

# **TRAWOS-Institut NOVEMBERTAGUNG 2014 „Zivilgesellschaft als lokaler Transformationsakteur“**

Hochschule Zittau/Görlitz, 28.11.2014

## **Eine Stadt vermarkten. Zur Ökonomisierung von Stadtregierungen in Mittelstädten**

Anna Eckert

Institut für Europäische Ethnologie der Universität Wien



## Gliederung des Vortrags:

- Teil 1: Mittelstadt ethnographisch erforschen
  - Teil 2: Ökonomisierung der Stadt(politik) am Beispiel der Stadtvermarktung
  - Teil 3: Überlegungen zur Rolle zivilgesellschaftlicher Akteure
-

# Gesteigerte Aufmerksamkeit für Städte:

- De-industrialisierung
- Bevölkerungsabnahme
- Supranationale Bünde (EU)
- Wachsender Städtetourismus

# Hierarchisierung von Städten



Fallstudien:

Österreich: Wels (bei Linz)

Deutschland:  
Hildesheim (bei Hannover)



# Fragen

- Wie werden Städte hergestellt?
  - Welche Vorstellungen von städtischer Lebensweise verhandelt das Stadtmarketing?
  - Welche BewohnerInnen und Räume werden durch das Stadtmarketing repräsentiert und welche nicht?
-

# Methode teilnehmende Beobachtung

- Produktion von Wissen aus eigener und erster Hand
  - „anhaltende Kopräsenz von Beobachter und Geschehen“
  - „Mitvollzug einer, eigene kulturelle Ordnungen konstituierenden, lokalen Praxis und ihre distanzierende Rekonstruktion“ (Hirschauer/Amann 1997).
-

2. Teil:

## **Ökonomisierung der Stadt(politik) am Beispiel der Stadtvermarktung**

Phrasenmäher: „Hildesheim“ 2011 (Ausschnitt)

---

Hildesheim, man erkennt dich  
beim Reinfahren am Bahnhof schon  
Der Eindruck verfestigt sich dann  
durch das Fehlen einer Attraktion  
Den aktuellsten Standardfilm  
kann man im einzigen Kino sehen  
Man könnte das auch lassen  
und gleich ins LiNo gehen [Café Littera Nova]

Deine Studenten sind bei Livebands  
voll dabei und hier  
Hauptsache die Chords  
kommen immer auf 2 und 4  
Alles wird bei ihnen  
rezipiert und rezensiert  
Mal sehen, was sie schreiben,  
wenn man Hymnen komponiert

---

Hildesheim dein Herz ist groß  
dein Hafen eher klein  
Die Türsteher lassen  
nach zwölf keinen mehr rein  
Zur Sicherheit wollen sie auch  
bei Greisen den Ausweis  
Es könnte passieren,  
dass ich bald leise ausreiß  
Okay, das heißt rasten  
Wir brauchten Wörter die passten  
als Reim für Hildesheim, für Hildesheim

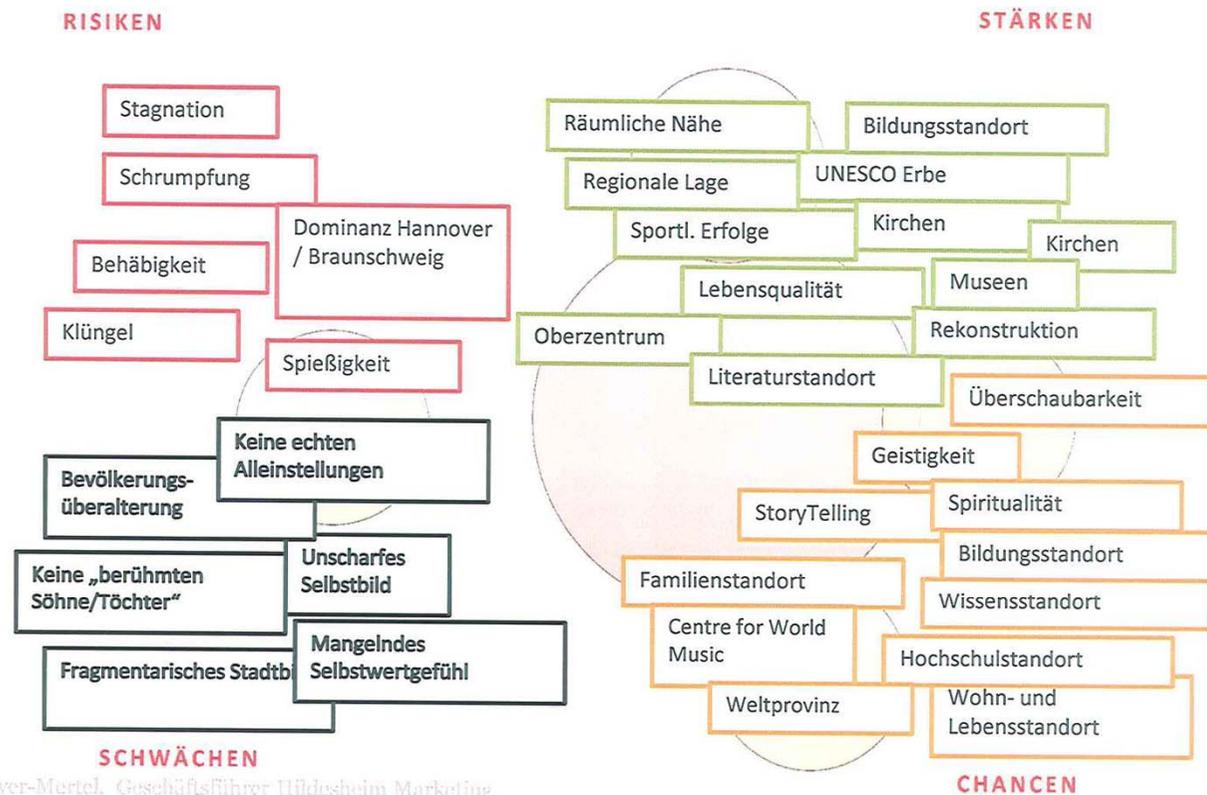
Die Nähe zu Hannover  
bringt dich wieder ins Spiel,  
obwohl die Idee etwas doof war,  
die suchen selber ihr Profil  
An all den Streits um Zuckerhüte  
werden wir wachsen  
Sie steht prächtig in der Blüte,  
die kleine Großstadt in Niedersachsen...

---

# Die unternehmerische Stadt



## SWOT ANALYSE HILDESHEIM



„Die Idee, die dem zugrunde liegt, ist, dass Hildesheim ja schon auch eine, so eine Art Weltprovinz irgendwo ist. Das Römer-Pelizäus-Museum ist eine ethnologische Sammlung, hat eine schöne südamerikanische, aber auch eine ägyptische Sammlung, ist also kein eigentliches Regionalmuseum, sondern eigentlich ein Museum der Weltkultur. Wir haben das Center für Worldmusic hier, haben die Sammlung aus diesem Bereich, auch das ist ein Museum der Weltkultur. [...] Auch dieses UNESCO-Welterbe, was ja tatsächlich auch ein Anspruch der Menschheit ist, schlägt hier durch. Von daher haben wir schon einen gewissen Anspruch auch zu sagen, die Welt im Kleinen oder die Weltprovinz, die wir hier realisieren können.“

(Geschäftsführer der Stadtmarketinggesellschaft Hildesheim

Lothar Meyer-Mertel, 01.08.2013)

### 3. Teil:

## **Überlegungen zur Rolle zivilgesellschaftlicher Akteure**

Kaum Repräsentation und Adressierung von

- Migrantischen BewohnerInnen
  - Ärmeren und reicheren BewohnerInnen
  - Nicht judäochristlichen Religionen
  - Subkulturen
  - Stadtteilen
-

## Fragen:

- Welche Auswirkungen haben Stadtmarketingstrategien auf das Handeln zivilgesellschaftlicher Akteure?
  - Wer Teil der Vermarktungssäulen ist, wird repräsentiert, wer nicht, der nicht?
  - Ist die Beteiligung abhängig von der Dringlichkeit des Problems?
-