gefahr, durch gezielte Fragen eine Beeinflussung des Interviewpartners vorzunehmen; Inhaltsanalysen sind somit „nicht-reaktiv“ (ebd.).

Im Theorieteil wurde dargestellt, welchen Einfluss Medien, also auch Tageszeitungen, auf die Prägung eines Images bei den Rezipienten haben können. Da das Schanzenviertel immer Thema in den Tageszeitungen war und ist, bietet sich eine Analyse dieses Mediums an. Es soll nun das Verfahren der Inhaltsanalyse, insbesondere in Hinblick auf die angestrebte Zeitungsanalyse, erläutert werden:

Die Definition von Werner Früh beschreibt die Inhaltsanalyse als „eine empirische Methode zur systematischen und intersubjektiv nachvollziehbaren Beschreibung inhaltlicher und formaler Merkmale von Mitteilungen“ (1989: 23). Betrachtet man diese Definition genauer, so stellt man fest, dass es sich beim Untersuchungsgegenstand dieser Methode sowohl um schriftlich festgehaltene Texte, als auch um Bilder, Filme und „prinzipiell alle Träger relevanter Informationen“ (Häder 2006: 319) handeln kann, welche entweder rein quantitativ oder auch qualitativ im Hinblick auf eine Forschungsfrage ausgewertet werden. Während bei der quantitativen Inhaltsanalyse die Feststellung von Häufigkeiten im Mittelpunkt steht, wird bei der qualitativen Inhaltsanalyse nach der Entstehungssituation, Hintergründen und Auffälligkeiten von fixierten Informationen gefragt (vgl. Mayring 2002: 114).

Wie Patrick Rössler erwähnt, kann die Inhaltsanalyse grundsätzlich als quantitatives Verfahren betrachtet werden, bei dem eine Zählung von forschungsrelevanten Merkmalen innerhalb eines Textes vorgenommen wird. Diesen werden dann jeweils „numerische Entsprechungen“ (Rössler 2005: 18), d. h. Codierungen, zugeordnet (vgl. ebd.). Um jedoch zu dem Wissen zu gelangen, welche Kategorien und Ausprägungen (in meinem Fall auch Indikatoren) zur Anwendung gelangen müssen, ist eine Herausarbeitung dieser Kategorien und Indikatoren aus dem theoretischen Wissen bzw. dem Untersuchungsmaterial selbst notwendig. Dieses Vorgehen und die Durchführung eines Pretests zur Sicherstellung der Anwendbarkeit sind für Philipp Mayring „eindeutig qualitativer Art“ (1995: 19). Die quantitative Auswertung ist somit auf die vorherige



qualitative Beschreibung der Merkmale angewiesen; ebenso kommt das qualitative Element der Inhaltsanalyse auch bei der Interpretation der Erhebungsergebnisse zum Tragen, da die rein zahlenmäßige Darstellung der Ergebnisse nicht automatisch eine Antwort auf die Forschungsfragen liefert. Zudem sind Rückbezüge auf den theoretischen Hintergrund, den Herleitungsprozess von Kategorien, Indikatoren, usw. zu leisten, welche für Mayring „wiederum qualitative Analyseschritte“ (ebd.) sind.

Zur Systematik von Inhaltsanalysen gehört, so Früh, „eine klar strukturierte Vorgehensweise“ (1989: 37) hinsichtlich der Herleitung des Forschungsablaufs aus der zuvor festgelegten Forschungsfrage sowie eine konsequente Anwendung der Methode auf das vorliegende Material (vgl. ebd.). Hierin ist zugleich das Kriterium der ‚intersubjektiven Nachvollziehbarkeit‘ enthalten, die eine Analyse „kommunizierbar und kritisierbar“ (Früh 1989: 38) machen soll; Früh erennt dieses Prinzip zum „zentralen[s] Qualitätskriterium jeder Inhaltsanalyse“ (ebd.). So müssen genaue Anweisungen hinsichtlich der Zuordnung von Codes gegeben werden, damit verschiedene Codierer – bei Nichtberücksichtigung subjektiver Einflüsse - anhand dieser Anleitung zu einem gleichen Auswertungsergebnis gelangen. Um eine eindeutige Zuordnung von Codes zu einzelnen Bestandteilen eines Textes möglich zu machen, muss also eine detaillierte Codieranleitung vorliegen (vgl. Rössler 2005: 20 f.). Mayring spricht in diesem Zusammenhang vom Prinzip der „Regelgeleitetheit“ (1995: 12), welche eine Analyse auch für Außenstehende nachvollziehbar werden lässt.

Als wichtige Kriterien, an denen sich die Qualität von Inhaltsanalysen messen lässt, werden die Reliabilität und Validität der Forschungsergebnisse genannt. Mit der Reliabilitätsprüfung soll herausgefunden werden, ob unterschiedliche Codierer bezogen auf einen Text zu demselben Auswertungsergebnis gelangen (Intercoder-Reliabilität) sowie, ob ein einzelner Codierer zu unterschiedlichen Zeitpunkten dasselbe Ergebnis erzielt (Intracoder-Reliabilität). Wenn Kategorien, Indikatoren und Codierregeln eindeutig definiert sind, müsste ein einheitliches Ergebnis zu erreichen sein. Die Validitätsprüfung soll klarstellen, ob mit den Codierungen tatsächlich die für die Beantwortung der Forschungsfrage relevanten Ergebnisse ermittelt werden können (vgl. Früh 1989: 180 ff.). Bezogen auf meine Forschungsfragen muss also Folgendes berücksichtigt werden: Sind die festgelegten Indikatoren und dementsprechend Codes

ausreichend, um die in den Tageszeitungen repräsentierten Imageausprägungen des Schanzenviertels in die Kategorien attraktiv bzw. unattraktiv für potentielle Gentrifier einzustufen?

Nach Mayring ist zudem die „theoriegeleitet[e]“ (1995: 12) Durchführung einer Inhaltsanalyse von Bedeutung, d.h. dass die forschungsleitende Fragestellung auf dem entsprechenden theoretischen Hintergrund basiert und sich die einzelnen Analyseschritte an diesen Vorüberlegungen orientieren (vgl.: ebd.).

Bei der Messung von Häufigkeiten, also dem quantitativen Element der Inhaltsanalyse, sind unterschiedliche Verfahrensweisen möglich. Hierzu zählen die Frequenzanalyse, die Valenz- und Intensitätsanalyse sowie die Kontingenzanalyse (vgl. Diekmann 2003: 496ff.). Bei der Frequenz- bzw. Häufigkeitsanalyse werden bestimmte Elemente eines Textes hinsichtlich der Häufigkeit ihres Auftretens untersucht (vgl. Mayring 1995: 13). Bei der Valenz- bzw. Intensitätsanalyse erfolgt eine Einordnung von Textbestandteilen in eine „zwei- oder mehrstufige Entscheidungsskala“ (Mayring 1995: 14), z.B. Pro und Contra. Die Valenzanalyse beschränkt sich auf „polare Wertigkeiten“ (Lamnek 2005: 505), die Intensitätsanalyse beansprucht hingegen „differenzierte Abstufungen“ (ebd.). Bei der Kontingenzanalyse werden neben den Häufigkeiten auch „Assoziationsstrukturen“ (Häder 2006: 324) untersucht, d.h. das Auftreten von Textbestandteilen wie einzelnen Wörtern im Zusammenhang mit anderen Textbestandteilen.

Für meine Erhebung sind sowohl die Frequenz- als auch die Häufigkeitsanalyse von Bedeutung. Es soll untersucht werden, wie oft in den entsprechenden Jahren die jeweiligen Indikatoren/ Codes in den Zeitungen vorgekommen sind; auf dieser Basis soll ‚gemessen‘ werden, wie viele Zeitungsartikel jeweils ein attraktives oder unattraktives Image für die potentiellen Gentrifier repräsentieren (vgl. Kapitel 3.2.2).

Auf Grund verschiedener Erkenntnisinteressen gibt es unterschiedliche qualitative inhaltsanalytische Verfahren, welche jeweils Aufschluss über den Zusammenhang vom Sender einer Mitteilung, der Mitteilung selbst und dem Empfänger geben sollen.<sup>15</sup> Hinsichtlich der folgenden Tageszeitungsanalyse ist dementsprechend der Journalist

---

<sup>15</sup> Hier gibt die Abbildung bei Diekmann (2003: 484) einen guten Überblick über die Akteure in einem „Kommunikationsprozess“.

bzw. die Zeitung als Sender zu identifizieren, die Mitteilung besteht aus dem Zeitungsartikel und den Empfänger stellt der Leser des Artikels dar. Bei meiner Analyse ist der Leser der Zeitungen weiterhin auf die Person des potentiellen Gentrifiers zu reduzieren, da die Auswertung auf den Vorstellungen der Gentrifier von ihrem Wohnort basiert.

Nun bietet sich die Möglichkeit, den Zeitungsartikel nach einem formal-deskriptiven Ansatz zu untersuchen, so dass nur formale, nicht aber inhaltliche Aspekte des Artikels untersucht werden (vgl. Diekmann 2003: 486). Des Weiteren ist ein diagnostischer Ansatz möglich, welcher Rückschlüsse auf die Intention des Senders zulassen soll und hierbei auch inhaltliche Aspekte berücksichtigt. Hier kommt es auf die Beziehung zwischen Sender und Mitteilung an. Früh verweist hier insbesondere auf die „Entstehungsbedingungen“ (1989: 44) von Mitteilungen, worin auch die „subjektiven und kollektiven Wertvorstellungen“ (ebd.) des Verfassers enthalten sind. Zuletzt kann der prognostische Ansatz unterschieden werden, mit dem untersucht werden soll, welche Reaktion eine Mitteilung bzw. einzelne Bestandteile daraus bei einem Empfänger auslöst. Hier ist zum Beispiel zu überprüfen, wie ein Empfänger auf den Eingang der Mitteilung reagiert (vgl. Diekmann 2003: 486).

Bei der folgenden Analyse kommt hauptsächlich der diagnostische, aber auch in Ansätzen der prognostische Ansatz zum Tragen. Dem diagnostischen Ansatz wird durch den Rückschluss von Imagerepräsentation und Indikatorenvorkommen auf die Entstehungssituation bzw. politische Ausrichtung der Tageszeitungen nachgekommen. Es muss immer präsent bleiben, unter welchen Umständen die Mitteilungen entstanden sind, um so eine richtige Einschätzung hinsichtlich ihrer Bedeutung treffen zu können.

Der prognostische Ansatz kann nur bedingt verfolgt werden, da über die tatsächliche Reaktion der Leser, bzw. der potentiellen Gentrifier nur eine Vermutung getroffen werden kann. Auch Diekmann verweist darauf, dass bezüglich der Wirkung von Schriftstücken noch „externe Daten“ (2003: 486) erhoben werden müssen, da sich die Inhaltsanalyse selbst nur auf „die Merkmale der Mitteilung“ (ebd.) richtet. Es kann nur eine Prognose dahingehend vorgenommen werden, ob die Darstellung des Images in den Tageszeitungen attraktiv oder unattraktiv für potentielle Gentrifier ist.

Laut Diekmann ist das „Kernstück jeder Inhaltsanalyse [ist] das Kategoriensystem“ (2003: 489). Die Kategorien beziehen sich auf die Fragestellung und führen so zu einer Operationalisierung der Hypothese. Es ist erforderlich, dass sich alle Bestandteile des zu untersuchenden Textes eindeutig einer Kategorie zuordnen lassen (vgl. ebd.). Im Falle der sich anschließenden Tageszeitungsanalyse gelten diese Anforderungen an das Kategoriensystem auch für die Indikatoren, welche eine Einordnung des Images zu den Kategorien attraktiv und unattraktiv ermöglichen. Hierzu werden nun die Erläuterungen zum ‚Vorgehen bei der Auswertung‘ angeführt.

### 3.2.2 Vorgehen bei der Auswertung

Folglich ist es bei der Auswertung notwendig, ein Kategorien- und Indikatorensystem zu entwickeln, mit dem eine Einordnung der Artikel auf Basis von relativ großen Textmengen unkompliziert erfolgen kann. Die Bildung der Kategorien und Indikatoren kann zum einen deduktiv, also aus dem theoretischen Fundament hergeleitet und vor Beginn der Materialauswertung durchgeführt werden; zum anderen aber auch induktiv, also im Anschluss an eine erste Sichtung des Untersuchungsmaterial hergeleitet (=empiriegeleitet).

Die für die Tageszeitungsanalyse relevanten Kategorien werden theoriegeleitet bestimmt und bezogen auf die Fragestellung in „Image ist attraktiv für Gentrifier“ und „Image ist unattraktiv für Gentrifier“ unterteilt. Es ist davon auszugehen, dass sich nach Durchsicht des Untersuchungsmaterials keine neuen Kategorien ergeben werden und die zuvor festgelegten im Stande sind, die Fragestellung vollständig zu beantworten; eine induktive Herleitung weiterer Kategorien ist folglich nicht notwendig.

Die Indikatoren werden hingegen sowohl theoriegeleitet aus der Literatur als auch empiriegeleitet aus dem Pretest<sup>16</sup> operationalisiert. Mit den Indikatoren kann das in den Tageszeitungen repräsentierte Image voraussichtlich ausreichend beschrieben und so die Einordnung in die Kategorien attraktiv/ unattraktiv ermöglicht werden. Bereits in Kapitel 2.2.2 (‚Akteure‘) sind daher den Aussagen, die in der Literatur zu den Wohnortbedürfnissen der Gentrifier gemacht wurden, die ‚PRO‘-Indikatoren zugeordnet

---

<sup>16</sup> Der Pretest hat einen Umfang von 52 Artikeln. Hierin sind fünf Artikel pro Zeitung pro Jahrgang enthalten; für 1979 wurden auf Grund des geringen Umfanges alle verfügbaren Artikel einbezogen.

worden. Die ‚CONTRA‘-Indikatoren können nicht direkt aus der Literatur erschlossen werden, da dort nicht erwähnt wird, was potentielle Gentrifier an einem Wohnort unattraktiv finden. Die 12 CONTRA-Indikatoren werden also – soweit möglich – im Umkehrschluss zu den festgelegten PRO-Indikatoren gebildet. Im Pretest zeigt sich, dass einige der zuvor bestimmten Indikatoren in den Tageszeitungen nicht vorkommen (z.B. *Desinvestment, Hochkultur*); sie sind für das weitere Vorgehen unbedeutend und werden aus der Indikatorenliste gestrichen. In der Auswertung wird zum einen die Einordnung des einzelnen Artikels in die Kategorien „Image ist attraktiv für Gentrifier“ und „Image ist unattraktiv für Gentrifier“ vorgenommen (Artikelimage). Zum anderen werden einzelnen Sinnabschnitten bzw. Absätzen der Zeitungsartikel, in denen Aussagen über das für Gentrifier relevante Image des Schanzenviertels gemacht werden, die jeweiligen Indikatoren 1 bis 15 für ein „attraktives Image“ (PRO) und 16 bis 27 (CONTRA) für ein „unattraktives Image“ zugeordnet. Insgesamt kommen also zwei Analyseeinheiten zum Tragen: Artikel und Absätze/ Sinneinheiten. Dies ist jedoch nicht gleichbedeutend damit, dass eine überwiegende Anzahl an PRO-Indikatoren, welche einem Artikel zugeordnet werden, ein attraktives Artikelimage impliziert. Bei der Einschätzung des Artikelimages wird zum einen das Vorkommen der Indikatoren, aber auch eine subjektive Wertung berücksichtigt; diese basiert darauf, welcher Eindruck beim Lesen des Artikels überwiegt und welche Wahrnehmung des Images auf Seiten der Gentrifier vermutet werden kann.

In die Auswertung fließen – wie angedeutet - sowohl qualitative, als auch quantitative Elemente ein. So wird zum einen auf die Qualität der in den Tageszeitungen vorzufindenden Indikatoren und deren Bedeutung für das Images des Schanzenviertels und die Gentrifier eingegangen; gleichzeitig werden diese Indikatoren und dementsprechend auch die Kategorien an der Anzahl der Nennungen bzw. der Anzahl der Artikel gemessen.

Im Folgenden sollen die zur Anwendung kommenden Kategorien und Indikatoren erläutert werden, so dass eine „intersubjektive Nachvollziehbarkeit“ (1989: 23) im Sinne Frühs ermöglicht wird.

### 3.2.3 Kategorien- und Indikatorenbildung (Codierregeln)

Bei der Analyse der Tageszeitungen werden die Kategorien A: „Das in den Medien vermittelte Image ist attraktiv für Gentrifier“ und B: „Das in den Medien vermittelte Image ist unattraktiv für Gentrifier“ angewandt. Diese basieren auf dem Interesse an der Entwicklung des in den Tageszeitungen vermittelten Images des Schanzenviertels, insbesondere in Hinblick auf die Anforderungen der Gentrifier an ihren Wohnort.

Im Theorieteil wird u.a. dargelegt, welche Charakteristika Gentrifier aufweisen, bzw. welche Ansprüche sie an ihren Wohnort haben. Aus den Annahmen über die Anforderungen der Gentrifier an ihren Wohnort, die aus der Gentrificationliteratur gewonnen werden (Kapitel 2.2.2 („Akteure“)), werden die Indikatoren und die zugehörigen Codes operationalisiert; sie dienen der Beschreibung eines Images, welches für Gentrifier attraktiv bzw. unattraktiv ist.

#### ***Codieranleitung:***

#### **A) „Das in den Medien vermittelte Image ist attraktiv für Gentrifier“**

Indikatoren: *(die Zahlen stellen die Codes für die Auswertung dar; die in Klammern gesetzten Begriffe stehen für die im Ergebnisteil benutzten Kürzel)*

##### ***1. Ethnisch-kulturelle Vielfalt (Vielfalt)***

Hierunter fallen Äußerungen, in denen explizit auf eine heterogene Bevölkerungsstruktur Bezug genommen wird. Gemeint sind etwa solche Begrifflichkeiten wie ‚multikulti‘, ‚bunte Mischung‘, ‚verschiedene Kulturen an einem Ort‘, aber auch die Präsentation von Begegnungsmöglichkeiten usw..

##### ***2. Übereinstimmende Sozialstruktur, Schicht (Über. Sozialstruktur)***

Gemeint ist die Berichterstattung über die Sozialstruktur der Bewohner im Schanzenviertel, welche derjenigen der Gentrifier ähnelt. Hierzu zählt die Zugehörigkeit zur Mittelschicht/ oberen Mittelschicht, verbunden mit einer Vielzahl an materiellen, kulturellen und gesellschaftlichen Ressourcen. Ebenso gehören hierzu Personen, die im Zusammenhang mit der Berichterstattung über das Schanzenviertel erwähnt werden und der Altersgruppe der ca. 25 bis 40-jährigen angehören.

### **3. *Übereinstimmender Lebensstil (Über. Lebensstil)***

Dieser Indikator umfasst Berichte über das Schanzenviertel, in denen der Lebensstil der Gruppe „Moderner Selbstverwirklichungstyp“ (Spellerberg 2007: 190f.) widergespiegelt ist. Hierunter fällt die Berichterstattung über eine unkonventionelle Lebensführung, Möglichkeiten der Selbstverwirklichung, Selbständigkeit und Freiberuflertum im Schanzenviertel. Des Weiteren sind hierzu die Berichterstattung über Toleranz und Offenheit von Bewohnern, Engagement für gesellschaftliche Randgruppen und die Möglichkeit, im Schanzenviertel vielfältige Aktivitäten (Kunst, Kultur, etc.) auszuüben, zu zählen. Auch die Möglichkeiten zur Befriedigung intellektueller Interessen im Schanzenviertel fallen hierunter.<sup>17</sup>

### **4. *Grün-alternatives Milieu (Alternatives Milieu)***

Dieser Indikator wird zugeordnet, wenn das in den Tageszeitungen übermittelte Wahlergebnis den Zuspruch für die Partei ‚GAL‘ (Grün-Alternative Liste) widerspiegelt. Bürgerinitiativen, die sich für ökologische Ziele einsetzen, gehören ebenso zu dieser Berichterstattung wie Berichte über das Umwelt- und Gesundheitsbewusstsein der Schanzenviertelbewohner. Die kritische Auseinandersetzung der Bewohner des Schanzenviertels mit den Thematiken Globalisierung und technologischem Fortschritt, die Toleranz gegenüber ‚Randgruppen‘, die Berichterstattung über alternative Lebensformen und Projekte und letztlich alles, was sich von der ‚Konsumgesellschaft‘ abhebt, können auch hierunter gefasst werden.

### **5. *Sicherheit (~)***

Hierunter fallen Textstellen, die auf eine sichere Wohnumgebung hindeuten. Dies sind zum Beispiel Verweise auf die Polizeipräsenz oder die Anwesenheit von Wachdiensten. Die Berichterstattung über den Rückgang von Drogenkonsum oder Kriminalitätsraten kann einen Hinweis auf Sicherheit in einem Wohnviertel bieten. Außerdem fallen unter

---

<sup>17</sup> Die Indikatoren 2 und 3, sowie 16 und 17 können als Zusammenfassung vieler anderer Indikatoren betrachtet werden. Es ist davon auszugehen, dass deshalb nur wenigen Artikeln die Indikatoren *Übereinstimmende Sozialstruktur* und *Übereinstimmender Lebensstil*, bzw. *Abweichende Sozialstruktur* und *Abweichender Lebensstil* zugeordnet werden können. Trotzdem haben sie ihre Berechtigung, da auch bezüglich der Artikel von einer Zusammenfassung vieler Indikatoren in einzelnen Absätzen/Sinnabschnitten ausgegangen werden kann.

diesen Indikator Berichte, die ein Gefühl von physischer und psychischer Sicherheit vermitteln.

#### **6. *Betätigungsmöglichkeiten für Freiberufler, ‚Kreative‘ (Kreative)***

Gemeint sind Artikel über das Schanzenviertel, in denen das Vorhandensein des quartären Sektors (‚Informationssektor‘), die zunehmende Bedeutung dieses Sektors und ein Umfeld, welches für kreative Berufe empfänglich ist, thematisiert wird. Es sind auch die Nennung von innovativen Geschäftsideen, sowie Unternehmen der ‚Neue Medien‘ und dem Vorhandensein von ‚Kreativen Köpfen‘ im Viertel enthalten.

#### **7. *Kinderfreundliche Infrastruktur (Kinder)***

Unter diesen Indikator fällt die Berichterstattung über Angebote für Kinder; hierzu zählen Kinderhorte, Kindertagesstätten, Kindergärten, Schulen, Spielplätze, Freizeitstätten, Sportvereine und sonstige Einrichtungen, die in erster Linie auf die Bedürfnisse von Kindern ausgerichtet sind.

#### **8. *Hochwertiger Einzelhandel (Einzelhandel)***

Der Leser der Tageszeitung erfährt vom Vorhandensein einer hochwertigen und außergewöhnlichen Einzelhandelsstruktur, also individuellen Boutiquen, Feinkostläden im oberen Preissegment, Bioläden, Einrichtungshäuser namhafter Designer, etc..

#### **9. *Internationale/ hochwertige Gastronomie (Gastronomie)***

Hierzu zählt die Berichterstattung über Lokale mit internationaler Speisekarte und einem Angebot an kulinarischen Spezialitäten im hohen Preissegment. Zum Beispiel wird von einer hohen Nachfrage oder langen Wartezeiten berichtet sowie über die Bekanntheit der gastronomischen Einrichtung in der Stadt und darüber hinaus.

#### **10. *Alternative Kultur (~)***

Außergewöhnliche kulturelle Veranstaltungen, bzw. außergewöhnliche Veranstaltungsorte werden thematisiert. Unter diesen Indikator wird Kunst/ Kultur zusammengefasst, welche nicht für eine breite Masse bestimmt, also ‚etwas Besonderes‘ ist.

Der Indikator beinhaltet die Berichterstattung über Kinos (Programm kino) im



Schanzenviertel und dementsprechende Premierenveranstaltungen, Kinofestivals, Veranstaltungshinweise und Nachbesprechungen. Selbiges gilt für alternative Musik, also den Hinweis auf entsprechende Konzerte, Veranstaltungshinweise und Nachbesprechungen.

Des Weiteren fallen Straßenfeste, Kulturfeste, Musikfestivals, Lesungen, alternative Theaterprojekte und Comichandel, etc. unter diesen Indikator.

### ***11. Unkonventionelle Wohnmöglichkeiten (Wohnungen)***

In diesen Indikator ist die Berichterstattung über modernisierte oder sanierte Altbauten, also die Wiederherstellung oder Aufwertung alter Bausubstanz eingeschlossen; hierzu zählt auch die Verfügbarkeit dieser alten Bausubstanz. Des Weiteren umfasst der Indikator Loftwohnungen, also die Berichterstattung über das Vorhandensein und die Verfügbarkeit von Lofts bzw. alten Industriehallen oder Fabriken, die als Lofts genutzt werden können.

### ***12. Ausweisung zum Sanierungsgebiet, Sanierungen (Sanierungen)***

Hierzu zählt die Berichterstattung über die Planungen zur Ausweisung eines Sanierungsgebietes im Schanzenviertel und die derzeitige Festlegung. Das Sanierungsgebiet kann bereits wieder aufgehoben worden sein (Sanierung ist erfolgt bzw. war erfolgreich). Auch Berichte über einzelne Maßnahmen zur Aufwertung des Viertels, die auf Grundlage der Festlegung des Sanierungsgebietes oder unabhängig hiervon getroffen wurden, der Einsatz von Geldmitteln zur Sanierung, etc. können zu diesem Indikator zugeordnet werden.

### ***13. Quartiersmanagement (~)***

Es wird über die Einführung eines Quartiersmanagements bzw. Aktionen, welche von diesem ausgehen, berichtet. Hier können z.B. Gespräche und Diskussionen zwischen Bewohnern und der städtischen Verwaltung bzw. der lokalen Politik genannt werden, aber auch ‚Runde Tische‘, die Verteilung von Fördergeldern sowie die Schaffung von Anlauf- und Versammlungspunkten.

### ***14. Grünanlagen/ Parks (Parks)***

Der Indikator umfasst die Berichterstattung über Grün- und Freizeitflächen im

Schanzenviertel sowie deren Nutzungsmöglichkeiten und den Erhalt der Flächen.

### ***15. Politisches Engagement (Engagement)***

Hierunter fallen Berichte über Aktionen, mit denen die Bewohner auf soziale, politische und kulturelle Missstände hinweisen bzw. sich für einen ‚guten Zweck‘ einsetzen wollen, also Demos, Bürgerinitiativen, Benefizveranstaltungen und konkrete Hilfeleistungen an Bedürftige. Zudem zählen hierzu auch der friedlicher Einsatz für persönliche Belange wie der Fernhaltung von Massentourismus aus dem Viertel oder den Erhalt von Kultur- und Bildungseinrichtungen.

### **B) „Das in den Medien vermittelte Image ist unattraktiv für Gentrifier.“**

#### **Indikatoren und Codes:**

### ***16. Abweichender Lebensstil (Abw. Lebensstil)***

Als Gegenpart zum „Modernen Selbstverwirklichungstyp“ (Spellerberg 2007: 190) kann der „passive[r], zurückgezogen lebende[r] Typ“ (ebd.) betrachtet werden. Der Indikator beinhaltet die Berichterstattung über diese Lebensstilgruppe, also Bewohner, die sich nicht für „Kultur- und Stilfragen“ (ebd.) interessieren sowie solche, die nicht in die Gemeinschaft integriert werden wollen/können. Dazu gehören ältere Bewohner mit einer geringen finanziellen Ausstattung und niedrigem Bildungsniveau (s. auch Indikator 17). Zudem lassen sich Berichte über eine stark konservative Sichtweisen von Bewohnern oder Angehörigen des Schanzenviertels hierunter fassen, auch verbunden mit dem Begriff ‚Kleinbürgertum‘.

### ***17. Abweichende Sozialstruktur (Abw. Sozialstruktur)***

Ein hierunter fallender Artikel oder Teil eines Artikels thematisiert die Bewohnern des Schanzenviertels, welche sich in einer ökonomisch schwierigen Situation befinden, allgemein als ‚arm‘ umschrieben; charakteristisch hierfür sind z.B. Obdachlose. Auch Hilfseinrichtungen, also Essenausgaben wie ‚Die Tafel‘ oder ‚Arche‘ und Kleiderkammern können Bestandteil dieser Berichterstattung sein, genauso wie die Veröffentlichung von Statistiken und Berichten über Bewohner, die auf staatliche Hilfe angewiesen sind. Zusammengefasst werden kann dies unter den Begriff ‚Unterschicht‘, mit dem Berichte über diejenigen gemeint sind, die keinen Zugang zu gesellschaftlichen

Einrichtungen oder Kultur haben. Zudem zählen zum Indikator die im Verhältnis zu den Gentrifiern als ‚alt‘ zu bezeichnenden Bevölkerungsschichten, also Berichte über Personen, welche 60 Jahre und älter sind und im Schanzenviertel leben oder sich vorzugsweise dort aufhalten.

### ***18. Arbeitslose (~)***

Hierzu zählen Statistiken und Artikel(-teile), welche auf eine hohe Anzahl an potentiellen Erwerbspersonen hinweisen, die keiner bezahlten Beschäftigung nachgehen. Daneben wird in diesen Indikator die Berichterstattung über den Abbau von Arbeitsplätzen im Schanzenviertel und in den angrenzenden Bereichen sowie das Vorhandensein von Einrichtungen für Arbeitslose (z.B. Arbeitsloseninitiativen) einbezogen.

### ***19. Militante Linke (~)***

Der Indikator steht für die Berichterstattung über gewalttätige Ausschreitungen im Zusammenhang mit Aktionen der linken Szene, also Ausschreitungen im Umfeld von Aktionen gegen Faschismus, Rassismus, Sozialabbau, Umweltgefährdung, Globalisierung, etc. Die Gewalt gegen Polizisten, Krawalle und Straßenschlachten können Bestandteil der Artikel sein; hierbei fallen Stichworte wie ‚Chaoten‘ oder ‚Maikrawalle‘.

### ***20. Unsicherheit (~)***

Der Indikator beinhaltet Berichte, die in der Lage sind, Angst bezüglich des Schanzenviertels zu schüren. Das Durchspielen von möglichen Gewaltszenarien und potentiellen Gefahrensituationen gehört genauso dazu, wie die Vermittlung eines unbehaglichen Gefühls und die Darstellung von Risiken, welche das Wohnen bzw. Verweilen im Schanzenviertel mit sich bringt.

### ***21. Kriminalität/ Gewalt (Kriminalität)***

Zu diesem Indikator zählt die Berichterstattung über Gewaltdelikte wie Vergewaltigungen, Körperverletzung, Mord, etc. und über sonstige sachbezogene Delikte wie Sachbeschädigung, Diebstahl oder die unrechtmäßige Erschleichung von

Leistungen. Ebenso kommt bei diesem Indikator die Veröffentlichung von amtlichen Statistiken, welche eine auffallend hohe Kriminalitätsrate/ Anzahl von Gewaltdelikten aufweisen, zum Tragen.

### ***22. Drogenszene (~)***

Wesentlich für diesen Indikator ist die Berichterstattung über den Handel mit Drogen oder den Konsum von Drogen im Schanzenviertel. Hierunter fallen auch Textpassagen, in denen von Razzien durch die Polizei, Belästigungen der Anwohner durch die Drogenabhängigen oder Dealer und Beschaffungskriminalität die Rede ist. Umfasst werden Anlaufstellen für Drogensüchtige, genauer Fixerstuben, Beratungsangebote, Übernachtungsmöglichkeiten, Wohneinrichtungen für Süchtige, Aufenthaltsräume und Therapiemöglichkeiten.

### ***23. Verfall (~)***

Die sichtbare Verschlechterung der Bausubstanz von Gebäuden, aber auch vom Zustand öffentlicher Plätze und des Straßenbildes wird thematisiert, genau so wie Gebäude, deren Sanierung dringend notwendig wäre.

### ***24. Unwirtlichkeit (~)***

Der Artikel(-teil) vermittelt den Eindruck, dass ein Aufenthalt im Viertel nicht angenehm verlaufen kann. Entweder wird die Quelle der Unwirtlichkeit direkt benannt oder es wird in Form von Umschreibungen auf einen Mangel an Behaglichkeit im Viertel verwiesen.

### ***25. Verschmutzungen (~)***

Hierunter fällt die Berichterstattung über die sichtbare Verunreinigung von Straßen, Gebäuden und Nutzgegenständen, also das Hinterlassen von (Sperr-) Müll, Unrat, und der daraus resultierende Befall mit Ungeziefer wie Kakerlaken, Ratten, etc.. Artikel über Drogenbestecke, welche auf öffentlich zugänglichen Flächen zurückgelassen werden, zählen auch zu diesem Indikator.

### ***26. Verkehrsbeeinträchtigung (Verkehr)***

Artikel, in denen Verkehrsbeeinträchtigungen jeglicher Art thematisiert werden, fallen

hierunter. Dieses können Belästigungen durch Lärm und andere Emissionen wie CO<sup>2</sup> sein, welche von PKW, LKW und anderen Transportmöglichkeiten produziert werden. Der Mangel an Parkplätzen für die Bewohner und Besucher des Viertels und die damit einhergehenden Probleme werden ebenfalls unter diesen Indikator gefasst.

### ***27. Massentourismus (Tourismus)***

In den Artikeln wird ein erhöhtes Aufkommen von Touristen genannt, welche im Schanzenviertel vorhanden oder zu erwarten sind. Garanten für dieses Phänomen sind die Ansiedlung großer Hotels, aber auch überregional bekannter, groß dimensionierter Kultureinrichtungen wie Musicals, Theater und Konzerthallen mit einer dementsprechend hohen Anzahl an Besuchern.

An dieser Stelle ist anzumerken, dass die Code- bzw. Indikatorenliste nicht als abgeschlossen zu betrachten ist. Es handelt sich hierbei um eine Auswahl von Indikatoren, mit denen sich ein attraktives bzw. unattraktives Image für die Gentrifier beschreiben lässt; diese Auswahl ist begründet im Umfang der gesichteten Gentrificationliteratur. Es ist denkbar, dass eine umfassendere Materialsichtung zu weiteren Indikatoren und folglich zu leicht veränderten Ergebnissen geführt hätte.

## **4. Ergebnisse**

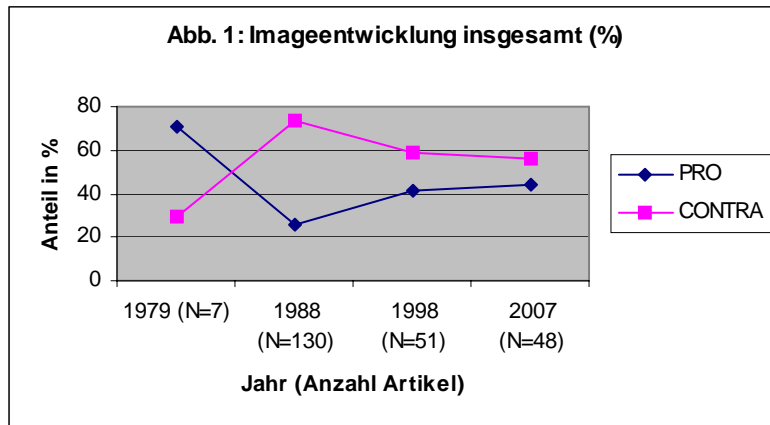
Es werden nun die Ergebnisse der Erhebung unter Berücksichtigung der Entstehungszusammenhänge der einzelnen Tageszeitungen dargestellt. Im Vorfeld soll die Vorgehensweise in Hinblick auf die für die Inhaltsanalyse gültigen Qualitätskriterien überprüft werden:

Die Codierung der Zeitungsartikel wurde von mir zwei Mal zu unterschiedlichen Zeitpunkten durchgeführt und erzielte dabei jeweils dasselbe Ergebnis, wodurch die Intracoder-Reliabilität nachgewiesen werden konnte. Die erste Codierung erfolgte sofort, nachdem alle verfügbaren Tageszeitungen vorgelegen haben; die zweite geschah, nachdem die Ergebnisse der ersten Codierung graphisch dargestellt worden waren. Es konnte zudem festgestellt werden, dass das Erhebungsergebnis grundsätzlich valide ist,

da die festgelegten Indikatoren ausgereicht haben, um eine Einstufung des in den Tageszeitungen repräsentierten Images in attraktiv/ unattraktiv im Rahmen meiner Forschungsfrage zu ermöglichen.

#### 4.1 Imagewandel des Schanzenviertels

##### 4.1.1 Zusammenfassung der Imageentwicklung



Wie Abb.1 zeigt, ist die größte Anzahl an Artikeln für das Jahr 1988 zu finden (N=130). Vor dem Hintergrund der politischen Auseinandersetzung um die Nutzung des ehemaligen Operettenhauses ‚Flora‘ ist die Berichterstattung über das Schanzenviertel in diesem Zeitraum zu einem medialen Ereignis geworden.

Im Gegensatz dazu können für das Jahr 1979 nur 7 Artikel über das Viertel gefunden werden. Anfänglich sollte die Analyse der Berichterstattung aus dem Jahr 1979 dazu dienen, die Attraktivität des Images des Schanzenviertels zu Beginn des Gentrificationprozesses herauszustellen. Auf Grund der geringen Anzahl an Artikeln kann über das im Jahr 1979 für Gentrifizierer vermittelte Image jedoch keine Aussage getroffen werden. Das Untersuchungsjahr 1979 ist daher in der folgenden Darstellung des Images in Hinblick auf die ausgewählten Zeitungen (Abb. 2 bis 7) nicht aufgeführt. Die geringe Anzahl an Artikeln, von denen fünf ein attraktives Image für Gentrifizierer vermitteln, könnte in der Illustration zu der Annahme führen, das Image sei 1979 deutlich attraktiver für Gentrifizierer gewesen als in den darauf folgenden Jahren. Auf Grund des geringen Stichprobenumfangs kann hiervon jedoch nicht ausgegangen werden.

In den Jahren 1998 und 2007 lassen sich ca. 50 Artikel pro Halbjahr finden. Wie aus der später folgenden Darstellung der Indikatoren sichtbar wird, war 1998 die Berichterstattung über die Drogenproblematik im Schanzenviertel ausschlaggebend; eine solche thematische Dominanz ist in 2007 nicht mehr auszumachen. Neben den Krawallen, welche regelmäßig aus dem Bereich der militanten linken Szene entspringt, sorgen 2007 vor allem kulturelle Veranstaltungen und die alternative Lebensweise für Medienpräsenz.

Betrachtet man den Verlauf des Images in der Zusammenfassung aller untersuchten Tageszeitungen in Abb.1, so ist dieses von 1988 bis 2007 erheblich attraktiver für Gentrifizierung geworden. Insgesamt hat der Anteil an Artikeln, welche ein attraktives Image des Schanzenviertels implizieren, deutlich zugenommen, während der Anteil an Artikeln, welche ein für Gentrifizierung unattraktives Image repräsentieren, erheblich zurückgegangen ist.

Wie sich im weiteren Verlauf noch zeigen wird, sind vor allem das HA und die MOPO die Träger dieser Entwicklung, wobei in der MOPO im Jahr 2007 der Anteil an attraktiven Images den der unattraktiven Images sogar übersteigt. Bei der taz ist demnach ein gegenläufiger Trend zu beobachten, da hier der Anteil an Artikeln, welche Unattraktivität implizieren, von 1998 bis 2007 wieder deutlich angestiegen ist und gleichzeitig das attraktive Image seltener eine Rolle spielt (vgl. Abb.2). In der abschließenden Diskussion wird auf die Diskrepanz zwischen den Ausrichtungen der einzelnen Tageszeitungen noch genauer einzugehen sein.

Bei der auf Grundlage der Indikatorenliste durchgeführten Auswertung der Zeitungsartikel hat sich gezeigt, wie konkret die Beschreibung der einzelnen Indikatoren in der Codierliste erfolgen muss, um eine richtige Zuordnung zu gewährleisten. Schwierigkeiten haben sich vor allem bei der Zuordnung der Indikatoren *Militante Linke* und *Engagement* ergeben. In den Zeitungsartikeln lässt sich die Berichterstattung, welche die Auswahl dieser beiden Indikatoren zur Folge hat, häufig nicht klar voneinander abgrenzen. Dies ist allerdings nicht weiter erstaunlich, da im Schanzenviertel bei Demonstrationen, etc. oftmals gewalttätige und gewaltfreie Teilnehmer anwesend sind, welche in den Medien auftauchen. Häufig kommt es jedoch

dazu, dass die militanten Aktionen einzelner Teilnehmer die Berichterstattung dominieren, obwohl der Großteil der Anwesenden nicht daran beteiligt ist.

Bezogen auf die gesamte Anzahl an Zeitungen kann bei acht Artikeln keine eindeutige Zuordnung zum attraktiven bzw. unattraktiven Image für Gentrifier erfolgen, da hier zu gleichen Teilen beide Seiten des Images angesprochen werden. Es muss angenommen werden, dass auch bei den Gentrifiern beim Lesen der Artikel widersprüchliche Botschaften angekommen sind. Aus diesem Grund wurden die betroffenen Artikel aus der Auswertung herausgenommen, da eine beliebige Zuordnung das Gesamtergebnis unter Umständen verfälscht hätte.

Die Zeitungsartikel, bei denen keine eindeutige Zuordnung möglich ist, sind vor allem auf die Jahre 1988 und 1998 zu datieren; diese Feststellung und mein subjektiver Eindruck führen mich zu der Annahme, dass 2007 eine eindeutige Einstufung der Artikel möglich ist. Es wird direkt auf die Vorzüge und den Charme des Schanzenviertels hingewiesen; gleichzeitig werden insbesondere die ‚Schattenseiten‘ betont, sobald es einen konkreten Anlass, wie eine Ausschreitungen nach einer Demonstration, gibt. Die ausgewerteten Zeitungsartikel lassen den Schluss zu, dass in der aktuellen Berichterstattung stärker auf eine klare Abgrenzung zwischen dem Wohnort Schanzenviertel, inklusive der hier ansässigen Bewohner, Institutionen und Veranstaltungen, und den Aktionen der militanten Linken geachtet wird.

In Abb. 1 ist das im Querschnitt durch alle drei untersuchten Tageszeitungen ermittelte Image, welches der Berichterstattung zugrunde liegt, dargestellt. Im Folgenden sollen die einzelnen Tageszeitungen in Hinblick auf die enthaltenen Imagedarstellungen genauer betrachtet werden, da sich bisweilen erhebliche Unterschiede in der Berichterstattung und somit der Anzahl an Artikeln mit attraktivem und unattraktivem Image ergeben.

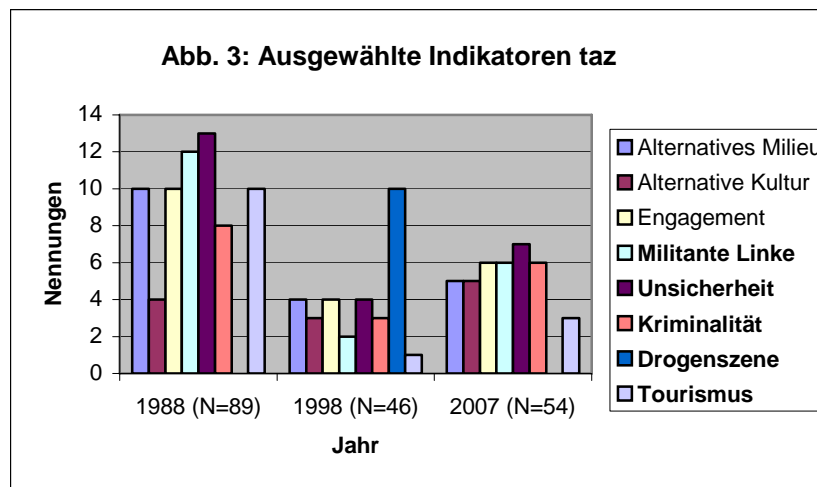
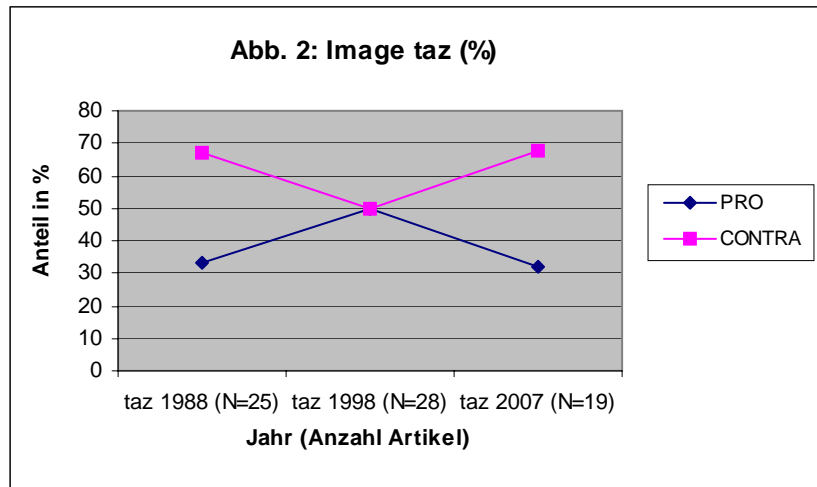
#### 4.1.2 Differenzierung des Images nach den Tageszeitungen

1979: Im Jahr 1979 wird das Schanzenviertel in der taz überhaupt nicht thematisiert. Hierbei ist zu erwähnen, dass sich die taz 1979 noch in der Entstehung befunden hat und zu diesem Zeitpunkt eine Fokussierung auf Berlin festzustellen war. Es gab damals noch keine Hamburger Regionalausgabe, so dass die Berichterstattung über einen



überregional eher unbekanntem Stadtteil wie dem Schanzenviertel nicht auf besonderes Interesse gestoßen ist.

### Image taz



1988: Im Jahr der Auseinandersetzungen um die ‚Rote Flora‘, tendiert die Berichterstattung der taz eindeutig dazu, ein für Gentrifier unattraktives Image darzustellen (der Anteil an CONTRA-Artikeln beträgt 67 %, vgl. Abb. 2), einhergehend mit einer häufigen Nennung der Indikatoren *Militante Linke* und *Unsicherheit* (vgl. Abb. 3). Ein Beispiel hierfür ist ein Artikel über einen Polizeieinsatz nach einer Demonstration, welcher dem Leser das Gefühl von Unsicherheit vermittelt: „Während einer wahren Menschenjagd schlugen die Beamten auch mit äußerster Brutalität auf

unbeteiligte PassantInnen ein“ (taz vom 30.9.1988). Es wird aber immerhin in 33 % der Artikel ein attraktives Image vermittelt. Erwägt man dabei die (linke) politische Ausrichtung der taz, so ist dieses Ergebnis wenig überraschend. Folglich wird immer wieder Sympathie mit den Demonstranten und ihren Anliegen gegen den ‚Flora‘-Neubau geäußert: So ist „der geplante Musical-Palast zum Symbol für die befürchtete Umstrukturierung des Viertels, das heißt die Vertreibung ‚cityuntypischer Innenstadtbewohner‘ geworden“ (taz vom 15.07.88). Auch militante Aktionen werden häufig mit dem Charme der grün-alternativen Szene vermischt. Deutlich wird dies an der (relativ) häufigen Nennung der Indikatoren *Alternatives Milieu*, *Alternative Kultur* und *Engagement* (vgl. Abb. 3).

1998: Im Schanzenviertel nimmt die Drogenproblematik überhand; dies wird an der hohen Anzahl der Nennungen des Indikators *Drogenszene* (N=10, vgl. Abb. 3) deutlich. Jedoch veröffentlicht die taz insgesamt gleich viele Artikel mit attraktiven bzw. unattraktiven Images (vgl. Abb. 2). Auf der positiven Seite kommen vor allem das *Engagement*, die *Alternative Kultur* und das *Alternative Milieu* (Abb. 3) im Allgemeinen zum Tragen. So wird in einem Veranstaltungshinweis auf das „traditionelle Straßenfest im Schanzenviertel“ (taz vom 18.07.1998) darauf verwiesen, dass hier „politisch korrekt abgefetet“ (ebd.) wird.

2007: In diesem Erhebungszeitraum ist die Anzahl an Artikeln, die ein für Gentrifizier unattraktives Image vermitteln, wieder deutlich angestiegen. Entsprechende Artikel werden fast doppelt so häufig verbreitet wie solche, die ein attraktives Image transportieren (vgl. Abb. 2). Obwohl die *Drogenszene* nun keine Rolle mehr spielt, wird in der taz häufig die *Unsicherheit* im Schanzenviertel thematisiert (vgl. Abb. 3). Hiermit einher gehen vermehrte Nennungen der Indikatoren *Kriminalität* und *Militante Linke*, wie folgendes Beispiel veranschaulicht: „Die Polizei war mit 700 Beamten im Einsatz. Mit Wasserwerfern und Schlagstöcken versuchte sie, die Straße zu räumen. Bis in die frühen Morgenstunden hielten die Auseinandersetzungen an“ (taz vom 24.09.2007). Gleichzeitig werden das *Alternative Milieu*, die *Alternative Kultur* sowie das *Engagement* wieder bedeutender (vgl. Abb. 2).

Zusammenfassung: Das Image des Schanzenviertels, welches in der taz verbreitet wurde, war in 1998 am attraktivsten für Gentrifizier und ist im Jahr 2007 wieder als unattraktiver

einzustufen, da hier die Anzahl an Artikeln mit attraktivem Image wieder geringer wird und das unattraktive Image für Gentrifier deutlich überwiegt; gleichwohl konnte der Anteil an Artikeln mit einem attraktiven Image denjenigen mit einem unattraktiven Image zu keinem Zeitpunkt übertreffen.

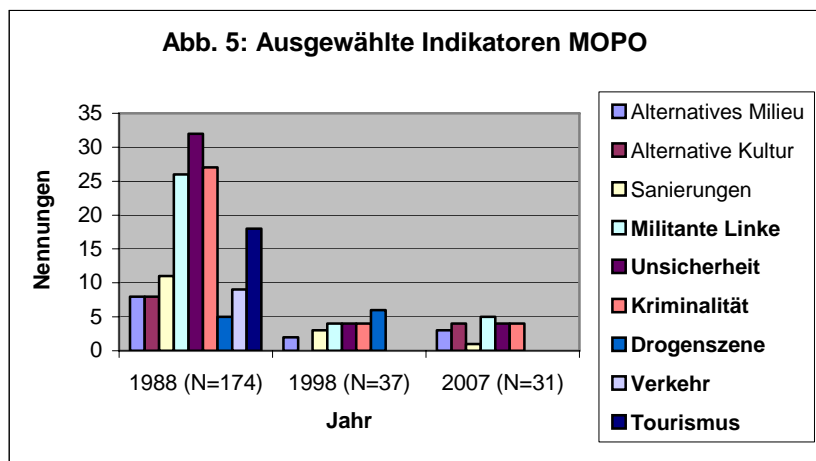
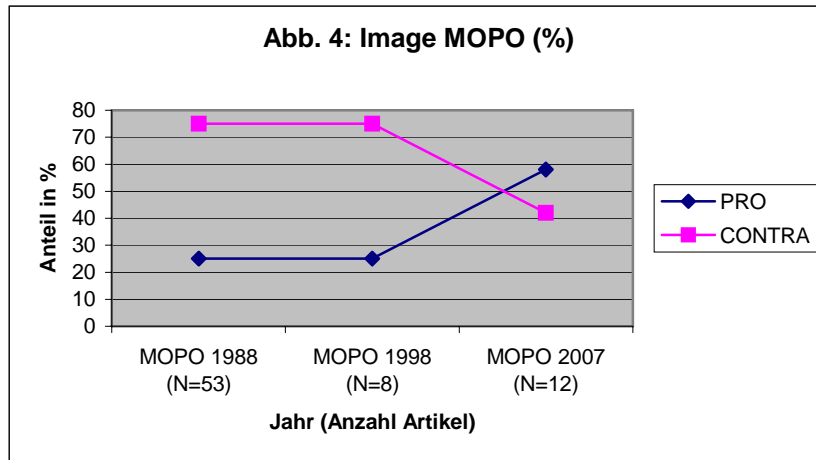
Das Auseinanderdriften der Werte im Jahr 2007 ist auf die spezielle Betrachtungsweise von Vorgängen innerhalb des Schanzenviertels von Seiten der linken taz zurückzuführen. Es wird in der Berichterstattung auch über den Hintergrund von Demos und Aktionen geschrieben, welcher häufig in der Unzufriedenheit der linken Szene mit politischen Entscheidungen bezüglich des Stadtteils, aber auch bezüglich umfassenderer Thematiken, wie Globalisierung oder Gesetzen zum Datenschutz liegt. Hierbei entsteht für den Gentrifier als Leser jedoch häufig ein unattraktives Image, sobald diese Unzufriedenheit durch Anwendung von Gewalt ausgedrückt wird. Im Schanzenviertel ist dies beinahe immer der Fall. 1998 wurde das Schanzenviertel allerdings stärker im Blickfeld der positiven Aspekte des *alternativen Milieus* und seiner speziellen *Kultur*, sowie des damit einhergehenden *Politischen Engagements* gesehen.

Auffallend ist zudem die insgesamt relativ hohe Anzahl an Artikeln über das Schanzenviertel in den Jahren 1988 und 1998, welche 2007 deutlich zurückgegangen ist (vgl. Abb. 2). Dies ist möglicherweise darauf zurückzuführen, dass die politisch brisanten und somit für die taz berichtenswerten Vorfälle auf die Jahre 1988 und 1998 zu datieren sind und das Schanzenviertel 2007 nur noch als eines von vielen Szenevierteln gesehen wird, in dem die periodisch stattfindenden Krawalle zum Alltag gehören.

Auffällig ist auch, dass in der taz im Jahr 1998 insgesamt mehr Artikel veröffentlicht wurden als im eigentlichen ‚Skandaljahr‘ 1988 (vgl. Abb. 2). Wie sich später zeigen wird, ist die Artikelzahl in den beiden anderen Zeitungen in diesem Zeitraum deutlich zurückgegangen. Zu erklären ist dies mit dem Ansatz der taz, nicht nur auf die bestehende Drogenproblematik oder Hausbesetzungen einzugehen, sondern im Jahr 1998 auch immer wieder kritisch zu hinterfragen, welche sozialen und gesellschaftlichen Bedürfnisse sich in diesen Phänomenen niederschlagen. Zudem hat die taz 1988 weitestgehend darauf verzichtet, einen Skandaljournalismus zu betreiben und jeden Tag

aufs Neue auf die Demonstrationen und Krawalle einzugehen, so dass hier erheblich weniger Berichterstattung geleistet wurde als in der MOPO und dem HA.

### Image MOPO



1979: Es sind insgesamt nur 5 Artikel zu finden, welche sich mit dem Schanzenviertel auseinandersetzen, so dass in diesem Jahr keine Aussage über das vermittelte Image möglich ist.

1988: Der Anteil an Artikeln, welche ein unattraktives Image transportieren, überwiegt den Anteil an Artikeln, welche ein attraktives Image vermitteln bei Weitem (vgl. Abb.4). Als die Berichterstattung dominierende Thematiken können in diesem Jahr folglich die herrschende *Unsicherheit*, *Kriminalität* und die Aktionen der *Militanten Linken* (vgl. Abb. 5) im Schanzenviertel ausgemacht werden. Auch die Berichterstattung über den Neubau des Musicaltheaters ‚Flora‘ wirkt negativ auf das Image ein (vgl. Indikator

*Massentourismus*, Abb. 5). Unter der Überschrift „Jede Nacht Ärger am Theaterbau“ wird am 12.07.1988 in der MOPO berichtet: „So ist die „Flora“ die bestbewachte Baustelle Hamburgs geworden: Tag und Nacht patrouilliert die Polizei.“

Das attraktive Image hat einen Anteil von 25 % an der Berichterstattung (vgl. Abb. 4). Die Berichterstattung über die Bemühungen um die physische Aufwertung des Schanzenviertels (*Sanierungen*) sowie über das *Alternative Milieu*, welches hier ansässig ist, können das repräsentierte Image nicht nachhaltig verbessern.

Zudem wird das hohe mediale Interesse der MOPO am Schanzenviertel im Jahr 1988 an der großen Zahl von Zeitungsartikeln (N=53, vgl. Abb. 4) deutlich. Beachtet man, dass es sich bei der MOPO um eine Boulevardzeitung handelt, welche zur Verkaufsförderung auf markante Schlagzeilen angewiesen ist, so scheint dies durchaus schlüssig; gewalttätige Auseinandersetzungen der linken Szene mit der Polizei sind demnach als ‚Aufmacher‘ gut geeignet.

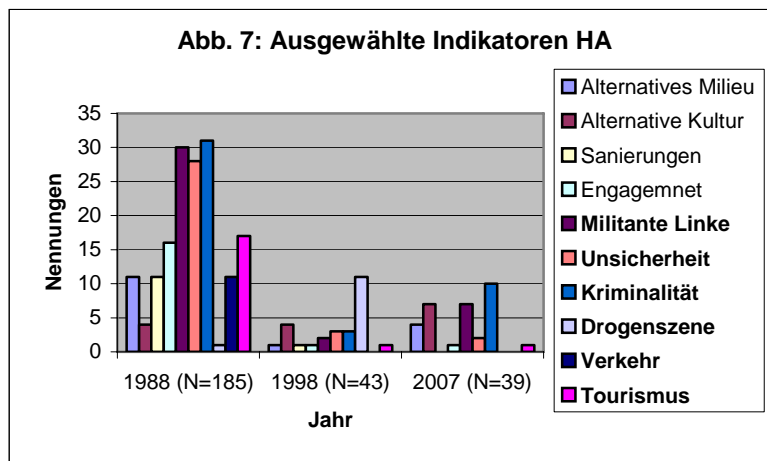
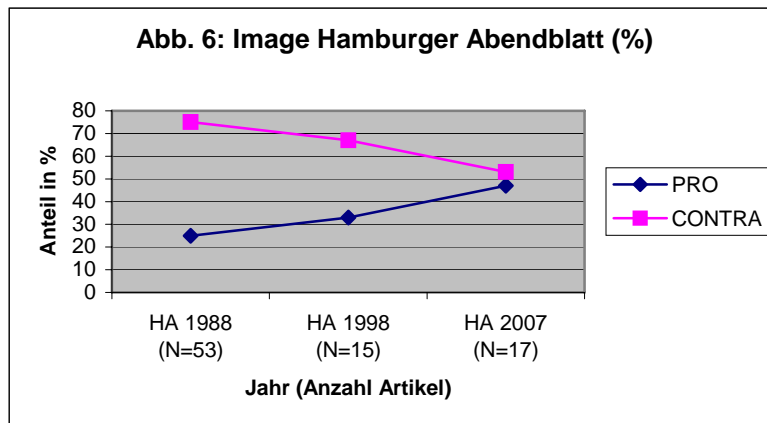
1998: Insgesamt war die Berichterstattung in diesem Jahr im Vergleich zu 1988 stark rückläufig; hier können nur noch acht Artikel gefunden werden (vgl. Abb. 4). Somit bewegt sich sowohl die Anzahl an Artikeln mit attraktiven, als auch mit unattraktiven Images auf einem niedrigen Niveau. Liegt der Anteil an Artikeln, welche ein abschreckendes Image vermitteln, bei 75 %, so ist der Anteil des attraktiven Images mit 25 % relativ gering (vgl. ebd.); im Vergleich zu 1988 hat sich hier folglich keine Veränderung ergeben. Nimmt man die Indikatorenverteilung als Erklärungsansatz, so kann der Indikator, mit dem die *Drogenszene* umschrieben wird, im Jahr 1998 als Hauptursache für die Darstellung eines unattraktiven Images betrachtet werden (vgl. Abb. 5). Ebenfalls bedeutend sind auf der ‚negativen‘ Seite die *Kriminalität* und die *Unsicherheit*, welche beide sicher auch mit der Drogenszene in Verbindung stehen, sowie die Auseinandersetzungen mit der *Militanten Linken* (vgl. ebd.). In dem Artikel „Stadtteilmanager soll die Schanze retten“ aus der MOPO vom 03.12.1998 wird der Inhaber eines Modegeschäfts zitiert: „Mir reicht´s. Ich werde wahrscheinlich am Jahresende mein Geschäft dichtmachen. In diesem Umfeld kommen einfach keine zahlungskräftigen Kunden mehr.“

Auf der ‚positiven‘ Seite kommen wiederum das *Alternative Milieu*, sowie die *Sanierungen* zum Tragen, wenn auch nur in sehr geringem Umfang (vgl. Abb. 5).

2007: Es ist wieder ein leichter Zuwachs an Artikeln über das Schanzenviertel in der MOPO feststellbar. Auffallend ist, dass in diesem Jahr zum ersten Mal mit 60 % eine Überzahl an Artikeln zu finden ist, welche ein attraktives Image vermitteln. Bewegt man sich hier in den Jahren 1988 und 1998 bei einem Wert von 25 %, so zeigt der für das Jahr 2007 ermittelte Wert einen erheblichen Wandel auf. Die Anzahl an Artikeln, welche ein unattraktives Image verbreiten, ist hingegen seit 1988 ständig zurückgegangen (vgl. Abb. 4). War das Jahr 1998 noch von der *Drogenszene* geprägt, so spielt diese 2007 gar keine Rolle mehr für das Image des Schanzenviertels. Bedeutender geworden sind hingegen das *Grün-alternative Milieu* und die *Alternative Kultur* (vgl. Abb. 5). Charakteristisch dafür ist ein Veranstaltungshinweis in der MOPO vom 05.07.2007 zum Theaterfestival ‚Kaltstart‘: „Im Gegensatz zu Festivals wie etwa ‚Finale 07‘, auf dem nur Werke von Regiestudenten zu sehen sind, bietet ‚Kaltstart‘ allen jungen Theatermachern eine Plattform.“ Wie die Darstellung der Indikatoren zeigt, ist die *Militante Linke*, welche auch als Teilgruppierung des alternativen Milieus betrachtet werden kann, ebenso wie *Kriminalität* und *Unsicherheit* weiterhin von Bedeutung für das Schanzenviertel (vgl. ebd.)

Zusammenfassung: Das in der MOPO vermittelte Image ist seit 1979 deutlich attraktiver für Gentrifier geworden. Unter Ausschluss des Jahres 1979, in dem lediglich fünf Artikel vorzufinden sind und welches deshalb nicht gewertet werden kann, liegt die Anzahl an attraktiven Images 2007 erstmals und einmalig in Hinblick auf die gesamten Erhebung über der Anzahl an für Gentrifier unattraktiven Images. Deutlich wird aber auch, dass das Interesse an einer Berichterstattung über das Schanzenviertel nach einem Höchstpunkt im Jahr 1988 nachgelassen hat und erst 2007 allmählich wieder ansteigt. Hier sind die Auseinandersetzungen um die ‚Flora‘, einhergehend mit Aktionen der *Militanten Linken* und *Kriminalität* ausschlaggebend. Insbesondere die *Unsicherheit* bezüglich der Zukunft des Schanzenviertels ist 1988 auf ein breites öffentliches Interesse gestoßen und wurde dementsprechend in der Boulevardzeitung vermarktet wurde. Im Jahr 2007 schien man daran interessiert, mit dem alternativen ‚Szeneviertel‘ Schanze auch solche Zielgruppen anzusprechen, die sonst nicht unbedingt als Stammleser bekannt sind.

## Image HA



1979: Insgesamt sind 1979 im HA nur drei Artikel über das Schanzenviertel erschienen. Aus diesem Grund ist auch hier keine Einschätzung hinsichtlich der Attraktivität des Images für die Gentrifier möglich.

1988: Beim HA wurden, ebenso wie bei der MOPO, im Jahr 1988 die meisten Artikel über das Schanzenviertel veröffentlicht. Hier liegt der Anteil an Artikeln, welche auf ein unattraktives Image verweisen, ebenfalls mit 75 % deutlich über dem Anteil an Artikeln mit attraktiven Images (vgl. Abb. 6).

Korrespondierend mit der hohen Anzahl an Artikeln ist 1988 auch eine große Zahl verschiedener Indikatoren vorzufinden. Den größten Anteil nehmen hierbei *Militante Linke*, *Kriminalität* und *Unsicherheit* ein (vgl. Abb. 7), was letztlich auch zu der Einstufung unattraktiv bezüglich des vermittelten Artikelimages für potentielle Gentrifier führt. Entsprechend den Darstellungen in taz und MOPO spiegelt sich in den

Artikeln des HA auch die Auseinandersetzung um den Bau des Musicaltheaters ‚Flora‘ wieder, welche in Zusammenhang mit der Unsicherheit bezüglich der touristischen Nutzung und Verdrängungseffekten im Viertel stehen. Ein Polizeisprecher wurde am 11.08.1988 im HA zitiert: „Die Vorfälle an der Flora lassen befürchten, dass das Schanzenviertel zu einem neuen Brennpunkt polizeilicher Arbeit wird.“

Auf Seiten des attraktiven Images spielen die Indikatoren *Alternatives Milieu*, *Sanierungen* und *Engagement* eine große Rolle (vgl. Abb. 7); deutlich wird hierbei wieder der enge Zusammenhang zwischen Aktionen der militanten Linken auf der einen und friedlichen Demonstrationen auf der anderen Seite. Die Trennung zwischen den beiden Gruppen und den damit in Zusammenhang stehenden Effekten, einschließlich der Attraktivität/ Unattraktivität des Images für potentielle Gentrifier, ist auch bei der Aus- bzw. Bewertung der Artikel nicht immer leicht gefallen (s.o.).

1998: Im Vergleich zu 1988 hat sich im Jahr 1998 nur eine geringe Abweichung in der Attraktivität des Images für Gentrifier ergeben. Der Anteil an Artikeln, welche ein für Gentrifier attraktives Image vermitteln, hat von 24 % auf 31 % leicht zugenommen, wohingegen der Anteil an Artikeln mit abschreckendem Image etwas zurückgegangen ist (vgl. Abb. 6).

Auf der ‚negativen‘ Seite kommt vor allem die Berichterstattung über die *Drogenszene* zum Tragen. Ohne diese hätte im Jahr 1998 wahrscheinlich der Anteil an attraktiven Images den Anteil an unattraktiven Images überwogen. So wird beispielsweise im Artikel „Härter durchgreifen“ im HA vom 30.07.1998 von Seiten eines Drogenexperten ein restriktiverer Umgang mit Angehörigen der Drogenszene empfohlen: „Es bringe die Stadt nicht weiter, wenn die Szene und die damit einhergehende Verwahrlosung von Quartieren wie der Schanze geduldet oder sogar verklärt würden.“

Die im Jahr 1988 noch überwiegenden Indikatoren *Unsicherheit* und *Kriminalität* sind in ihrer Häufigkeit deutlich zurückgegangen, was bei der Existenz der Drogenproblematik im Schanzenviertel so nicht zu erwarten war. Bedeutender ist hingegen auf der Seite des attraktiven Images vor allem der Indikator *Alternative Kultur* (vgl. Abb. 7) geworden, welcher in einem Artikel aus dem HA vom 30.09.1998 von einem Bewohner mit der Drogenszene in Verbindung gebracht wird: „Die Dealer würden in der Szenekneipe ‚Bar



Rossi' am Schulterblatt Import-Bier süffeln, während die Junkies vor der Flora im Dreck kauern.“

2007: Im Jahr 2007 ist der Anteil an Artikeln mit der Repräsentation eines attraktiven (47 %) bzw. unattraktiven (53 %) Images für Gentrifier (vgl. Abb. 6) annähernd gleich. Die Gründe hierfür sind in einer ausgeglichenen Auswahl an Themen, welche in den Artikeln behandelt werden, zu finden; dies spiegelt sich wiederum in der Auszählung der Indikatoren wider.

Dem *Alternativen Milieu* und der *Alternativen Kultur*, die für ein attraktives Image sprechen, stehen die Indikatoren *Militante Linke* und *Kriminalität*, die ein unattraktives Image verstärken, gegenüber (vgl. Abb. 7). Dieser Zwiespalt wird in der Berichterstattung über die gewalttätigen Ausschreitungen nach einem Straßenfest deutlich: „Diese Art der Meinungsäußerung kann politisch denkenden Menschen nur peinlich sein. Und von denen gibt es eigentlich gerade im Schanzenviertel eine Menge“ (HA vom 24.09.2007). Der Indikator *Kriminalität* ist ebenfalls in Zusammenhang mit der militanten Linken zu sehen, da es im Zuge von Demonstrationen und Festivitäten der linken Szene des öfteren zu Krawallen und Gewaltanwendungen gekommen ist: „Bei einer Demonstration unter dem Motto „Out of Control“ (Außer Kontrolle) ist es im Schanzenviertel am Sonnabend zu heftigen Auseinandersetzungen zwischen der Polizei und einem Teil der rund 3200 Demonstranten aus dem linken Spektrum gekommen“ (HA vom 17.12.2007).

Des Weiteren haben das alternative Milieu und insbesondere die hiermit zusammenhängenden kulturellen Aktivitäten ihren Ursprung häufig in der linken Szene. Die Angehörigen des alternativen Milieus sind aber insofern von den Anhängern der linksradikalen Szene abzugrenzen, dass ihre Anliegen ursprünglich von Gewaltfreiheit geprägt sind.

Zusammenfassung: Abschließend lässt sich festhalten, dass das HA in meiner Auswertung insgesamt die größte Anzahl an Artikeln mit Bezug auf das Schanzenviertel veröffentlicht hat (vgl. Abb. 6). Zu erklären ist dies eventuell mit dem besonderen Bezug des HA zur Stadt Hamburg, in der es auch als Vermittler von Thematiken wie Kommunalpolitik in außerordentlichem Maße involviert ist.

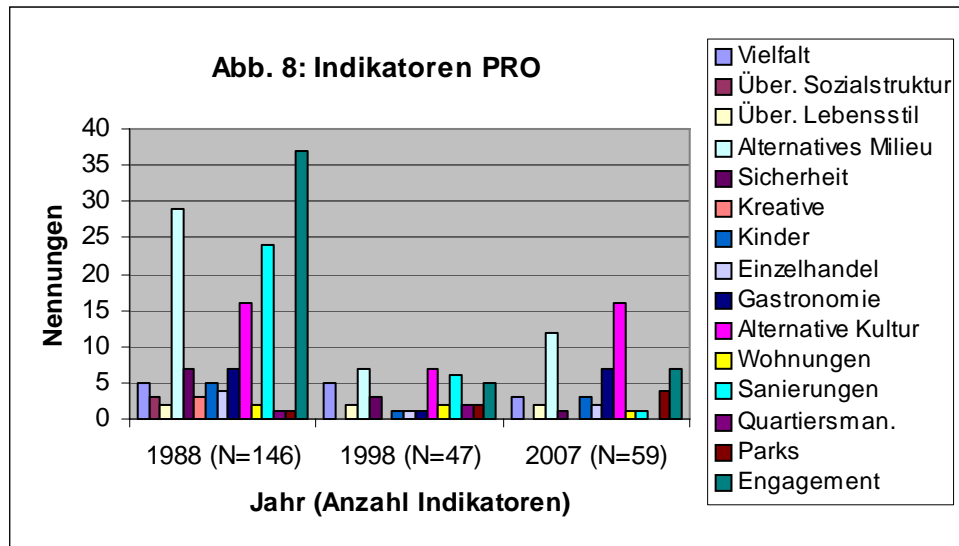
Wie auch die MOPO hat das HA 1988 eine kontinuierliche Berichterstattung durchgeführt. In diesem Jahr wurde zum Teil über mehrere Wochen täglich über das Schanzenviertel und insbesondere die Auseinandersetzungen um die ‚Flora‘ berichtet.

Besonders auffällig ist in den Artikeln des HA die allmähliche Annäherung von repräsentierten attraktiven und unattraktiven Images zwischen 1988 und 2007. Der Anteil an Artikeln, welche ein für Gentrifier attraktives Image vermitteln, nahm in dem Maße zu, wie der Anteil an Artikeln mit abschreckendem Image abnimmt (vgl. ebd.). Somit kann hier insgesamt von einer deutlichen Verbesserung des Images in Hinblick auf die für Gentrifier relevanten Indikatoren ausgegangen werden. Diese Attraktivitätssteigerung lässt sich hauptsächlich auf die wachsende Bedeutung des *Grünalternativen Milieus* und der damit zusammenhängenden *Alternativen Kultur* und dem *Politischen Engagement*, sowie dem Erfolg von *Sanierungen* Ende der 1980er Jahre zurückführen. Die *Militante Linke* und damit einhergehende *Kriminalität* und *Unsicherheit* spielen auch im Jahr 2007 noch eine große Rolle, können jedoch der zunehmenden positiven Berichterstattung über das *Alternative Milieu* nur in geringem Maße entgegenwirken.

#### 4.1.3 Indikatorenverteilung

Neben den ausgewählten Indikatoren, die zur Erschließung der Imageentwicklung in den einzelnen Tageszeitungen herangezogen wurden (vgl. Abb. 3, 5, 7), konnten in den Artikeln noch weitere Indikatoren gefunden werden, welche ebenfalls einen Einfluss auf die Attraktivität des Images für die Gentrifier haben. Nach der Durchführung des Pretest haben sich, wie bereits erwähnt, 27 Indikatoren finden lassen, welche zur Einordnung eines attraktiven/ unattraktiven Images des Schanzenviertels für Gentrifier herangezogen wurden. Hierbei können 15 Indikatoren der Einschätzung „attraktiv für Gentrifier“ (PRO) und 12 Indikatoren der Einschätzung „unattraktiv für Gentrifier“ (CONTRA) zugeordnet werden. Im Folgenden soll ein Überblick über die Häufigkeit der Nennung einzelner Indikatoren gegeben werden.

## PRO:

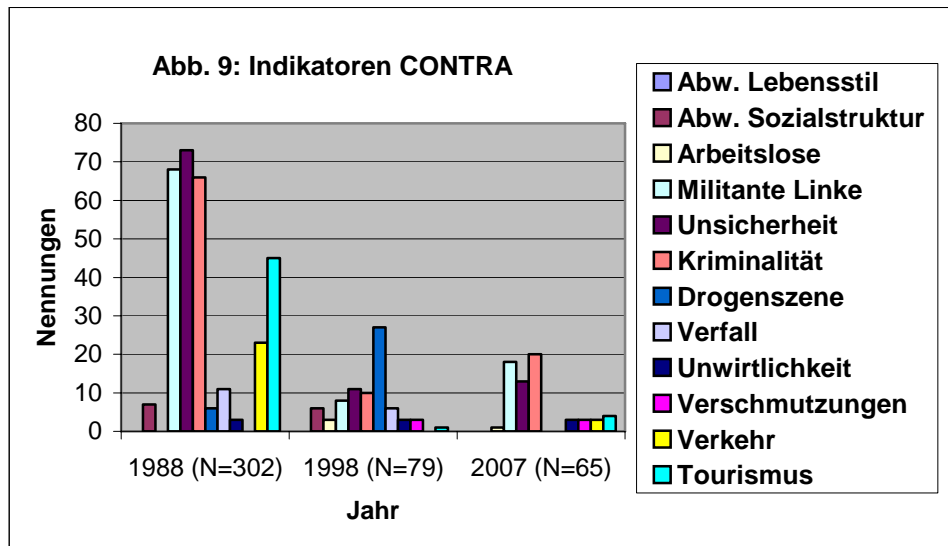


Auf Seiten der Indikatoren, welche für die Attraktivität des Images in Bezug auf die Vorstellungen der Gentrifier sprechen, nehmen das *Alternative Milieu*, *Sanierungen* und *Engagement* eine dominierende Stellung ein (vgl. Abb. 8). Überraschend ist hierbei, dass die Indikatoren *Vielfalt*, *Kreative*, *Einzelhandel* und *Gastronomie*, *Wohnungen*, sowie *Parks* (vgl. ebd.) sehr selten genannt werden. Dies lässt sich durch die Tatsache begründen, dass in die Medien nur das Besondere Eingang findet, worauf in der Diskussion noch eingegangen werden wird.

Wie zu erwarten war, ist parallel zur höchsten Anzahl an Artikeln, welche 1988 insgesamt vorzufinden ist, in diesem Jahr die Anzahl an Indikatoren ebenfalls erheblich höher als in den anderen Untersuchungsjahren (vgl. ebd.). Dies ist dennoch bemerkenswert, da im Jahr 1988 das Image insgesamt am unattraktivsten für Gentrifier war (vgl. Abb. 1). So sind mit der Berichterstattung über die Demo- und Krawallaktionen auch häufig Berichte einhergegangen, denen die Indikatoren *Alternatives Milieu* und *Engagement* zugeordnet werden konnten.

Die Anzahl an Indikatoren, welche auf die Attraktivität des Images für Gentrifier hinweisen, ist von 1998 (niedrigster Wert) bis 2007 wieder leicht angestiegen (vgl. Abb. 8), was auf ein größeres mediales Interesse am Schanzenviertel im Jahr 2007 verweist.

## CONTRA:



Ein entgegengesetztes Bild zeichnet sich bei der Anzahl an Indikatoren ab, welche auf die Unattraktivität des Schanzenviertels für Gentrifizierer hindeuten. Diese ist im Jahr 1988 ebenfalls mit Abstand am höchsten (N=302), nimmt jedoch bis 2007 kontinuierlich ab (N=65) (vgl. Abb. 9). Dies ist vor allem damit verbunden, dass die Gesamtzahl der Artikel abgenommen hat. Dieser Umstand betrifft jedoch gleichermaßen die ‚PRO‘-Indikatoren, deren Anzahl seit 1998 angewachsen ist, was auf eine Attraktivitätssteigerung des Images hindeutet.

Die Betrachtung der einzelnen Indikatoren lässt auf eine Dominanz der Thematiken *Militante Linke*, *Unsicherheit*, *Kriminalität*, *Massentourismus*, *Verkehr*, und *Drogenszene* schließen (vgl. ebd.).

Folgendes Zitat ist ein Beispiel dafür, dass 1988 die militante linke Szene mit Ausschreitungen in Zusammenhang mit dem Bau des Musicaltheaters Flora imageprägend war: „In der Nacht zum Montag bewarfen 60 Personen Polizisten erneut mit Farbeiern und Feuerwerkskörpern. Später flogen in der Schanzenstraße Steine und ein Molotowcocktail auf Polizeiwagen“ (MOPO vom 12. 07. 1988). Dass eine solche Berichterstattung auch heute stattfindet, zeigt sich in der Verteilung der CONTRA-Indikatoren im Jahr 2007 (vgl. Abb.9), in welchem das Schanzenviertel wiederholt auf Grund von Krawallszenarien in den Medien präsent war.

Unerwartet gering ist die Anzahl der Nennungen bezüglich der „Arbeitslosen“ (vgl. ebd.). Vor allem für das Jahr 1988, als sich der Gentrifizierungsprozess noch im Anfang befand und für das Schanzenviertel eine hohe Arbeitslosenquote festzustellen war, wäre hier eine häufigere Nennung denkbar gewesen.

Auffallend ist auch, dass der Indikator *Verfall* als Zeichen für die Unattraktivität des Images für Gentrifizier seit 1988 stetig rückläufig gewesen ist und 2007 gar keine darauf bezogene Berichterstattung mehr stattgefunden (vgl. ebd.). Daraus lässt sich schließen, dass die Sanierungsbemühungen erfolgreich gewesen sind und dass das Straßenbild heute deutlich ansprechender gestaltet ist, als dies noch 1988 der Fall war. Ebenso ist die Relevanz der ‚Verkehrsproblematik‘ zurückgegangen. Hier kann ein Rückschluss auf die Bemühungen zur Verkehrsberuhigung und den Ausbau der Fußgängerwege gezogen werden.

Obwohl die Anzahl an Touristen und entsprechenden Institutionen in den letzten Jahren augenscheinlich zugenommen hat,<sup>18</sup> scheint diese Problematik nicht mehr so relevant für das Image zu sein, welches in den Tageszeitungen repräsentiert wird. War das Jahr 1988 noch von den ‚Angstscenarien‘ des *Massentourismus* geprägt („Der geplante Musical-Palast [ist, J.J.] zum Symbol für die befürchtete Umstrukturierung des Viertels, das heißt die Vertreibung ‚cityuntypischer Innenstadtbewohner‘ geworden.“ (taz vom 15.07.1988)), so scheint man sich im Jahr 2007 an die ständigen Besuchermassen gewöhnt zu haben und dies als Teil des Aufschwungs zu akzeptieren.

Zusammenfassung: Insgesamt sind in den gefundenen Artikeln wesentlich weniger Passagen mit einem PRO-Indikator (N=249) versehen worden, als mit einem CONTRA-Indikator (N=445) (vgl. Abb. 8, 9). Dies kann als Hinweis darauf verstanden werden, dass der Anteil der Artikel, welche ein für Gentrifizier attraktives Image vermitteln, die Anzahl der Artikel mit Repräsentation eines unattraktiven Images nie übersteigt (vgl. Abb. 1). Vor allem im Jahr 1988 verdeutlicht die hohe Anzahl an CONTRA-Indikatoren und die vergleichsweise niedrige Anzahl an PRO-Indikatoren das Auseinanderdriften von attraktivem und unattraktivem Image. 302 CONTRA-Indikatoren bzw. 74 % der Artikel deuten auf ein für Gentrifizier unattraktives Image hin, während 146 PRO-

---

<sup>18</sup> Hier ist zum Beispiel der Bau des 4-Sterne Mövenpick-Hotels im Wasserturm des Sternschanzenparks zu nennen, welches alleine über 226 Betten verfügt.

Indikatoren bzw. 26 % der Artikel auf ein für Gentrifier attraktives Image verweisen (vgl. Abb. 1, 8 und 9). Die prozentuale Verteilung beträgt bei einer direkten Umwandlung der Anzahl an Indikatoren in die Einschätzung des Artikelimages jedoch 67 % für ein unattraktives und 33 % für ein attraktives Image.

Hier zeigt sich also, dass die Anzahl an PRO- bzw. CONTRA-Indikatoren nicht unbedingt kongruent mit dem Anteil an Artikeln verlaufen muss, welche ein attraktives bzw. unattraktives Image für Gentrifier vermitteln. Dadurch begründet, dass ein Artikel durchaus mit mehreren Indikatoren versehen werden kann, da in den jeweiligen Absätzen/Sinnabschnitten unterschiedliche Thematiken und somit auch Images angesprochen werden, hat sich eine unterschiedlich hohe Anzahl an Artikeln und Indikatoren insgesamt ergeben. Somit kann aus der Anzahl an PRO- oder CONTRA-Indikatoren nicht zwangsläufig geschlossen werden, ob das Artikelimage attraktiver oder unattraktiver für die Gentrifier geworden ist. Ebenfalls kann durchaus das Artikelimage attraktiv für Gentrifier zugeordnet worden sein, obwohl mehrere Indikatoren auf die Unattraktivität des Images hinweisen.

Konkret kann dies an der Entwicklung des Images in der taz im Jahr 2007 dargestellt werden: Obwohl in dem Jahr annähernd gleich viele PRO- und CONTRA-Indikatoren vorzufinden sind (26 PRO- und 28 CONTRA-Indikatoren), weicht das vermittelte Artikelimage hier deutlich voneinander ab (vgl. Abb. 2). Bei der Beurteilung, ob ein Artikel nun ein attraktives oder unattraktives Image vom Schanzenviertel aus Sichtweise der Gentrifier vermittelt, wurde vor allem die zentrale Aussage des Artikels berücksichtigt, bzw. das, was beim Rezipienten Gentrifier als der wesentliche Eindruck im Gedächtnis bleiben könnte. Die Indikatoren haben hierbei jeweils nur Anhaltspunkte zur Einschätzung des Artikels geliefert.

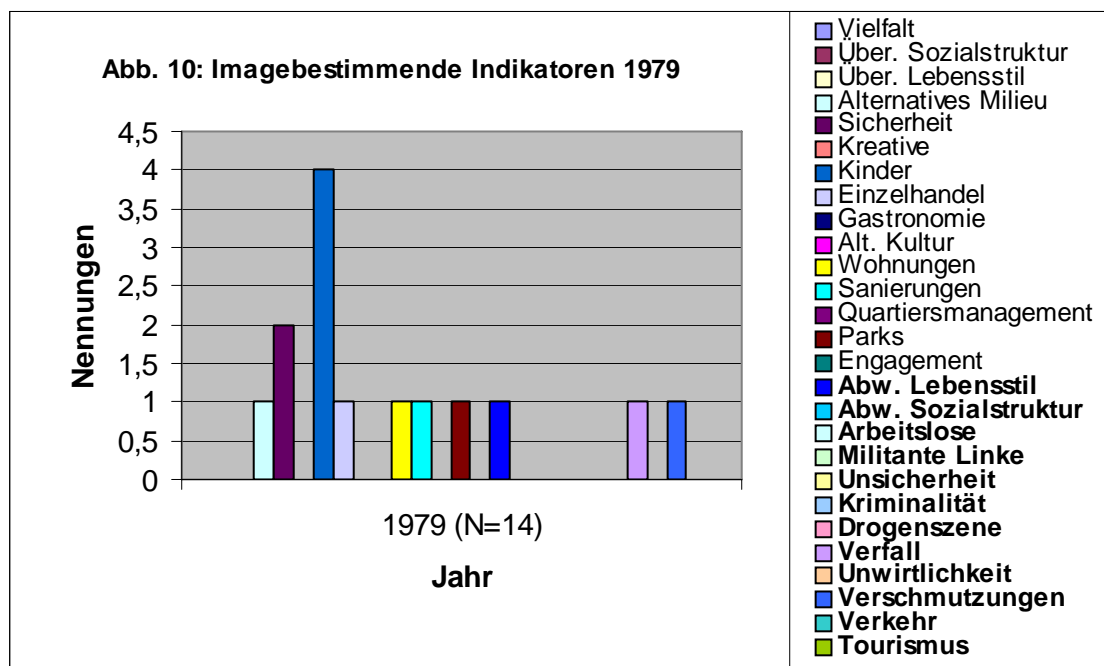
Es ist fraglich, inwieweit die ungleiche Anzahl an vorher festgelegten PRO- und CONTRA-Indikatoren das Ergebnis der Auswertung beeinflusst hat. Auf der Seite des attraktiven Images sind insgesamt drei Indikatoren mehr zu finden als auf der Seite des unattraktiven Images. Dies impliziert, dass mit einer höheren Wahrscheinlichkeit PRO-Indikatoren vorgefunden werden können. Da jedoch in jedem Jahr und bei jeder

Tageszeitung eine höhere Anzahl an CONTRA-Indikatoren vorgefunden werden konnte, ist von keiner starken Beeinflussung des Ergebnisses auszugehen.

#### 4.1.4 Umschreibung der Images 1979 – 2007

Die dominierenden Aussagen bzw. Thematiken, welche in den Abbildungen 3, 5 und 7 (,ausgewählte Indikatoren’) deutlich werden, haben sich bei der taz, MOPO und dem HA als annähernd identisch erwiesen; lediglich im Jahr 1988 ist in der Berichterstattung der taz eine Ausnahme festzustellen. Aus diesem Grund sind im Folgenden die wichtigsten Indikatoren aller Zeitungen, bezogen auf jeweils ein Halbjahr, zu einem Schlagwort bzw. einer zentralen Aussage über das Image zusammengefasst. Dies bietet die Möglichkeit, das im jeweiligen Jahr für Gentrifier relevante Image zu benennen - unabhängig davon, welche Tageszeitung die Gentrifier dann letztlich gelesen haben. Um eine Eingrenzung vorzunehmen, wurden hierbei nur die Indikatoren berücksichtigt, die sieben Mal oder häufiger genannt wurden.<sup>19</sup>

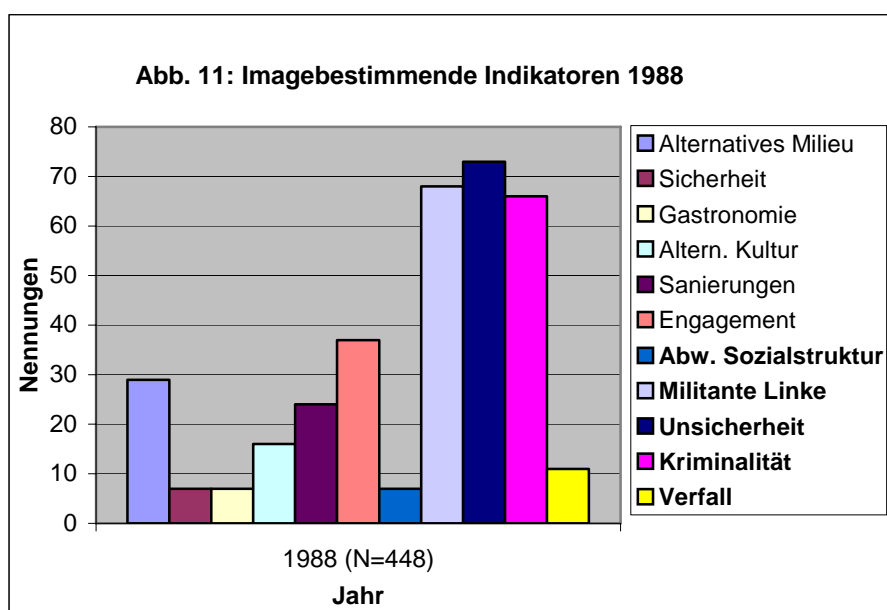
#### *Image 1979 „Mediales Desinteresse“*



<sup>19</sup> Zur besseren Unterscheidung sind die ,CONTRA'-Indikatoren **fett** geschrieben.

Wie bereits erwähnt, ist die Anzahl aller 1979 gefundenen Artikel bezüglich des Schanzenviertels so gering, dass sich hieraus keine Schlüsse hinsichtlich der Attraktivität des Images für Gentrifizier ziehen lassen. Um dies zu verdeutlichen, sind in Abb. 10 die Nennungen aller Indikatoren für das Jahr 1979 dargestellt. Die Dominanz des Indikators *Kinderfreundliche Infrastruktur* ist hierbei eher nicht als aussagekräftiges Ergebnis zu werten. Zusammenfassend lässt sich also sagen, dass das Schanzenviertel im Jahr 1979 noch nicht im Zentrum des medialen Interesses stand.

*Image 1988 „Chaos, Krawall und Rote Flora“*



Diese Schlagworte über das Image des Schanzenviertels im Jahr 1988 lassen sich aus der Vielzahl der Nennungen von *Militante Linke*, *Unsicherheit* und *Kriminalität* herleiten (vgl. Abb. 11). Das Image ist geprägt von den zum Teil gewalttätigen Auseinandersetzungen um den Neubau des Musicaltheaters ‚Flora‘, welcher vor allem in der linken Szene, aber auch bei den ansässigen Bewohnern für erheblichen Widerstand gesorgt hat. Als Beispiel hierfür kann ein Artikel genannt werden, in dem ein Touristenpaar, nach seinen Assoziation mit dem Schanzenviertel gefragt, angibt: „Das ist doch da, wo es die Krawalle um das geplante Musical-Theater gibt!“ (HA 30./31. 07. 1988).

Es gab innerhalb der Kommunalpolitik ebenfalls gegensätzliche Meinungen und Interessen bezüglich des Bauvorhabens, was in den Tageszeitungen bereitwillig



aufgegriffen wurde: „Der Koalitionspartner FDP warf ihr [der SPD, J.J.] vor, dem Senat in den Rücken zu fallen. Und die CDU behauptete gar, sie wolle den ‚ungeliebten Bürgermeister‘ attackieren – mit verheerenden Ergebnissen für Hamburg“ (MOPO vom 13.08.1988). Die Nennungen des Indikators *Unsicherheit* resultieren nicht zuletzt hieraus.

Auf Seiten des attraktiven Images für Gentrifizier kommen jedoch auch das *Politische Engagement* für den Erhalt der gewachsenen Strukturen des Schanzenviertels und die Aktionen des *Alternativen Milieus* zur Geltung (vgl. Abb.11).

Hierbei ist jedoch deutlich zwischen den Darstellungen in der MOPO und dem HA und der Darstellung des Images in der taz zu trennen. Betrachtet man die Indikatorenverteilung lediglich hinsichtlich der Berichterstattung in der taz, so fällt auf, dass fast ein Gleichgewicht zwischen den gewalttätigen Aktionen der *Militanten Linken* und dem *Politischen Engagement* der Bewohnerschaft besteht (vgl. Abb. 3). Die taz prangert nicht nur diejenigen an, die gewalttätigen Widerstand leisten, sondern macht auch auf die Folgen aufmerksam, die der Zuzug des Musicaltheaters haben könnte; sie macht diesbezüglich deutlich, dass die Notwendigkeit von bürgerschaftlichem Engagement in Form von Demonstrationen bzw. eines öffentlichen Diskurses gegeben ist.

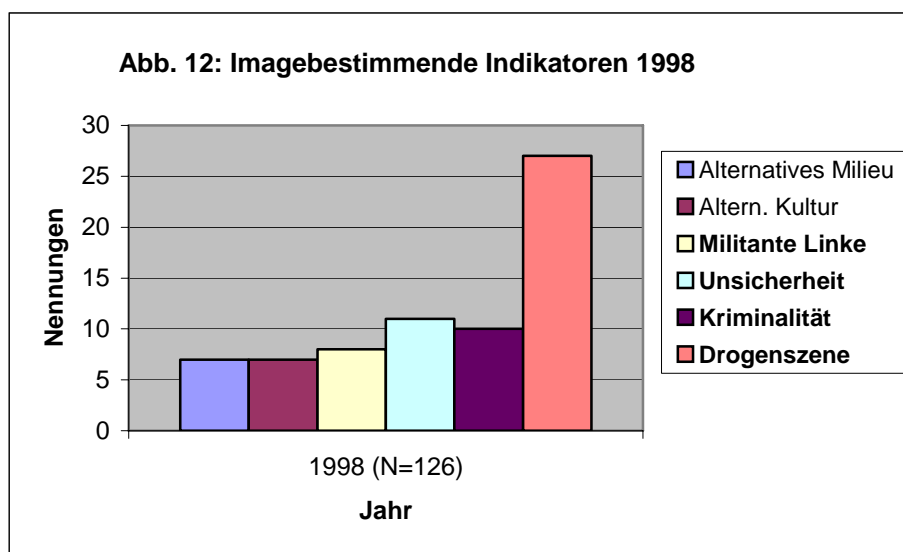
In der MOPO findet das gewaltfreie *Engagement* gegen den Musicalneubau keine Erwähnung, im HA wird dem militanten Widerstand erheblich mehr Platz in der Berichterstattung eingeräumt (vgl. Abb. 5, 7). Bei der MOPO ist das Desinteresse mit dem Interessenschwerpunkt einer Boulevardzeitung zu begründen, da Berichte über gewalttätige Auseinandersetzungen evtl. eine höhere Verkaufszahl fördern, als dies bei gewaltfreien Demos und Aktionen der Fall ist. Beim HA spielt neben dem Interesse an der Auflagensteigerung auch der die besondere Funktion innerhalb der Hamburger Medienlandschaft eine Rolle. Kritik an den politischen Entscheidungen des Senats wird in dieser Zeitung nur selten geübt.

Vor diesem Hintergrund scheinen für die MOPO und das HA als Image für das Jahr 1988 die Schlagworte „Chaos, Krawall und Rote Flora“ gerechtfertigt, wohingegen für die taz die Schlagworte „Friedliche Demos vs. militanter Kampf um die Flora“ angebracht sind.

Insgesamt ist auf Basis der Indikatorenauswertung aller Tageszeitungen in 1988 das Image des Schanzenviertels bezüglich der Bedürfnisse von Gentrifiern an ihren Wohnort als deutlich unattraktiv einzuschätzen.

### *Image 1998 „Drogenchaos“*

Für das Jahr 1998 ergibt sich eine einheitliche Verteilung der Indikatoren bezüglich aller Tageszeitungen ausgegangen werden, so dass auf Basis der dominierenden Indikatoren das Image mit dem Schlagwort „Drogenchaos“ gekennzeichnet werden kann.



Wie Abb. 12 zeigt, ist der Indikator *Drogenszene* dominierend. Daneben spielen auch *Unsicherheit* und *Kriminalität* eine wichtige Rolle, was letztlich in engem Zusammenhang mit der ansässigen Drogenszene (Beschaffungskriminalität; Angst vor Junkies, Spritzen,...) gesehen werden kann. Ein charakteristisches Beispiel hierfür liefert der Artikel „Rote Flora“ aus der MOPO vom 19.12.1998: „Ein Taxi fährt vor, zwei Dealer springen rein. Sie versuchen, dem jungen Pärchen im Wagen das Portemonnaie aus der Hand zu reißen. Geschrei, Handgemenge, dann rennen sie davon. Alltag im Schanzenviertel.“

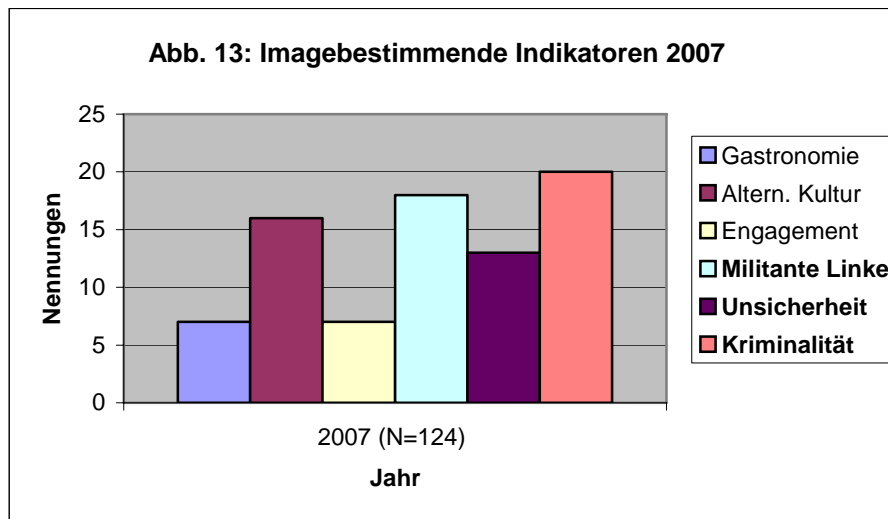
Die Zahl der Artikel, welche ein attraktives bzw. unattraktives Image für Gentrifier vermitteln, hat sich 1998 einander etwas angenähert (vgl. Abb. 1) bzw. bei der taz als gleich hoch erwiesen (vgl. Abb. 2). Dies wird auch dadurch verdeutlicht, dass neben der

*Drogenszene* in diesem Jahr auf Seiten des unattraktiven Images die übrigen Indikatoren kaum zum Tragen gekommen sind. Vor allem bei der taz wird in Hinblick auf die ausgewählten Indikatoren sichtbar, dass die Gruppe der Indikatoren für ein attraktives Image hier gegenüber der Gruppe für ein unattraktives Image einen größeren Anteil einnimmt (vgl. Abb. 3).

So kann bei einer insgesamt wesentlich geringeren Anzahl an Artikeln und entsprechenden Indikatoren als im Jahr 1988 von einer Attraktivitätssteigerung des Images ausgegangen werden, obwohl das Image eindeutig von der Drogenproblematik geprägt war. Hinzu kommt, dass Aktionen der *Militanten Linken* nicht mehr in dem Maße Einfluss auf das Image genommen haben, wie es noch 1988 der Fall war.

Insgesamt ist auf Basis der Indikatorenauswertung aller Tageszeitungen für das Jahr 1998 das Image des Schanzenviertels bezüglich der Bedürfnisse von Gentrifiern immer noch als unattraktiv einzuschätzen, wenngleich ein positiver Trend beobachtet werden kann.

*Image 2007: „Krawall und Kommerz“*



Auch für das Jahr 2007 ist es möglich, die Indikatoren aus den einzelnen Tageszeitungen auf Grund der ähnlichen Ausprägung zu einem Gesamtimage zusammenzufassen. Die Bezeichnung „Krawall und Kommerz“ verweist dabei auf die sich immer stärker angleichende Relevanz der Ausschreitungen, hervorgegangen aus der *Militanten linken Szene*, und der Berichterstattung über *Alternative Kultur* und *Internationale/*

*hochwertige Gastronomie*. Als ein Beispiel für deren Attraktivität kann der Artikel „Multinationale Küche am Schulterblatt“ aus dem HA vom 26.10.2007 gelten, in dem von der Eröffnung eines neuen Lokals berichtet wird: „[...]“, dann ist das Sessanta Due im Schanzenviertel keine schlechte Nummer im multinationalen Gastro-Zirkus am Schulterblatt.“ In diesem Jahr kommt keinem Indikator eine herausragende Stellung zu; auffällig ist jedoch, dass die Anzahl an Nennungen von *Militante Linke* und *Kriminalität* wieder angestiegen sind, was darauf verweist, dass diese Thematik für das Schanzenviertel auch heute noch relevant ist (vgl. Abb. 13).

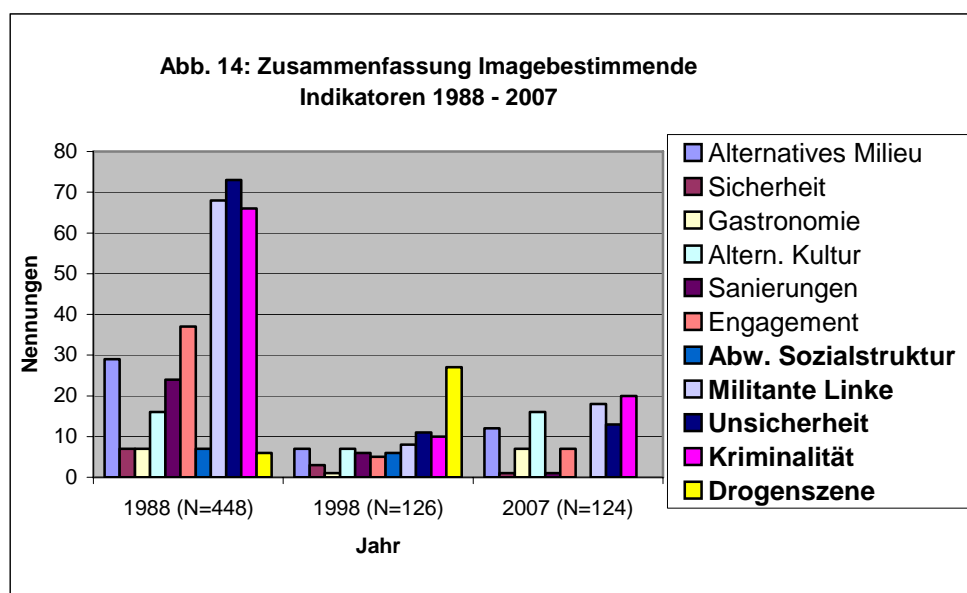
Die Gesamtanzahl an Indikatoren ist ebenso wie die Anzahl an Artikeln im Jahr 2007 angestiegen (vgl. ebd.). Infolgedessen kann man davon ausgehen, dass zum einen die Berichterstattung über Ausschreitungen der *Militanten linken Szene*, zum anderen Artikel, welche den Charme des *Alternativen Milieus* und insbesondere der *Alternativen Kultur* im Schanzenviertel vermitteln, vermehrt von den Lesern der Tageszeitungen gefordert werden. Es ist zu vermuten, dass eine Berichterstattung über das Schanzenviertel und dementsprechend auch andere ‚szenige‘ Orte in Hamburg bei den Tageszeitungen schon fast als ‚Muss‘ angesehen wird, wenn man bestimmte Gruppen aus der Leserschaft (zu der die Gentrifier zu zählen sind) ansprechen möchte (vgl. Kap. 4.2.3).

Dass die Indikatoren *Militante Linke* und *Kriminalität* in ihrer Anzahl letztlich doch leicht überwiegen (vgl. Abb. 13) ist zum einen dem vermehrten Vorkommen von Demonstrationen in diesem Zeitraum geschuldet, zum anderen auch der Tatsache, dass eine derartig Schlagzeile auf der Titelseite die jeweilige Auflage zu steigern vermag. Dies ist bei kulturellen und gastronomischen Veranstaltungen eher nicht der Fall.

Insgesamt ist auf Basis der Indikatorenauswertung aller Tageszeitungen für das Jahr 2007 das Image des Schanzenviertels bezüglich der Bedürfnisse von Gentrifiern als relativ attraktiv einzuschätzen. Wenn die Gentrifier bereit sind, die Gratwanderung zwischen den Ausschreitungen und den Annehmlichkeiten des alternativen Milieus zu tolerieren, dann ist hier meiner Meinung nach ein interessanter Wohnort für sie entstanden: „Da feiern friedlich Tausende aus dem Viertel, das nach wie vor - [...] – für ein buntes Miteinander steht, und nachts, wenn eigentlich alles vorbei ist, übernehmen einige Flaschenwerfer und Barrikadenbauer das Zepter“ (HA vom 24.09.07).

*Zusammenfassung des Images: „Alternativer Konflikttherd“*

Betrachtet man noch einmal alle Indikatoren, welche zwischen 1988 und 2007 charakteristisch für das Image des Schanzenviertels in Hinblick auf die Bedürfnisse der Gentrifizier sind, so sind 11 Indikatoren zu nennen (vgl. Abb. 14).<sup>20</sup>



Die Entwicklung der Indikatorzuordnungen macht deutlich, dass bestimmte Thematiken für das Schanzenviertel immer relevant gewesen sind, andere hingegen ‚nur‘ für den Zeitraum eines Jahres dominierend waren. Aus diesem Grund scheint für die Entwicklung des Gesamtimages, bezogen auf die Indikatoren, die Umschreibung ‚Alternativer Konflikttherd‘ geeignet. Vor allem 1988, in Zusammenhang mit der Debatte um das Fortbestehen der ‚Roten Flora‘ und 2007, in Zusammenhang mit mehreren gewalttätigen Auseinandersetzungen nach Demonstrationen, wird das Image des Schanzenviertels mit der *Militanten Linken* und im gleichen Zuge auch häufig mit *Kriminalität* und *Unsicherheit* in Verbindung gebracht, wie die Auswertung der Indikatoren in der Abb. 14 zeigt.

Ein Indikator, der für das Jahr 2007 vollständig bedeutungslos geworden ist, ist die Problematik bezüglich der *Drogenszene* im Hamburger Schanzenviertel. Diese war 1998 noch prägend für das gesamte Image (vgl. ebd.).

<sup>20</sup> Das Jahr 1979 wurde hier wiederum aus der Darstellung der Ergebnisse herausgenommen.

Auf Basis der Indikatorenauswertung kann also zusammenfassend gefolgert werden, dass sich die Attraktivität des Schanzenviertels für Gentrifier seit 1988 kontinuierlich gesteigert hat; die Gentrifier, welche an einem Zuzug interessiert sind, müssen jedoch auch heute noch damit rechnen, mit Ausschreitungen und militanten Aktionen der linken Szene konfrontiert zu werden.

## 4.2 Diskussion

### 4.2.1 Imagewandel und der Prozess der Gentrification im Schanzenviertel

An dieser Stelle stehen die Ergebnisse der Tageszeitungsanalyse zur Diskussion. Hierbei werden zum einen die Forschungsfragen beantwortet, zum anderen wird auf die Bedeutung der Ergebnisse für das Schanzenviertel und den dort stattfindenden Prozess der Gentrification eingegangen.

#### *Ein Wandel zeichnet sich ab*

Die Auswertung der Tageszeitungen bezüglich der Indikatoren und des Artikelimages zeigt auf, wie das Schanzenviertel seit 1988 (1979)<sup>21</sup> repräsentiert worden ist. Folglich lässt sich die Frage nach der Entwicklung des Image des Schanzenviertels, insbesondere in Hinblick auf die Bedürfnisse der Gentrifier, nun beantworten:

1. Wie entwickelt sich das in den Tageszeitungen vermittelte Image des Schanzenviertels seit 1979?

=> H1: Das Image des Schanzenviertels hat sich seit 1979 deutlich gewandelt.

2. Wie entwickelt sich das vermittelte Image des Schanzenviertels unter besonderer Berücksichtigung der Anforderung der Gentrifier an die Attraktivität ihres Wohnortes?

=> H2: Das Image des Schanzenviertels als Wohnort ist seit 1979 attraktiver für Gentrifier geworden.

---

<sup>21</sup>1979 kann als Jahr angesehen werden, in dem die Gentrification noch ganz am Anfang stand. Da dieses Jahr jedoch aus oben genannten Gründen nicht zu einer Interpretation herangezogen werden kann, kann auch keine Aussage darüber getroffen werden, inwiefern das Image damals attraktiv oder unattraktiv für die Gentrifier war. Da zu Beginn der Erhebung jedoch davon ausgegangen wurde, sind die Forschungsfragen und Hypothesen hierauf ausgerichtet worden.

Bezüglich der ersten Forschungsfrage muss noch einmal erwähnt werden, dass sich mit der hier durchgeführten Tageszeitungsanalyse nicht die Entwicklung des allgemein in den Tageszeitungen repräsentierten Image des Schanzenviertels überprüfen lässt, sondern als Ausschnitt hieraus das Image, welches für die Gruppe der Gentrifier relevant ist. Folglich lässt sich feststellen, dass die Hypothese H1 verifiziert werden kann. Man kann sagen, dass sich das Image des Schanzenviertels seit 1988 - bezogen auf das Gesamtimage und die imagerelevanten Thematiken - erheblich gewandelt hat.

In Kapitel 4.1.4 (Umschreibung der Images 1979 - 2007) wird deutlich, dass das Image vom medialen Desinteresse 1979, über die militanten Konflikte 1988 bis zur Drogenproblematik 1998 als eher unattraktiv bezeichnet werden kann. Hierbei ist jedoch bei der Analyse der Tageszeitungen eine positive Tendenz festzustellen, die letztlich in einer ausgeglicheneren Berichterstattung über das Schanzenviertel im Jahr 2007 endet. In diesem Jahr ist das in den Tageszeitungen repräsentierte Image geprägt von den Vorzügen des alternativen Milieus, also kulturellen Veranstaltungen, gastronomischen Einrichtungen, etc. Auf der unattraktiven Seite kann sich das Image des Schanzenviertels auch 2007 noch nicht von den Aktionen militanter linker Gruppierungen befreien. Es kann also nicht von einem vollständigen Wandel zu einem attraktiven Image gesprochen werden, da die unattraktiven Elemente auch heute noch deutlich zum Tragen kommen.

Zur zweiten Frage kann demnach festgestellt werden, dass das Image des Schanzenviertels als Wohnort seit 1988 kontinuierlich attraktiver für die Gentrifier geworden ist, zumindest wenn alle untersuchten Tageszeitungen zu einem Image zusammengefasst werden. Somit kann auch die zweite Hypothese als verifiziert betrachtet werden.

Betrachtet man die Tageszeitung taz gesondert von den anderen beiden Zeitungen, so muss die zweite Hypothese falsifiziert werden. In der taz ist im Jahr 2007 wieder ein rückläufiger Trend, also die Tendenz zu einem unattraktiven Image auszumachen (vgl. Abb. 2). Im Jahr 1988 noch mit einer gleich hohen Anzahl vertreten, nimmt der Anteil an Artikeln mit attraktivem Image 2007 wieder ab; der Anteil von Artikeln, die ein unattraktives Image repräsentieren, steigt hingegen an.

Folglich lässt sich zusammenfassen: Das Gesamtimage, bezogen auf alle drei

Tageszeitungen, ist seit 1988 attraktiver für Gentrifier geworden; das in der Tageszeitung taz repräsentierte Image ist seit 1988 nicht attraktiver für die Gentrifier geworden.

### *Der Imagewandel braucht Zeit*

Die durchgeführte Erhebung zeigt bei der Zusammenfassung aller Tageszeitungen, dass das Image 1988 am unattraktivsten, ab 1998 zunehmend attraktiver und 2007 schließlich am attraktivsten für Gentrifier war. Da das Ergebnis jedoch auch im Jahr 2007 nicht auf eine vollständige Attraktivität des Schanzenviertels verweist (immerhin überwiegt hier noch der Anteil an Artikeln, welche ein unattraktives Image vermitteln mit 55 %), kann lediglich gefolgert werden, dass das Image des Schanzenviertels seit 1988 deutlich attraktiver für Gentrifier geworden ist, da immer mehr PRO-Artikel und immer weniger CONTRA-Artikel gefunden wurden.

Entsprechend der Auswertung des für Gentrifier relevanten Gesamtimages (Abb.1) kann nicht festgestellt werden, dass an einem bestimmten Zeitpunkt ein Wandel des Images eingesetzt hat. Vielmehr ist ein stetiger ‚Aufwärtstrend‘ seit 1988 feststellbar.

Die Festlegung eines konkreten Zeitpunktes, ab dem der Wandel sichtbar wird, wird auch dadurch verhindert, dass zwischen den einzelnen Erhebungshalbjahren Zeiträume von bis zu zehn Jahren liegen. Es ist möglich, dass in einem der dazwischen liegenden Jahre ein konkreter Umschwung feststellbar gewesen wäre.

Im Theorieteil wurde bezüglich der Entstehung bzw. des Wandels von Images herausgestellt, dass sich dieser Prozess meist über einen größeren Zeitraum vollzieht. Dies betrifft vor allem solche Images, die schon lange bestehen. Gerade im Schanzenviertel kann für den Beginn des Gentrificationprozesses, also das Ende der 1970er Jahre/ den Anfang der 1980er Jahre von einem Image gesprochen werden, welches sich über Jahrzehnte im Bewusstsein der Bevölkerung festgesetzt hat. Zwar konnte die Erhebung für 1979 kein konkretes Ergebnis herausstellen; in der Literatur wird dennoch davon gesprochen, dass sich das Schanzenviertel zu diesem Zeitpunkt in einer schwierigen Situation befunden hat. Man kann vermuten, dass die Außenwahrnehmung des Viertels von Verfall und dem anwachsenden Zustrom von Migranten geprägt war (vgl. Eißfeldt et al. 1982: 41ff.). Folglich kann das Ergebnis so



gedeutet werden, dass das Schanzenviertel es trotz anhaltender Negativschlagzeilen geschafft hat, einen kontinuierlichen Aufwärtstrend hin zu einem attraktiven Image zu vollziehen. Worin genau der ‚Reiz des Unattraktiven‘ im Falle des Schanzenviertels liegt, soll ebenfalls noch diskutiert werden (s.u.).

### *Imagewandel und Gentrification bedingen sich gegenseitig*

Die erzielten Forschungsergebnisse führen zu der weiterführenden Fragestellung, welchen Einfluss der Imagewandel und der Gentrificationprozess aufeinander ausüben. Es stellt sich die Frage, inwieweit die Anwesenheit der Gentrifier im Schanzenviertel eine Attraktivitätssteigerung und somit den Zuzug weiterer Gentrifier bzw. das Fortschreiten des Gentrificationprozesses beeinflusst haben.

Um diese Frage zu beantworten, soll zuerst auf das Phasenmodell der Gentrification von Friedrichs verwiesen werden, das unter 2.2.3 bereits erläutert wurde und hier noch einmal in seinen Grundzügen skizziert werden soll. Denn in seiner Beschreibung des ‚typischen‘ Gentrificationverlaufs ist immer auch eine Angabe über das Image des Viertels enthalten, welches sich beim Fortschreiten des Prozesses wandelt (vgl. Friedrichs 1998: 59ff.):

In der ersten Phase der Gentrification, in der nur Pioniere zuziehen, kann demzufolge keine Veränderung bezüglich des Images festgestellt werden. Der Zuzug der Pioniere und auch der ersten Gentrifier in der zweiten Phase ist verbunden mit einem langsamen Wandel hinsichtlich der Außenwahrnehmung des Viertels; hinzu kommt auch die verstärkte Medienpräsenz. Die dritte Phase, in der vor allem Gentrifier zuziehen, zeichnet sich durch ein deutlich ‚gesteigertes‘ Image aus; dies führt dazu, dass auch Besucher von außerhalb in das Viertel kommen. In der vierten Phase, in der fast ausschließlich Gentrifier zuziehen, hat sich das Image vollständig gewandelt. Das Viertel gilt nun als attraktives Wohngebiet.

Diese Darstellung der vier Phasen der Gentrification soll im Folgenden mit der Entwicklung der Gentrification und des für Gentrifier relevanten Images im Schanzenviertel verglichen werden. Über den Zustand vor Beginn des Prozesses und die Attraktivität des Images ist keine Aussage zu treffen, da das Jahr 1979 mangels

Analysematerial aus der Erhebung herausgenommen wurde.<sup>22</sup> Es ist somit auch keine Aussage darüber möglich, wie das Image zu Beginn der Gentrifizierung beschaffen war und somit, ob es die Gentrifizierung zu einem Zuzug hätte animieren können, um den Prozess der Gentrification voranzutreiben.

Eine Übereinstimmung ist hingegen in der zweiten und dritten Phase feststellbar. Datiert man die zweite Phase der Gentrification auf das Jahr 1988 (Ende der 1980er) und die dritte Phase auf das Jahr 1998 (Mitte bis Ende der 1990er), so kann hier durchaus zuerst von einer verstärkten Außenwahrnehmung und Berichterstattung in den Medien (wenn auch noch überwiegend negativ) und einem langsam ‚steigenden‘ Image ausgegangen werden. Deutlich wird dies an der unterschiedlich hohen Anzahl an Zeitungsartikeln in den Jahren 1979 und 1988. Kann für 1979 noch von einem weitgehenden Desinteresse gesprochen werden, so sind für 1988 die meisten Zeitungsartikel überhaupt vorzufinden (vgl. Abb. 1). Die niedrige Anzahl an Artikeln in den Jahren 1998 und 2007 kann hingegen als ‚normal‘ betrachtet werden, da 1988 in Zusammenhang mit den Konflikten um die ‚Rote Flora‘ von einer medialen Ausnahmesituation gesprochen werden kann. Inwiefern 1998 ein zunehmender Besucheransturm festgestellt werden kann, bleibt hingegen fraglich bzw. wäre durch statistische Daten zu Hotelübernachtungen, der lokalen Gastronomie, etc. zu untersuchen.

Die vierte Phase kann auf das Jahr 2007 festgelegt werden. Dennoch ist der Prozess der Gentrification im Schanzenviertel noch nicht als abgeschlossen zu betrachten; ein vollständiger Imagewandel im Sinne Friedrichs ist jedenfalls noch nicht eingetreten. Wie die Analyse des Images im Jahr 2007 (vgl. Abb. 13) zeigt, ist das ‚Krawallimage‘ auch heute noch Bestandteil des Eindrucks, welchen ein Leser der Hamburger Tageszeitungen vom Schanzenviertel erhält.

Es wird deutlich, dass zumindest in der zweiten und dritten Phase der Gentrification ein Zusammenhang mit dem Image besteht. Inwiefern jedoch entweder die Gentrifizierung oder die Attraktivitätssteigerung des Images als Ausgangspunkt betrachtet werden können, wird durch die Analyse der Tageszeitungen nicht deutlich. Aufschluss könnte hier nur eine Imageanalyse geben, die in kürzeren Abständen durchgeführt wird (z.B. jedes Jahr),

---

<sup>22</sup> Die erste Phase der Gentrification kann im Schanzenviertel auf das Ende der 1970er/ den Anfang der 1980er Jahre datiert werden (s.o.); eine präzise Festlegung der einzelnen Phasen ist jedoch nicht möglich.

sowie eine genaue Analyse der Zuwanderungsgruppen hinsichtlich der Merkmale von Gentrifiern.

Der Imagewandel und das Fortschreiten der Gentrification können somit lediglich als ein sich gegenseitig bedingender Prozess betrachtet werden. Es kann vermutet werden, dass das Image des Schanzenviertels in dem Maße attraktiver für Gentrifier wird und somit wiederum zu einem vermehrten Zuzug führt, in dem der Aufwertungs- und Verdrängungsprozess voranschreitet. Gleichzeitig führt die Ansiedlung der Gentrifier wahrscheinlich wiederum dazu, dass diese mit ihrem Lebens- und Konsumstil weiterhin die Attraktivität des Images steigern.

*Was noch fehlt – oder sind der Imagewandel und die Gentrification abgeschlossen?*

Wie die Ergebnisse der Erhebung zeigen (vgl. Abb. 1) gibt es für das Schanzenviertel noch ein großes Entwicklungspotential hinsichtlich der Attraktivität des Images. Legt man den oben festgestellten Zusammenhang zwischen dem Image und dem Gentrificationprozess zu Grunde, so kann daraus geschlossen werden, dass auch die Gentrifizierung des Stadtteils noch nicht an einem Endpunkt angelangt ist.

In Kapitel 2.2.3 war ich zu der Vermutung gelangt, dass sich der Prozess im Schanzenviertel momentan in der vierten Phase befindet, in der fast ausschließlich wohlhabendere Gentrifier zu- und Alteingesessene, sowie Pioniere und finanziell schlechter ausgestattete Gentrifier ausziehen würden. Die Erhebung hat aber nun gezeigt, dass das Viertel in Bezug auf die Imagedarstellung in den Tageszeitungen vielleicht doch nicht so weit in seiner positiven Entwicklung fortgeschritten ist, wie ich vor Beginn der Erhebung vermutet hatte.

Auch der Verdrängungseffekt, der immer mit der Gentrification einher geht, scheint noch nicht so weit vorangeschritten, wie ich vermutet hatte. Derartige Hinweise finden sich in den statistischen Erhebungen zur Sozial- und Arbeitsmarktstruktur im Stadtteil Sternschanze. Zwar haben im Jahr 2006 mit einem Anteil von 10 % im Verhältnis zum gesamten Stadtgebiet mit 18,8 % relativ wenige alte Menschen (über 65 Jahre) im Schanzenviertel gewohnt; der Anteil an Ausländern an der Wohnbevölkerung war 2006 in diesem Stadtteil mit 24,3 % hingegen wesentlich höher als im Durchschnitt der übrigen Hamburger Stadtteile (14,8 %). Auch der relativ hohe Prozentsatz an

arbeitslosen Bewohnern (7,5 % im Juni 2007) im Vergleich zu denen der gesamten Stadt (6,8 %) spricht nicht unbedingt dafür, dass es zu einer weitgehenden Verdrängung der alteingesessenen Bewohnerschaft gekommen ist (vgl. Statistisches Amt für HH und SH 2007: 233). Es wäre zu erwarten gewesen, dass im Zuge des Gentrificationprozesses ein stärkerer Wandel der Sozialstruktur stattgefunden hat.

In einer Reportage über das Schanzenviertel wird zutreffend dargestellt, was scheinbar für viele zugezogene Gentrifier gilt: „Aus der privaten Wirtschaftskrise haben sie eine Lebensphilosophie gemacht“ (vgl. Voigt 2005: 12). Die Lässigkeit, welche die Bewohner des Schanzenviertels nach außen vermitteln, täuscht in der Tat überzeugend über ihre finanziellen Nöte hinweg.

Unklar bleibt, inwiefern sich die Daten zu Altersstruktur und Ausländeranteil seit dem Erhebungsjahr 2006 gewandelt haben und ob sich aus den aktuellen Daten ein Wandel abzeichnet. Da ältere Vergleichsdaten für diesen Stadtteil ebenfalls nicht vorhanden sind, kann auch kein Trend abgelesen werden.

Für Stadtteile, die im Prozess der Gentrification weiter fortgeschritten sind, kann hingegen ein deutlich sichtbarer Wandel der Sozialstruktur sowie des Straßenbildes nachgewiesen werden. Ein Beispiel hierfür stellt der Hamburger Stadtteil Ottensen dar. Hier ist der Anteil älterer Bewohner (über 65) wesentlich geringer (12,7 %); zudem weisen der immer noch relativ hohe, aber im Vergleich zum Schanzenviertel geringe Anteil an Ausländerinnen und Ausländern an der Bevölkerung (16,2 %) sowie die vergleichsweise geringe Arbeitslosenquote von 6,2 % im Juni 2007 auf einen weiter fortgeschrittenen Standpunkt innerhalb des Prozesses der Gentrification hin (vgl. Statistisches Amt für HH und SH 2007: 57). Auch ein Vergleich mit den Daten aus dem Jahr 2005, auf welche für Ottensen zurückgegriffen werden kann, verdeutlicht die positive Entwicklung, da sich für alle Bereiche eine rückläufige Tendenz feststellen lässt.

Es stellt sich somit die Frage, wie sich das Schanzenviertel in den nächsten Jahren entwickeln wird. Entscheidend wird sein, inwiefern das Quartier über die bereits zugezogenen Gentrifier hinaus auch solche mit noch besserer ökonomischer Ausstattung zu einem Zuzug bewegen kann; hierbei scheint wiederum das Image eine relevante Einflussgröße zu sein. Vor allem der Imagefaktor *Militante Linke* und die immer

wiederkehrenden Ausschreitungen im Schanzenviertel könnten diese ‚neue‘ Gruppe der noch wohlhabenderen Gentrifier davon abhalten, in das Schanzenviertel zu ziehen. Wenn sich diese in Hamburg z.B. zwischen dem Schanzenviertel und der im Bau befindlichen Hafen-City als Wohnort entscheiden müssen, können solche ‚Störfaktoren‘ wie die Auseinandersetzungen der linken Szene mit der Polizei zu einem entscheidenden Kriterium werden. Hat die erste Gruppe der Gentrifier, die vor allem Mitte bis Ende der 1990er Jahre in den Stadtteil gezogen ist, gerade auf das alternative Flair großen Wert gelegt und sich nicht von den immer wiederkehrenden Schlagzeilen abschrecken lassen, so scheint dies für die ‚neuen‘ Gentrifier, die einen stärkeren Wandel der Sozialstruktur hervorrufen könnten, nicht zu gelten.

Folglich lässt sich vermuten: Wenn es das Schanzenviertel schafft, sich in Zukunft stärker von seinem Krawallimage zu lösen, dann ist eine weitere Attraktivitätssteigerung und der Zuzug wohlhabenderer Gentrifier und somit das weitere Voranschreiten des Aufwertungs- und Verdrängungsprozesses möglich.

#### 4.2.2 Wanderungsverhalten und Imagequellen

Vor dem Hintergrund der theoretischen Erörterungen im 2. Kapitel lassen sich nun weitere Aussagen über die Gentrification und den Imagewandel im Schanzenviertel treffen:

##### *Imagewandel und Wanderungsverhalten*

Im Theorieteil wurde bezüglich der Verhaltensrelevanz von Images festgestellt, dass ein Image von einer Stadt bzw. von einem Stadtteil durchaus Einfluss auf das Verhalten, also den Zuzug der Gentrifier, haben kann. Ganser legt dar, dass die Wanderungsbewegungen einzelner Personen oder Haushalte als Indikator zur Messung der Attraktivität eines Wohnortes herangezogen werden können (vgl. Ganser 1970: 105). Im Umkehrschluss ergibt sich hieraus, dass eine umso stärkere Wanderungstendenz feststellbar ist, je attraktiver der Wohnort ist. Bezogen auf die Gentrifier kann also festgehalten werden: Je attraktiver das Schanzenviertel bezüglich der Bedürfnisse der Gentrifier einzuschätzen ist, desto wahrscheinlicher ist es, dass die Gentrifier auch tatsächlich zuziehen. Betrachtet man die Ergebnisse der Erhebung, so müsste demnach

mit dem Anstieg der Attraktivität auch die Anzahl der zuziehenden Gentrifier seit 1988 kontinuierlich angewachsen sein.

In diesem Fall hat die ansteigende Attraktivität möglicherweise dazu geführt, dass potentielle Gentrifier auf das Schanzenviertel aufmerksam geworden sind und sich zum Zuzug entschlossen haben. Hierin liegt nun die Relevanz der Fragestellung begründet, da ohne das Eintreten einer Wanderungsbewegung kein Zusammenhang zwischen dem in den Tageszeitungen vermittelten Image und dem Prozess der Gentrification, insbesondere dem Zuzug der Gentrifier, hergestellt werden könnte.

Ob und inwiefern das Image aber tatsächlich entscheidend bei der Wohnortwahl mitgewirkt hat, kann nicht festgestellt werden. Schließlich können neben dem Image eines Stadtteils auch persönliche Faktoren wie die Nähe zum Arbeitsplatz, die Innenstadtnähe, oder die zu Beginn der Gentrification relativ günstigen Mieten, etc. entscheidend für einen Zuzug gewesen sein.

#### *Auch andere Imagequellen spielen eine Rolle*

Wie im Theorieteil dargelegt, haben die Medien einen großen Einfluss auf das Image, welches ein Individuum oder eine Gruppe von Individuen von einer Stadt oder einem Stadtteil ‚besitzt‘. Neben den Tageszeitungen spielen hierbei auch andere Medien wie das Fernsehen, Radio und zunehmend das Internet eine wichtige Rolle. Images, die von Ausschreitungen oder Demonstrationen beeinflusst sind, lassen sich zum Beispiel mit einer Untermalung durch bewegte Bilder besonders gut transportieren; dem Fernsehen kann hier also eine Sonderfunktion zugesprochen werden. Auf regionaler Ebene und bezüglich einer kontinuierlichen Berichterstattung ist dennoch davon auszugehen, dass die Tageszeitungen ein wichtiges Instrument sind, mit dem Images von Stadtteilen vermittelt werden.

Des Weiteren muss davon ausgegangen werden, dass außer den Medien noch weitere Einflussgrößen an der Entstehung von Raumimages beteiligt sind. Hierzu zählen neben der „individuellen Raumerfahrung“ (Stegmann 1997: 15) auch die Eindrücke, welche bei der Kommunikation mit anderen Menschen entstehen (vgl. Boulding 1973: 55).

Hier wird deutlich, dass mit der durchgeführten Tageszeitungsanalyse nur eine der Einflussgrößen auf das Raumimage des Schanzenviertels untersucht werden konnte. Es

ist nicht auszuschließen, dass beispielsweise ein persönlicher Besuch oder der Austausch mit anderen Menschen den Eindruck der potentiellen Gentrifier von der Attraktivität des Schanzenviertels nachhaltig beeinflusst haben.

#### 4.2.3 Medien und Popularität

Im Folgenden soll auf die Position der Medien und speziell den Einfluss der hier untersuchten Tageszeitungen auf das vorgefundene Image eingegangen werden. Des Weiteren wird die allgemein wahrgenommene Popularität des Schanzenviertels, welche sich in den Erhebungsergebnissen nicht in der erwarteten Weise widerspiegelt hat, diskutiert.

##### *In die Medien findet nur das Besondere Eingang*

Bei der Betrachtung der Erhebungsergebnisse stellt sich die Frage, warum bestimmte Thematiken und somit Indikatoren gehäuft vorgefunden wurden, gleichzeitig jedoch andere, von deren Vorkommen ich überzeugt gewesen bin, nur äußerst selten erwähnt wurden.

Sichtbar wird dies an der hohen Anzahl an Indikatoren wie *Militante Linke* und *Kriminalität* in allen Jahren, aber auch dem Indikator *Drogenszene* im Jahr 1998. Hier wäre zu hinterfragen, ob die Geschehnisse im Schanzenviertel tatsächlich so ‚dramatisch‘ gewesen, wie die Anzahl der Indikatoren vermuten lässt, oder ob die konsequente Berichterstattung und ständige Wiederholung der Thematiken nicht auch anders begründet werden kann.

Nur selten kamen hingegen die Indikatoren *Ethnisch-kulturelle Vielfalt*, *Kreative*, *Hochwertiger Einzelhandel*, *Gastronomie*, *Unkonventionelle Wohnmöglichkeiten* sowie *Parks* in der Berichterstattung vor. Selbst im Jahr 2007, bei fortgeschrittener Gentrification, scheinen die mit den genannten Indikatoren verbundenen Ereignisse nicht wichtig genug für eine Berichterstattung zu sein. Fraglich ist auch hierbei, ob tatsächlich keine berichtenswerten Ereignisse stattgefunden haben, die mit den genannten Indikatoren in Verbindung gebracht werden können oder ob ein anderer Grund hierfür gefunden werden kann.

In seinem Aufsatz „Medien und Katastrophen. Fünf Thesen“ geht Rolf Lindner (1990) auf die potentielle Beeinflussung der Berichterstattung durch das Eingreifen der Journalisten ein. So wird vor der Verbreitung einer Information in den Medien eine Wertung vorgenommen, inwiefern diese einen hinreichenden „Nachrichtenwert“ (Lindner 1990: 124) hat. Es werden letztlich nur „alle ungewöhnlichen, regelwidrigen Ereignisse“ (ebd.: 125) verbreitet, welche von den ‚gewöhnlichen‘ Situationen in erheblichem Maße abweichen. Dazu müssen die Ereignisse entweder eine außergewöhnliche Dimension erreichen, eine prominente Person betreffen oder besonders ‚dramatisch‘ sein (vgl. ebd.). Des Weiteren wird der Nachrichtenwert einer Information gesteigert, wenn das betreffende Ereignis besonders aktuell, nah an den potentiellen Rezipienten oder in erhöhtem Maße konfliktrichtig ist. Im ‚Idealfall‘ handelt es sich bei dem darzustellenden Ereignis um eine Katastrophe (vgl. ebd.: 126f.). Übertragen auf die Erhebungsergebnisse bedeutet dies, dass zum Beispiel Demonstrationen erst dann relevant für die mediale Berichterstattung werden, wenn diese in gewalttätigen Auseinandersetzungen, etwa zwischen der linken Szene und der Polizei enden, oder eine sehr große Anzahl an Demonstranten hieran beteiligt ist; im Schanzenviertel ist eher von ersterem Fall auszugehen.

Ein gutes Beispiel liefert die Berichterstattung über den Neubau des Musicaltheaters ‚Flora‘ am Schulterblatt. Hier kam neben der politischen Brisanz und der Involvierung prominenter Persönlichkeiten aus dem Hamburger Rathaus auch die Konfliktrichtigkeit der Thematik unter den Bewohnern, Einzelhändlern, Investoren und vieler anderer Gruppierungen zum Tragen. Für die Hamburger Tageszeitungen kann hier zudem die Nähe der Rezipienten zum Ort des Geschehens, sowie die Aktualität zu einer Steigerung des Nachrichtenwertes beigetragen haben.

In ähnlicher Weise sind weitere Beispiele für den Nachrichtenwert bestimmter Ereignisse im Schanzenviertel auffindbar. Deutlich sichtbar wird hier, dass es vor allem negative Ereignisse sind bzw. solche, die das Schanzenviertel in einem schlechten Licht dastehen lassen, welche dann letztlich in der Lage sind, die Schwelle hin zu einem berichtenswerten Ereignis zu überschreiten.

In letzter Konsequenz führt diese zugespitzte Berichterstattung dazu, dass die eigenen Bewohner das Schanzenviertel in der Berichterstattung der Tageszeitungen teilweise



nicht wiedererkennen. Im Bezug auf die Drogenproblematik in den späten 1990er Jahren berichten Birenheide et al. (2001) von einer medialen Darstellung, in der die tatsächliche Anwesenheit von Drogenkonsumenten zu einer Verklärung des gesamten Schanzenviertels als heruntergekommenes und verwahrlostes Quartier geführt hat. Die Bewohner mussten sich im Folgenden gegenüber Außenstehenden rechtfertigen und ihren Wohnort gegen diese Stereotypisierungen verteidigen (vgl. Birenheide et al. 2001: 32).

Es kann somit auch geschlossen werden, warum die oben erwähnten Indikatoren *Ethnisch-kulturelle Vielfalt, Kreative*, usw., allesamt die positive Berichterstattung betreffend, nur äußerst selten vorkommen. Die zugrunde liegenden Ereignisse erreichen häufig keinen ausreichenden Nachrichtenwert, da sie eher dem Alltag zuzuordnen sind und der Normalität entsprechen. Lang zu Folge bleiben solche Thematiken bei der Berichterstattung außen vor (vgl. 1998: 82).

Auf einen weiteren Aspekt, der auch in Hinblick auf die Berichterstattung der Tageszeitungen über das Schanzenviertel betrachtet werden soll, geht Barbara Lang in ihrem Werk „Mythos Kreuzberg“ (1998) ein; sie bezieht sich hierbei auf die Gentrifizierung dieses Berliner Stadtteils. Konkret beschreibt sie den Zusammenhang, der zwischen der Attraktivität des in Tageszeitungen vermittelten Images und dem Zuzug der ‚neuen‘ Bewohner – also den Gentrifiern - hergestellt werden kann. So ist die Darstellung des Stadtteils in den Tageszeitungen als einer der Faktoren zu betrachten, der maßgeblich auf die Entwicklung des Quartiers eingewirkt hat. Indem die Presse bezüglich Kreuzberg direkt auf die Eigenschaften eingegangen ist, welche Gentrifiern in einem Stadtteil vorfinden wollen, wurde der Prozess der Gentrification erheblich vorangetrieben (vgl. ebd.: 174). Die Berichterstattung kann also einen Aufwertungsprozess darstellen, der in Wirklichkeit so noch gar nicht eingetreten ist („symbolische Gentrifizierung“, ebd.: 173).

Übertragen auf meine Erhebung bezüglich des Schanzenviertels lässt sich feststellen, dass solche expliziten ‚Werbepbotschaften‘ erst in den Artikeln aus dem Jahr 2007 vorkommen. Hier wird auch des Öfteren direkt auf das ‚Szene‘- oder ‚Ausgehviertel‘ Bezug genommen und somit konkret auf die Attraktivität des Wohnstandortes verwiesen. Es ist zu diesem Zeitpunkt gemäß Langs Feststellung nicht auszuschließen,

dass die explizite Darstellung in den Tageszeitungen zu einem vermehrten Zuzug der Gentrifier und dementsprechend durch deren Anwesenheit zu einer noch größeren Attraktivität führt. Diese zunehmende Attraktivität könnte dann wiederum einen Zuzug der Gentrifier zur Folge haben. Deutlich wird hierbei der oben bereits erwähnte Kreislauf, der zwischen der Attraktivitätssteigerung und dem Fortschreiten der Gentrification festgestellt werden kann.

Da die Einschätzungen bezüglich des Nachrichtenwertes und der möglichen Beeinflussung der Darstellung in gleicher Weise für alle Tageszeitungen, ob nun taz, HA oder MOPO gelten, ist weiter zu hinterfragen, wie die einzelnen Zeitungen mit den Themen umgehen, welche als berichtenswert betrachtet werden. Es bleibt somit - unter Berücksichtigung der Ausrichtungen der einzelnen Tageszeitungen - zu untersuchen, inwieweit sich die Darstellungen bezüglich des Schanzenviertelimages unterscheiden und welchen Einfluss dies auf die Ergebnisse meiner Erhebung hat.

#### *Die Ausrichtung der Tageszeitungen*

Wie zu erwarten war, hat sich die Auswahl der zu untersuchenden Tageszeitungen, deren Besonderheiten im Methodenteil unter 3.1.1 beschrieben wurden, auf die Ergebnisse der Erhebung niedergeschlagen. Auf diese Tatsache wurde zum Teil bereits bei der Darstellung der Ergebnisse eingegangen; an dieser Stelle sollen die gewonnenen Erkenntnisse nun noch einmal zusammengefasst werden.

Bei der taz konnte von vornherein eine linke Ausrichtung angenommen werden. Diese schlägt sich des Öfteren in der positiven Darstellung von Aktionen der linken Szene (Demos gegen die Globalisierung, gegen staatliche Überwachung, gegen den G-8-Gipfel, etc.), sowie in der negativen Darstellung von Polizeieinsätzen und politischen Maßnahmen in diesen Zusammenhängen, nieder. Kritisch betrachtet wurden insbesondere solche Situationen, in denen Teilen der linken Szene oder Angehörigen ‚benachteiligter‘ Gruppen, z.B. Arbeitslosen, Obdachlosen, Abhängigen, etc. Unrecht widerfahren ist.

Man kann auf Grund des Strebens nach alternativen Lebensformen und der Toleranz von Gentrifiern gegenüber anderen Kulturen, Ethnien, etc. vermuten, dass die taz auf Grund ihrer inhaltlichen und politischen Ausrichtung am ehesten dem Selbstverständnis dieser

Gruppe entspricht. Folglich dürfte die Darstellung des Images in der taz die Gentrifizierung am ehesten zu einem Zuzug in das Viertel bewegt haben (s.o.). Legt man zu Grunde, dass in der taz, im Gegensatz zu den beiden anderen untersuchten Tageszeitungen, die Attraktivität des Viertels von 1998 bis 2007 in den Darstellungen abgenommen hat, so lässt dieses auch eine Prognose über einen eher regressiven Verlauf der Intensität der Gentrifizierung zu. Die Annahme wäre allerdings nur dann richtig, wenn Gentrifizierung ihr Image bezüglich des Schanzenviertels tatsächlich vor allem über die Darstellung in der taz generieren; wie oben aufgezeigt wird, ist dies jedoch nicht der Fall.

Bezüglich der Darstellung in der MOPO ist insbesondere auf das Charakteristikum ‚Boulevardzeitung‘ einzugehen. Hiermit sind viele Zuschreibungen und Einschränkungen verbunden, da bei Boulevardzeitungen von einer eher geringen Seriosität gesprochen werden kann. Sie werben mit sensationellen ‚Aufmachern‘ und sind ständig darauf angewiesen, ihre Leser emotional anzusprechen, um diesen fortlaufend neue Kaufanreize zu liefern; dies soll vor allem mit einer Berichterstattung über „sex, crime, war“ (Hummel 1991: 191) gelingen (vgl. ebd.).

Es verwundert also nicht, dass im Jahr 1988 die größte Anzahl an Artikeln über das Schanzenviertel in der MOPO vorgefunden wurde. Zumindest das Element ‚crime‘ ist in diesem Untersuchungszeitraum immer wieder Bestandteil der Berichterstattung gewesen, da es bei den Auseinandersetzungen um den Umbau des ehemaligen Musicaltheaters ‚Flora‘ oftmals zu Gewalttaten und kriminellen Handlungen gekommen ist. Hieran waren hauptsächlich die Polizei und der militante Teil der linken Szene beteiligt, wobei vor allem die Demonstranten in den Darstellungen zu ‚Feindbildern‘ erhoben wurden.

Vor diesem Hintergrund wirkt es etwas verwunderlich, dass in der MOPO im Jahr 2007 die Anzahl der PRO-Artikel diejenige der CONTRA-Artikel einmalig in der Auswertung übertrifft. Auch in diesem Jahr werden in allen Medien die ständig wiederkehrenden Ausschreitungen thematisiert, was als ‚Aufmacher‘ für die MOPO geradezu prädestiniert erscheint. Dennoch hat es andere ‚Boulevardthemen‘ gegeben, die ebenfalls für die Leserschaft geeignet, jedoch nicht so negativ konnotiert waren.

Das HA nimmt, wie oben bereits erwähnt, eine besondere Position innerhalb der Hamburger Medienlandschaft ein. Es handelt sich dabei um die Tageszeitung, die sich

im Großteil der Ausgabe nur mit der Hansestadt beschäftigt und hierbei auch als wichtigster Vermittler für die städtische Politik fungiert. Bei der Auswertung ist dies deutlich spürbar, da in den Artikeln verhältnismäßig oft (z.B. bei den Auseinandersetzungen um die ‚Rote Flora‘) auch die politischen Entscheidungen im Hintergrund wiedergegeben werden. In der MOPO hat hingegen eine stärkere Konzentration auf die Geschehnisse auf der Straße stattgefunden. Es ist letztlich dieser unterschiedliche Bezug zur Stadt, mit dem sich die voneinander abweichenden Artikelzahlen von MOPO und HA auf der einen und taz auf der anderen Seite erklären lässt. Der lokale Bezug ist bei MOPO und HA natürlich wesentlich stärker gegeben, so dass auch häufiger ‚alltägliches‘ in den Artikeln zur Sprache kommt. Die taz berichtet außerhalb der in ihrer Kapazität beschränkten Regionalausgaben erst bei Themen, die auch überregional relevant sind.

.

*Der Reiz des Unattraktiven – warum das Schanzenviertel so beliebt ist, obwohl es häufig zu Konflikten kommt*

Obwohl die Attraktivität des Schanzenviertels, bezogen auf die Bedürfnisse von Gentrifiern, seit 1988 stetig gestiegen ist, hat die Anzahl an PRO-Artikeln die Anzahl an CONTRA-Artikeln bis 2007 nicht übertroffen (vgl. Abb. 1). Ausschlaggebend sind hierfür vor allem Berichte über die Ausschreitungen von Seiten der militanten linken Szene, die in regelmäßigen Abständen auch heute noch durch die Medien verbreitet werden (vgl. Abb. 13).

Es ist dennoch festzuhalten, dass sich das Image des Schanzenviertels in vielen Bereichen verbessert hat bzw. als attraktiver repräsentiert wurde. Zu den Indikatoren, an denen sich eine deutliche Attraktivitätssteigerung festmachen lässt, gehören vor allem *Alternative Kultur*, *Grün-alternative Milieu* und *Internationale Gastronomie* (vgl. ebd.), auch wenn diese 2007 immer noch nicht so häufig vorkommen, wie erwartet wurde.

Hinweise darauf, dass das Schanzenviertel von der Mehrheit an Bewohnern und Besuchern – dies bezieht sich nun nicht in erster Linie auf die Gentrifier – dennoch im Allgemeinen als positiv wahrgenommen wird, finden sich in diversen Tageszeitungen:

Im Magazin der Süddeutschen Zeitung vom 15.02.2008 (Braun 2008: 32) wird das Schulterblatt, eine Hauptstraße des Schanzenviertels, mit einem „Schmetterlingspark“

(ebd.) verglichen, in dem die immer wiederkehrenden Krawalle nur kurzzeitig die Unbeschwertheit der Anwesenden (jedem wird die größtmögliche Individualität zugebilligt) zu unterbrechen vermögen. „Das Leben ist süß wie Vanilletörtchen“ (ebd.), so wird hier der Charme des Stadtteils umschrieben. Im Gegensatz hierzu wird aber auch die Schattenseite des Viertels als Vorhof des benachbarten Stadtteils St. Pauli und dementsprechend „schmuddelig und rau, mit Müllsäcken auf den Gehwegen“ (ebd.), dargestellt (vgl. ebd.).

Auch die Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung berichtet am 16.03.2008 in einem ganzseitigen Artikel mit der Überschrift „Die Kreativen testen die Schanzengleichheit“ (Nienhaus 2008: 46), über das Schanzenviertel. Hier wird ein Bild des Stadtteils als ‚Konzentrat des urbanen Lebens‘ in der Großstadt generiert, welches sich wiederum durch die individuellen Entfaltungsmöglichkeiten auszeichnet. Eine ausgeprägte Konsuminfrastruktur mit diversen Einkaufs- und Ausgelmöglichkeiten und der gleichzeitigen Möglichkeit, sich an einen Ort der Ruhe zurückzuziehen, zeichnen demnach das Quartier aus. „Gediegen und alternativ“ (ebd.), so werden die Gegensätze beschrieben, welche prägend sind für die Innen- und Außenwahrnehmung des Schanzenviertels. Ein Reiz ist auch darin zu sehen, dass in diesem Quartier die Möglichkeit besteht, „die linksalternative Szene [ist] noch in Relikten zu besichtigen“ (ebd.); hierzu zählen diverse Protestaktionen der linken Szene, auch einhergehend mit militantem Widerstand, ebenso wie das bloße anwesend sein von Punkern im Umfeld des autonomen Kulturhauses ‚Rote Flora‘.

Marcus Kolodziej merkt an, dass vor allem die Vorkommnisse um die ‚Flora‘ am Ende der 1980er Jahre zu einer Art „Krawalltourismus“ (2003: 380) geführt haben, so dass vermehrt Besucher in das Schanzenviertel geströmt sind um das Objekt des Protestes auch einmal aus der Nähe betrachten zu können (ebd.). Der damalige Anreiz kann durchaus auch auf die heutige Situation mit den immer wiederkehrenden Straßenschlachten übertragen werden.

Daneben bietet das Schanzenviertel vor allem für kreative Berufe einen guten Nährboden; alte Fabrikgebäude bieten neben viel Platz auch die entsprechende Atmosphäre für Werbeagenturen, Musikproduzenten, etc.

Auch Birenheide et al. gehen in ihrem Aufsatz „Sicherheit und Recht und Freiheit“ (2001) des Öfteren auf die Besonderheiten des Viertels und dessen Abgrenzung in Bezug auf andere Stadtteile ein. Ihnen zu Folge verfügt das Schanzenviertel über eine spezielle „Quartiersmentalität“ (ebd.: 26), welche sich durch eine Offenheit der Anwohner gegenüber allen Zuziehenden, die zur Gemeinschaft dazugehören wollen, auszeichnet (vgl. ebd.). Die Autoren schreiben den Bewohnern des Schanzenviertels ein hohes Maß an Stolz bezüglich ihres Wohnortes zu. Vor allem die Mitwirkung an der Gestaltung des Stadtteils und das Bewusstsein für die Aufrechterhaltung der ‚Mischung‘ prägen das Selbstverständnis der Bewohnerschaft (vgl. ebd.).

Hiermit ist auch zu erklären, dass sich das „Wir-Bewusstsein“ (ebd.: 51), welches die Bewohner hinsichtlich der Belange ihres Stadtteils entwickelt haben, im starken Engagement für soziale und politische Zwecke widerspiegelt (vgl. ebd.). Die hierbei entstehenden Konflikte sollen den Idealen der Bewohner entsprechend durch Kommunikation gelöst werden (vgl. ebd.: 53f.); wie die Tageszeitungsanalyse sowie die alltägliche Berichterstattung in den Massenmedien zeigen, ist dies jedoch in vielen Fällen misslungen.

Die Selbsteinschätzung der Bewohner – sie halten sich für „politisch aufgeklärt“ und „links“ (Birenheide et al. 2001: 36) - weist einen erheblichen Unterschied zu der Eigenwahrnehmung von Bewohnern vieler anderer Stadtteile auf. Ebenso kann die „anarchistische Nichtordnung“ (Birenheide et al. 2001: 41), welche das Schanzenviertel prägt, eindeutig als „spezifische Qualität des Viertels“ (ebd.) betrachtet werden.

Zusammengefasst sind demzufolge sowohl die Binnensicht der Bewohner, als auch die Außenwahrnehmung als entscheidende Kriterien zu betrachten, wenn der Reiz des Stadtteils herausgestellt werden soll. Die in ihrer Zusammensetzung heterogene, von außen jedoch als homogene Gemeinschaft wahrgenommene Bewohnerschaft vermittelt das Gefühl, durch Partizipation - also den Zuzug oder einen Besuch - den ‚In‘-Status erreichen zu können.

Gleichzeitig bietet das Schanzenviertel auf einer Gesamtfläche von nur 0,5 km<sup>2</sup> all das, was sonst nur Großstädte vereinen können. Multikulturelles Flair, bürgerschaftliches Engagement und Widerstand gegen die Kommerzialisierung gehören ebenso dazu, wie

eine Vielzahl unterschiedlichster Einkaufsmöglichkeiten und ein außergewöhnliches gastronomisches Angebot. Und wenn der Alltag die Bewohner einzuholen droht, kommt hin und wieder ein bisschen Abwechslung durch Krawalle der linken Szene und Großeinsätze der Polizei ins Spiel. Gerade hierin besteht wohl die Eigentümlichkeit, welche das Schanzenviertel interessant macht.

## **5. Zusammenfassung und Fazit**

Mit der vorliegenden Arbeit sollte die Frage beantwortet werden, ob und wie sich das in den Hamburger Tageszeitungen repräsentierte Image des Schanzenviertels in den letzten 30 Jahren gewandelt hat. Bei der Einstufung der Attraktivität von Images in den einzelnen Artikeln sind die Indikatoren zum Tragen gekommen, welche sich im Theorieteil als besonders relevant für potentielle Gentrifier herauskristallisiert haben.

Die in dieser Arbeit durchgeführte Tageszeitungsanalyse hat zu dem Ergebnis geführt, dass es hinsichtlich des Schanzenviertelimages einen Wandel gegeben hat. Fasst man alle Tageszeitungen zusammen, um ein Gesamtimage zu ermitteln, so lässt sich feststellen, dass dieses für die Träger der Gentrification attraktiver geworden ist. Dennoch überwiegt auch noch im Jahr 2007 die Anzahl an Artikeln mit einem unattraktiven Image gegenüber denen, die ein attraktives Image vermitteln.

Im Einzelnen hat sich gezeigt, dass über das in den Tageszeitungen repräsentierte Image des Schanzenviertels im Jahr 1979 noch keine Aussage getätigt werden kann. Im Jahr 1988 ist dies auf Grund der ständigen Medienpräsenz des Stadtteils hingegen möglich. Die hohe Anzahl an vorgefundenen Artikeln macht deutlich, dass 1988 als das Jahr zu betrachten ist, in dem das Image in den Tageszeitungen mit hoher Wahrscheinlichkeit einen Eindruck bei den Rezipienten hinterlassen hat. Sowohl in der taz, als auch in der MOPO und dem HA ist ein wesentlich höherer Anteil an CONTRA-, als an PRO-Artikeln vorzufinden.

Ein ‚positiver‘ Trend ist hingegen 1998 festzustellen. In der taz lassen sich gleich viele PRO- und CONTRA-Artikel finden und im HA nähert sich deren Anzahl an; lediglich in der MOPO hat sich keine Tendenz hin zu einem attraktiven Image gezeigt.

Ohne einheitliches Ergebnis bleibt schließlich die Auswertung der repräsentierten Images im Jahr 2007. Während beim HA die Anzahl an Artikeln, die ein unattraktives Image vermitteln und die Anzahl an Artikeln, die ein attraktives Image vermitteln, annähernd einen gleichen Wert erreicht, hat bei der MOPO sogar die Anzahl an PRO-Artikeln die Anzahl der CONTRA-Artikel übertroffen. Gegensätzliches zeigt sich bei der taz, in der 2007 wieder erheblich mehr Artikel vorzufinden sind, die ein unattraktives Image in Hinblick auf die Bedürfnisse der Gentrifier vermitteln.

Welche Schlüsse lassen sich nun aus den Ergebnissen ziehen?

Wie oben bereits erwähnt wurde, ist anzunehmen, dass ein attraktives Image potentiellen Gentrifiern einen Anreiz bietet, in das Viertel zu ziehen. Es wurde ebenfalls die Unklarheit darüber dargelegt, ob die Gentrifier in erster Instanz als Auslöser für die gesteigerte Attraktivität zu betrachten sind oder ob die Attraktivitätssteigerung unabhängig von den zuziehenden Gentrifiern erklärt werden kann.

Die Tatsache, dass 2007 immer noch eine größere Zahl von Artikeln mit unattraktivem als mit attraktivem Image vorzufinden ist und gleichzeitig in der taz wieder eine rückläufige Tendenz, also eine gesteigerte Anzahl an Artikeln mit einem unattraktiven Image, vorgefunden werden kann, lässt mehrere Schlussfolgerungen zu: Zum einen besteht weiterhin ein hohes Potential hinsichtlich der Attraktivitätssteigerung des Images in den Tageszeitungen; es wäre eine positivere Berichterstattung möglich, wenn in Zukunft negative und somit berichtenswerte Ereignisse nicht mehr zum Alltag des Schanzenviertels gehören würden. Zum anderen besteht aber – wie die Berichterstattung in der taz zeigt - auch die Gefahr, dass das Image wieder unattraktiver für Gentrifier wird. Die Ausschreitungen von Seiten der militanten linken Szene sind momentan geeignet, das Image des Schanzenviertels gänzlich in ein negatives Licht zu rücken, so dass dieses vor allem für wohlhabendere Schichten als Wohnort nicht mehr in Frage kommen könnte.

Insgesamt ist festzuhalten, dass sich das Image des Schanzenviertels, welches in Tageszeitungen repräsentiert wird, in den letzten 30 Jahren nicht in dem Maße in die attraktive Richtung für Gentrifier entwickelt hat, wie vor Beginn der Erhebung vermutet wurde. Das Straßenbild des Schanzenviertels ist deutlich gekennzeichnet durch Sanierungs- und Renovierungsmaßnahmen, Neubauten sind in einer großen Anzahl



vorzufinden. Dies lässt den Eindruck zu: ‚Es hat sich viel getan‘. Vor allem für jüngere Menschen ist auf den ersten Blick eine attraktive Wohnumgebung geschaffen worden. Es gibt ein attraktives Kulturangebot, ein vielseitiges Angebot an Bars, Cafés, Kneipen und Restaurants, aber auch eine Einzelhandelsstruktur, welche als alternativ und außergewöhnlich bezeichnet werden kann. **„Von einstürzenden Altbauten zur gentrifizierten Koffeinszene“**, so lässt sich der Wandel in wenigen Worten treffend umschreiben.

All diese Merkmale kommen in den Tageszeitungen bis 2007 jedoch kaum zur Sprache. Erwartet hätte ich hingegen, dass sich der Eindruck, den man bei der Begehung des Viertels erhält, stärker in den Darstellungen der Tageszeitungen widerspiegeln würde. In diesen sind hingegen die Ausschreitungen immer noch die dominierende Thematik. Als Begründung hierfür kann eine der oben angeführten Eigenschaften der Tageszeitungen herangezogen werden, wonach diese einen speziellen Fokus auf ‚besondere‘ Ereignisse legen. Die attraktiven Seiten des Schanzenviertels gehören größtenteils nicht hierzu, wie auch die Ergebnisse der Erhebung zeigen. Das Image des Viertels kann in den Tageszeitungen folglich nicht so dargestellt werden, wie es bei einem Besucher und auch der Bewohnerschaft entsteht. Man kann also davon ausgehen, dass das Image auch von Gentrifiern bei einem persönlichen Besuch attraktiver wahrgenommen wird, als dieses in den Tageszeitungen vermittelt werden kann. Ansonsten könnte nicht erklärt werden, dass das Schanzenviertel in den letzten Jahren einen solchen ‚In‘-Status erreicht hat.

Der Titel dieser Arbeit **„Von einstürzenden Altbauten zur gentrifizierten Koffeinszene“** ist also mit der Einschränkung zu verstehen, dass ein solch drastischer Wandel zumindest in den Tageszeitungen nicht vorzufinden ist. Tatsächlich gibt es nur noch wenige sanierungsbedürftige und baufällige Altbauten, in denen Studenten und Migranten in den 1970er Jahren eine günstige Unterkunft gefunden haben. Ebenso hat ein Gentrifizierungsprozess stattgefunden und eine der wichtigsten Einnahmequellen im Schanzenviertel besteht heute im vielfältigen gastronomischen Angebot, welches hier vorzufinden ist. Diese Entwicklung konnte jedoch anhand der Berichterstattung der Hamburger Tageszeitungen so nicht nachvollzogen werden.

An dieser Stelle muss nun überlegt werden, ob es weitere und evtl. geeignetere Methode gibt, mit der sich die Attraktivität des Schanzenviertelimages für Gentrifier überprüfen lässt. Eine Möglichkeit besteht zum Beispiel darin, die in den letzten Jahren zugezogenen Bewohner des Viertels, zu denen vermutlich auch die Gentrifier zu zählen sind, bezüglich ihres Wanderungsmotivs zu befragen. Hierdurch könnte ermittelt werden, wie das Image des Schanzenviertels bei dieser Gruppe tatsächlich beschaffen ist.

Hält man zur Überprüfung der Attraktivität des Schanzenviertelimages jedoch am Medium Tageszeitung fest und strebt eine exaktere Auswertung an, als sie diese Arbeit bietet, so ist zunächst eine genauere Analyse dahingehend notwendig, welche Tageszeitung von den Gentrifiern bevorzugt gelesen wird. Zudem wäre eine engmaschigere Analyse, also kürzere Zeitabstände zwischen den Stichprobenziehungen, sinnvoll. Dies war im Rahmen dieser Arbeit aus Gründen des Umfangs leider nicht möglich.

Als weiterführende Fragestellung wäre es interessant zu überprüfen, welche Wirkung ein in Tageszeitungen vermitteltes Image auf die Leser, in diesem Fall die potentiellen Gentrifier, hat. Nachdem die bevorzugt gelesene Tageszeitung der Gentrifier ermittelt wurde, wäre eine Leserbefragung dahingehend interessant, welche Wirkung das Lesen dieser Artikel auf die Gentrifier ausübt. Hier wäre von Interesse, ob das Lesen der Tageszeitung bzw. das darin vermittelte Image, die Gentrifier tatsächlich zum Zuzug bewegen könnte.

Des Weiteren wäre eine Untersuchung dahingehend möglich, inwieweit eine Übereinstimmung zwischen der in dieser Zeitungsanalyse festgestellten Imageentwicklung und dem tatsächlichen Wanderungsverhalten in den letzten 30 Jahren - gemessen an statistischen Daten zur Bevölkerungsentwicklung und der Befragung der Bewohner - festgestellt werden kann. Hierdurch könnten Parallelen zwischen diesen beiden Verläufen aufgedeckt und somit der mögliche Einfluss der Imagedarstellungen in den Tageszeitungen auf den Gentrificationprozess genauer überprüft werden.

Abschließend lässt sich festhalten, dass das Schanzenviertel und der dort vollzogene Prozess der Gentrification, einhergehend mit dem in dieser Arbeit festgestellten

Imagewandel, noch eine Vielzahl an offenen Fragestellungen bietet, die in zukünftigen Arbeiten weiter untersucht werden könnten. Die Tatsache, dass in der aktuellen Berichterstattung über das Schanzenviertel fast ausschließlich die Ausschreitungen der militanten linken Szene zur Sprache kommen<sup>23</sup>, macht deutlich, dass es sich immer noch um einen polarisierenden und außergewöhnlichen Stadtteil handelt, den man in seiner Entwicklung unbedingt weiter verfolgen sollte.

---

<sup>23</sup> So zum Beispiel der Bericht in der ‚tagesschau‘ am 08.09.2008, der die „Sinnlose Gewalt im Schanzenviertel“ nach dem alljährlich stattfindenden Straßenfest thematisiert.

## Literatur

Alisch, Monika; Dangschat, Jens S. 1996: Die Akteure der Gentrifizierung und ihre „Karrieren“. In: Friedrichs, Jürgen; Kecskes, Robert (Hg.): Gentrification. Theorie und Forschungsergebnisse, S. 95-129

Axel Springer: Kurzportrait. In Hamburg die Nr. 1 [www Dokument]. Verfügbar unter: <http://www.mediapilot.de/cda/index.php?cn=86&np=14&nt=3> [letzter Zugriff: 14.10.08]

Birenheide, Almut; Legnaro, Aldo; Ruschmeier, Sibylle 2001: Sicherheit und Recht und Freiheit. Städtisches Lebensgefühl und Glokalisierung. In: Criminologische Vereinigung (Hg.): Retro-Perspektiven der Kriminologie. Stadt – Kriminalität – Kontrolle. Hamburg: Books on Demand GmbH, S. 17-57

Blasius, Jörg; Dangschat, Jens S. (Hg.) 1990: Gentrification: Die Aufwertung innenstadtnaher Wohnviertel. Frankfurt/Main, New York: Campus

Blasius, Jörg 1993: Gentrification und Lebensstile. Wiesbaden: DVV

Blasius, Jörg 2004: Gentrification und die Verdrängung der Wohnbevölkerung. In: Kecskes, Robert; Wagner, Michael; Wolf, Christof (Hg.): Angewandte Soziologie. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 21 - 44

Blome-Drees, Johannes; Rang, Reiner 2007: Private Equity-Investitionen in deutsche Unternehmen und ihre Wirkungen auf die Mitarbeiter. Eine konzeptionelle und empirische Analyse [www Dokument]. Verfügbar unter: [http://www.boeckler.de/pdf/mbf\\_finanzinvestoren\\_hambu\\_morgenp.pdf](http://www.boeckler.de/pdf/mbf_finanzinvestoren_hambu_morgenp.pdf) [letzter Zugriff: 03.10.08]

Boulding, Kenneth 1973: The Image. Michigan: University of Michigan Press

Braun, Jessica: Hamburg, Schanzenviertel. In: Süddeutsche Zeitung Magazin 07/2008, S. 32

Busse, Carl-Heinrich 1990: Gentrification: Stadtteile im Konflikt – Beispiele aus Hamburg. In: Blasius, Jörg; Dangschat, Jens S. (Hg.): Gentrification. Die Aufwertung innenstadtnaher Wohngebiete. Frankfurt a.M.: Campus Verlag, S. 196-212

Dangschat, Jens S. 1988: Gentrification: Der Wandel innenstadtnaher Wohnviertel. In: Friedrichs, Jürgen: Soziologische Stadtforschung. Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft 29. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 272 – 292

Dangschat, Jens S.; Friedrichs, Jürgen 1988: Gentrification in der inneren Stadt von Hamburg. Eine empirische Untersuchung des Wandels von drei Wohnvierteln. Hamburg: Gesellschaft für Sozialwissenschaftliche Stadtforschung

Diekmann, Andreas 2003: Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen; 10. Auflage: Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag

Dreitzel, Hans Peter 1962: Selbstbild und Gesellschaftsbild. Wissenssoziologische Überlegungen zum Image-Begriff. In: Europäisches Archiv für Soziologie. 3. Jg., Nr. 2/1962. Cambridge u.a.: Cambridge Univ. Press, S. 181 – 228

Eißfeldt, Hinnerk 1982: Der Schulterblatt. Ein Viertel verändert sich; Projektgruppe ‚Wohnen im Stadtteil‘. Hamburg: Braun & Behrmann

Falk, Wilhelm 1994: Städtische Quartiere und Aufwertung: Wo ist Gentrification möglich? Basel, Boston, Berlin: Birkhäuser Verlag

Featherstone, Mike 1991: Lifestyle and Consumer Culture. In: Ders.: Consumer Culture and Postmodernism. London (u.a.): Sage

FHH 2005: Schanzenviertel / Weidenallee saniert: Sanierungsgebiet Eimsbüttel S1 aufgehoben. Pressemitteilung vom 08.11.2005 [www Dokument]. Verfügbar unter: <http://fhh.hamburg.de/stadt/Aktuell/pressemitteilungen/2005/november/08/2005-11-08-bsu-schanzenviertel.html> [letzter Zugriff: 29.04.2008]

Freydag, Nina 2006: Hamburgs alternative Seele: die Schanze. Hamburger Abendblatt vom 08. 04. 2006, S. 4

Friedrich, Klaus 2000: Gentrifizierung. Theoretische Ansätze und Anwendungen auf Städte in den neuen Ländern. In: Geographische Rundschau, Jg. 52, Heft 7-8. Braunschweig: Westermann, S. 34 – 39

Friedrichs, Jürgen 1995: Stadtsoziologie. Opladen: Leske + Budrich

Friedrichs, Jürgen 1996: Gentrification: Forschungsstand und methodologische Probleme. In: Friedrichs, Jürgen; Kecskes, Robert (Hg.): Gentrification. Theorie und Forschungsergebnisse. Opladen: Leske und Budrich, S. 13-40

Friedrichs, Jürgen 1998: Gentrification. In: Häußermann, Hartmut; Siebel, Walter (Hg.): Großstadt: soziologische Stichworte. Opladen: Leske + Budrich, S. 57 – 66

Fröhlich, Hellmut 2007: Das neue Bild der Stadt: filmische Stadtbilder und alltägliche Raumvorstellungen im Dialog. Stuttgart: Steiner Verlag

Früh, Werner 1989: Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis; 2. Auflage. München: Verlag Ölschläger

Ganser, Karl 1970: Image als entwicklungsbestimmendes Steuerungselement. In: Stadtbauwelt 26/1970, S. 104-108

Gardner, Burleigh; Levy, Sidney J. 1955: The product and the brand. In: Harvard Business Review, Vol. 33 (03/04), S. 33 - 39

Grabow, Busso; Henckel, Dietrich; Hollbach-Grömig, Beate 1995: Weiche Standortfaktoren. Stuttgart: Kohlhammer

Gröppel-Klein, Andrea; Baun, Dorothea 2001: Stadtimage und Stadtidentifikation. Eine empirische Studie auf der Basis einstellungstheoretischer Erkenntnisse. In: Tscheulin, Dieter; Helmig, Bernd (Hg.): Branchenspezifisches Marketing. Grundlagen – Besonderheiten – Gemeinsamkeiten. Wiesbaden: Gabler Verlag, S. 353 – 371

Häder, Michael 2006: Empirische Sozialforschung. Eine Einführung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Häußermann, Hartmut; Siebel, Walter 1987: Neue Urbanität. Frankfurt a.M.: Suhrkamp

Häußermann, Hartmut; Läßle, Dieter; Siebel, Walter 2008: Stadtpolitik. Frankfurt a.M.: Suhrkamp

Hamnett, Chris 1991: The blind men and the elephant: the explanation of gentrification. In: The Institute of British Geographers: Transactions. New Series Volume 16, S. 173-189

Hannemann, Christine; Berger, Olaf 2000: Historischer Abriss zu wesentlichen Entwicklungslinien städtischen Wohnens in Deutschland seit 1945 [www Dokument]. Verfügbar unter: [http://209.85.135.104/search?q=cache:vWr4FLX27OIJ:www.bgss.huberlin.de/lehrbereiche/stadtsoz/mitin\\_daten/ch/wohngeschichte+Hannemann,+Christine+Berger,+Olaf+2000:+Wohngeschichte&hl=de&ct=clnk&cd=2&gl=de](http://209.85.135.104/search?q=cache:vWr4FLX27OIJ:www.bgss.huberlin.de/lehrbereiche/stadtsoz/mitin_daten/ch/wohngeschichte+Hannemann,+Christine+Berger,+Olaf+2000:+Wohngeschichte&hl=de&ct=clnk&cd=2&gl=de); [letzter Zugriff: 23.10.08]

Helbrecht, Ilse 1996: Die Wiederkehr der Innenstädte. Zur Rolle von Kultur, Kapital, und Konsum in der Gentrification. In: Geographische Zeitschrift Jg. 84, H.1. Stuttgart: Steiner, S. 1 - 15

Henry, Harry 1958: Motivation research. Its practice and uses for advertising, marketing, and other business. London: Lockwood

HH-Senat 2006: Gesetz über die räumliche Gliederung der Freien und Hansestadt Hamburg (RäumGlG) vom 6. Juli 2006, HmbGVBl. Nr. 33 [www Dokument]. Verfügbar unter: [http://www.hamburg.de/servlet/contentblob/24678/raeuml\\_gliederung\\_pdf/data.pdf](http://www.hamburg.de/servlet/contentblob/24678/raeuml_gliederung_pdf/data.pdf) [letzter Zugriff: 03.10.08]

Hummel, Roman 1991: Journalistische Spielarten. Zur Einordnung des Boulevardjournalismus. In: Bruck, Peter A. (Hg.): Das österreichische Format, Wiener Journal Zeitschriftenverlag, Horn, S. 184-197

Johannsen, Uwe 1971: Das Marken- und Firmen-Image. Theorie, Methodik, Praxis. Berlin: Duncker & Humblot

Kecskes, Robert 1997: Das Individuum und der Wandel städtischer Wohnviertel: Eine handlungstheoretische Erklärung von Aufwertungsprozessen Pfaffenweiler: Centaurus Verlag

Kleining, Gerhard 1959: Zum gegenwärtigen Stand der Imageforschung. In: Psychologie und Praxis, 3. Jg./1959. Stuttgart: Verlag für angewandte Psychologie, S. 198 – 212

Kleining, Gerhard 1972: Image. In: Bernsdorf, Wilhelm (Hg.): Wörterbuch der Soziologie. Frankfurt a.M.: Fischer Taschenbuch Verlag, S. 357-360

Kolodziej, Marcus 2003: Gastronomie im Quartier – Das Beispiel Hamburg-Schanzenviertel. In: Altrock, Uwe; Kunze, Ronald; Schubert, Dirk; von Petz, Ursula (Hg.): Jahrbuch Stadterneuerung. Berlin: Univ.-Verl. der Technischen Universität, S. 377-387

Koschnick, Wolfgang J. 1987: Standard-Lexikon für Marketing, Marktkommunikation, Markt- und Mediaforschung. München (u.a.): Saur

Kruip, Gudrun 1999: Das „Welt“-„Bild“ des Axel Springer Verlags. Journalismus zwischen westlichen Werten und deutschen Denktraditionen; München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH

Lamnek, Siegfried 2005: Qualitative Sozialforschung, 4. Auflage. Weinheim: Beltz PVU

Lang, Barbara 1998: Mythos Kreuzberg. Ethnographie eines Stadtteils (1961-1995). Frankfurt/Main, New York: Campus-Verlag.

Lees, Loretta; Slater, Tom; Wyly, Elvin 2008: Gentrification. New York: Routledge

Lindner, Rolf 1990: Medien und Katastrophen. Fünf Thesen. In: Dreitzel, Hans Peter; Stenger, Horst (Hg.): Ungewollte Selbsterstörung. Reflexionen über den Umgang mit katastrophalen Entwicklungen. Frankfurt/Main: Campus-Verlag, S. 124-134

Löw, Martina; Steets, Silke; Stoetzer, Sergej 2007: Einführung in die Stadt- und Raumsoziologie. Opladen: Verlag Barbara Budrich

Lynch, Kevin 1968: Das Bild der Stadt. Bauwelt-Fundamente 16. Gütersloh: Bertelsmann

Magenau, Jörg 2007: Die taz. Eine Zeitung als Lebensform. München: Carl Hanser Verlag

Mayring, Philipp 1995: Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken, 5. Auflage. Weinheim: Deutscher Studien Verlag

Mayring, Philipp 2002: Einführung in die qualitative Sozialforschung: eine Anleitung zu qualitativem Denken; 5. Auflage. Weinheim u.a.: Beltz-Verlag

Merten, Klaus 1992: Fiktionen für flüchtige Images. In: Markenverband e.V. (Hg.): Markenartikel. Zeitschrift für Markenführung 4/1992, S. 122-123

Moore, Harriett; Kleining, Gerhard 1959: Das Bild der sozialen Wirklichkeit. Analyse der Struktur und der Bedeutung eines Images. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie XI/1959, Heft 3. Köln: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 353-358

Neuburger, Mathis 2007: Mieteraufstand in den Szenevierteln: Anwohner wehren sich gegen explodierende Mieten durch "Yuppiesierung". In: MOPO vom 24.05.2007, S. 8

Nienhaus, Lisa 2008: Die Kreativen testen die Schanzengleichheit. In: Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung vom 16.03.2008, S. 46

Rössler, Patrick 2005: Inhaltsanalyse. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH

Schweiger, Günter 1995: Image und Imagetransfer. In: Tietz u.a. (Hg.): Handwörterbuch des Marketing. Stuttgart: Schöffer-Poeschel Verlag, S. 917 - 938

Skrentny, Werner 1987: Flora, Karo und ein lokaler Raum. Rund ums Schulterblatt. In: ders. (Hg.): Hamburg zu Fuß. 20 Stadtteilrundgänge durch Geschichte und Gegenwart. Hamburg: VSA-Verlag, S. 147-157

Smith, Neil 1996: The new urban frontier. Gentrification and the revanchist city. London u.a.: Routledge

SPD-Hamburg: Medien in Hamburg. Positionspapier zum Standort der Medienwirtschaft [www Dokument]. Verfügbar unter: [http://www.spd-hamburg.de/cms/fileadmin/LO/Dokumente/Parteitage/060506/E\\_01\\_Landesvorstand\\_Medienpapier.doc](http://www.spd-hamburg.de/cms/fileadmin/LO/Dokumente/Parteitage/060506/E_01_Landesvorstand_Medienpapier.doc) [letzter Zugriff: 03.10.08]

Spellerberg, Annette 2007: Lebensstile im sozialräumlichen Kontext : Wohnlagen und Wunschlagen. In: Dangschat, Jens S.; Hamedinger, Alexander (Hg.): Lebensstile, soziale Lagen und Siedlungsstrukturen. Hannover: Verlag der ARL, S. 182-204

Statistisches Amt für HH und SH 2007: Hamburger Stadtteil-Profile 2007; NORDregional, Band 3 [www Dokument]. Verfügbar unter: [http://www.statistik-nord.de/fileadmin/download/allgemeines/Stadtteil-Profile\\_2007.pdf](http://www.statistik-nord.de/fileadmin/download/allgemeines/Stadtteil-Profile_2007.pdf) [letzter Zugriff: 25.09.08]



Stegmann, Bernd-Achim 1997: Großstadt im Image. Eine wahrnehmungsgeographische Studie zu raumbezogenen Images und zum Imagemarketing in Printmedien am Beispiel Kölns und seiner Stadtviertel. Kölner Geographische Arbeiten, Heft 68. Köln: Selbstverlag Geographisches Institut der Universität zu Köln

taz Geschichte: Wir über uns: Taz über die tageszeitung [www Dokument]. Verfügbar unter: <http://www.taz.de/zeitung/ueberuns-verlag/> [letzter Zugriff: 03.10.08]

taz Redaktionsstatut [www Dokument]. Verfügbar unter <https://www.taz.de/6/redaktionsstatut/> [letzter Zugriff: 03.10.08]

Twickel, Christoph 2005: Das Fenster zum Elend ist zu. In: Schanze 20357, Ausgabe Juli bis September 2005; herausgegeben vom Freien Netzwerk zum Erhalt des Sternschanzenparks zur Förderung des politischen und sozialen Widerstandes gegen die neoliberale Kommunal- und Stadtpolitik in Hamburg, S. 1

Vogelpohl, Anne 2007: Kultur und öffentlicher Raum. Über die Aneignung des Hamburger Schanzenviertels [www Dokument]. Verfügbar unter: <http://www.thing-hamburg.de/index.php?id=485> [letzter Zugriff: 03.10.2008]

Voigt, Claudia 2005: Generation Milchkafee. Die Welt ist das Cafe, das Leben halten sie für eine Zumutung. Junge großstädtische Spießer machen es sich im alternativen Abseits gemütlich. In: KulturSPIEGEL 06/2005, Seiten 10-13

## Anhang

Codeliste

Aufstellung Tageszeitungen

### Codeliste (endgültig; nach Durchführung des Pretest und der Analyse)

#### Codes PRO (attraktives Image)

- 1) Ethnisch-kulturelle Vielfalt (Vielfalt)
- 2) Übereinstimmende Sozialstruktur, Schicht (Über. Sozialstruktur)
- 3) Übereinstimmender Lebensstil (Über. Lebensstil)
- 4) Grün-alternatives Milieu (Alternatives Milieu)
- 5) Sicherheit (~)
- 6) Betätigungsmöglichkeiten für Freiberufler, ‚Kreative‘ (Kreative)
- 7) Kinderfreundliche Infrastruktur (Kinder)
- 8) Hochwertiger Einzelhandel (Einzelhandel)
- 9) Internationale/ hochwertige Gastronomie (Gastronomie)
- 10) Alternative Kultur (~)
- 11) Unkonventionelle Wohnmöglichkeiten (Wohnungen)
- 12) Ausweisung zum Sanierungsgebiet, Sanierungen (Sanierungen)
- 13) Quartiersmanagement (~)
- 14) Grünanlagen/ Parks (Parks)
- 15) Politisches Engagement (Engagement)

#### Codes CONTRA (unattraktives Image)

- 16) Abweichender Lebensstil (Abw. Lebensstil)
- 17) Abweichende Sozialstruktur (Abw. Sozialstruktur)
- 18) Arbeitslose (~)
- 19) Militante Linke (~)
- 20) Unsicherheit (~)
- 21) Kriminalität/ Gewalt (Kriminalität)
- 22) Drogenszene (~)
- 23) Verfall (~)
- 24) Unwirtlichkeit (~)
- 25) Verschmutzungen (~)
- 26) Verkehrsbeeinträchtigungen (Verkehr)
- 27) Massentourismus (Tourismus)

## Aufstellung der Tageszeitungen

TAZ

Nr.	Datum	Titel	Seite	Artikelimage
1	29.12.2007	Papiertiger im Häuserdschungel	-	PRO
2	24.12.2007	Die Dauerfehde im Schanzenpark: Reine Nervensache	-	CON
3	24.12.2007	Park betreten verboten	-	CON
4	17.12.2007	Order zur Auflösung	7	CON
5	20.10.2007	Hanne und ihr Schauspielhäuschen	-	PRO
6	01.10.2007	Hedonistische linke – Kryptische Parolen sind unproduktiv	-	PRO
7	01.10.2007	Der Tanz gegen die Mainstream-Kultur	-	PRO
8	24.09.2007	In der Schanze nichts Neues	-	CON
9	22.09.2007	Schöne Spielplätze bereisen	-	PRO
10	19.09.2007	„Es tat furchtbar weh“	-	CON
11	18.09.2007	Nachts auf Revier 16	-	CON
12	18.09.2007	Prügelwache im Schanzenviertel	-	CON
13	06.09.2007	Schanze doch nicht hip	-	CON
14	15.08.2007	Kein Platz für zwei	-	CON
15	14.08.2007	Nager am Turm	-	CON
16	14.08.2007	Hier komme ich	-	CON
17	06.08.2007	Demo gegen 129a	-	CON
18	06.08.2007	Hamburg kompakt: Spontane Demo	-	CON
19	03.07.2007	Zu Gast in der Höhle der Möwe	-	PRO
20	30.12.1998	Wider den Teufelskreis	17	CON
21	23.12.1998	Waggon für Mädchenprojekt	21	PRO
22	23.12.1998	„Rote Flora bleibt“	21	CON
23	18.12.1998	Proteste gegen Angriffe auf Irak	21	PRO
24	15.12.1998	Rollende Mode	24	PRO
25	04.12.1998	„Keine Umsatzsteuer?“	21	CON
26	27.11.1998	Abgeschleppt ins Winterquartier	21	PRO
27	25.11.1998	Demonstrieren	22	PRO
28	24.11.1998	Quartier neben der roten Flora	21	PRO
29	18.11.1998	Neuer HVV-Discount	21	CON
30	14.11.1998	Im Assoziationssturm zum Affekt	25	CON
31	11.11.1998	Ein ganzes Jahr Rot-Grün in Hamburg	22	CON
32	16.10.1998	Fixen ohne Beispiel	21	CON
33	12.10.1998	Die Bestie Mann	27	CON
34	10.10.1998	Provokation gelungen	29	PRO
35	08.10.1998	Surren	-	PRO
36	11.09.1998	Schanze mit Rüge	21	PRO

37	05.09.1998	Das verbale Poker um die Integration	10	CON
38	27.08.1998	Gesprächig	22	PRO
39	24.08.1998	Aus Alt mach Neu	21	CON
40	13.08.1998	Kommunikativ wie ein Knast	17	PRO
41	24.07.1998	Dein Freund und Helfer	17	PRO
42	21.07.1998	Sternschanzenkrankenhaus	17	CON
43	18.07.1998	Gut zu wissen	28	PRO
44	09.07.1998	Bitte keinerlei Widerworte	22	CON
45	08.07.1998	Laufwerk: Drogenhilfe direkt vor Ort	22	CON
46	07.07.1998	Grünes Licht für Fixer	21	CON
47	06.07.1998	Ein sozialer Ort der Weiterbildung	22	PRO
48	28.10.1988	Neuer Standort – alte Probleme	18	PRO
49	14.10.1988	Baubehörde stoppt Instandsetzungsgelder für Wohnprojekte im Schanzenviertel	18	PRO
50	07.10.1988	Polizei-Randale hat ein juristisches Nachspiel	26	CON
51	30.09.1988	Nächtliche Polizei-Randale im Schanzenviertel	17	CON
52	29.09.1988	Einige Hundert gegen IWF	17	CON
53	29.09.1988	Voscherau lässt die Muskeln spielen	4	CON
54	28.09.1988	Weiter lautstarke Begleitmusik zum IWF-Kongress	21	CON
55	19.09.1988	Häuserkampf in St. Pauli und Schanzenviertel	17	CON
56	16.09.1988	Hamburgs Flora und Fauna	3	PRO
57	14.09.1988	Kein Phantom im Schanzenviertel: Rückzieher der Investoren	17	PRO
58	14.09.1988	Kein Musical im Schanzenviertel	1,2	PRO
59	03.09.1988	Schanzenviertel erwartet rechtsradikale Gang	26	CON
60	02.09.1988	BRD-Norden: Armut kommt gut	8	CON
61	01.09.1988	Freiheit, Kultur und Soziales sind Trumpf	19	PRO
62	27.08.1988	Ketchup-Umzug läuft zäh	26	CON
63	24.08.1988	Flora, Flora... Hamburger Polizei-Performance	5	CON
64	15.08.1988	Leute von Heute	24	CON
65	03.08.1988	Kahlschlag für die Flora	1,2	CON
66	25.07.1988	Flora: Zwischenbilanz und Ausblick	18	PRO/CON
67	21.07.1988	Hamburg in den Freizeitrausch	5	CON
68	15.07.1988	Das Schanzenviertel auf der Kippe	5	PRO
69	12.07.1988	Millionste „Cats“-Besucherin wurde stürmisch begrüßt	19	CON
70	09.07.1988	Floras Unterhaltungswert	25	CON
71	06.07.1988	In Paris „keine Probleme“ mit Flora	17	PRO
72	04.07.1988	Supermarkt statt Gewürzgeruch	17	CON

MOPO

Nr.	Datum	Titel	Seite	Artikelimage
73	21.12.2007	Schwer verletzt beim Schlagstock-Einsatz	-	CON
74	17.12.2007	Nachts gabs Krawalle in der Schanze	-	CON
75	15.12.2007	Heute wird demonstriert – Das müssen Sie wissen	-	CON
76	12.12.2007	Streit um Adventdemo der Autonomen	-	CON
77	24.10.2007	„Sommerhit“ – Kerim drehte das beste Ding	-	PRO
78	27.09.2007	Ankleidezimmer der Avantgarde	-	PRO
79	24.09.2007	200 Autonome, 700 Polizisten, 15 Verletzte, 38 Festnahmen	-	CON
80	16.08.2007	So kam der „Sommer der Liebe“ in die Stadt	-	PRO
81	02.08.2007	Ursula Maile (47) – Mein Hamburg	-	PRO
82	19.07.2007	„Unser Vermieter will uns rausschmeißen“	-	PRO
83	12.07.2007	Kult-Club Mojo stirbt nie!	-	PRO
84	05.07.2007	„Kaltstart“	-	PRO
			-	
85	19.12.1998	Rote Flora	-	CON
86	12.12.1998	Rot-Grün drängt Senat	-	CON
87	03.12.1998	Stadtteil-Manager soll Schanze retten	-	CON
88	01.12.1998	Rüffel vom Senator	-	CON
89	30.11.1998	Schanzenviertel: Die Fetzen fliegen wieder	-	CON
90	10.10.1998	Schanze: Haus besetzt	-	PRO
91	11.09.1998	Wahlkampf 1998: Volker Rühle suchte CDU-Stimmen im Schanzenviertel	-	PRO/CON
92	01.09.1998	Merian „Hamburg“	-	PRO
93	09.07.1998	Spar-Idee der Drogenhelfer: Schließt Fixerstube	-	CON
			-	
94	28.12.1988	Zoff an der Schanze	-	CON
95	09.12.1988	Sturz in Schanze	-	CON
96	07.12.1988	Eine Panne rettet Projekt „Schanze“	-	CON
97	06.12.1988	Kein Geld – Abriß	-	CON
98	02.12.1988	Schanzenstraße	-	PRO
99	29.11.1988	Senat berät die neuen Parolen	-	PRO/CON
100	24.11.1988	Wohnungen voller Pfützen	-	CON
101	19.11.1988	Mit Softrock am Punk-Sarg	-	CON
102	18.11.1988	Zwei Tote! Gebt uns endlich Geld!	-	CON
103	12.11.1988	Elendsquartiere in der Schanzenstraße	-	CON
104	11.11.1988	Voscherau unterstützt Schanzenstraßen-Projekt	-	PRO
105	08.11.1988	Eine neue Gesellschaft für Sanierung in Altona?	-	PRO
106	07.11.1988	Vor drei Monaten das erste Heroin: Thomas (23) tot!	-	CON
107	15.10.1988	Schanzenstraße: Parole weg – dann Geld!	-	PRO
108	29.09.1988	Demos ruhig	-	PRO
109	19.09.1988	Schanzenviertel: MEK stürmte	-	CON

110	14.09.1988	Senat, Polizei und ...	-	PRO
111	13.09.1988	Geistert „Phantom der Oper“ jetzt am Holsten-Bahnhof?	-	PRO
112	13.09.1988	Aus für „Flora“ – Musical jetzt zum Holsten-Bahnhof?	-	PRO
113	10.09.1988	Mehlstaub-Alarm	-	CON
114	29.08.1988	Flora-Theater: Sowjet-Hökel sperrte das Schulterblatt	-	CON
115	26.08.1988	Kurz sagte Flora-Diskussion ab	-	CON
116	26.08.1988	Flora: Firma baute Sch...	-	CON
117	25.08.1988	„Bombe“ vorm Flora	-	CON
118	24.08.1988	SPD für und gegen das Flora-Theater	-	PRO/CON
119	23.08.1988	SPD-Linke in Sorge	-	CON
120	20.08.1988	Theater am Flora	-	CON
121	18.08.1988	Stürmischer Herbst droht	-	CON
122	17.08.1988	111 Betriebe machen Theater gegen Flora	-	PRO
123	16.08.1988	Wackersdorf-Zaun für das „Flora“?	-	CON
124	13.08.1988	„Flora“: Nächste Woche wird gebaut	-	CON
125	12.08.1988	Lindenberg und die SPD gegen die „Flora“	-	CON
126	11.08.1988	Flora: Anwohner nach den Krawallen sauer	-	CON
127	10.08.1988	Flora: Nach Diskussion Randalen	-	CON
128	09.08.1988	500 Pfund-Bombe legte Schanze lahm	-	CON
129	08.08.1988	Steine auf Bauzaun	-	CON
130	06.08.1988	Kurz-Katzen tanzen für Schanzen-Spielplatz	-	CON
131	03.08.1988	„Die Sache steigt!“	6	PRO
132	03.08.1988	Senat entschied: Das Phantom kommt ins Flora	6/7	CON
133	03.08.1988	Voscherau hart: Das Flora-Theater kommt!	1	CON
134	02.08.1988	Polizisten bitten Senat: Baut das „Flora“ nicht	9	CON
135	01.08.1988	Flora kommt – und das Viertel zu kurz?	11	CON
136	30.07.1988	Flora: Polizei regelt Verkehr im Kampfanzug	9	PRO
137	28.07.1988	„Flora“ wird gebaut – Randalen im Viertel?	8/9	CON
138	28.07.1988	Sieg für Kurz: „Flora“ wird gebaut	1	CON
139	23.07.1988	Musical-Papst Kurz will nicht in den Puff	10	CON
140	20.07.1988	Senat: Ja zu „Flora“ – aber nicht mit Gewalt!	11	CON
141	19.07.1988	Senat schiebt Flora auf die lange Bank	11	PRO
142	18.07.1988	Entscheidung über „Flora“: Krawall oder Kompromiss?	6/7	CON
143	13.07.1988	Voscheraus Machtwort: „Flora“ ist Chefsache	12	CON

144	12.07.1988	Streit um „Flora“: Wer kommt zu Kurz?	8/9	PRO/CON
145	08.07.1988	Flora: Bußgeld für Baumfäller – Firma verspricht Ersatz	9	CON
146	07.07.1988	Flora-Bauzaun: Kein Platz für Fußgänger	9	CON
147	06.07.1988	Kahlschlag bei Flora	6/7	CON
148	05.07.1988	Acht Maskierte stürmten die Sternschanze	10	CON
149	02.07.1988	Stoppen Altonaer Bezirksvertreter das „Flora-Projekt“?	12	CON
150	14.09.1979	Wohnen wie auf der Baustelle	4	CON
151	31.08.1979	Diese „Druckerei“ macht Kindern Spaß	6	PRO
152	30.08.1979	Hamburgs schönster Wasserturm wird Tempel	3	CON
153	31.07.1979	Im Slalom durchs Schanzenviertel	4	PRO
154	19.07.1979	Diese Straßen werden beruhigt	4	PRO

#### Hamburger Abendblatt

Nr.	Datum	Titel	Seite	Artikelimage
155	27.12.2007	Projekt Max B - mehr Freiraum für Behinderte	-	PRO
156	17.12.2007	Schanze – Aufmarsch des „Schwarzen Blocks“	-	CON
157	17.12.2007	Nach Demo: Randalen, Autos in Flammen, 30 Festnahmen	-	CON
158	17.12.2007	Gewalt im Schanzenviertel - Den Bürgern geschadet	-	CON
159	21.11.2007	Poetische Familienchronik	-	PRO
160	26.10.2007	Multinationale Küche am Schulterblatt	-	PRO
161	04.10.2007	Schanze: Randalen verhindert	-	CON
162	25.09.2007	Schanzen-Randalen: Kritik an Passanten	-	CON
163	24.09.2007	Nach friedlichem Straßenfest: Randalen im Schanzenviertel	-	CON
164	24.09.2007	15 Verletzte bei Krawallen in der Schanze	-	CON
165	24.09.2007	Randalen nach Kalender – Schaden für die Schanze	-	CON
166	24.09.2007	Schanze: 15 Verletzte bei Krawallen	-	CON
167	14.09.2007	Beauty-Designerin	-	PRO
168	21.08.2007	Eiszeit: Neue Läden locken mit ungewöhnlichen Sorten	-	PRO
169	04.08.2007	Pecha Kucha – die Kunst der kurzen Rede	-	PRO
170	30.07.2007	Schanzenpark: Wieder Protest gegen Wasserturm-Hotel	-	PRO
171	05.07.2007	Festival „Kaltstart“	-	PRO
172	18.12.1998	Mehr Schutz für Konsulate	13	PRO
173	15.12.1998	3-D-Kino im Wasserturm	18	CON

174	04.12.1998	Schanzen-Randale: Behörde setzt Belohnung aus	14	CON
175	30.11.1998	Alte Flora – Polizisten in Falle gelockt	9	CON
176	30.11.1998	Streifenwagen im Schanzenviertel angegriffen	1	CON
177	30.09.1998	Weidenallee – Wo die Union nur Splitterpartei ist	14	CON
178	28.08.1998	Flexibler gegen die Drogenszene	1	PRO
179	27.08.1998	Drogenhandel – und Hamburg guckt zu. Teil II	1	CON
180	27.08.1998	Wo überall in Hamburg offen gedealt wird	14	CON
181	26.08.1998	Drogenhandel – Hamburg guckt zu	1	CON
182	24.08.1998	Neues Konzept gegen Drogenszenen – Appell an die Justiz	12	CON
183	11.08.1998	Schanzenviertel: Treffpunkt gegen die Unwirtlichkeit	12	PRO
184	04.08.1998	Jungfernstieg – Jetzt dealen sie schon mitten am Tag	10	PRO/CON
185	31.07.1998	Stadtteiltreff für den Schanzepark	13	PRO
186	30.07.1998	„Härter durchgreifen“	17	CON
187	16.07.1998	Hotelprojekt vorerst gescheitert: Was wird aus dem Wasserturm?	17	PRO
188	12.12.1988	Schanzenstraße: Überfall auf Autofahrer	3	CON
189	06.12.1988	Koalitions-Streit um die „Schanze“	3	PRO
190	01.12.1988	FDP: Alternative Wohnprojekte verkleinern	7	PRO
191	29.11.1988	Streit um die Hafensstraße – Auflagen für die „Schanze“?	3	PRO
192	07.11.1988	62. Drogenopfer: Eskaliert jetzt die Gewalt in der Schanzenstraße?	3	CON
193	07.11.1988	Krawalle – nur die „Gewaltprobe“?	4	CON
194	5/6.11.1988	Rollkommando am Flora und in Ottensen	3	CON
195	01.11.1988	Schanzenstraße: Stadt will schnell entscheiden	3	PRO
196	29/30.10.88	Der Schacher um die Wandparolen	6	PRO
197	29/30.10.88	Saga will Gebäude an Besetzer verkaufen		PRO
198	05.10.1988	Aufgegeben aus Angst vor Gewalt	3	CON
199	29.09.1988	IWF: Proteste und Festnahmen	3	CON
200	27.09.1988	Mehlschlacht im Schanzenviertel	3	CON
201	19.09.1988	„Autonome“ besetzen zwei Häuser der Saga	3	CON
202	15.09.1988	Kein Jubel über das Ende des Flora-Projekts	4	CON
203	14.09.1988	Die Wahrheit über den Flora-Verzicht	1	CON
204	14.09.1988	CDU: Ein Sieg der Polit-Chaoten	3	CON
205	13.09.1988	Aus für die Flora: Welche Chancen hat die „Neue Flora“?	1	PRO
206	3/4.09.1988	Flora: Trotz Genehmigung wird (noch) nicht gebaut	5	CON
207	29.08.1988	Festnahmen im Schanzenviertel	3	CON
208	23.08.1988	Gewalt bei Flora: SPD in „großer Sorge“	3	CON
209	18.08.1988	Im September wird gekündigt	3	CON



210	17.08.1988	Flora-Theater: Weg vom Bürger, hin zum Theater	3	CON
211	12.08.1988	SPD-Chefin: Neuer Standort für das Flora-Theater	3	CON
212	11.08.1988	Dies ist nicht die Hafenstraße – dies ist das Schanzenviertel	1	CON
213	11.08.1988	Zwei Fronten	2	CON
214	11.08.1988	Gesucht: Supermann/frau für Stilfragen	3	CON
215	11.08.1988	Nächtliche Straßenschlacht um Flora		CON
216	10.08.1988	Flora-Theater: „Ich bleibe hier“	4	PRO
217	08.08.1988	„Die Rote Flora“: Krawall gegen Kultur	3	CON
218	6/7.08.1988	Flora: Glückwünsche und Vorwürfe	5	PRO
219	05.08.1988	Flora-Protest: Scheiben zertrümmert	5	CON
220	03.08.1988	„Flora“ beschlossen; Proteste angekündigt	1	CON
221	03.08.1988	Der Senat hat entschieden: Das Flora-Theater kommt	3	CON
222	02.08.1988	Senat beschließt „Flora“-Bau	1	CON
223	02.08.1988	Kurz setzt sich durch – Hamburg zahlt	3	CON
224	30/31.7.88	Flora-Theater: Die Behörden machen ihre Schulaufgaben	3	PRO
225	30/31.7.88	In Hamburg auf der Schanze	75	PRO
226	30/31.7.88	Das hier ist ein Dorf, aber was kommt	76	PRO
227	28.07.1988	Flora-Theater: Kann der Senat nicht mehr zurück?	4	PRO/CON
228	26.07.1988	Flora-Theater: Senat sieht Land – Polizeigewerkschaft protestiert	4	CON
229	25.07.1988	„Flora“ könnte längst vom Tisch sein	3	CON
230	23/24.7.88	Flora – „Senat hat versagt“	4	CON
231	22.07.1988	„Das wäre eine mittlere Katastrophe“	4	CON
232	20.07.1988	Flora-Streit auf neuem Höhepunkt	1	CON
233	20.07.1988	Flora – Die Welt des Managers...	3	CON
234	19.07.1988	Heute morgen: Krawall am Flora-Theater	1	CON
235	19.07.1988	Der Senat hat jetzt den Schwarzen Peter	4	CON
236	18.07.1988	Flora-Bauplatz besetzt	4	PRO
237	14.07.1988	Jetzt soll Lindenberg vermitteln	3	CON
238	13.07.1988	Flora-Theater: Bald Zustände wie auf der Hafenstraße	3	CON
239	08.07.1988	Festnahme vor dem „Flora“-Theater	3	CON
240	07.07.1988	Widerstand gegen „Phantom“-Pläne	4	CON
241	05.07.1988	Punker wüteten auf dem S-Bahnhof	3	CON
242	06.12.1979	Hier prallt Tierromantik auf den Sonntagsbraten	18	PRO/CON
243	24.10.1979	Schulterblatt: Es geht los!	3	PRO
244	06.09.1979	Der Sternschanzenpark ist eine Oase der Ruhe	12	PRO

Hiermit versichere ich, dass ich diese Arbeit selbständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Hilfsmittel und Quellen benutzt habe.

Oldenburg, den 11.11.2008