

Analyse deutscher Medien zu den Städten Frankfurt (Oder) und Slubice

im Rahmen des Markenbildungsprozesses

Runze & Casper Werbeagentur GmbH, März 2012

1. Einleitung

Bis in die späten Neunziger Jahre hinein stand Frankfurt (Oder), gemeinsam mit anderen, an der östlichen Peripherie der Bundesrepublik gelegenen Städte, als Symbol für den Niedergang, der die Neuen Bundesländer erfasst hatte. Erheblicher Bevölkerungsschwund, trübe Jobaussichten, bekannt allenfalls durch desillusionierte Arbeitslose und die hohe Konzentration von Rechtsradikalen. Neben diesen fast symbolischen, abstrakten Wahrnehmungen war es schwierig, ein mehr mit der Realität übereinstimmendes Bild zu gewinnen.

Mit den Folgen des massiven Bevölkerungsschwunds und dem Zusammenbruch der alten Industrien kämpft Frankfurt (Oder) auch heute noch. Und vielleicht steckt viel in diesem Bild vom Kampf. Denn die Berichterstattung in den Medien der Gegenwart zeichnet ein differenziertes Bild einer Stadt, die sich den realen Gegebenheiten stellt, nach Lösungen sucht und Stärken hat, wo sie kaum vermutet werden. Wirtschaftlich mag es nach wie vor Schwierigkeiten geben, aber auf vielen anderen Gebieten ist das Symbol Frankfurt (Oder) verschwunden bzw. hat sich gewandelt.

Forschungsansatz

Die vorliegende Medienanalyse beschreibt die Wahrnehmung und Behandlung der Städte Frankfurt (Oder) und Slubice in der Berichterstattung ausgewählter Medien, vornehmlich aus dem Print-, aber auch aus Radio- und Fernsbereich, in der Zeit von 2009 bis 2011.

Dabei geht es nicht in erster Linie um eine umfassende, lückenlose Darstellung der Inhalte aller Artikel, die sich mit den beiden Städten beschäftigen, sondern einerseits um die Ermittlung der Thematiken allgemein, also wodurch die Städte in die Medien gelangen, andererseits um die Bewertung der inhaltlichen Stimmungen, also auf welche Weise über die Städte berichtet wird.

Im Ergebnis wird es möglich werden zu bestimmen, ob bestimmte Thematiken oder Themenfelder sehr häufig, gelegentlich oder gar nicht genannt und behandelt

werden, und ob diese mit positiven oder negativen Konnotationen behaftet sind. Das auf diese Weise entstehende Bild trägt zur Darstellung der Außensicht auf die Städte bei, erlaubt also Rückschlüsse auf deren gegenwärtige Wahrnehmung von außen.

Die Medienanalyse ist ein Teil der Datenerhebungsphase im Rahmen der Markenentwicklung für die Städte Frankfurt (Oder) und Slubice. Eine gleich strukturierte Analyse wurde für die polnischen Medien durchgeführt, auf der Suche nach dem Bild der Städte Frankfurt (Oder) und Slubice auf polnischer Seite.

Methodik

Bei der Auswahl der auszuwertenden Medien wurde unterschieden in solche mit regionaler und überregionaler Reichweite. Dies hat Auswirkungen auf die Themen, über die die beiden Städte genannt werden, aber auch auf die Art der Wahrnehmung.

Die identifizierten Artikel wurden kategorisiert in ihre Themenbereiche: Wirtschaft, Kultur, Wissenschaft, öffentliches Leben/Politik. Über Stichwortmarkierungen sind Häufigkeiten bestimmter Themennennungen darstellbar. Die weitergehende Analyse der Artikel konzentrierte sich auf die Imageanalyse der Inhalte: Gab es eine Tendenz in der Berichterstattung, eine Wertung in positiver oder negativer Richtung?

2. Die regionalen Medien

Für diesen Teil der Analyse wurden die regionalen Tageszeitungen sowie die Berliner Tageszeitungen ausgewertet. Auch wenn letztere in manchen Fällen in der Berichterstattung schon Charakteristika der überregionalen Medien aufweisen, sind sie doch aufgrund ihrer Nähe noch den regionalen Medien zuzurechnen.

- Märkische Allgemeine Zeitung (MAZ)
- Märkische Oderzeitung (MOZ)
- Lausitzer Rundschau (LR)
- Berliner Morgenpost
- Der Tagesspiegel
- Berliner Zeitung
- rbbonline/rbb Fernsehen
- Forum

In den Berichten zur **wirtschaftlichen Situation** der Städte Frankfurt (Oder) und Slubice spiegelte sich eine große Themenvielfalt wider.

Mit besonderer Aufmerksamkeit wurde der **Arbeitsmarkt** und damit zusammenhängende Fragestellungen und Probleme behandelt. Die Versorgung mit Facharbeitskräften und die Sicherung von Ausbildung und Kompetenz in wichtigen Wirtschaftsbereichen stellten ein Problem dar. Dementsprechend beschäftigten sich Artikel mit der Situation von Auszubildenden in der Region, der Nachwuchsförderung für wichtige Technologiebereiche und andere Wirtschaftszweige, aber auch mit den Rahmenbedingungen für junge Leute, wie Lebensumstände, Chancen oder Fördermöglichkeiten finanzieller Art.

Im April 2011 ist Polen gemeinsam mit sieben weiteren osteuropäischen Staaten dem **Schengen-Raum** der Europäischen Union (EU) beigetreten. Seitdem dürfen sich die Bürger dieser Staaten frei auf dem Arbeitsmarkt der EU bewegen, ohne dass noch Visa oder Aufenthalts- und Arbeitsgenehmigungen erforderlich wären. Es gab Befürchtungen, dass es zu einem Run auf Arbeitsplätze in der Region entlang der deutsch-polnischen Grenze kommen könne, einem Ausverkauf der Stellen durch billige osteuropäische Arbeitskraft.

Das Ereignis wurde dementsprechend mit großem Interesse erwartet und in den regionalen Medien medial vor- und nachbereitet.

Die Konsequenzen für die Region Frankfurt (Oder) und Slubice wurden durchweg positiv wahrgenommen. Abgesehen davon, dass ein Run, ein „Einfallen“ nicht

stattfind, fanden sich in den Echos meist positive Berichte über die Möglichkeiten, anspruchsvolle Stellen nun auch mit gut ausgebildeten polnischen Fachkräften besetzen zu können. Erhöhte Nachfrage nach Stellen aus dem Niedriglohnbereich war nicht feststellbar, was zwei Gründe haben könnte: Großbritannien hat seinen Arbeitsmarkt bereits 2007 für polnische Arbeitskräfte geöffnet. Infolgedessen kam es zu einem größeren Ansturm nach Großbritannien, deren Teilnehmer nun als Kontakte für weitere Arbeitssuchende aus Polen dienen. Wer einen Job im Niedriglohnbereich sucht, geht oft nach Großbritannien.

Schließlich, und das war wahrscheinlich der wichtigere Grund, ist das Gefälle zwischen polnischen und deutschen Arbeits- und Lohnbedingungen nicht mehr so riesig wie noch vor vielleicht 10, 15 Jahren, was das Auswandern wegen einer Arbeitsstelle weniger attraktiv macht.

Panik- oder Stimmungsmache waren weder in diesem Zusammenhang auszumachen, noch bei anderen wirtschaftlichen Themen, die vor einigen Jahren noch für negativen Beiklang sorgen konnten. Hierzu gehörte etwa der **Einkaufstourismus**, der vor allem Deutsche nach Slubice zog, die sich dort mit Benzin, Zigaretten oder auch Elektronik versorgten. Aber auch die polnische „Zuckerkrise“, die viele Polen zum Zuckereinkauf in grenznahe deutsche Regionen bewegte, war ein wiederkehrendes Thema. Bemerkenswert, dass diese Phänomene nicht negativ, sondern eher als Kuriosum, als Teil einer grenzgeprägten Lage reflektiert wurden, wie es sie überall gibt. So fanden sich Berichte über den Mythos „billiges Benzin“, das längst schon nicht mehr das riesige Sparpotenzial auf polnischer Seite bietet. Eine längere Anfahrt nach Polen zum Tanken lohne sich kaum noch, wenn sie nicht mit Einkäufen anderer Art kombiniert wird. Aber auch andere Konsequenzen des grenznahen Handels tauchten in der Berichterstattung auf. So etwa die Frage, warum es in Slubice überall möglich ist, in Euro zu bezahlen, auf deutscher Seite aber kaum ein Händler Polen die Möglichkeit bietet, seine Waren in Zloty zu erstehen. Das mag einerseits durch geringe Nachfrage begründet sein, wurde jedoch auch gesehen als ausbaufähige Öffnung für die polnische Nachbarseite seitens der deutschen Unternehmer. Weiter häufig auftretendes Thema war die Wiedereröffnung des 2007 in Slubice niedergebrannten Marktes, einer der größten Arbeitgeber der Stadt.

Mit deutlichem Vorsprung vor anderen Branchen lag die **Solarindustrie** im Fokus

der Aufmerksamkeit der regionalen Berichterstattung, aber auch die Metall- und die metallverarbeitende Industrie finden Erwähnung.

Aufgrund der inhaltlichen Ausrichtung von „forum“ als Wirtschaftszeitung für Ostbrandenburg nicht wenig erstaunlich, wurde ein durchaus differenziertes Bild der Wirtschaft von Frankfurt (Oder) und Slubice gezeichnet, zu dem aber auch die Zeitungen beitragen, die keine reine Wirtschaftszentrierung aufweisen.

Berichte über Innovationen oder Wirtschaftsförderpreise, Porträts von Unternehmen und Unternehmern trugen hierzu ebenso bei, wie Profile der Solarbranche, Marktberichte oder Vorstellung von Start-Ups und jungen Unternehmen.

Durchzogen werden alle Inhalte von der **deutsch-polnischen Kooperation und Interaktion**. Alle Themen, mit Ausnahme der branchenspezifischen Berichte, die sich auf Frankfurt (Oder) beziehen, werden unter diesem grenzübergreifenden Aspekt gesehen. Welche Folgen hat eine Entwicklung für beide Seiten, welche Chancen bieten sich für beide Seiten? Auch Fragen der Wirtschaftsförderung und -ansiedlung wurden gemeinsam für die deutsche und polnische Seite gedacht und entworfen, die entsprechenden Einrichtungen genannt und auch für die Messe in Frankfurt (Oder) die Profilierung als deutsch-polnischer Kooperationsstandort als große Chance für die Zukunft identifiziert.

Kultur ist weit mehr als Kleist – das könnte die Überschrift für das Fazit der Analyse zum Bereich Kultur sein. Die kulturelle Themenbreite zeichnete sich durch eine erstaunliche Diversifizierung aus. Die Kulturszene der Städte Frankfurt (Oder) und Slubice fand sich mit allen Facetten des Angebots in der regionalen Berichterstattung. Das Theaterfestival Unithea oder das Festival der Neuen Kunst Labirynt waren gute Beispiele für grenzübergreifende kulturelle Aktivitäten, die polnisch-deutsch geplant und durchgeführt wurden. Das Museum für Junge Kunst fand regelmäßig Erwähnung, ebenso wie Ausstellungen oder Aktivitäten einzelner Künstler in der Region.

Im Jubiläumsjahr 2011 fanden natürlich auch alle Aktivitäten zum Dichter Heinrich von Kleist Erwähnung, allerdings nicht mit deutlichem Übergewicht gegenüber der restlichen Kulturszene und für das groß angekündigte Jubiläum im Umfang auch eher zurückhaltend.

Kleist war auch das einzige Thema, das sich fast ausschließlich auf Frankfurt (Oder)

begrenzt. Alle anderen Aktivitäten zeugten von einer umfangreichen, intensiven Vernetzung der Kulturszenen von Frankfurt (Oder) und Slubice. Das Slubfurt-Projekt des polnischen Künstler Kurzwelly sei hier ebenso genannt wie Ausstellungen polnischer Künstler in Frankfurt und die schon erwähnten Festivals.

Zum 20jährigen Jubiläum der Neugründung im Jahr 2011 dominierte die **Europa-Universität Viadrina** das Thema **Wissenschaft** eindeutig. Die herausragende Stellung der Universität und ihre Bedeutung für die Stadt Frankfurt (Oder) fanden sich in Berichten zur Eröffnung des Zentrums für Polenstudien, zur Excellence-Initiative und über das Universitätsumfeld. Die regionale Presse berichtete nicht nur über die Viadrina direkt, sondern zeichnete auch ein Bild vom Studenumfeld, studentischem Leben (z. B. das multikulturelle, alternative Studentenwohnheim Fforst-Verbuendungshaus).

Als im Sommer des Jahres 2011 der Bürgermeister der Stadt Guben in die Nachrichtenflaute hinein forderte, aufgrund der gestiegenen Grenzkriminalität darüber nachzudenken, wieder Grenzkontrollen einzuführen, stand die Reaktion darauf stellvertretend für die vorherrschende Stimmung und den Umgang mit solchen Fragen. Ruhig, zurückhaltend und besonnen reagierte man allerorts, auch Frankfurts Bürgermeister Martin Wilke gestand seinem Amtskollegen zwar zu, dass er ein Problem benannt habe, die Lösung jedoch ausschließlich über einen Ausbau der deutsch-polnischen Kooperation erfolgen könne.

Diese Geschichte ist ein gutes Beispiel für die Stimmungen der Berichte aus dem Bereich des **öffentlichen Lebens**. Dieses große Themenfeld ist dominiert von den deutsch-polnischen Beziehungen, die im Leben und Wirken der Menschen in Frankfurt (Oder) und Slubice offenbar längst eine feste, reale Rolle spielen, ohne dass sie ideologisch oder von Vorurteilen geprägt sind.

Auf beiden Seiten der Oder durchgeführte Tagungen, Bildungs- und Jugendeinrichtungen, wie die neue zweisprachige Kita in Frankfurt, und die Besuche von Schülergruppen in den beiden Städten Frankfurt (Oder) und Slubice waren Teil des öffentlichen Lebens ebenso wie das wiederkehrendes Thema Verkehr. Insbesondere die Frage des gemeinsamen Nahverkehrs, der durch die erfolglose Abstimmung in Slubice zunächst nicht mit einer oderüberschreitenden Tramlinie gestartet werden konnte, war vielbesprochenes Thema in den regionalen Medien.

Die Diskussion war jedoch von Pragmatismus geprägt, die Ablehnung durch die Bürgerabstimmung wurde nicht ideologisiert, sondern als zu bearbeitender Rückschlag gewertet.

Auch die Freigabe der Stadtbrücke für Reisebusse durch die beiden Bürgermeister Wilke und Ciszewiz wurde wohlwollend zur Kenntnis genommen als Folge des freien Grenzverkehrs, der ohne die aufwändigen Kontrollen bei Bussen nun nicht mehr zu Stau im Stadtverkehr führt.

Frankfurt (Oder) und Slubice fanden auch Erwähnung in einem Überblick über die verschiedenen überregionalen Bahnstrecken, die Deutschland mit Polen und im weiteren Verlauf West- und Osteuropa verbinden. Den transnationalen Bahntrassen und dem Ausbau der Verbindungen werden hohe Bedeutung beigemessen. Frankfurt (Oder) und Slubice sind Teil einer der wichtigsten Ost-West-Verbindungen und von verkehrspolitisch großer Bedeutung.

Ein differenziertes Bild weiterer gesellschaftlicher Themen ergänzte die Berichterstattung über Frankfurt (Oder) und Slubice.

Städtebauliche und wohnungsmarktrelevante Folgen des Bevölkerungsrückgangs wurden ebenso diskutiert wie allgemeine Aspekte des öffentlichen Lebens: die Qualität von Ämtern, Verwaltung und kommunalen Serviceleistungen wie der Homepage der Stadt.

Die Vielfalt des gesellschaftlichen Lebens drückte sich aus in Berichten über den Aufbau einer Infrastruktur für Wanderer auf dem Jakobsweg, der die Städte berührt, die Neueröffnung eines Friedhofs für die jüdische Gemeinde von Frankfurt (Oder), die Einweihung der Friedensglocke am Oderufer oder das Stadtfest Bunter Hering, das mittlerweile eine mindestens regionale Strahlkraft erreicht haben dürfte.

Regelmäßig wiederkehrend war natürlich auch die Problematik der Oderhochwasser, die in gemeinsamen Aktionen beider Städte bekämpft wurden.

Fazit regionale Medien

Wichtigste Erkenntnis aus der Analyse der regionalen Medien ist die Tatsache, dass in allen Themenbereichen die deutsch-polnische Kooperation gewachsener, lebendiger Teil des Lebens geworden ist.

In einem Wort lässt sich vielleicht sagen: die Grenze macht keine Probleme, sondern sie bietet Möglichkeiten. Dabei werden Schwierigkeiten nicht ausgeklammert (Wirtschaft, Nahverkehr etc.), aber eine „die-da-drüben-Sicht“ ist nicht mehr zu

entdecken.

Besonders bemerkenswert sind Ansätze, die über das pragmatische Gemeinschaftsdenken hinaus gehen und auf die andere Seite nach Slubice schauen und dort Aspekte entdecken, die positiv berichtet und als innovativ wahrgenommen werden. Zu nennen sind hier die selbstverständliche Öffnung der Slubicer Händler für alle Anforderungen, die die Nähe zu Frankfurt (Oder) mit sich bringen, eine große Anpassungsfähigkeit und Flexibilität. Aber auch die in Slubice beobachtete und in Polen schon verbreitete Möglichkeit der Zahlungsabwicklung per Smartphone fand sich in den regionalen Medien als Blick in die Zukunft, die jenseits der Oder in diesem Fall schon Gegenwart ist.

Von großer Bedeutung ist die Tatsache, dass auf regionaler Ebene in fast allen Medien zu allen Themen (mit Ausnahmen an genannten Stellen und seltener im Berliner Tagesspiegel) die beiden Städte Frankfurt (Oder) und Slubice gemeinsam genannt und damit auch wahrgenommen werden.

3. Die überregionalen Medien

Für die überregionale Berichterstattung wurden folgende Medien ausgewertet.

- Die Zeit/zeit online
- Frankfurter Allgemeine Zeitung
- Der Spiegel/spiegelonline
- Handelsblatt
- Financial Times Deutschland
- Stern
- Manager-Magazin
- Technology Review
- Neon
- Capital
- The Economist
- Inforadio
- Kulturradio
- n-tv
- Die Berliner Literaturkritik
- Die Welt/welt online

In der überregionalen Betrachtung verringerte sich das Interesse an Details und geographischer Differenzierung.

Zu beobachten war dies in aller Deutlichkeit bei den **Wirtschaftsthemen**.

Überregional beschränkte sich die Themenbreite auf drei Felder: den **Beitritt Polens zum Schengen-Raum** der EU mit den Folgen für den Arbeitsmarkt, die in diesem Zusammenhang aber meist national thematisiert wurden. Weiterhin die **Solarindustrie** – Frankfurt (Oder) wurde hier als Kernregion und wichtiger nationaler und internationaler Standort regelmäßig genannt und beschrieben. Und schließlich waren auch Berichte über den **Einkaufstourismus** zu finden.

Verbunden mit diesen drei Themenfeldern berichteten die Medien über mit diesen verwandte Aspekte wie die allgemeine wirtschaftliche Ausrichtung der Region auf Polen sowie die deutsch-polnische Wirtschaftskooperation, die lokale Reaktion auf die Erweiterung des Schengen-Raumes um die acht osteuropäischen Staaten sowie vereinzelt über Unternehmensvorstellungen und vielversprechende Start-Ups.

Im Unterschied zu den regionalen Medien war festzustellen, dass auf überregionaler Ebene keine fast automatische Nennung beider Städte erfolgte. Hier erschien

praktisch ausschließlich Frankfurt (Oder) in den Berichten. Ausnahmen waren die deutsch-polnische Kooperation, die am Beispiel Frankfurts und Slubices wahrgenommen wurde.

Im Bereich der **Kultur** war die Berichterstattung im Analysezeitraum vor allem im Jubiläumsjahr 2011 deutlich vom Thema Heinrich von **Kleist** dominiert. Allerdings ist hier festzuhalten, dass, obwohl praktisch jedes Medium sich mit Kleist auf die eine oder andere Weise befasst, Frankfurt (Oder) dabei meist über eine Nennung nicht hinauskommt. Sei es als Geburtsstadt oder Ort von Ausstellungen. Eine tiefergehende Verbindung des Dichters mit der Stadt transportierten diese Berichte meist nicht.

Abgesehen davon wurde Frankfurt (Oder) mehrmals im Zusammenhang mit Berichten zu 20 Jahren Mauerfall erwähnt, es kamen Schriftsteller aus der Stadt zu Wort ebenso wie solche, die über Frankfurt (Oder) schrieben.

Auch einige Ausstellungen wurden in überregionalen Medien besprochen, die Kulturszene ist für eine Stadt der Größe Frankfurts also durchaus wahrnehmbar, wenn auch nicht sehr umfangreich. (Bernhard Heisig, Karikaturen)

Erschien Frankfurt (Oder) in Zusammenhang mit dem Thema **Wissenschaft** in überregionalen Medien, so ausschließlich über die Europa-Universität **Viadrina**. Dies geschah einerseits zum wiederkehrenden Thema der Studienplatzvergabe und -nachfrage jeweils zu den Semesterstarts, vor allem aber wurden Wissenschaftler der Viadrina zu den verschiedensten Themen als Spezialisten und Interviewpartner hinzugezogen und befragt.

Es kamen Kunsthistoriker, Statistiker, Kulturmanager ... zu Wort und trugen auf diese Weise dazu bei, Frankfurt (Oder) auf der wissenschaftlichen Landkarte Deutschlands zu verorten.

Die Themen, die aus dem Bereich des **öffentlichen Lebens** in den überregionalen Medien reflektiert wurden, beschränken sich auf wenige Punkte.

An erster Stelle stand hier das Oderhochwasser mit den praktischen Gegenmaßnahmen und den symbolischen Besuchen von politischen Akteuren. Weiterhin hat das Landgericht Frankfurt (Oder) überregionale Strahlkraft mit verschiedensten hier verhandelten Prozessen, die in den Medien besprochen wurden.

Schließlich ist Frankfurt (Oder) als Herkunfts- und Austragungsort verschiedener Sportler und Sportveranstaltungen in den Medien anzutreffen. Hier handelte es sich meist um die Sportarten Ringen, Gewichtheben und Damenhandball.

Interessant gewiss noch, dass Frankfurt (Oder) in Reiseberichten Erwähnung fand, die sich mit so unterschiedlichen Zielen wie Usbekistan und den Malediven beschäftigten. Auf den Malediven kommt ein Zwei-Mann-Mini-U-Boot zum Einsatz, das in Frankfurt hergestellt wird.

Fazit überregionale Medien

Mit Ausnahme der deutsch-polnischen Beziehungen, die in gesellschaftspolitischen und wirtschaftlichen Berichten thematisiert wurden, trat Slubice in den deutschen überregionalen Medien praktisch nicht in Erscheinung.

Frankfurt (Oder) fand vor allem im Zusammenhang mit dem Zustand der Solarindustrie Erwähnung, aber auch, wenn es um den Beitritt der acht osteuropäischen Länder zum EU-Schengen-Raum ging.

Kulturelle Berichte beschäftigten sich in erster Linie mit dem Thema Kleist, was jedoch vermutlich vor allem mit dem Kleist-Jubiläumsjahr zu begründen ist. Eine überregionale Strahlkraft von Frankfurt (Oder) durch das Thema Heinrich von Kleist bestätigten die diesbezüglichen Berichte nicht.

Eine wichtige Rolle spielte die Viadrina, die für die Außenwahrnehmung der Stadt Frankfurt (Oder) eine Vorreiterrolle einnimmt.

4. Zusammenfassung und markenrelevante Schlussfolgerungen

Es ist nicht erstaunlich, dass die Wahrnehmung von Frankfurt (Oder) und Slubice auf überregionaler Ebene verwischt und der Detailreichtum aus den regionalen Medien hier verloren geht. Bemerkenswert jedoch, dass im gesamten Analysezeitraum weder regional noch überregional ein Artikel oder Bericht erschienen ist, der Stimmung und Symbolik des „Untergangs des Ostens“ aufgenommen hat, wie es noch zehn Jahre zuvor durchaus nicht unüblich war. Das bedeutet nicht, dass es an kritischer Berichterstattung fehlt. Auf regionaler Ebene erfolgte diese allerdings immer problemorientiert und nie pauschalisierend oder reißerisch. Überregional waren noch vereinzelt Begriffe zu finden, die in dieser Tradition standen (als Studienstandort ist Frankfurt (Oder) sicher kein Hauptgewinn), blieben aber Einzelfälle. Kam es hier zu negativer Berichterstattung, dann meist im Zusammenhang mit der Krise der Solarindustrie bzw. der Wirtschaftslage allgemein. Die Stimmung der Berichte lässt den Schluss zu, dass die Region nicht mehr für den „verlorenen Osten“ steht.

Grundtenor ist stattdessen die **deutsch-polnische Kooperation** in allen Facetten. Sei es das öffentliche Leben, das mit gesellschaftlichen oder sicherheitspolitischen Fragen das Alltagsleben in Frankfurt (Oder) und Slubice zusammenführt, die wirtschaftliche Kooperation bei Ansiedlung, Ausbildung und Arbeitsmarktsituation, besonders im Nachklang des Beitritts Polens zum Schengen-Raum, oder auch die vielfältig verwobene Kulturszene der beiden Städte: Hier wird alles zusammengeführt, -geplant und -gemacht. Dies manifestiert sich zunächst lokal und regional, wird von den Menschen und damit den Medien vor Ort gelebt, wahrgenommen und berichtet. Dass diese Veränderung der Mentalität nach und nach auch in die überregionalen Medien aufgenommen wird, ist ein Zeichen der Stabilisierung dieser Gedanken. Die Fragen, die gestellt werden, beschäftigen sich nicht mit hypothetischen Folgen von Kooperation bzw. wo diese zur Anwendung kommen sollte. Vielmehr ist Kooperation gelebte Selbstverständlichkeit in allen Bereichen, ohne dass die Schwierigkeiten dabei ausgeblendet werden, wie die Debatte um den öffentlichen Nahverkehr oder auch die Konkurrenz um Fachkräfte und Ansiedlung zeigt. Dennoch erscheint in den Medien ein Bild von zwei Städten, die sich nahe sind und die diese Nähe leben und gestalten.

Als Folge dieser Entwicklung ist eine zurückweichende Marginalisierung der Städte

wahrnehmbar. Begriffe wie Grenzstadt oder Stadt an der polnischen Grenze wurden zwar nach wie vor benutzt, allerdings verschiebt sich die Konnotation mit diesen Begriffen. Es ist nicht mehr die Randlage, das Abgelegene, was hier mitschwingt, sondern immer häufiger das Übergreifende, Kooperierende, Gemeinsame, das sich aus der deutsch-polnischen Zusammenarbeit ergibt.

Besonders bemerkenswert war weiterhin die sehr präsente Gegenwärtigkeit der Berichterstattung. Es waren kein Verharren in Tradition oder Geschichte bzw. daraus resultierende Ressentiments zu spüren, sondern ein Interesse an der zielgerichteten Gestaltung von Gegenwart und Zukunft.

Miteinander verbunden ergeben diese beiden Erkenntnisse – die deutsch-polnische Kooperation und die pragmatische Zukunftsausrichtung – etwas, was vielleicht mit „gelebtem Europa“ beschrieben werden kann. Die beiden Städte werden nicht als Symbol für europäische Integration auf zwischenstaatlicher Ebene gesehen, auch wenn sie das auch sein mögen. Vielmehr lebt Europa in Frankfurt (Oder) und Slubice in der medialen Berichterstattung eher als praktische Nachbarschaft, als Zuhören, aufeinander zugehen und dem Erleben und Fördern von Gemeinsamkeiten, von gemeinsamem Leben.

Gleichfalls Beachtung verdienen die Universitäten der beiden Städte, insbesondere die Viadrina besitzt durchaus positive, überregionale Strahlkraft. Was hingegen kaum als markenrelevantes Thema erscheint, weil die Berichterstattung darüber kaum oder allenfalls marginal stattfand, sind die Themen Tourismus und Sport.

Fast ausschließlich einseitig auf Frankfurt (Oder) bezogen sind die Themen Solarindustrie aus der Wirtschaft und Kleist aus der Kultur. Beide sind nicht synonym mit der Stadt verwendbar und auch nicht ausschließlich positiv besetzt. Für Slubice haben beide Themen nur marginale Bedeutung.