

Wie gelingt der Imagewandel zur Kulturstadt?

**THESEN ZUM VORTRAG VON OLIVER SCHEYTT
am 30. Oktober 2018 in Rheine**

These 1:

Das Image einer Stadt wird entscheidend von deren Bauten, Plätzen, Orten geprägt, von den Bildern, die sich in den Köpfen festsetzen.

These 2:

Stadtpolitik sollte sich intensiv damit auseinandersetzen, ob und wie Image und Identität einer Stadt in Übereinstimmung zu bringen sind.

Wenn das Erscheinungsbild mit der Identität nicht übereinstimmt, sollte insgesamt und/oder bezogen auf einzelne Orte reflektiert werden, wie eine Übereinstimmung hergestellt werden kann.

These 3:

Wandlungsprozesse von öffentlichen Orten verlaufen in einem komplexen Netzwerk- und Governancegefüge. Entscheidender Erfolgsfaktor: Energien und Kräfte, die Impulse für eine (gewandelte/neue) Identität geben. Die Künste können uns dabei in besonderer Weise Orientierung geben: Aus der Geschichte, in der Gegenwart und für die Zukunft.

These 4:

Interessante, auffällige Orte erzählen Geschichte(n). Geschichten sind besonders dann interessant, wenn sie vom Wandel künden.

These 5:

Der Wandlungsprozess eines Ortes kann zu einem Symbol für die (Neu-)Erfindung einer Stadt oder Region werden.

Herausforderung:

Wie lässt sich für den Wandel des Images einer Stadt eine Richtung an-/vorgeben? Und wer kann das?

These 6:

Der Wandel des Images gelingt vor allem dann, wenn für die Stadt eine Erzählung gefunden wird, die bei möglichst vielen Menschen und Institutionen Energien mobilisiert. Mit ihr lassen sich dann die anderen Elemente für den Wandel in Bewegung setzen: Historie (Bauwerk), Gestaltung (Ordnung), Erlebnis (Gemeinsames Leben).

These 7:

Imagewandel bedarf der Reflexion in vier Dimensionen:

Gebauter Raum: So sieht es aus in der Stadt.

Geordneter Raum: So wollen wir unsere Räume nutzen.

Kommunizierter Raum: So wird Stadt „erzählt“.

Gelebter Raum: So leben und erleben Bewohner und Besucher Stadt.

These 8:

Gestaltungsziele sollten Identifikation und Aneignung sein, nach dem Motto: „Das ist meins.“