

# „Ausstrahlung kann man einer Stadt nicht überstülpen“

Stadtgespräch bei „Ad. Bauer's Wwe.“: Gesine Schwan über das Image von Städten

Finsterwalde. Sei es die Rettung eines traditionsreichen Hauses, seien es offene Denkmaltüren: Über den Speicher von „Ad. Bauer's Wwe.“ spricht man in Finsterwalde. Jetzt hat Speicherherr Sebastian Schiller das Stadtgespräch kurzerhand in die alten Mauern geholt. In loser Folge will Schiller künftig gemeinsam mit dem Verein für Stadtmarketing zum Gespräch über Finsterwalde in den Speicher laden.

Als erste stand Prof. Gesine Schwan am Rednerpult des Speichers und zeigte sich zunächst angetan vom Ambiente, das Hunderte Schusterleisten bestimmen: „So etwas Originelles habe ich noch nie erlebt.“

Vor rund 30 Gästen sprach die Politikwissenschaftlerin, die Präsidentin der Europa-Universität Viadrina in Frankfurt/Oder vorsteht, über das Image der Grenzstadt. Mit der Frage, wie man ein schlechtes Image verbessern könne, schlägt sich nicht nur Frankfurt herum – offene Ohren waren Gesine Schwan also sicher.

Tröstlich, was sie an den Anfang ihrer Überlegungen stellte: „Wenn's schlecht losgeht, kann es eigentlich nur besser werden.“ Gesine Schwan berichtete über eine Image-Studie, die die Frankfurter Stadtväter bei der Viadrina in Auftrag gegeben hatten. „Wir wollten wissen, welches Bild sich die

Frankfurter von ihrer Stadt machen“, erläuterte Schwan, die davon ausgeht, dass sich das Image einer Stadt hauptsächlich über die Selbsteinschätzung ihrer Einwohner definiert. „Wer sich selbst nicht leiden kann, kann in der Regel auch andere nicht leiden.“

Die Frankfurter, so Prof. Schwan, identifizieren sich laut der Viadrina-Studie am liebsten mit dem Umland der Stadt, bevorzugen traditionelle Werte und sehen sich selbst nicht als fröhliche Stadt. „Das lässt Rückschlüsse auf die Befindlichkeiten der Menschen zu – und an dieser Stelle muss Imagepflege oder Marketing ansetzen.“ Schwan analysierte im Folgenden die Ursachen für die geringe Selbsteinschätzung der Frankfurter: „Die Stadt hat die Erfahrung des Scheiterns, auch des moralischen Scheiterns, gemacht.“ Vom geistigen Klima der Militär- und Beamtenstadt bis zu den architektonischen Wunden des Krieges schlug die Viadrinapäsidentin den Bogen, um dann ein recht einfaches, aber doch überzeugendes Rezept zu präsentieren: „Wichtig für das Marketing ist die Ausstrahlung einer Stadt. Die kann man nicht überstülpen; sie muss von innen kommen.“ Und, so fügte sie an: „Es hilft dem Image, wenn man über die

Probleme redet!“ Schritt für Schritt könne so der Assoziationshorizont der Einwohner verändert werden – und damit auch das Bild, das sie nach außen vermittelten.

Doch in Finsterwalde habe man derartige Sorgen wohl nicht, meinte Schwan charmant provokant am Ende ihrer Rede – war sie doch vor der Veranstaltung von einem freundlichen Sängerkreis in die Ringstraße gelotet worden. Schade, dass dieser Ansatzpunkt zur Diskussion an diesem Abend nicht aufgenommen wurde. Bürgermeister Wohmann wiegelte zwar ab: „So toll ist es mit dem Image unserer Stadt noch nicht – vielleicht auch, weil die Finsterwalder noch nicht spüren, dass es sich lohnt, hier zu leben.“ Dr. Christina Eisenberg konnte als Chefin des Stadtmarketing-Vereins dennoch eine Erkenntnis mitnehmen: „Wir müssen unser eigenes Image ergründen, um uns besser darzustellen.“ Dabei fehle es immer wieder an koordinierten Bemühungen, kritisierte sie, „der Tag des offenen Denkmals hat doch gezeigt, wie es gehen könnte.“

Die Eintrittsgelder des Abends übrigens sollen einem kulturellen Unternehmen in der Stadt zugute kommen. Johannes Wohmann will seine Verwaltung darüber nachdenken lassen – „ich hätte aber gerne heute Abend gewusst, wem mit meinen 50 Mark geholfen wird“, merkte eine Besucherin am Rande an. Babette Weber



Erstes Finsterwalder Stadtgespräch im Speicher von „Ad. Bauers Wwe.“

(Foto: Dietmar Seidel)