

Juliane Heß

Die Identität des Ostseeraums

Examensarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2010 GRIN Verlag
ISBN: 9783640991655

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/177452>

Juliane Heß

Die Identität des Ostseeraums

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

http://www.twitter.com/grin_com

Die Identität des Ostseeraums

Hausarbeit im Rahmen der Ersten Staatsprüfung für das
Lehramt an Gymnasien

vorgelegt von

Juliane Heß

Greifswald, den 13.09.2010

Universität Greifswald

Mathematisch-Naturwissenschaftliche Fakultät

Institut für Geographie und Geologie

Auszug

Der Begriff Identität wurde seit den 1990er Jahren immer häufiger im Zusammenhang mit der jüngeren Entwicklungsgeschichte des Ostseeraums verwendet und diskutiert. Deswegen liegt die Vermutung nahe, dass es Gemeinsamkeiten zwischen den Ostseeländern gibt, die der Region eine Identität verleihen. Kann man hier allerdings wirklich von einer Ostseeidentität sprechen, die die Anrainerstaaten verbindet, oder ist es nur das Meer als Namensgeber der Region, das die angrenzenden Staaten zusammenhält?

Diese Arbeit erläutert zunächst die komplexe Thematik der „Identität“ und stellt die Ostseeregion und ihre jüngere Entwicklungsgeschichte seit 1990 bis heute vor. Im Hauptkapitel 4 richtet sich dann der Blick auf verschiedene Expertenmeinungen zum Thema der Ostseeidentität, um den aktuellen Forschungsstand zu diesem Themenkomplex festzuhalten. Es folgt ein exemplarischer Versuch mögliche Ansätze von Gemeinsamkeiten zwischen den Anrainern vorzustellen und zu bewerten. Des Weiteren werden verschiedene Untersuchungsmethoden, wie die Internetstichwortsuche und die Analyse von Umfragen zum Image und der medialen Wahrnehmung der Region und der Ostseeanrainerstaaten dazu dienen, Aussagen darüber zu treffen, ob aktuell ein Identitätspotential für die Region besteht und ob die Ostseeregion überhaupt als Einheit wahrgenommen wird.

Abstract

Since the 1990s the term “identity” has frequently been used and discussed when talking about the young history of the Baltic Sea Region. Due to this fact, there seems to be something like commonness between the countries around the sea which actually gives the area a certain identity. But, is it really an identity that is shared by the neighboring countries or just the sea as the eponym of the region that holds the area together?

This paper gives a detailed explanation of the term “identity” as well as an introduction on the Baltic Sea Region and its development, mainly from the 1990s to today. In chapter 4, the main part of the term paper, a summary of experts’ opinions is given to get an idea of the existing research on the Baltic Sea Region identity, followed by some attempts to find and evaluate common features of the nations. Furthermore, study methods such as the internet keyword search or the analyses of polls on the image and media perception of the region and its nations are used to say whether there are potentials that make up a regional identity and whether the area is perceived as an entity.

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	III
Tabellenverzeichnis.....	IV
Abkürzungsverzeichnis	VI
1 Einleitung.....	1
1.1 Zielstellung und Aufbau der Arbeit.....	1
1.2 Methodik	3
2 Die Identität.....	8
2.1 Die Grundbedeutung der Identität	8
2.2 Die raumbezogene Identität	11
2.2.1 Die raumbezogene Identität als interdisziplinäres Phänomen	15
2.2.2 Forschungsansätze zur raumbezogenen Identität.....	18
2.3 Kultur, kulturelle Identität und die Bedeutung von Heimat	26
2.3.1 Die Heimat.....	27
2.3.2 Die Neubelebung von Heimat und raumbezogener Identität	28
2.4 Der Nutzen der raumbezogenen Identität.....	30
3 Der Ostseeraum	34
3.1 Eine Region stellt sich vor	34
3.1.1 Definition und topographische Abgrenzung des Raums.....	34
3.1.2 Die Ostseeregion als Naturraum	38
3.2 Die Entstehung und Entwicklung des Ostseeraums	39
3.2.1 Das Region-Building im Ostseeraum	40
3.2.2 Die Entwicklung des Ostseeraums zu einer Plattform der Kooperation	41

3.2.3 EU-Regionalpolitik: Die Ostseestrategie und das Ostseeprogramm	42
4 Die Identität des Ostseeraums	45
4.1 Ostseeraum – einheitlicher Raum?	45
4.2 Gibt es eine Ostseeidentität?	45
4.3 Ostseeraum versus Mittelmeerraum	49
4.4 Exemplarische Untersuchung verschiedener Ansätze einer Ostseeidentität	51
4.4.1 Eine gemeinsame Währung	51
4.4.2 Die Ostsee	52
4.4.3 Baltischer Bernstein	52
4.4.4 Eine gemeinsame Vergangenheit	57
4.4.5 Kunst und Baukunst	60
4.4.6 Die Sprache	62
4.4.7 Der Ostseeraum als Wissensgesellschaft	64
4.5 Untersuchungen des Images und der Identität der Ostseeregion	67
4.5.1 Branding the Baltic Sea Region	67
4.5.2 Visit and Invest	71
4.5.3 Wahrnehmungen über die Ostseeregion in ausgewählten Anrainerstaaten	76
4.6 Untersuchungen des Images und der Identität der Ostseeanrainer	80
4.6.1 Der Anholt-GfK Roper Nation Brands Index (NBI)	80
4.6.2 Das Image des Nordens	97
4.7 Die Medienpräsenz der Ostseeanrainer und der Ostseeregion	106
5 Auswertung und Ausblick	109
6 Anhang	112
7 Quellenverzeichnis	122

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 2.1:	Die regionale Identität als Schnittmenge zwischen dem Charakter der Region und dem Wesen der Menschen ...	19
Abbildung 2.2:	Die Identifikationsprozesse	21
Abbildung 2.3:	Differenzierungsschema des Identifikationsprozesses	24
Abbildung 3.1:	Der Ostseeraum	36
Abbildung 4.1:	Taufbecken aus gotländischem Sandstein in der Aakirke in Aakirkeby auf Bornholm	61
Abbildung 4.2:	„Der Totentanz“ von Bernt Notke in der Tallinner Nikolaikirche	61
Abbildung 4.3:	Länder die zur Ostseeregion gehören aus Sicht der 3 polnischen Ostseeprovinzen (prozentuale Anteile)	77
Abbildung 4.4:	Assoziationen mit der Ostseeregion – landesweit und in den 3 Ostseeprovinzen (prozentuale Anteile)	78
Abbildung 4.5:	Zugehörigkeitsgefühl der Polen – landesweit und in den 3 Ostseeprovinzen (Angaben in Prozent)	79
Abbildung 4.6:	Kontakte der Bewohner der polnischen Ostseeprovinzen mit Bewohnern der anderen Ostseeanrainer (prozentuale Anteile)	79
Abbildung 4.7:	How Latvia is perceived versus reality: a qualitative estimate of a 'perception/reality' gap (2003)	96
Abbildung 4.8:	Die 20 häufigsten Assoziationen mit Dänemark	99
Abbildung 4.9:	Die 20 häufigsten Assoziationen mit Schweden	102
Abbildung 4.10:	Die 20 häufigsten Assoziationen mit Finnland	103
Abbildung 6.1:	Die Europäische Backsteinroute	113

Tabellenverzeichnis

Tabelle 2.1:	Raumbezogene Identität als Problemstellung der Forschung – beteiligte Disziplinen und Themenbereiche.....	16
Tabelle 3.1:	Identifikationsräume auf unterschiedlichen Maßstabsebenen.....	37
Tabelle 4.1:	Unterrichtete Fremdsprachen in den Ostseeanrainern (ohne Russland).....	63
Tabelle 4.2:	Platzierungen der Ostseeanrainer (ohne Russland) und der Mittelmeerländer Italien, Spanien und Griechenland in der Pisa- Studie 2006 (von insg. 57 Ländern)	66
Tabelle 4.3:	Platzierungen der Ostseeanrainerstaaten in der <i>NBI</i> -Studie von insgesamt 50 Plätzen, in den Jahren 2007, 2008 und 2009	82
Tabelle 4.4:	Platzierungen der Ostseeanrainerstaaten (außer Lettland) in den <i>NBI</i> - Teilbereichen „People“ und „Tourism“ (2008).....	83
Tabelle 4.5:	Tourism Question Rating; Ranking from 1 (lowest) to 7 (highest)	84
Tabelle 4.6:	People Question Rating; Ranking from 1 (lowest) to 7 (highest)	84
Tabelle 4.7:	Tourism Word Associations	85
Tabelle 4.8:	People Word Associations	86
Tabelle 4.9:	Deutschland über die Menschen und den Tourismus in anderen Ländern der Ostseeregion (ohne Angaben über Lettland): Platzierungen in der <i>NBI</i> -Studie von insgesamt 50 Plätzen (2008).....	90
Tabelle 4.10:	Polen über die Menschen und den Tourismus in anderen Ländern der Ostseeregion (ohne Angaben über Lettland): Platzierungen in der <i>NBI</i> -Studie von insgesamt 50 Plätzen (2008).....	90
Tabelle 4.11:	Russland über die Menschen und den Tourismus in anderen Ländern der Ostseeregion (ohne Angaben über Lettland): Platzierungen in der <i>NBI</i> -Studie von insgesamt 50 Plätzen (2008).....	90

Tabelle 4.12:	Schweden über die Menschen und den Tourismus in anderen Ländern der Ostseeregion (ohne Angaben über Lettland): Platzierungen in der <i>NBI</i> -Studie von insgesamt 50 Plätzen (2008).....	91
Tabelle 4.13:	Wahrnehmung der Bewohner und des Tourismus der Ostseeanrainerstaaten (außer Lettland) aus Sicht der USA (Platzierungen in der <i>NBI</i> -Studie von insgesamt 50 Plätzen) (2008).....	91
Tabelle 4.14:	Wahrnehmung der Bewohner und des Tourismus der Ostseeanrainerstaaten (außer Lettland) aus Sicht Japans (Platzierungen in der <i>NBI</i> -Studie von insgesamt 50 Plätzen) (2008).....	91
Tabelle 4.15:	Gegenüberstellungen der Ergebnisse der internationalen <i>NBIs</i> in den Bereichen „People“ und „Tourism“ der Ostseeanrainer und den durchschnittlichen Platzierungen durch die Bewertungen der Mitglieder der Ostseeregion: Deutschland, Schweden, Polen und Russland	93
Tabelle 4.16:	Die häufigsten Assoziationen mit Nordeuropa	98
Tabelle 4.17:	Die internationale Medienpräsenz verschiedener Länder im Jahre 2006.....	106
Tabelle 6.1:	Veranstaltungskalender 2010: ausgewählte grenzüberschreitende Events im Ostseeraum	112
Tabelle 6.2:	“Efforts to Brand the Baltic Sea Region”	114
Tabelle 6.3:	Ausgewählte, identitäts- und imagerrelevante transnationale Projekte des <i>Baltic Sea Region Programme 2007-2013</i>	116
Tabelle 6.4:	Projektbeispiele für den südlichen Ostseeraum	118
Tabelle 6.5:	„Nation Branding Efforts“ der einzelnen Ostseeanrainer.....	119

Abkürzungsverzeichnis

AMBERIF	Amber International Fair
BDF	Baltic Development Forum
BaltMet Inno	Baltic Metropolises Innovation Strategy
BaltMet Promo	Baltic Metropolises Promotion
BSA	Baltic Sea Area
BaltSealident	Baltic Sea Identity
BSR	Baltic Sea Region
BSSSC	Baltic Sea States Sub-regional Co-operation
BalticStudyNet	Baltic Study Network
BSVC	Baltic Sea Virtual Campus
BSPC	Baltic Sea Parliamentary Conference
BUP	Baltic University Programme
CBSS	Council of the Baltic Sea States
DZT	Deutsche Zentrale für Tourismus
DSN	Daten Service Nord
ETB	Estonian Tourist Board
ETC	European Travel Commission
EU	Europäische Union
EuRoB	Europäische Route der Backsteingotik
EVA	Finish Business and Policy Forum (engl. Bezeichnung)
FPB	Finland Promotion Board
FTB	Finish Tourism Board
GfK	Growth for Knowledge
HELCOM	Helsinki Commission
IFS	Identifikationssubjekt
INTERREG	Integration der Regionen im Europäischen Raum
M-V	Mecklenburg-Vorpommern
n.a.	not announced
NBI	Nation Brands Index
NGO	Non-Governmental Organization

NSU	Council for the Promotion of Sweden abroad (engl. Übersetzung)
OEM	Økonomi (Danish Ministry of Economic and Business Affairs)
PBS DGA	Pracownia Badań Społecznych (engl. Bezeichnung: Polish Institute Market Research)
Pisa	Programme for International Student Assessment
PTO	Polish Tourist Organisation
SIDA	Swedish International Development Cooperation Agency
S-V	Schleswig-Holstein
TiF	Trans in Form
TVMV	Tourismusverband Mecklenburg- Vorpommern
UBC	Union of the Baltic Cities
UKIE	Urząd Komitetu Integracji Europejskiej (engl. Bezeichnung: Office of the Committee for European Integration)

1 Einleitung

1.1 Zielstellung und Aufbau der Arbeit

Mit dem Fall des Eisernen Vorhangs und der Berliner Mauer ergaben sich völlig neue Möglichkeiten der Annäherung zwischen den Nationen die das Baltische Meer umgeben. Ein immer dichter gewordenes Kooperationsnetzwerk aus Vertretern der Länder, aus NGOs, verschiedenen Institutionen und vielen anderen Akteuren, das sich seit den 1990er Jahren entwickelte, überschritt die Ländergrenzen und ließ immer mehr Interaktionen zwischen den einst voneinander isolierten Ostseemationen zu. Im Zuge der Entwicklung der Ostseeregion seit den 1990er Jahren trat immer häufiger auch der Begriff der regionalen Identität zum Vorschein. Von einer Ostseeidentität, oder auch von einer Identität des Ostseeraums, ist in der Fachliteratur immer wieder die Rede, wobei die Expertenmeinungen über die Existenz einer solchen Identität auseinander gehen.

Aufgrund der Größe des Raums, seiner ungenauen Abgrenzung und der schwierigen „Messbarkeit“ einer regionalen Identität, können auch die Ergebnisse dieser Arbeit keine absolute Antwort auf die Frage geben, ob der Ostseeraum eine, mehrere oder gar keine Identitäten besitzt oder jemals besitzen wird. Hier werden zunächst die bisherigen Forschungsergebnisse, mögliche Identitätsansätze und Bemühungen zur Auffindung einer solchen Identität zusammenfassend dargestellt. Durch verschiedene Untersuchungsmethoden, die im Verlauf der Arbeit noch näher erläutert werden, können verschiedene Tendenzen aufgezeigt werden, aus denen heraus versucht wird, die folgenden Fragen zu beantworten:

- Wird der Ostseeraum, sowohl in der Region als auch auf der internationalen Ebene als Einheit wahrgenommen?
- Ist ein Zusammengehörigkeitsgefühl zwischen den Ostseeanrainern für eine solche Identität überhaupt erkennbar?
- Welche Images haften an den Ostseemationen und sind diese Images vergleichbar oder gar ähnlich?

Vor der Möglichkeit diese Fragen zu beantworten, muss geklärt werden, was sich hinter dem Begriff der Identität verbirgt. Im Kapitel 2 dieser Arbeit soll zunächst das theoretische Fundament zum Thema Identität und raumbezogene Identität gelegt werden, das in den darauf folgenden Kapiteln zur Anwendung kommen wird. Es geht hier in erster Linie darum, die facettenreiche Begrifflichkeit zu

erläutern, artverwandte Bezeichnungen aus diversen Fachrichtungen vorzustellen und bisherige Forschungsergebnisse, auch in Form von Identifikationsprozessen, zu präsentieren. Hervorgehoben werden außerdem die große Bedeutung, bzw. der Nutzen der raumbezogenen Identität, und auch die Relation zwischen Identität und Image.

In Kapitel 3 wird dann der Untersuchungsraum vorgestellt und topographisch sowie naturräumlich, d.h. klimatisch und geologisch, abgegrenzt. Darauf folgt ein Abriss der jüngeren Entwicklungsgeschichte der Ostseeregion seit 1989. In diesem Zusammenhang wird der Prozess des „region-building“, bedeutende Kooperationsnetzwerke und auch die aktuelle EU-Regionalpolitik, in Form der Ostseestrategie und des Ostseeprogramms vorgestellt. Bereits in diesem Kapitel wird ein Bezug auf den Begriff der regionalen Identität des Ostseeraums und seiner Bedeutung erfolgen.

Das Kapitel 4 stellt den Hauptteil dieser Arbeit dar, in dem die theoretischen Grundlagen zur raumbezogenen Identität Anwendung finden werden. In diesem Abschnitt wird die Identität des Ostseeraums näher untersucht und analysiert, ob eine Ostseeidentität bereits existent ist. Wenn sie existiert, stellt sich die Frage, ob es Gemeinsamkeiten zwischen Mensch und Raum gibt die ihr zu Grunde liegen. Wenn es sie nicht gibt, soll herausgefunden werden, warum bisher noch nicht von einer gemeinsamen Identität der Großregion gesprochen werden konnte, ob identitätsstiftende Potentiale im Ostseeraum überhaupt existieren und ob in der Region, als auch international der Raum als Entität angesehen und kommuniziert wird. Der Versuch die eingangs formulierten Fragen zu beantworten, erfolgt in diesem Kapitel.

Der Anhang dieser Arbeit beinhaltet einen Veranstaltungskalender mit grenzüberschreitenden Events im Ostseeraum, sowie eine Liste von Institutionen, Projekten und Kooperationen im Ostseeraum, die sich bereits dem Thema Ostseeidentität und Image annahmen. Auch Marketingbemühungen der einzelnen Ostseeanrainer sind im Anhang exemplarisch dargestellt und unterstreichen zusätzlich die Bedeutung der Identität und des Images der Region und seiner Anrainer.