



▲ In Neuss spielt die mehr als 2.000-jährige Stadtgeschichte eine wichtige Rolle für Stadtmarketing und Stadtentwicklung

Wertschöpfung durch Kultur des Vergangenen

Erforschung der lokalen Geschichte sowie öffentliche Präsentation der Ergebnisse kann dem Prozess der Stadtentwicklung und dem Stadtmarketing bis hin zum Tourismus wichtige Impulse geben

Geschichte(n) nicht nur zu erzählen, sondern anschaulich und seriös aufzuarbeiten und so zu präsentieren, dass daraus ein Mehrwert entsteht - dies wird immer wichtiger. Bei der Selbstdarstellung von Städten und Gemeinden spielt Geschichte eine nicht zu vernachlässigende Rolle. Dabei ist weniger bedeutungsvoll, ob sich die Geschichte auf ein vorhandenes Baudenkmal, eine restaurierte Burg oder eine nicht mehr genutzte Maschinenhalle bezieht oder ob sie ein wichtiges Ereignis der Vergangenheit - etwa den Westfälischen Friedensschluss oder die Soester Fehde - thematisiert. Das materielle Kulturerbe in Gestalt von Schlössern, Stadtkernen und Zechen wie

auch das immaterielle Kulturerbe in Form von Archivdokumenten und Büchern verschaffen Standortvorteile. Diese fallen nicht nur ins Gewicht, wenn sich Unternehmen für die Gründung einer Niederlassung entscheiden. Das Kulturerbe ist auch ein wichtiger Faktor im Tourismus, gilt doch diese Branche im Moment als die weltweit am stärksten wachsende. Von steigenden Tourist(inn)enzahlen profitieren nicht nur Hotels und Gastronomie. Sie führen darüber hinaus zum Wachstum der Kulturbranche. Zu den Pflichtterminen bei längerem Aufenthalt in größeren und kleineren Städten wie auch in ländlichen Erholungsregionen gehört in der Regel der Besuch des örtlichen Museums. Wenn

dazu noch spezielle historische Aktivitäten wie Stadtrundgänge angeboten werden oder mittelalterliche Ritterspektakel, wird auch das Bedürfnis nach instruktiver Unterhaltung befriedigt.

Image-Gewinn Ein nachhaltiger Umgang mit dem Kulturerbe stärkt das Image der Stadt bei auswärtigen Besucher/innen klar. Aber auch die eigenen Bürger/innen profitieren davon. Baugewerbe, Handwerker und Steinmetze erhalten Aufträge, wenn Renovierungen oder Um- und Neubauten von Museen anstehen. Nicht zuletzt kann die Pflege und Vermittlung eines historischen Bewusstseins durch den nachhaltigen Umgang mit

» History sells - but telling isn't selling «



DIE AUTORIN

Dr. Alexandra Bloch Pfister betreibt ein Büro für Geschichte und historische Kommunikation in Münster

dem städtischen und kommunalen Kulturerbe die Selbstwahrnehmung der Bürgerinnen und Bürger verändern und zu einer stärkeren Identifikation mit der eigenen Stadt führen. Die Erarbeitung der Geschichte(n) einer Stadt kann auf vielfältige Weise erfolgen. Verbreitet ist die schriftliche Fixierung in einer Broschüre, einer Chronik oder in einer wissenschaftlich aufgearbeiteten Stadtgeschichte. Die Stadtgeschichte kann aber auch ganz anders präsentiert werden - in Events und Ausstellungen, Filmen und Bildern, in Internetpräsentationen und mithilfe von QR-Codes. Sie kann zudem das Ergebnis gemeinsamer Beschäftigung mit Geschichte in Bürgerprojekten sein.

Angelpunkte identifizieren Stadtgeschichte kann schließlich auch als bewusstes Konzept im Stadtentwicklungsprozess und bei der Erarbeitung von Tourismuskonzepten eingesetzt werden. Eine Voraussetzung dafür ist die Erarbeitung und Identifizierung historischer Angelpunkte der Stadtgeschichte. Dies können zum einen historische Personen sein, wobei ihre Schichtzugehörigkeit weniger Bedeutung hat als ihr tatsächlicher Einfluss auf den Verlauf der Geschichte. Frauen und Arbeiter können so mit gleichem Recht neben regional dominanten Adelsfamilien und dem Klerus rangieren. Zum anderen sind es Ereignisse, Strukturen, Umbrüche, weiter zurückreichende Entwicklungen wie der Bau von Eisenbahnstrecken und Autobahnen oder Entwicklungen der zurückliegenden Jahrzehnte wie die Anlage von Fußgängerzonen, Naturbiotopen und Einkaufszentren. Wichtig ist die Einbettung dieser Ereignisse, Prozesse und Personen in größere wirtschaftliche, politische und soziale Zusammenhänge. Gleichzeitig werden in der historischen Selbstdarstellung die bisher verwendeten Geschichtelemente herausgearbeitet. Die-



FOTO: MÖBELMUSEUM STEINHEIM

◀ Die Geschichte der einst von der Möbelindustrie geprägten Stadt Steinheim wird derzeit an der Universität Münster erforscht

se sind gar nicht so selten. Vielfach werden sie jedoch implizit und unbewusst verwendet. Wenn beispielsweise Servicepersonal im Sauerland bayerische Dirndl trägt, wird damit an eine Traditionslinie appelliert, die Beständigkeit, Zuverlässigkeit und Bodenständigkeit suggeriert. Allerdings spiegelt diese Traditionslinie die Identität der sauerländischen Stadt nicht authentisch wider.

Vorschläge für Neues Hier bietet sich eine Recherche zu traditionellen sauerländischen Trachten an, die in den Vorschlag modisch angepasster sauerländischer Trachtenkleidung einmünden kann. Die Recherchen zur Geschichte sowie die Bestandsaufnahme der bisher verwendeten Geschichtelemente in der Außendarstellung der Stadt bilden die Basis für Vorschläge, wie sich diese Tatsachen historisch korrekt und gleichzeitig marktgerecht aufarbeiten lassen.

Die Umsetzung kann unterschiedliche Formen annehmen. Sie kann visuell, auditiv, praktisch sein, in einen Event, einen Film, eine App, eine Internetpräsentation, eine Ausstellung oder ganz klassisch in eine Publikation münden. Vor allem aber soll sie in der Umsetzung den Kern des Themas erfassen und zur Geltung bringen.

So kann Geschichte dazu dienen, Alleinstellungsmerkmale einer Kommune herauszuarbeiten. Auf diese Weise schöpft die Stadt aus den eigenen historischen Ressourcen. Sie generiert daraus Ideen, die zur Markenbildung, Identifikation und Identitätsbildung beitragen und deren konkrete Umsetzung die Unternehmen vor Ort stärkt sowie die Lebensqualität der Bewohner/innen erhöht.

Fallbeispiel Steinheim Wie dies in der Praxis aussieht, zeigt das Beispiel der Stadt Steinheim im Kreis Höxter. Diese entwickelte sich im 19. Jahrhundert zu einer industriellen Kleinstadt. Um 1900 war sie regionales Zentrum der Möbelindustrie, welche mit dem Strukturwandel in den 1970er-Jahren zum Erliegen kam. Der Verlust von rund 1.000 Arbeitsplätzen stellt die in der fruchtbaren Steinheimer Börde gelegene Stadt mit rund 13.000 Einwohner(inne)n noch heute vor Probleme.

In einem Kursus an der Universität Münster im Wintersemester 2016/17 beschäftigen sich Studierende mit die-



FOTO: RIJKSMUSEUM AMSTERDAM

▲ Das Bild „The Saint Elizabeth's Day Flood“ eines anonymen holländischen Malers zeigt die Stadt Dordrecht im 15. Jahrhundert

ser Entwicklung. Ziel ist es, Schwerpunkte der Steinheimer Geschichte im Kontext der Geschichte Westfalens zu benennen, sie aufzuarbeiten und die Ergebnisse für ein nicht-akademisches Publikum in unterschiedlichen Formen und Medien aufzubereiten sowie zu präsentieren.

In einer Einführungsphase beschäftigen sich die Studentinnen und Studenten mit Geschichtsvermittlung im öffentlichen Raum - Stichwort „Public History“ - sowie mit regionaler westfälischer Geschichtsschreibung. Im Hauptteil der Übung erarbeiten sie selbst ausgewählte Themen zur Stadtgeschichte, die im Plenum besprochen werden.

Öffentliche Präsentation Dabei deckt die Auswahl der Themen alle wichtigen Entwicklungsschritte der Steinheimer Geschichte ab. Auf der Basis dieser Referate erfolgt - ergänzt um die Aspekte, die sich durch die Diskussion in der Übung ergeben - die Ausarbeitung eines Kurzreferates, das mit Bildern und Materialien unterlegt wird. Dies präsentieren die Kursteilnehmenden in einer Schlussveranstaltung vor Ort in Steinheim allen interessierten Bürgerinnen und Bürgern.

Die Stadt Steinheim erhält so zum ersten Mal eine zusammenhängende Stadtgeschichte. Denn bis heute gibt es keine wissenschaftlich aufgearbeitete Stadtchronik. Die Schlussveranstaltung unter Einbeziehung aller interessierten Bürger/innen verschafft der eigenen Stadtgeschichte eine zusätzliche Öffentlichkeit und lädt zur weiteren Beschäftigung mit der eigenen Vergangenheit ein - ein Prozess, der die Identitätsbildung und die Identifikation mit der eigenen Stadt fördern kann. Die Kurzreferate und die darauf basierend geplante Publikation schaffen die Grundlage für weiterführende Projekte - etwa Apps, Internetpräsentationen, Filme oder Ausstellungen. ●