

Inhaltsverzeichnis

Zusammenfassung	7
Regionalmarketing für das Ruhrgebiet – Eine Einführung	
Hans H. Blotevogel und Simon Güntner	11
Pittsburgh: Blaupause für ein prozessorientiertes Planungsmodell?	
Simon Güntner	23
Bilder des Ruhrgebietes – Vom Gestalten und Nutzen des (symbolischen) Kapitals. Erfahrungen mit Glasgows Image-Kommunikation.	
Achim Prosek	41
Das Ruhrgebiet als „internationale Kompetenzregion“ – Zur Rolle der Hochschulen und weiterer regionaler Akteure	
Lars Tata	63
Das Ruhrgebiet als globaler „Wissens-Cluster“: Regionale Ansatzpunkte und Strategien ostamerikanischer Ballungsräume	
Alexander Zieseimer	93
Ein Leitbild „zukunftsfähiger Güterverkehr“ für das Ruhrgebiet?	
Holger Dalkmann	127
Industrietourismus – Ein Pulsschlag aus Stahl für ´s Revier?	
Tanja Kuntz	155
Akteure und Netzwerke zwischen Staat und Markt – Was kann das Ruhrgebiet aus Massachusetts (USA) lernen?	
Petra Seitz	179
Flagship-Projekte im Strukturwandel von Altindustrieregionen - Das Beispiel Guggenheim-Museum Bilbao, Spanien	
Edith Lenfers	197
Die Ruhr Allianz: Eine Rolle für den Initiativkreis Ruhrgebiet	
Klaus R. Kunzmann	217
Autorenverzeichnis	