

KULTURMETROPOLE RUHR • PERSPEKTIVPLAN II

Herausgeber und Gesamtedaktion: Konrad A. Schilling

Inhaltsverzeichnis

Eine poetische Vision

Geleitwort	I
Grußwort.....	II
Vorwort und Einführung	III
Danksagung	VII

Sektion I

A. Die Medien und ihre exemplarische Bedeutung für die Ruhrregion.. 1

Fremdwahrnehmung des Ruhrgebietes, Binnensicht, Journalismus im Ruhrgebiet, Fehlen der kulturellen Bedeutung der Medien

*Günther Rager, Dortmund; Konrad A. Schilling, Duisburg;
Jessica Piper, Dortmund.*

1. Überlegungen, Fragen, Forderungen	1
2. Fremdwahrnehmung.....	6
3. Das Selbstverständnis der Ruhrregion	9
4. Binnensicht: Erscheinungsbild der Region.....	12
5. Das kulturelle Profil des Ruhrgebietes: Erscheinungsformen und Inhalte.....	16
6. Kritisches Selbstwertgefühl und mediale Öffentlichkeit	20
7. Ausblick.....	27
Teilnehmerliste Kolloquium II (26.9.2006)	29

B.	Marketing-Strategien für die Kulturmetropole Ruhr und das Jahr der Kulturhauptstadt.....	31
	<i>Hartmut H. Holzmüller, Dortmund; Julia Ingwald, Dortmund.</i>	
	1. Strukturierung der Marketing-Agenda	31
	2. Die Kulturhauptstadt als Chance für die Integration	36
	3. Städtetourismus	41
	4. Strategien für Kommunikation und Vermarktung	42
	5. Die Marke Kulturmetropole Ruhr.....	44
	6. Der Außenauftritt der Kulturmetropole Ruhr.....	47
	7. Nachhaltigkeit	49
	Teilnehmerliste Kolloquium VII (29.01.2007).....	50
C.	Das Engagement von Wirtschaft und Industrie für die Kulturhauptstadt	53
	<i>Neue Strukturen, Aufgaben, Aspekte der Nachhaltigkeit</i>	
	<i>Peter Lampe, Essen; Konrad A. Schilling, Duisburg.</i>	
	1. Kriterien, Ziele und Perspektiven des Engagements von Wirtschaft und Industrie für die Kulturhauptstadt	53
	2. Die besondere Bedeutung der mittelständischen Wirtschaft.....	57
	3. Die Bedeutung der Architektur	61
	4. Der neue Bereich Kulturwirtschaft.....	65
	5. Das zentrale Vorhaben kulturelle Bildung.....	72
	6. Projekte und Projektideen.....	73
	Anhänge zu Kapitel C.....	82
	Teilnehmerliste Kolloquium VIII (19.03.2007).....	92
D.	Ruhr 2010 als touristische Adresse anderer Art.....	94
	<i>Dieter Nellen, Essen.</i>	
	1. Anspruch und Wirklichkeit	94
	2. Imagegewinn, organisatorische Voraussetzungen und strategische Herangehensweise.....	96
	3. Markendramaturgie, Herausforderstrategie mit touristischen Leitprodukten und Themenmarketing	97

4.	Erlebnisareale in der Metropole Ruhr	99
5.	Touristisches Attraktionsmanagement und Besuchermanagement.....	100
6.	Ausblick.....	102

Sektion II

E.	Kultur als Lebensweise	103
	Kultur der Region, der Stadtteile, des Alltags und der Arbeit <i>Hermann Strasser, Duisburg; Marc Hippler, Duisburg.</i>	
1.	Zum Begriff der Kultur	104
2.	Wozu Kultur?	106
3.	Die kulturelle Prägung des Ruhrgebietes.....	108
4.	Perspektiven: Köpfe des Reviers als eine Möglichkeit, Authentizität zu schaffen	115
	Teilnehmerliste Kolloquium III (07.11.2006).....	117
F.	Die Wirkungsfelder der evangelischen und katholischen Kirche im Kontext der Kulturhauptstadt 2010.....	121
	Ziele, Projekte, Perspektiven, Visionen, Nachhaltigkeit <i>Volker Meißner, Essen; Konrad A. Schilling, Duisburg</i>	
1.	Die Kirchen in der modernen Gesellschaft.....	121
2.	Die Kirchen und ihr Verhältnis zur Kultur	123
3.	Das breite religiöse Spektrum im Ruhrgebiet	125
4.	Die Zielsetzungen der Kirchen für die Kulturhauptstadt 2010 und Aspekte der Nachhaltigkeit	126
	EXKURS I – Kultur im Bistum Essen 2010	127
	EXKURS II – Kulturhauptstadt Europas RUHR.2010	134
5.	Schwerpunktthemen der Kirchen im Blick auf die europäische Wirklichkeit	142
6.	Europäische Dimensionen	145
	Anhänge zu Kapitel F	147
	Teilnehmerliste Kolloquium I (24.08.2006)	161

G.	Einwanderung, Migration, Integration; Ethnische Minderheiten in der Bevölkerung des Ruhrgebietes, Demographischer Wandel	165
	<i>Christoph M. Schmidt, Essen.</i>	
1.	Einführung	165
2.	Bestandsaufnahme	166
3.	Elemente eines konkreten Programms	170
	Anhänge zu Kapitel G.....	174
	Teilnehmerliste für Kolloquium IV (29.11.2006)	192
H.	Interkulturelle Verständigung und ihre religiöse Dimension – Probleme und Chancen	195
	<i>Volkhard Krech, Ruhr-Universität Bochum; Markus Hero, Ruhr-Universität Bochum.</i>	
1.	Die Ruhrregion: Die gesellschaftliche Auswirkung der Globalisierung vor Ort	195
2.	Kulturelle Vielfalt und ihre religiöse Dimension	196
3.	Religiöser Pluralismus im Ruhrgebiet – Zahlen und Fakten	197
4.	Multikulturalismus und die Politik der Anerkennung.....	202
5.	Praktische Vorschläge für eine Kultur der interreligiösen Verständigung	206
	Anhänge zu Kapitel H.....	215
	Teilnehmerliste für Kolloquium V (14.03.2007)	249
J.	Die Kultur im Ruhrgebiet unter den Bedingungen von demographischer Entwicklung und Einwanderung	253
	<i>Ursula Boos-Nünning, Essen.</i>	
1.	Vorbemerkungen.....	253
2.	Die Veränderungen in der Bevölkerung	255
3.	Der Einfluss von Demographie und Migration auf die Kultur	261
4.	Aufgaben von Kulturpolitik – erste Überlegungen zu Migration und Kultur	265

K. Die Wissenschaftsregion Ruhr - Perspektiven in Wissenschaft und Forschung: Institutionen, Allianzen, Projekte.....	269
<i>Jörn Rüsen, Essen; Heike Wulfert, Essen.</i>	
I. Grundlagen, Positionen und Aufgaben	270
II. Metropole im Werden/Europäische Metropole Ruhr	282
III. Projekte	284
IV. Perspektiven und Zukunftsaufgaben	289
Anhänge zu Kapitel K.....	294
Teilnehmerliste Vorbereitung Wissenschaftsregion (23.05.06)	328
Teilnehmerliste Kolloquium VI/1 (31.10.06)	330
Teilnehmerliste Kolloquium VI/2 (27.03.07)	331
Teilnehmerliste Kolloquium VI/3 (08.05.07)	333
L. Wissenschaftskultur und Bildung.....	337
<i>Jörn Rüsen, Essen; Erhard Reckwitz, Essen</i>	
Was heißt Bildung durch Wissenschaft?	341

Sektion III

M. Das kulturelle Erbe bewahren:	
Archive, Museen, Bibliotheken, Denkmalpflege, Archäologie.....	345
<i>Ralf Stremmel, Essen.</i>	
1. Das Vorindustrielle Erbe	347
2. Das Industriezeitalter	351
3. Fazit	366
Anhang zu Kapitel M: Duisburgs Frühgeschichte muss neu geschrieben werden.....	368

N.	Die Route der Industriekultur.....	377
	Industriedenkmäler als Leuchttürme und Identitäts-Ikonen. Substanzerhalt, Bewahrung des Erbes <i>Thomas Rommelspacher, Essen; Reinhold Budde, Essen.</i>	
I.	Weltweit einmalige kulturhistorische Gesamtschau einer Region.	377
	1. Die Vision, das industrielle Erbe zu erhalten.....	377
	2. Die Philosophie der Route	379
	3. Bedeutung und Qualität von 900 Standorten	381
	4. Standorte und Medien der Route	382
II.	Die Industriekultur als politisch-gesellschaftliche Aufgabe.....	386
	1. Die Trägerschaft der Route	386
	2. Unterhaltung und Betrieb der sechs Großstandorte.....	387
	3. Industriekultur, ein Markenzeichen der Kulturmetropole	388
	4. Ein Projekt gewinnt die öffentliche Meinung	389
	5. Industriekultur als Zukunftsaufgabe:.....	391
P.	„ Die Erinnerung für immer wach halten...“	395
	Der Nationalsozialismus im kulturellen Gedächtnis des Ruhrgebietes <i>Franz-Josef Jelich, Bochum; Konrad A. Schilling, Duisburg.</i>	
I.	Phasen der Aufarbeitung der nationalsozialistischen Gewaltherrschaft.....	396
	1. Entnazifizierung und politische Säuberungspolitik der Alliierten – die vierziger Jahre	397
	2. Verharmlosen, beschweigen, verdrängen – die fünfziger Jahre	399
	3. Die <i>unbewältigte Vergangenheit</i> in den 1960/70er Jahren.....	402
	4. Vergangenheitsbewahrung seit den 1980er Jahren	405
	5. Die prägende Kraft der Kunst	407
II.	Die Vernichtung der jüdischen Gemeinden durch den nationalsozialistischen Terror und Schritte zum Neubeginn jüdischen Lebens im Ruhrgebiet und dessen verschiedene Ausprägungen.....	409

R.	Fotografie und Film: Medienkünste im Fokus der Kulturmetropole	415
	<i>Dieter Gorny, Essen.</i>	
	1. Kulturpolitische und kreativwirtschaftliche Perspektiven und Aufgabenfelder	415
	2. Plattform Fotografie.....	420
	3. Filmlandschaft Ruhrregion	423
	Anhänge zu Kapitel R.....	430
	Teilnehmerliste Arbeitskreis Fotografie und Film (18.04.2007)	445
S.	Bewegung, Spiel, Rhythmus, Tanz : Sportkultur 2010	447
	<i>Johannes Eulerling, Bottrop; Roland Naul, Essen; Konrad A. Schilling, Duisburg; Uwe Wick, Essen.</i>	
	Einleitung.....	447
	I. Grundsätzliche kulturpolitische Positionen des Sports	449
	1. Kultur und Sport: ein spannungsreiches Verhältnis.....	450
	2. Kultur des Sports statt Sportkultur.....	454
	3. Brückenschläge in einer „globalisierten Welt“.....	457
	4. Ad exemplum: Tanz	459
	II. Die Sportregion Ruhrgebiet als Teil der Kulturmetropole Ruhr.....	464
	1. Die historische Entwicklung der Sportregion Ruhrgebiet.....	464
	2. Die heutige Bewegungskultur im Ruhrgebiet.....	469
	3. Der Wandel der Sportkultur im Zeitalter der Globalisierung	475
	III. Aktionen und Projekte der Sportkultur 2010	478
	1. Perspektiven für die Sportkultur in der Kulturmetropole Ruhr.	479
	2. Katalog der Möglichkeiten	481
	3. Zukunftsprojekte.....	483
	Teilnehmerliste Arbeitskreis Sport und Kultur (31.07.2007).....	486

Sektion IV

T. Städteportraits	487
1. Bergkamen	487
2. Bottrop	489
3. Castrop-Rauxel - Europastadt im Grünen	491
4. Dinslaken.....	493
5. Dorsten.....	495
6. Der Ennepe-Ruhr-Kreis.....	497
7. Gladbeck	498
8. Hagen.....	500
9. Haltern am See	502
10. Hamm.....	504
11. Hattingen	507
11. Herne - Von Mammut bis Breakdance.....	509
13. Herten	511
14. Lünen - lebendige Stadt an der Lippe.....	513
15. Marl.....	515
16. Moers	517
17. Mülheim an der Ruhr.....	520
18. Oberhausen	523
19. Recklinghausen.....	528
20. Schwerte	530
21. Unna.....	533
22. Werne – an der Lippe in grüner Parklandschaft.....	534
23. Wesel.....	537
24. Witten	539
U. Das Großereignis Kulturhauptstadt Europas	541
<i>Oliver Scheytt, Essen.</i>	
Anhänge zu Kapitel U.....	552
W. Verzeichnis der Autoren	560