

Geschichte und ihre Vermittlung als Bestandteil von Identitätsstiftung und Stadtmarketing

Dr. Alexandra Bloch Pfister

Büro für Geschichte & historische Kommunikation

Seminar „Geschichtsforschung und -vermittlung auf lokaler Ebene“ des
WHB und des Städte- und Gemeindebundes NRW am 02.04.2019 im
Jüdischen Museum Dorsten

Aufbau des Referats

1. Identitätsstiftung - Welchen Anteil hat Geschichtsbewusstsein am Aufbau einer bestimmten Identität?
2. Zur Rolle des Stadtmarketings - Kann und soll Geschichte vermarktet werden? Und wenn ja, wie?
3. Praktische Beispiele und Hinweise für die Vermittlung und Aufarbeitung von Stadtgeschichte: Formen, Medien, Orte, Akteure

 Nutzen und Empfehlungen für eine gewinnbringende Aufarbeitung der Stadtgeschichte

1. Identitätsstiftung - Welchen Anteil hat Geschichtsbewusstsein am Aufbau einer bestimmten Identität?
 - Identität = Gesamtheit aller Eigentümlichkeiten einer Entität.
 - Innere & äussere Merkmale (statisch)
 - Geschehene und künftige Entwicklung im Laufe der Zeit (dynamisch)
 - Geschichte ist ein wesentlicher Teil von Identität (Grundstrukturen und singuläre Ereignisse) und schafft so Alleinstellungsmerkmale und einen USP



- Die Schärfung der Stadtidentität mit Geschichte bringt Nutzen für Bewohner, Besucher und Stadt-Akteure
- Langfristige und zukunftsorientierte Nutzung anstreben:
„Inwertsetzung der eigenen Geschichte soll Gegenwart und Zukunft einbeziehen“
(Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing 2016)



2. Zur Rolle des Stadtmarketings – Kann und soll Geschichte vermarktet werden? Und wenn ja, wie?

- Akteure, die sich mit Stadtgeschichte beschäftigen
 - Kulturverantwortliche
 - (Stadt)Marketingverantwortliche, Touristiker
 - Lokale Bevölkerung
- Konkurrenz von kulturellen und anderen Angeboten zur Freizeitgestaltung
 - ➔ Schärfung der historischen Attraktivität der Stadt: Interessante historische Angebote unter Wahrung der professionellen Standards erarbeiten
- Gemeinsames Vorgehen und steter Austausch ideal
 - Stärke des Stadtmarketings: Verknüpfung Elemente der Stadtidentität mit wirtschaftlichen Aspekten
 - Stärke der historischen Akteure: Fach- und Expertenwissen

3. Praktische Beispiele und Hinweise für die Vermittlung und Aufarbeitung von Stadtgeschichte: Formen, Medien, Orte, Akteure

- Voraussetzung: Gute, solide Recherche und Verschriftlichung der Ergebnisse auf wissenschaftlicher Basis

1. Stadtgeschichte ist zusammenhängend schriftlich erarbeitet = Basis da für Schwerpunktsetzung und Erarbeitung eines Konzepts zur Geschichtsvermittlung
2. Es gibt keine zusammenhängende, schriftliche Stadtgeschichte
➔ Stadtgeschichte erarbeiten;
ev. Stadtarchiv ordnen; Fachleute ins Boot holen

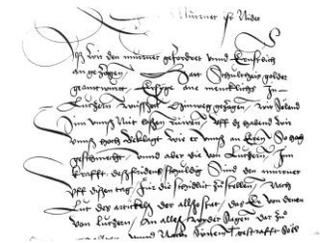


- Auf dieser Grundlage:
 - Schwerpunktsetzung
 - Konzept für Vermittlung



- Fülle an Möglichkeiten für Präsentation Stadtgeschichte
 - Publikation, Ausstellung, digitale und analoge Stadtrundgänge, Filme, Apps, Events, Augmented Reality-Inszenierungen, Escape Rooms, Reenactment-Inszenierungen
 - Wichtig: Anschaulichkeit, Reduktion der Komplexität (sofern möglich und korrekt): Bilder, Töne, Filme, Objekte, persönliche Zeugnisse
 - Detailgetreue wie auch authentische Inszenierung und Umsetzung beachten

- Nachhaltige und langfristige Präsentation und Nutzung von Stadtgeschichte
 - Wiederkehrende Anlässe mit historischem Bezug: Preise; Feiern und Märkte



- Einbezug der Bevölkerung – Partizipation
 - Stadtgeschichte; Erzählcafé; Citizen Science-Projekte (Stadtteilhistoriker)
- Die BewohnerInnen kennen ihre Stadt am besten
 - Mit Rückblicken in die Vergangenheit einen Beitrag zur Verständigung über die Stadt von heute und morgen leisten
- Fazit:
 - Beschäftigung mit Stadtgeschichte bringt klaren Mehrwert
 - Hochwertige Qualität wichtig, um langfristige und nachhaltige Wirkung zu erzielen

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Dr. Alexandra Bloch Pfister

Büro für Geschichte & historische Kommunikation

Harsewinkelgasse 20 | D – 48143 Münster

+ 49 251 208 97 236 | ab@alexandra-bloch.de

Fotos und Bildrechte:

Eigene Fotos; Fotos mit License Public domaine; Hexenstadtfest: Fotograf Osmic: Geseker Zeitung/Der Patriot; Der Steinbruch brennt: Stadt Geseke/Werbeagentur „Die Wolff“/Olaf Heine; Westfalenblatt; Verleihung Reineccius-Medaille: Stadt Steinheim