

II Inhalt

1. Einleitung	1
2. Fußball im Revier: „Dat kanze nich erklärn, dat is wie Religion.“	2
2.1. Ein Blick in die Geschichte des Fußballs.....	3
2.2. Schalke 04: Am Anfang war der Fußball.....	5
2.3. Borussia Dortmund: Ein Pater stand Pate.....	10
2.4. Schwarz-Gelb und Königsblau am Abgrund.....	14
3. Historische Identitätsbildung im Ruhrgebiet	21
3.1. Definition Identität.....	21
3.2. Das Revier ohne Namen (1880-1914).....	22
3.3. Die Region konstituiert sich (1918-1933).....	24
3.4. Die Region im Dritten Reich (1933-1945).....	25
3.5. Konjunkturen und Krisen in der Nachkriegszeit.....	26
3.6. Das Revier zwischen System- und Lebenswelt.....	28
4. Das Ruhrgebiet hat(te) ein Imageproblem	34
4.1. Definition Image.....	34
4.2. Die Imagekampagne des KVR ab 1985.....	34

4.3. 90er Jahre: Das Revier ist immer noch besser als sein Ruf	40
5. „Die Pötte sind im Pott“: Der 21. Mai und seine Folgen	45
5.1. „Ruhrpott, Ruhrpott“ – Ein neues „Wir-Gefühl“ im Revier	45
5.2. Die Renaissance des Regionalen.....	59
5.3. „Kohlenstaub rauscht durch den Blätterwald“ – Medienreaktionen auf die Europapokaltrumphe.....	61
5.4. Der Pott kocht: Die neue KVR-Kampagne von 1998.....	65
6. Fazit und Ausblick	73
7. Literatur.....	77

III Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Erstes Plakat der KVR-Imagekampagne „Das Ruhrgebiet/Ein starkes Stück Deutschland“. Quelle: KVR 1996, S.9.....	39
Abbildung 2: Weiteres Motiv der Kampagne von 1985. Quelle: KVR 1996, S. 10	39
Abbildung 3: Stahlarbeiter im Band der Solidarität vom 14.2.97. Quelle: eigenes Bild	48
Abbildung 4: In den Tagen der Bergarbeiterproteste wurde von verschiedenen Stellen suggeriert, das ganze Ruhrgebiet sei vom Subventions-Abbau betroffen. Quelle: Mandzel-Karikatur. In: WAZ vom 12.3.97	52
Abbildung 5: Konzept zur Kampagne „Der Pott kocht“. Quelle: Springer & Jacoby 1998.....	68
Abbildung 6: Unveröffentlichter Springer & Jacoby Vorschlag zur neuen Kampagne aus dem Frühjahr 98. Quelle: Springer & Jacoby	69
Abbildung 7: Unveröffentlichter Springer & Jacoby Vorschlag zur neuen Kampagne aus dem Frühjahr 98. Quelle: Springer & Jacoby	70
Abbildung 8: Ein Motiv der neuen KVR-Kampagne von 1998. Quelle: Springer & Jacoby ...	76

IV Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Kenntnisse über das Ruhrgebiet 1993 (richtige Antworten in Prozent). Quelle: Andersen 1994, S. 11.....	42
Tabelle 2: Anteile positiver und negativer Bewertungen (in Prozent) Quelle: Andersen 1994, S. 20	44
Tabelle 3: Anteile positiver und negativer Bewertungen (in Prozent). Quelle: Andersen 1994, S. 20.....	44