

Bertram von Hobe, Wilm Herlyn, Michael Braun (Hrsg.)

Ruhr.2010 *danach.*

Europäische Kulturhauptstadt
Eindrücke – Meinungen – Ausblicke

Autoren: Michael Augner,
Vanessa Biermann, Michael Braun,
Pia Bussinger, Maral Feizbakhsh,
Jennifer Flottau, Karola Fehr,
Ute Gerschler, Stefan Goch,
Sarah Heppekausen, Wilm Herlyn,
Christina Heße, Julia Hitzemann,
Larissa Hinz, Bertram von Hobe,
Jennifer Janson, Milena Jaskula,
Felicitas Knapp, Marlene Kohring,
Anna Lekis, Denise Matthijssse,
Philip Mennebröcker, Jürgen Mittag,
Bertram Müller, Katrin Oesteroth,
Michael Peters, Nina Raditsch,
Stephan Schöneberg, Tomas Schupp,
Florian Schütte, Marie Stelzer,
Drenusha Uka, Lea Wehr,
Jürgen Wahl

Mit Karikaturen von Thomas Plaßmann



Bertram von Hobe

Wilm Herlyn

Michael Braun

(Herausgeber)

Ruhr.2010 *danach.*

Europäische Kulturhauptstadt
Eindrücke – Meinungen – Ausblicke

Autoren: Michael Augner, Vanessa Biermann, Michael Braun,
Pia Bussinger, Maral Feizbakhsh, Jennifer Flottau, Karola Fehr,
Ute Gerschler, Stefan Goch, Sarah Heppekausen,
Wilm Herlyn, Christina Heße, Julia Hitzemann, Larissa Hinz,
Bertram von Hobe, Jennifer Janson, Milena Jaskula,
Felicitas Knapp, Marlene Kohring, Anna Lekis,
Denise Matthijsse, Philip Mennebröcker, Jürgen Mittag,
Bertram Müller, Katrin Oesteroth, Michael Peters, Nina Raditsch,
Stephan Schöneberg, Tomas Schupp, Florian Schütte,
Marie Stelzer, Drenusha Uka, Lea Wehr, Jürgen Wahl

Mit Karikaturen von Thomas Plaßmann

ISB VERLAG

Die Deutsche Bibliothek - CIP-Einheitsaufnahme

Ruhr.2010 danach. Europäische Kulturhauptstadt. Eindrücke – Meinungen – Ausblicke /
Bertram von Hobe, Wilm Herlyn, Michael Braun (Herausgeber). - Waltrop: ISB-Verlag, 2010
ISBN: 978-3-936083-17-0.

ISBN: 978-3-936083-17-0

Copyright 2010 ISB-Verlag, Waltrop, www.isb-verlag.de

Das Urheberrecht der einzelnen Beiträge, Karikaturen und Fotos liegt bei den Autoren,
dem Karikaturisten und den im Anhang genannten Fotografen.

1. Auflage November 2010

Layout und Satz: Verena Hülssiep, Medienhaus Waltrop

Lektorat: Kristina Sievers & Christiane von der Burchard-Hobe

Umschlaggestaltung: Michael Braun, Medienhaus Waltrop

Inhalt

Vorwort	9
Potröschen Ein Märchen, sehr frei nach den Brüdern Grimm	11
Zersplittert und doch eins Das Ruhrgebiet im Dickicht der Strukturen	13
Lieber Nachbar Ruhrpott Ein Niederrheiner schaut durch die europäische Brille.	17
Besuch der alten Dame Bamberger entdecken nicht nur Currywurst	20
Volunteers über 2010 hinaus? Die blauen Engel schenken mehr als ein Lächeln	22
The End of Love in Duisburg 21 Tote. Über 500 Verletzte. Mittendrin: Tom.	25
Die Lichter brennen weiter Experten und Prominente zum Kulturhauptstadtjahr.	29
Rosenknospen der Integration Vorzeigemoschee in Duisburg-Marxloh	34
Warten auf den Knalleffekt Wir-Gefühl und Zahlen halten sich die Waage	38

Feigenblatt Local Hero	42
Waltrop als Local Hero: Neues Programm oder alter Hut? The Best of Waltrop	44
„Futter meiner Bandwurmsätze“ Herzrasen im Archiv des Moerser Lebens	47
Der Local Hero heißt Jakobus Mont Blanc des Ruhrgebiets erhebt sich in Breckerfeld	49
Kulturelle Mondfinsternis Wanne-Eickel poliert sein Wahrzeichen ohne Wirkung	52
Gasometer öffnet den Weltraum Beim „Krieg der Sterne“ in Oberhausen siegt das Gute	55
Der Mond zum Greifen nah	57
60 Kilometer Alltagskultur Das Ruhrgebiet fährt ohne Motor einen heißen Reifen.	59
Still-life? – Still life! Kein Damenkränzchen auf der Autobahn.	62
Kultur auf den Zahn gefühlt Ruhr.2010 klickt nicht bei jedem	65
Die Spur zu den Alltagshelden Manchmal zum Dank ein „Boah, wenn wir Euch nicht hätten“	67
In dieser Liga zählen nicht nur Namen.	69
Helden-Werkstatt Von großen und kleinen Helden	71
Was die Welt wirklich braucht pottfiction lässt jungen Menschen kreativen Lauf	73

Geschichte vor der Kohle Mord am Kölner Erzbischof hat Spuren hinterlassen	75
Geschichtskrimi als Renner	77
Schicht im Schacht? Gelbe Ballons markieren Aufschwung und Wandel.	79
Jeder Koffer ein Museum Kunststudenten packen Weltkulturerbe zum Anfassen	83
Das nachhaltigste Geschenk Museum Folkwang öffnet sich zur Stadt	87
Kleinod im Park von Haus Weitmar	90
Vielstimmig gemeinsam – Day of Song Glücksmomente beim Konzert der Superlative	91
Vielstimmig gegeneinander – Fußball Bei Schalke gegen Dortmund geht der Alltag in die Pause	93
„Streetart“ auf Zollverein An der Kunst von unten scheiden sich die Geister	95
Der Top-Männleinmaler Thomas Plaßmann spießt auch Ruhr.2010 auf.	98
Kulturindustrie statt Industriekultur Kreativwirtschaft als Wunschdenken	101
Das Dortmunder U soll kein X werden Leuchtturm signalisiert Wege in neues Fahrwasser	105
Domstädter in der Gartenstadt Vorbild und lebendiges Museum Margarethenhöhe	108
Kulturalitag im Schatten Was Kommunen bleibt, wenn Mittel ausbleiben.	112

Chance nach Noten für jedes Kind Paulina möchte wie André Rieu Geige spielen können	116
Eine Heimat in der Fremde Ruhr.2010 lässt vergessene Frauen zu Wort kommen.	118
Dreizehn Lebensläufe erzählen Geschichte.	121
Das größte Kunstprojekt liegt an der Emscher Kunst statt Kloake	122
Grüße aus Ruhrtrópolis Ein Ausflug in die nächsten 50 Jahre.	126
Die Bilder zurechtrücken Wie viel Vergangenheit braucht die Zukunft des Ruhrgebiets?	131
Anhang: Die Fotografen.	134

Kreativwirtschaft als Wunschdenken

MICHAEL BRAUN

Das Kultur auch immer etwas mit Kreativität zu tun hat, wird niemand bestreiten. Wenn das Ruhrgebiet also Kulturhauptstadt Europas ist, wird sie in gewissem Sinne auch ein Zentrum der Kreativität darstellen. Oder besser gesagt: Das sollte sie zumindest. Programmatisch wurde dies zumindest auch festgehalten, und zwar in einer Absichtserklärung, die Kreativwirtschaft im Ruhrgebiet zu stärken. Sie ist sogar eines der Hauptthemen von Ruhr.2010. Die Organisatoren haben diesen an sich weiten Begriff der Kreativwirtschaft für sich handhabbar gemacht: Schublade auf, elf Branchen reingesteckt, Schublade zu.

Von treibenden Kräften gesellschaftlicher und sozialer Veränderungen wird bei Ruhr.2010 im Zusammenhang mit diesen „Kreativ-Branchen“ geredet, kategorisiert durch Eingrenzungen „von Film über Games bis Musik, von Literatur über Design zu den darstellenden Künsten“. Dar aus ergibt sich auf dem Papier ein gewaltiges Potenzial: Rund 23 000 Unternehmen fallen in diesen Zusammenschluss von elf „Kreativ-Branchen“, sie erwirtschaften Ruhr.2010-geschätzte acht Milliarden Euro pro Jahr. Doch gerade die Zusammenstellung dieser Kreativwirtschaft weckt Skepsis: „Vieles davon ist statistisch konstruiert. Zur Kreativwirtschaft gehört auch die Herstellung von Radios und Kameras, auch

Druckereien werden dazugerechnet. In der Vergangenheit gehörte das alles zur Industrie“, erklärt Klaus Kock von der Sozialforschungsstelle in Dortmund gegenüber dem Westdeutschen Rundfunk (WDR). Die große Zahl führt er aber auch auf Outsourcing zurück. „Viele Unternehmen haben beispielsweise ihre Werbeabteilungen ausgelagert. Dadurch verändert sich zwar die Statistik, aber mit echtem Wachstum hat das nichts zu tun“, erklärt Kock dem WDR. Er kritisiert zudem, dass die teils prekäre Einkommenssituation vieler Kreativer bei den Diskussionen über Kreativwirtschaft im Ruhrgebiet bislang keine Rolle gespielt hätten.

In der Tat haben 11 300 der knapp 23 000 Unternehmen im Jahr 2007 einen Umsatz von weniger als 17 500 Euro erwirtschaftet. Von den 86 000 Erwerbstätigen der Branche im Ruhrgebiet war zudem im selben Jahr mehr als jeder Vierte ein Minijobber.

Unabhängig davon bleibt festzuhalten: Ein Ziel von Ruhr.2010 ist es gewesen, diese Kreativwirtschaft zu unterstützen und ihre wirtschaftliche Bedeutung zu festigen, sie quasi zu kulturindustrialisieren. Doch wie funktioniert das? Und macht das Sinn? Geht das überhaupt?

Zunächst einmal ist es natürlich allein schon aus wortschöpferischer Sicht ein angenehmer Ausgangspunkt, sich mit dem Raum, der heute für Industriekultur steht, als Nährboden für eine

neue Kulturindustrie zu beschäftigen. Die Industriekultur wurde über viele Jahre, spätestens seit der durchweg positiven Zwischenbilanz der legendären Internationalen Bauausstellung Emscher Park (IBA) Mitte der 1990er Jahre als die Rettung für das angeschlagene Ruhrgebiet bejubelt. An die herausragenden Standorte der Industriekultur dockten sich in der Folge überproportional stark Künstler und Kreative an – in Künstlerquartieren, Kreativvierteln und Ateliergemeinschaften. „Aus Industriekultur werde Kulturindustrie“, hat Claus Leggewie, Direktor des Kulturwissenschaftlichen Instituts in Essen, das Ziel passend umschrieben. „Auf dem Gärhaus einer stillgelegten Brauerei leuchtet nun das »Dortmunder U« als Wahrzeichen der Medienkunst, und Zollverein ist Weltkulturerbe;“ schreibt der KWI-Direktor in der Wochenzeitung „Die Zeit“

Geht es nach den Plänen der Landesregierung, sollte das Ruhrgebiet durch die Kreativwirtschaft weiter erneuert werden – mit ein Grund, warum das Thema so ins Zentrum des Kulturhauptstadtjahres 2010 gerückt ist. Dieter Gorny, der für die Kreativwirtschaft zuständige Direktor der Ruhr2010-GmbH, hat die Ziele gegenüber der Wochenzeitung „Welt am Sonntag“ so umschrieben: „Wir wollen aufzeigen, wie wichtig die Kreativen für das Ruhrgebiet sind, und haben es geschafft, dass die Städte und Wirtschaftsförderer heute wissen, dass es diese Branche überhaupt gibt. Und dass sie wichtig ist und ein großes Potenzial hat.“

Große Chancen hat Ruhr.2010 den Kreativen im Ruhrgebiet dann allerdings nicht eingeräumt. Wichtige kreative Aufträge gingen praktisch komplett am Ruhrgebiet vorbei, die Ruhr.2010-Kampagne wird beispielsweise von Hamburg aus durchgeführt. Ruhr.2010-Geschäftsführer Oliver Scheytt betont diesbezüglich gegenüber dem WDR, dass die Ausschreibung europaweit gelaufen sei und die Agenturen im Ruhrgebiet zu klein seien, um einen solchen Auftrag stem-

men zu können. 30 Agenturen hatten sich nach WDR-Informationen an der Ausschreibung für Ruhr.2010 beteiligt, sechs davon kamen aus dem Ruhrgebiet. Die personelle Ausstattung gehörte jedoch zu den Auswahlkriterien im Vergabeverfahren und war bei vielen Agenturen ein Totschlag-Argument: Sie waren für den großen Auftrag zu klein, mochten sich auf „Gut Glück“ nur für diese Ausschreibung aber nicht gleich personell vergrößern. Ohne personelle Verstärkung aber kein Ruhr.2010-Großauftrag – ein Teufelskreis.

Der Präsident des Essener Wirtschaftsforschungsinstituts RWI und Wirtschaftsweise, Christoph M. Schmidt, äußert sich in verschiedenen Statements über das Kulturhauptstadtjahr verteilt ebenfalls skeptisch, was die Bedeutung der Kreativwirtschaft für das Ruhrgebiet betrifft. „Die Kreativwirtschaft als Sektor, in dem Designer, Werber oder Musiker arbeiten, wird in der Zukunft des Ruhrgebiets wohl keine dominante Rolle spielen,“ erklärte er gegenüber der „Welt am Sonntag.“ Es sei aus seiner Sicht wahrscheinlich, dass sich diese Bereiche künftig noch stärker in Berlin konzentrieren würden. Sein Ratschlag: „Statt sich auf die Kreativwirtschaft zu konzentrieren, sollte das Ruhrgebiet sich intensiv um das Thema Bildung kümmern.“ Nach Ansicht von Schmidt benötige man eher die Kreativität der Ingenieure, Techniker und Intellektuellen. Man brauche dafür Bildung, Forschung und Investitionen. Schmidt macht seinen Standpunkt gegenüber dem Online-Blog ruhrbarone.de deutlich: „Wenn man harte Fakten im Revier geschafft hat, dann klappt’s auch mit der Kreativwirtschaft – und zwar automatisch. Es geht um ‚Substanz‘, bevor man die ‚schönen Seiten des Lebens genießen‘ kann;“ wird er dort zitiert.

Doch wenn sich verschiedene Fachleute so skeptisch gegenüber einer neuen Kulturindustrie im Ruhrgebiet zeigen, warum macht sie dann Ruhr.2010 ausgerechnet zum Thema? Si-

cher ist dieser Komplex gerade hier gerne gesehen und gelesen. Eine gewisse Aufmerksamkeit ist dem sicher, der die Kreativwirtschaft als ein wichtiges Entwicklungsmerkmal benannt, zudem noch als Merkmal einer Kulturhauptstadt. Ähnlich schätzt dies der RWI-Präsident ein: „Es gibt immer Wellen, in denen eine bestimmte Branche auf einmal sehr stark wahrgenommen wird“, erklärt er bei ruhrbarone.de. Christoph M. Schmidt schätzt zudem, dass die Berücksichtigung des Themenkomplexes mehr mit Werbung und Vermarktung als mit der Realwirtschaft zu tun haben dürfte. Ruhr.2010 betätigt also die Werbetrommel für die Kreativen, wird quasi zu einer medialen Wortmaschine der neuen Kulturindustrie.

Dass sich das Ruhrgebiet durch Kultur und Kreativarbeit – auch mittels Kulturhauptstadt-bedingtem Anschlag – quasi neu erfinden kann, daran glaubt Schmidt nicht. „Ich halte die Schrittmacherfähigkeit der Kultur für sehr weit hergeholt“, hat er gegenüber dem Nachrichtenportal DerWesten.de gesagt. „Bei der Kreativwirtschaft handelt es sich eher um eine Branche, die zwar zur Zeit stark wahrgenommen, aber längerfristig keine größere Rolle spielen wird“, fasst Schmidt in RWI-eigenen Publikationen seinen Standpunkt zusammen.

Er landet bei den Perspektiven für die Kulturhauptstadt stattdessen erneut beim Thema Bildung: „Es gibt hier einen viel zu hohen Anteil an Menschen, die schlecht qualifiziert sind. Viele Jugendliche haben keine Chance, eine Ausbildung zu bewältigen. Wir dürfen diese so genannten ‚bildungsfernen Schichten‘ nicht aus den Augen verlieren, sondern müssen uns weiterhin bemühen, ihre Chancen zu verbessern“, fordert der RWI-Präsident. Auch KWI-Direktor Claus Leggewie greift den Bildungsgedanken als ernstzunehmende Alternative auf: Er warnt vor den Illusionen, hier eine Kreativwirtschaft hinzuziehen, die mit 1 000 Kreativquartieren die Künstler Deutschlands und Europas ins Ruhr-

gebiet zieht, warnt Claus Leggewie gegenüber dem Deutschlandfunk. Und weiter: „Das ist ein zu hoher Anspruch, das wird so nicht gelingen. Ich glaube, man sollte im Ruhrgebiet das machen, worin man besonders gut ist, nämlich Energie umformen, Produkte herstellen, Wege aufzeigen, wie man Reichtum aus der Erde schafft, nur eben nicht mehr auf der Basis des alten Industrialisierungsmusters, sondern eben eines neuen.“

Mit Blick auf die Bildungslandschaft im Ruhrgebiet formuliert er in einem „Die Zeit“-Artikel inhaltlich analog zum RWI-Präsidenten: „Wie wäre es, wenn die Ingenieure aus den Ruhr-Unis und den Fachhochschulen, die Fraunhofer- und Max-Planck-Forscher nicht auf besser bezahlte Jobs in den Süden der Republik oder ins Ausland abwanderten und von überall her Hochqualifizierte an die Ruhr strömten?“

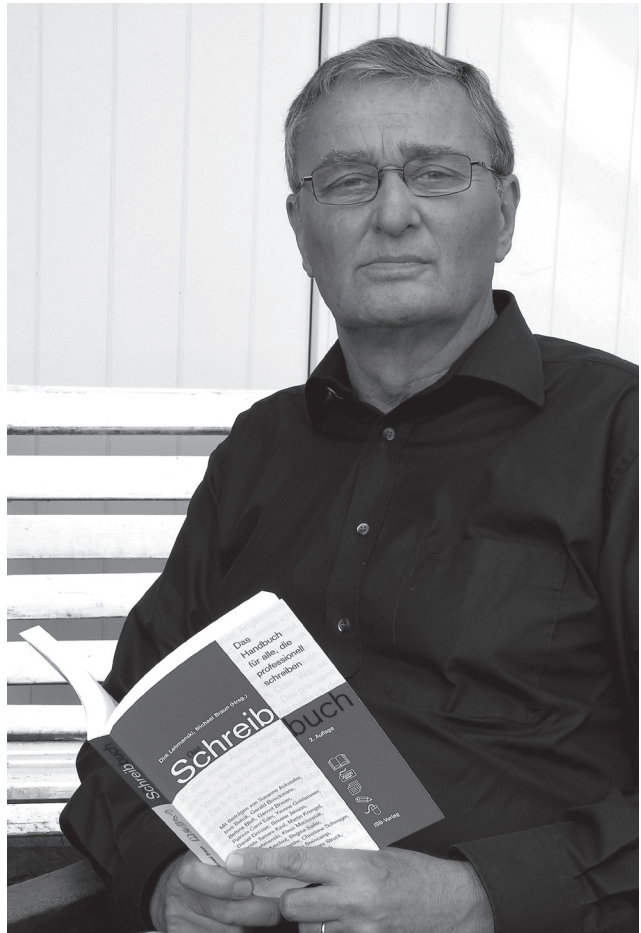
„Man darf von Kultur nicht zu viel erwarten“, meint Claus Leggewie. Treffender lassen sich wohl auch die Zukunftsaussichten der Kulturhauptstadt als Zentrum der Kreativwirtschaft zumindest für die nächste Zukunft nicht formulieren.



Michael Braun ist Diplom-Geograph und begleitet in wissenschaftlicher und journalistischer Form seit seiner Studienzeit die strukturpolitischen, gesellschaftlichen und urbanen Veränderungen im Ruhrgebiet. Er hat verschiedene Aufsätze und Bücher zu industriekulturellen Themen geschrieben und war in diesem Kontext als Lehrbeauftragter am Geographischen Institut der Ruhr-Universität Bochum sowie im Optionalbereich für B.A./M.A.-Studierende engagiert. Zuletzt hat er sein Magisterstudium der Pädagogik abgeschlossen und sich mit einer Medienagentur selbstständig gemacht – als Teil der postulierten neuen Kreativwirtschaft im Ruhrgebiet, sozusagen.

Das Schreibbuch

Das Schreibbuch als Fachliteratur in seiner Schreibwerkstatt am IPR-Institut der FH Gelsenkirchen hat Bertram von Hobe auf die Idee gebracht, Ruhr.2010 zu thematisieren. Dirk Lehmanski und Michael Brauns Publikation „von Profis für die Praxis“ veranlasste den Dozenten dazu, Studenten, gelernte Journalisten, Fachleute und Laien als Autoren zu gewinnen: Mit Eindrücken, Meinungen und Ausblicken nach dem Kulturhauptstadtjahr. In Michael Braun und Wilm Herlyn fand er kompetente Partner für ein weiteres Buch im ISB-Verlag, das diesmal nicht Fach- und Lehrbuch ist. Vielmehr Lesestoff – Information, Kommentar und Unterhaltung über den Anlass hinaus.



Das Schreibbuch - das Handbuch für alle, die professionell schreiben. Herausgegeben von Dirk Lehmanski und Michael Braun. ISB-Verlag Waltrop, ISBN: 978-3-936083-08-8.

Weitere Infos:
www.das-schreibbuch.de