

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 Zieseemer	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	