

Das maritime Bild der Metropolregion Hamburg

Alain Thierstein, Viktor Goebel

Wenn man nach Bildern fragt, die einem spontan zur Hansestadt Hamburg in den Sinn kommen, wird bei den meisten Menschen der Hamburger Hafen ganz vorne liegen. Er ist in ganz Norddeutschland das historische und aktuelle Bild für ein „Tor in die Welt“ und wurde über lange Zeit mit Handel, Hanseverbund, Villen von reichen Kaufleuten und Wohlstand verbunden. Heute spricht man verstärkt von Logistikkreuzung, global bedeutender Gatewayinfrastruktur, interessanten Hafen-City-Wohnlagen, Renditen und einem überdurchschnittlichen Bruttoinlandsprodukt. An den Hamburger Landungsbrücken fuhr man noch vor einem halben Jahrhundert nach Amerika ab, um sein Glück zu suchen. Aktuell kann man im Hafen die Container gen Amerika und China verschwinden und kommen sehen. Die Welt hat sich immer weiter globalisiert; viele Begriffe und Realitäten haben sich verschoben. Aber der Hafen und die Nähe zu Wasser scheinen bis heute essentiell für Hamburg. So wird auch das Bild, das Image der Stadt in zentraler Weise geprägt, und vermutlich strahlt der Einfluss des Hafens auch weit in die (Metropol-)region und auf andere Branchen ab.

Ist mit dem Hafen und der Hafencity in Hamburg das Bild der Metropolregion Hamburg bereits grob beschrieben oder gibt es noch andere Themen, Sichtweisen und Räume, die eine ähnlich wichtige Rolle spielen? Steht das von Politikern und Wirtschaftsförderern verbreitete maritime Bild in einem nachvollziehbaren Verhältnis zur Realität in der Metropolregion, die freilich niemals hundertprozentig objektiv erfasst werden kann? Welche Bedeutung hat das maritime Bild im Verhältnis zum Gesamtbild der Metropolregion und welche Rolle spielt die Stadt Hamburg darin? Und wie könnte die Metropolregion Hamburg gegebenenfalls an ihrem maritimen Bild arbeiten?

Vor welchen grundsätzlichen Herausforderungen steht das Bild einer Metropolregion?

Bevor wir auf die im vorigen Absatz genannten Fragen eingehen, möchten wir uns damit auseinandersetzen, was man unter dem *Bild einer Metropolregion* eigentlich verstehen kann und was es leisten soll.

Zunächst erscheint es uns notwendig, etwas genauer auf den Begriff Metropolregion und seine vielfältigen Facetten und Lesarten einzugehen. Metropolregionen werden von Politikern, Wirtschaftsförderern und Planern in einer globalisierten Welt aktuell als wichtige Raumeinheit und als Motor der wirtschaftlichen Entwicklung von Nationalstaaten beziehungsweise von ganz Europa gesehen. Sie können analytisch anhand von Kriterien definiert werden. In der raumwissenschaftlichen Literatur wird dazu meist eine gewisse internationale Bedeutung gefordert (Blotevogel 2002; Thierstein et al. 2006), also zum Beispiel eine Ballung von international wirksamer Entscheidungskompetenz der Unternehmen und der Politik (Kontrollfunktion). Weitere Merkmale von Metropolregionen sind ihre wie auch immer zu messende hohe Wettbewerbskraft (Innovationsfunktion) und ihr Grad an Vernetzungsmöglichkeiten mit dem Rest der Welt (Gatewayfunktion). Darunter werden Gateway-Infrastrukturen wie Flug- und Seehäfen, auch Messen und Medienzentralen verstanden. Metropolregionen sind aber auch über nicht direkt wahrnehmbare nicht-physische Verbindungen vernetzt. So spannen global vertretene Mehrbetriebsunternehmen ein Netz auf, in dem über die Standortknoten – das sind meist die

Städte in denen sich ihre Niederlassungen konzentrieren – firmeninternes Know-how und die Marktcompetenz übertragen werden kann. Schließlich weist eine ernstzunehmende Metropolregion noch eine gewisse kritische Masse an Bevölkerung auf – üblicherweise ab zwei bis drei Millionen Einwohner. Die Wohnorte und Standorte der Unternehmen verteilen sich räumlich auf einen metropolitanen Kern und an diesen funktional eng angebundene Teilräume. Diese funktionelle Anbindung hängt eng mit der zeitlichen Erreichbarkeit zusammen und fasst typischerweise Gebiete zusammen, die vom Zentralbereich der Metropolregion aus in einer Stunde erreicht werden können. Dadurch ergeben sich im Allgemeinen Radien zwischen 50 und 100 Kilometern.

Metropolregionen können aber auch normativ durch Politik und Verwaltung definiert und propagiert werden. Hier stehen politische Ziele im Vordergrund, unter anderem hofft man über den oft großzügigen Einbezug von Raumeinheiten beziehungsweise Landkreisen möglichst viel Fläche mit dem erwirtschafteten Wohlstand der wirtschaftlich starken Kerne zu versorgen.

Am intuitivsten ist der Zugang zu einer Metropolregion vielleicht über morphologische Kriterien herzustellen. Dort wo hohe Dichten, urbane Baustile und urbane Kultur, und die schon erwähnten global orientierten Gatewayinfrastrukturen in großer Zahl physisch wahrgenommen werden können, ist auch die Metropolregion für alle spürbar.

Wozu ist ein Bild einer Metropolregion gut?

Es kann und soll dabei helfen, die unterschiedlichen Lesarten, die Größe, die Bedeutung, die Komplexität und den Charakter des Maßstabs zu verstehen. Über die Visualisierung des neuen Maßstabs kann die Wahrnehmung verbessert werden. Die Ausführungen in den letzten drei Absätzen zeigen, dass der Begriff Metropolregion verschieden gelesen werden kann. Aus verschiedenen Gründen sind die **Inhalte** von Metropolregionen schwer bildlich begreifbar, und der Versuch einer bildhaften Beschreibung stößt auf hohe Anforderungen (Thierstein & Förster 2008):

1. Die Neuheit und Größe dieser Räume sprengt gewohnte räumliche Vorstellungen und setzt sich über lange Zeit wohlbekannte administrative Grenzen hinweg. Im Falle der Metropolregion Hamburg spielen die Entwicklungspfade und die Kultur von drei betroffenen Bundesländern mit.
2. Prinzipiell ist die Ausdehnung einer Metropolregion an ihren Rändern von einem analytischen Standpunkt aus gesehen unscharf. Der metropolitane Einfluss und Charakter bricht nicht abrupt ab. Zu dem Maßstab gehören auch flexible Geometrien. Je nach betrachtetem Thema, wie zum Beispiel Kooperationsmuster von Wirtschaftsbranchen, lässt sich eine andere sinnvolle Ausdehnung begründen. Die Metropolregion für Windanlagenbetreiber hat vermutlich eine weitere Ausdehnung als für Logistikunternehmen, die mehr auf die Nähe zu den Häfen schauen werden.
3. Metropolregionen umfassen verschiedene Raumtypen, die kaum zu einem einzigen, einfach lesbaren Bild zusammenzufügen sind. In der monozentrisch ausgerichteten Metropolregion Hamburg sind Kernräume mit hoher Dichte, verstädterte Bereiche im Umland von Hamburg, Verkehrsinfrastrukturen und dünn besiedelte, eher strukturschwache Landkreise zusammengefasst. Welche gemeinsamen Bilder verknüpfen den Landkreis Dithmarschen und Hamburg?

4. Für Metropolregionen sind der Austausch von Wissen und das Zusammenlaufen von Unternehmensbeziehungen konstituierend. Die Informationsflüsse, die diesen Beziehungen zu Grunde liegen sind aber auf den ersten Blick unsichtbar, gleichwohl können Metropolregionen aber nur so in ihrer Gesamtheit verstanden werden. Die Standortknoten sind wegen den hier ansässigen global orientierten Firmen und deren firmeninternen Verbindungen zu anderen strategisch wichtigen Standorten attraktiv für Neuansiedlungen. Das hat zeitversetzt auch baulich-morphologische Konsequenzen. Firmen richten ihre Standortentscheidungen an diese strategisch wichtigen Knoten aus und regen damit Siedlungsentwicklung an. Das Wachstum des Hamburger Hafens und der Bevölkerung der Stadt Hamburg sind ein Beispiel dafür.

Neben diesen inhaltlichen Aspekten muss ein Bild der Metropolregion auch auf der Wahrnehmungsseite hohe Anforderungen erfüllen. Metropolregionen sind in der Regel schwach institutionalisiert. Bei der Zusammenarbeit treffen Akteure mit Verantwortlichkeiten gegenüber verschiedenen Maßstäben zusammen, von der kommunalen bis zur Landesebene. Es wollen Vertreter von verschiedenen Wirtschaftsbranchen, aus Wissenschaft, Politik und Zivilgesellschaft mitgestalten. Diese Stakeholder haben unterschiedliche Hintergründe und Interessen, legen den Fokus auf unterschiedliche Themen und agieren in verschiedenen räumlichen Bezügen. Die Metropolregion wird daher von den Beteiligten selektiv wahrgenommen.

Ein konzeptioneller Rahmen zur Arbeit mit dem Bild einer Metropolregion muss verschiedene **Bildtypen** berücksichtigen:

- Reale Bilder: Bilder, die sich auf direkt wahrnehmbare Eigenschaften von Metropolregionen beziehen, also Gebäude, Infrastrukturen, Landschaften, aber auch Gebrauchs- und Nutzungsformen;
- Mediale Bilder: Hier werden über Medien auch nicht direkte wahrnehmbare räumliche Eigenschaften dargestellt, zum Beispiel die Visualisierung von Pendlerströmen in einen Kernraum;
- Mentale Bilder: Diese Bilder im Kopf von Menschen speisen sich aus realen und medialen Bildern, haben sich aber von ihnen losgelöst und besitzen eine eigene Existenz.

Die **Funktion** des Bildes einer Region will ebenso im Auge behalten werden. Wer ist der Rezipient? Soll sich die Darstellung nach innen richten und Bewohner der Region sowie innerregional denkende Akteure ansprechen? Damit ließe sich unter Umständen die Identifikation stärken. Oder soll ein Bild primär der Außenkommunikation dienen, also zum Beispiel dem Standort- und Tourismusmarketing?

Mit dem bisher ausgeführten wird vor allem eines klar: Es kann nicht gelingen, all diese Herausforderungen mit einem Bild abzudecken, vielmehr setzt sich das „Bild einer Region“ aus vielen Einzelbildern zusammen. Für eine strukturierte Herangehensweise sollte man den der Tabelle 1 zusammengefassten konzeptionellen Rahmen eines Bildes der Region beachten.

Tabelle 1: Konzeptioneller Rahmen – Zugangsweise zum Bild einer Metropolregion (Quelle: Thierstein & Förster 2008, leicht verändert)

Inhalte	Bildtyp	Funktion
Verschiedene Raumtypen	Reale Bilder	Innenwahrnehmung – Identifikation
Räumliche Maßstabsebenen	Mediale Bilder	Außenwahrnehmung – Aufmerksamkeit, Motivation
Sektorale Themenfelder	Mentale Bilder	Erreichen verschiedener Rezipienten

Welche maritimen Bilder gibt es für die Metropolregion Hamburg?

Für einen ersten Zugang zum Thema „*Maritimes Bild der Metropolregion Hamburg*“ haben wir die Internetseiten der Metropolregion Hamburg, der Stadt Hamburg, jeweils mit den wichtigsten Links, des Landkreises Cuxhafen, diverse Ausgaben des Magazins der Metropolregion Hamburg und den aktuellen Entwurf zum räumlichen Leitbild der Hansestadt Hamburg vom Februar 2007 betrachtet. Diese Quellen sind natürlich nur ein Ausschnitt aus allen vorhandenen Medien, aber es sind die zentralen Portale bzw. Dokumente, die eine integrale Sichtweise auf ihr jeweiliges Gebiet haben.

Analysiert man das sich ergebende maritime Gesamtbild der Metropolregion nach dem in Tabelle 1 vorgestellten Raster, ergibt sich zusammengefasst folgendes Ergebnis:

Inhalte:	<p>Der geografische Schwerpunkt der vorhandenen maritimen Bilder liegt bei Hamburg.</p> <p>Ein herausragendes Bild liefert die Hafencity mit dem Leuchtturm der geplanten Elbphilharmonie. Diese steht symbolisch für Standortqualität, Kultur und Image, das aus einer nicht mehr für Hafenzwecke benötigten Brache in Wassernähe entwickelt werden kann. Damit werden auch die übrigen Lagen der Hafencity für Büros und Wohnungen aufgewertet.</p> <p>Von Seiten der Wirtschaftsbehörden und der Wirtschaftsförderung werden viele Bilder gezeigt, die Hamburgs Kompetenz als Logistik- und Handelsdrehscheibe unterstreichen. Es handelt sich dabei um viele eher technisch anmutende Bilder von Hafenanlagen, Schiffen, Containerbrücken und Umschlagplätzen der Logistik.</p> <p>Aus der Region stammen viele touristische Bilder mit dem Thema Elbe und Nordsee, historische Hafenanlagen und Bauten. Es werden in der Region aber auch technische Kompetenzen wie Windkraft, Aquakultur etc. mit maritimem Bezug bildhaft dargestellt.</p> <p>Es kommen sowohl Bilder mit internationaler Reichweite (Elbphilharmonie) als auch Bilder von nur lokaler Bedeutung vor.</p>
Bildtypen	<p>Es wird mit allen drei Bildtypen gearbeitet.</p> <p>Beispiele für reale Bilder: Fotografien von Hafen, Hafencity, Elbe</p> <p>Beispiel für mediale Bilder: Hafenentwicklungsplan, Grafiken zur</p>

Wirtschaftsentwicklung, Karte im räumlichen Leitbild wachsende Stadt.

Ansätze für mentale Bilder: Begrifflichkeit „Tor zur Welt“ im räumlichen Leitbild der Stadt Hamburg; der Begriff „Logistikdrehscheibe“ unterstreicht die Vorstellung als zentraler Knoten im Netz der globalen Warenströme. Im innerregionalen Maßstab wirbt die Metapher „Sprung über die Elbe“ für Weitblick und versinnbildlicht das Leitbild des Hamburger Senats „Metropole Hamburg – Wachsende Stadt“.

Funktionen Die Bilder sprechen verschiedene Personenkreise an, hauptsächlich die Bewohner der Metropolregion, Touristen und Unternehmer auf Standortsuche.

Es gibt Bilder die sich hauptsächlich nach innen richten und solche mit großer Außenwirkung. Manche der Einzelbilder können beide Funktionen übernehmen, zum Beispiel die Elbphilharmonie. Sie stärkt nach innen das Selbstbewusstsein und die Eigenidentität der Bewohner; nach außen wirkt sie als Magnet, wegen dem man einmal nach Hamburg kommen möchte. Manche Bilder haben wiederum als Hauptzielgruppe die regionale oder lokale Bevölkerung, zum Beispiel Bilder, die unter der Rubrik „Unsere Stadt“ auf www.hamburg.de zu finden sind.

Über alles gilt: Maritime Themen und Bilder spielen in der Metropolregion eine gebührende Rolle. Wasser, Schiffe, Strand, Hafenanlagen sind auf den Bildern relativ häufig zu erkennen. Das Bild kann dabei sehr vielschichtig und indirekt werden, vom Fischmarkt über maritime Museen, denkmalgeschützte Lagergebäude, alte Leuchttürme und kulturelle Veranstaltungen. Neben den maritimen Bildern bestehen auch solche, die das Verständnis der Metropolregion Hamburg als international bedeutender Medien-, Luftfahrt-, IT- und Dienstleistungsstandort – um die wichtigsten Branchen zu nennen – unterstreichen. Das Verhältnis der maritimen und der nicht-maritimen Bilder zueinander scheint uns in den betrachteten Medien insgesamt ausgewogen und sinnvoll. Die Vielfalt der Metropolregion Hamburg wird deutlich.

Auch die Landkreise in der Metropolregion Hamburg setzen ihre individuellen maritimen Potenziale auf den jeweiligen Webseiten adäquat in Bilder um. Das können Zentren der Aquakultur, Windkraftanlagen an der Küste, beschauliche kleinere Häfen an der Elbe, der Elbradwanderweg etc. sein. In ihrer Bildwirkung und Bedeutung bleiben diese Bilder in ihrer Reichweite jedoch hinter den Hamburger Bildern zurück. Das maritime Außenbild der Metropolregion wird insgesamt stark von Hamburg geprägt.

Exkurs Realität der Arbeitsplätze und Bilder von der maritimen Wirtschaft

Die voranschreitende Globalisierung und Arbeitsteilung bescherte der Logistikbranche in der Metropolregion Hamburg in der Vergangenheit beachtliche Wachstumsraten. Auch für die Zukunft gibt es exzellente Prognosewerte. Ähnliches gilt für die maritimen Branchen. Der Hamburger Hafen wird in einer Broschüre der Stadt Hamburg als „Erfolgsfaktor der Metropolregion“ bezeichnet (Freie Hansestadt Hamburg 2005); zwölf Prozent aller Arbeitsplätze Hamburgs hängen danach direkt oder indirekt vom Hafen ab. Ohne Zweifel hat

der Hamburger Hafen eine große direkte und indirekte Bedeutung für die Wirtschaft der Metropolregion.

Interessant ist die Art, in der die maritime Wirtschaft dargestellt wird. Große Schiffe, Containerstapel und hohen Kräne stehen im Vordergrund, wenn explizit für Arbeitsplätze geworben wird. Der Anteil der in maritimen Kernbranchen wie Schiffsbau, Schifffahrt und Frachtumschlag im Hafen beschäftigten Arbeitskräfte beträgt nach einem Blick in die Statistik für die Metropolregion allerdings je nach Abgrenzung nur cirka 1,5 bis 3 Prozent. Damit spielen die Wirtschaftsbranchen, die mit Schiffsbau und Hafen nur mittelbar verbunden sind eine erhebliche Rolle. Das sind zum Beispiel maritime Dienstleister wie spezielle Finanzierungsgesellschaften, Versicherer maritimer Risiken, Wasserbau, maritime Technologien etc. Bilder zu diesen Branchen existieren, stehen aber eher im Hintergrund. Auch innerhalb der maritimen Kernbranchen spiegeln die Hafengebäude nicht den Arbeitsalltag der Beschäftigten wieder. Der hohe Automatisierungsgrad hat viele Arbeitsplätze in die Büros von Reedern und Logistikzentralen verlegt. Letztendlich sind solche Bilder nicht so spannend. Vorsichtig sollte man auch die Zahlen zur wirtschaftlichen Entwicklung in Bezug auf Arbeitsplätze interpretieren. Die Entwicklung der Jahre 2000 bis 2004 zeigt ein über sechzigprozentiges Wachstum der Umschlagsraten im Containerverkehr (Freie Hansestadt Hamburg 2005: 10). Dieses „physische“ Wachstum drückt sich allerdings nur in einer eher marginalen Zunahme an Arbeitskräften in den maritimen Kernbranchen aus. Auch die indirekt durch den zusätzlichen Containerverkehr erhaltenen bzw. neu entstandenen Arbeitsplätze in anderen Branchen dürften nicht annähernd die Größenordnung der physischen Wachstumsraten erreichen.

Wie könnte die MR Hamburg an ihrem maritimen Bild arbeiten?

Ganz klar, es gibt schöne und deutliche Bilder aus den maritimen Themen in der Metropolregion Hamburg – dieses Potenzial wird genutzt. Zum Schluss noch zwei Aspekte:

Es ist durchaus legitim, die Dimension des Hafens für Kommunikationszwecke zu nutzen. Langfristig sollte man sich allerdings nicht davon blenden lassen und im Hinterkopf behalten, dass die maritime Wirtschaft nicht nur über Schiffe und Hafen symbolisiert werden kann. Angesichts von weiter zu erwartender Tertiärisierung der Industrie und Rationalisierung von Arbeitsplätzen dürften sich die Beschäftigtenanteile innerhalb der maritimen Branchen weiter verschieben. Dann ist es ein Vorteil, eine Palette von Bildern ins Feld zu führen, die weniger „hafengebäudebetont“ sind wie das bisher dominante Erscheinungsbild. Für ein kräftiges und breit abgestütztes Bild der Metropolregion erscheint es ratsam, die Branchen mit hohem Innovationsgrad stärker als bisher darzustellen. Diese Branchen sind insbesondere die maritimen Technologien – wie zum Beispiel innovative Zulieferer für den Schiffsbau, die Off-Shore Windenergie, Aquakultur, moderne Navigation mit Galileo – aber auch die maritimen Dienstleister und die maritime Forschung. Auch für diese Bereiche lassen sich mit Sicherheit spannende und eingängige Bilder finden oder entwickeln.

Die Analyse der Print- sowie der elektronischen Medien ergab auch viele interessante Bilder aus der Region. Oft wird aber deren gegenseitiger Bezug nicht klar. Eine Metropolregion lebt von den Projekten und den Akteuren, die sich in den Teilräumen für die Metropolregion engagieren und sie dadurch zum Entstehen bringen und zusammenhalten.

Konsequenterweise muss das maritime Gesamtbild der Metropolregion mehr sein, als zusammengefügte Einzelbilder aus Teilräumen. Eine Internetseite, aus der ein Thema für die gesamte Metropolregion zusammenhängend vorgestellt wird, ist für den Maßstab dienlicher als zwölf in der Navigationsleiste angebotene Links zu den einzelnen Mitgliedslandkreisen, wie das derzeit für den Tourismus auf der Internetseite angeboten wird. Initiativen wie die Süderelbe AG, oder der Elbradwanderweg sind positive Beispiele, die zeigen, wie der Zusammenhalt gestärkt werden kann. Letztlich steht man in dieser Region mit dem klar dominierenden Kern Hamburg immer vor der Herausforderung, den Sinn der Zusammenarbeit auf dem Maßstab der Metropolregion auch konsistent zu visualisieren – das schließt nicht-maritime Bilder ganz besonders mit ein.

Quellen:

Blotevogel, Hans-Heinrich (2002): Deutsche Metropolregionen in der Vernetzung. In: Informationen zur Raumentwicklung. 6/7. S. 345-351

Freie Hansestadt Hamburg (2005): Im Focus dynamischer Wachstumsmärkte. Chancen und Entwicklungspotenziale des Hamburger Hafens. Broschüre der Hamburg Port Authority. Hamburg.

Thierstein, Alain; Kruse, Christian; Glanzmann, Lars; Gabi, Simone; Grillon, Nathalie (2006): Raumentwicklung im Verborgenen. Untersuchungen und Handlungsfelder für die Entwicklung der Metropolregion Nordschweiz. NZZ Buchverlag. Zürich.

Thierstein, Alain; Förster, Agnes (Hrsg.) (2008): Making Mega-City Regions visible! Lars Müller Publishers. Baden.



Elbphilharmonie (Quelle: Entwurf Räumliches Leitbild Hamburg; Bildrechte: Hamburg Marketing GmbH)

Thema: Symbolträchtige Architektur, HafenCity



Hafen City



Quelle: Freie Hansestadt Hamburg (2005): Im Focus dynamischer Wachstumsmärkte. Chancen und Entwicklungspotenziale des Hamburger Hafens. Broschüre der Hamburg Port Authority. Hamburg (S. 25)

Thema: Hafen und Containerlogistik



11 »channel hamburg« im Harburger Binnenhafen

Quelle: Entwurf Räumliches Leitbild Hamburg: Rechte Behörde für Stadtentwicklung und Umwelt

Thema: Wohnen und maritimes Flair



49 Bürogebäude Dockland

Quelle: Entwurf Räumliches Leitbild Hamburg. Rechte: Rechte Behörde für Stadtentwicklung und Umwelt

Thema: Business-Location in interessanter Lage, weicher Standortfaktor



10 Strandleben Övelgönne

Quelle: Entwurf Räumliches Leitbild Hamburg; Bildrechte: Hamburg Marketing GmbH



Quelle: Metropolregion Hamburg, <http://wirtschaftsfoerderung.hamburg.de/pdf/magalog.pdf>
 Bildrechte: ??

Thema der beiden Bilder. Naherholung und maritime Wirtschaft



Quelle: Entwurf Räumliches Leitbild Hamburg. Bildrechte: Arge Machleidt + Partner & FFB GmbH Berlin)

Thema: Dualität mit Qualität: Zentral gelegener Park in Hamburg und Hafen



Quelle: www.stade.de
Hafen in Stade

Thema: Potenzial von Wasser und maritimer Lage für Teilräume in der Metropolregion Hamburg