

**City-Management
Tourismus
Redaktion+Grafik
Veranstaltungen**
**Gäste, Geschäfte,
Genehmigungen,
Grafik:** Vielseitiges
Kerngeschäft voller
Herausforderungen
→ Seite 2

Stadhalle
STRESS LASS NACH:
Neue Wege der
Kundenakquise
Hinter den Kulissen:
Schüler erleben Stadt-
halle aus spannender
Perspektive
→ Seite 7

Camera Obscura
Schüler auf Spurensuche:
Fotoprojekt des Museums
zur Vorgeschichte des
Films führt Schüler zu
historischen Orten
**Shopping im Museums-
shop:** Originelle Artikel
zum Spielen und Staunen
→ Seite 8

Immobilien
Marode Mauern:
Dr. Ägidius Strack sieht
gute Zukunftsperspekti-
ven für Schloß Broich
**Von der Wohnung zum
Büro:** Stadthallen-Umbau
vervollständigt
→ Seite 10

MülheimPartner
**„Meine Stadt. Mein
Projekt“:** die Mülheim-
Partner ermöglichen
familienfreundlichen Ver-
anstaltungsparcours und
neue Formen der Unter-
nehmenskommunikation
→ Seite 11

Dies & Das
Vorgestellt:
Susanne Paschker aus
der Camera Obscura
„Hier gefällt's mir“:
Charmante Damen
und leckerer Kaffee
Veranstaltungstipps
Juli und August
→ Seite 12



Editorial



Liebe Leserinnen
und Leser,

„Stadtmarketing und Tourismus“ sind Begriffe, mit denen jeder konkrete Veranstaltungen, Broschüren und Dienstleistungen verbindet. Was die Mülheimer Stadtmarketing und Tourismus GmbH (MST) nicht in ihrem Namen trägt, aber dennoch zu ihrem umfangreichen Aufgabenportfolio gehört, lässt selbst Eingeweihte oft staunen. Nicht jede Stadtmarketinggesellschaft hat schließlich neben dem Kerngeschäft (unter anderem) noch zwei Schlösser, ein Kultur- und Kongresszentrum sowie ein Museum zu unterhalten und zu vermarkten.

Was macht wer wie und warum? Diese Fragen möchten wir Ihnen künftig mit MST.aktuell regelmäßig beantworten. Mit Informationen über aktuelle Projekte oder Produkte ebenso wie über die Personen, die dahinter stehen, möchten wir Sie neugierig auf bisher Unbekanntes machen und mit Ihnen gern auch in einen direkten Dialog treten. Wir freuen uns auf Sie – und wünschen viel Spaß bei der Lektüre!

Ihre
Inge Kammerichs

Personalwechsel bei City-Management



Im City-Management gibt es eine personelle Veränderung: City-Manager Dennis Fischer verließ nach fast drei Jahren die MST GmbH in Richtung Süddeutschland, wo ihn eine neue berufliche Perspektive erwartet. „Mit Gudrun von der Linden haben wir eine qualifizierte Nachfolgerin gefunden, mit der das City-Management kompetent in die Zukunft geführt werden kann“, so Geschäftsführerin Inge Kammerichs.

FORTSETZUNG

Personalwechsel bei City-Management

Gemeinsam mit den Partnern aus Einzelhandel, Stadtverwaltung und Wirtschaftsförderung gilt es nun, die Rahmenbedingungen für die Entwicklung des Einzelhandels in der Innenstadt mittelfristig zu verbessern. Die Erwartungshaltung ist groß: Von der WGI und der City-Managerin werden aktive Impulse und frischer Wind, aber auch viel Überzeugungsarbeit, Durchsetzungskraft und Umsetzungsfähigkeit erwartet.

Zentrale Bedeutung wird einer guten Vernetzung und intensiven Kommunikation beizumessen sein, mit der bereits vor Arbeitsantritt der neuen City-Managerin begonnen wurde: Auf Einladung der MST GmbH kamen Ende März die Akteure der Innenstadt aus dem gerade erst gewählten Vorstand der Werbegemeinschaft Innenstadt, Mülheim

& Business und MST GmbH sowie Vertreter der Fraktionen und Verwaltung zu einem ersten Gespräch zusammen. Dem folgten inzwischen vie-



le Einzeltermine vor Ort, die selbst nach wenigen Wochen schon gleichermaßen konkrete wie konstruktive Ideen zu Tage brachten.

Gudrun von der Linden ist als langjährige Geschäftsführerin im Mülheimer Einzelhandel mit den Standortbedingungen bestens vertraut – was ebenso für den neuen WGI-Vorstand gilt: „Gerade weil sie die Situation in der Innenstadt bestens kennen, unterscheidet sich dieser Neustart von allen

anderen Signalen, die in der Vergangenheit immer wieder zu setzen versucht wurden“, begrüßt Oberbürgermeisterin Dagmar Mühlenfeld den neuen WGI-Vorstand: „Dass auch Gudrun von der Linden nun bei der MST GmbH die City nach vorne bringen möchte, freut mich besonders.“ ■

KONTAKT

Gudrun von der Linden • Tel.: 02 08 / 9 60 96 43
E-Mail: gudrun.vonderlinden@mst-mh.de

„Die City spielt“ Gelungener Auftakt der Open-Air-Saison



Spielen, shoppen und jede Menge Spaß – am 8. Mai haben sich Groß und Klein bei zahlreichen kostenlosen Attraktionen und sonnigen Temperaturen mitten in der Innenstadt und im FORUM City Mülheim ausgiebig amüsiert.

„Die City spielt“, eine 2010 erstmals von der MST GmbH in Kooperation mit der Werbegemeinschaft Innenstadt (WGI) und dem FORUM City Mülheim durchgeführte Veranstaltung, sorgte für entspannte, fröhliche Stimmung.

Mit der MST die Stadt erkunden

Um exakt 15 Uhr sollte es losgehen. Der Großteil war überpünktlich, nicht verwunderlich, wenn man bedenkt, welche Gruppe sich am Bismarckturm verabredet hatte: Mitarbeiter des hiesigen Finanzamtes trafen sich zu ihren regelmäßigen „Sachgebietsausflügen“, um ihre Region besser kennenzulernen. Nach der Zeche Zollverein oder dem Ledermuseum stand diesmal die Tour „Vom kahlen Berg zum Kahlenberg“ auf dem Programm, eine der vielen Themen-Touren der MST GmbH.

Unter der Führung von Gästeführerin Brigitte Zais begab sich die Gruppe auf den Weg, um das Stadtviertel und dessen Besonderheiten wie das 1875 erbaute Wasserkraftwerk an der Jahnstraße, die traditionelle Sportanlage MTV Kahlenberg und die beiden renommierten Max-Planck-Institute für Kohlenforschung und für Bioorganische Chemie zu erkunden. Hier durfte man schließlich den Worten eines echten Wissenschaftlers, Dr. Werner E. Klotzbücher, lauschen, der die Gruppe



Gästeführer Edda Sloma, Anne Kebben, Hans-Georg Höttger, Beate Fischer



Gästeführerin Anne Kebben

höchst unterhaltsam über die Geschichte beider Institute informierte. Anschaulich wurde dargestellt, was sich hinter dem Begriff der Bioorganischen Chemie versteckt; Erinnerungen an die eigene Schulzeit wurden beim Periodensystem der Elemente wach.

Apropos Schule: Neben Firmen, Touristen und wissbegierigen „Mölmchen“ zählen Schulen zu den häufigsten Stadttour-Buchern. Bei den speziellen Touren für Kinder oder der Stadtrallye für Jugendliche können Schüler vor Ort ihre Stadt besser kennenlernen. „Während die Erwach-

senen sehr gerne zuhören und auch ab und an Fragen stellen, ist der Wissensdurst bei den Kindern nicht zu bändigen“, weiß Gästeführerin Anne Kebben zu berichten, die bereits in der ersten Jahreshälfte 20 Kinder-Touren durchgeführt hat. Gerade historische Orte wie Schloß Broich

FORTSETZUNG

wecken die Neugier der Kinder. Aber auch der MüGa-Park sorgt bei ihnen für großes Erstaunen, wenn sie erfahren, dass hier noch in den 80er Jahren ein Schrottplatz beherrscht war.

Sehenswürdigkeiten, Anekdoten und spannende historische Details bietet Mülheim an der Ruhr zu Genüge – und damit reichlich „Futter“ für immer wieder neue Stadt-



KONTAKT

Angela Christians • Tel.: 02 08 / 9 60 96 42
E-Mail: touristik@mst-mh.de



Gästeführerin Brigitte Zais

turen. Die Themen und Routen werden von den derzeit 13 Stadtführern selbst entwickelt und recherchiert: „Das ist ein wesentlicher Grund dafür, dass auch viele Mülheimer gern zu den Touren kommen“, erklärt Abteilungsleiter Marc Baloniak. „Hier wird kein fremder Vortrag auswendig gelernt, sondern ein Thema authentisch und individuell beleuchtet, was die Rundgänge oder -fahrten gleich viel interessanter macht“, weiß auch Beate Fischer zu berichten, die seit 11 Jahren als Gästeführerin aktiv ist. Das scheint

Mobile Touristinfo: Service für Gäste vor Ort

Von Weitem ist sie an ihrem leuchtenden Rot – angelehnt an das rote Tourist „i“ – gut zu erkennen: die mobile Touristinfo der MST GmbH. Die Fahrrad-Rikscha bietet Informationsmaterialien rund um das touristische Angebot der Stadt und der Metropole Ruhr, häufig mit dem Schwerpunkt Fahrradangebot. Auf ein großes Interesse stoßen die ansprechenden Broschüren und Flyer, die oftmals schnell vergriffen sind. Und die Rikscha selbst mit ihren schönen Mülheim-Fotos macht zusätzlich Lust auf die Stadt am Fluss!

das Finanzamt zu schätzen zu wissen: Der nächste Ausflug mit der MST GmbH wird bereits geplant!

41 feste Termine stehen 2011 im Stadttour-Kalender. Wer es noch individueller mit eigener Route zu einem speziellen Termin, ob zu Fuß, per Fahrrad oder Bus haben möchte, kann sich von Angela Christians „seine“ persönliche Tour maßschneidern lassen. ■

stark frequentierten touristischen Plätzen direkt vor Ort im Einsatz und erreicht damit Menschen, die nicht zur Touristinfo in die Stadt kommen. So gaben die Mülheimer Touristiker auf RuhrtalRadweg-Festen in Duisburg, Meschede, Hattingen und Menden den Besuchern Informationen und wertvolle Tipps. Präsent war die mobile Touristinfo bisher auch auf diversen Tourismustagen und Stadtfesten in verschiedenen Städten wie Nordhorn, Essen oder Wickede. Und selbstverständlich fehlte sie nicht bei wichtigen Events in ihrer Heimatstadt: so unter anderem beim Fahrradfrühling, Drachenboot-Festival und sogar auf den Schiffen der Weißen Flotte. ■



Marc Baloniak mit Touristen

Kunst – nicht nur auf der Bühne

Sie spielen selten die Hauptrolle. Bei regem Treiben in Theater- oder Konzertpausen nimmt man die Mosaik an den rechtwinkligen Portalsäulen eher „am Rande“ wahr. Dass mit diesen großformatigen Glasmosaiken Johan Thorn Prikkers ein herausragender Kunstschatz das Ruhrfoyer schmückt, verdeutlicht eine neue Broschüre, die zugleich ein Musterbeispiel des MST-internen, abteilungsübergreifenden Teamworks abbildet.

Als Jenny Baran, Marketing-Leiterin der Stadthalle, im Katalog zur Ausstellung „Mit allen Regeln der Kunst – vom Jugendstil zur Abstraktion“ im Düsseldorfer museum kunst palast auf die Mülheimer Stadthalle stieß, entstand die Idee, auch vor Ort über das Kunstwerk, seine

Bedeutung und den Künstler zu informieren. „Unsere Besucher sollen schließlich erfahren, dass in der Stadthalle nicht nur Kultur

auf der Bühne, sondern im Gebäude selbst erlebt werden kann“, fand sie. Prokuristin Heike Blaeser-Metzger griff ihren Vorschlag gerne auf und bat Kunsthistoriker Dr. Jörg Schmitz um fachlich verteilte Erläuterungen. Der Museumspädagoge aus der Camera Obscura recherchierte und erstellte flugs direkt eine umfassende Neuinterpretation der Darstellungen. Grafiker Markus Krieger gestaltete daraus eine 12-seitige Broschüre, die nun u.a. in der Düsseldorfer Ausstellung und in der Stadthalle ausliegt.



Nicht nur die Mosaik sind sehenswert. Auch beim Wiederaufbau in den 50er Jahren wurde zeitgenössische Kunst baulich in den „Musentempel“ integriert. Hochkarätige Skulpturen der Sammlung des Kunstmuseums haben

Grafik-Jobs mit steigender Tendenz

Meistens muss es schnell gehen. Kosten sollte es möglichst nichts. Aber natürlich gut aussehen. Die Anforderungen an das hauseigene MST-Grafik-Team kann man getrost als anspruchsvoll bezeichnen. Dieser Spagat gelingt: Galt es in den ersten Jahren der Gesellschaft noch jährlich rund 100 Aufträge zu bewältigen, sind es mittlerweile fast vier mal so viele bei gleichbleibendem Personalbestand. 311 Aufträgen mit 445 Einzelprodukten im Jahr 2008 standen im letzten Jahr bereits 388 Aufträge und 666 Produkte gegenüber. Mit steigender Tendenz: Ende Juni

außerdem ihren Platz im Foyer und auf den Wandelgängen gefunden, darunter Werke bekannter Künstler wie Otto Pankok oder Constantin Emile Meunier. Daran, wie auch diese auf verschiedensten Wegen stärker in das Bewusstsein der Besucher gerückt werden können, wird bereits „gefeilt“.

war Auftragsnummer 228 auf der Jobliste erreicht. Selbstverständlich können Alexandra Hüßelbeck und Markus Krieger das vierfache Arbeitspensum nicht immer alleine bewältigen. „Inzwischen kooperieren wir mit mehreren freiberuflichen Designerinnen, die nach Bedarf beauftragt werden“, erklärt Abteilungsleiterin Heike Blaeser-Metzger: „Damit sparen wir personelle, räumliche und technische Fixkosten und sichern zudem eine hohe Flexibilität.“ Denn während ein Großteil der Aufträge für die MST-Fachbereiche langfristig planbar ist, kommen die An-

fragen seitens der Stadtverwaltung häufig kurzfristig.

Printprodukte für Einrichtungen, Dienstleistungen, Veranstaltungen und Dokumentationen für alle Fachbereiche der Verwaltung werden im Rahmen des Geschäftsbesorgungsvertrages ansprechend „verpackt“. Vom Plakat und Folder über Einladungskarten und Anzeigen bis hin zu Displays, Logos, Wegleitsystemen und Werbeartikeln erstreckt sich dabei die gestalterische Bandbreite. Und eben auch von Flyern, die „mal eben schnell“ fertig gestellt werden können, bis hin zu komplexen und zeitaufwendigen Beschilderungen wie etwa für die Naturschutzgebiete oder das komplette Corporate Design für das Ruhrperlen-Projekt. Der Service umfasst ebenso ausführliche Beratungsgespräche und redaktionelle Überarbeitungen wie allgemeine Tipps zur Weiterverarbeitung.

Ohne exakte Joblisten und eine transparente Mail-Verwaltung sind solche Auftragszahlen nicht zu bewältigen – was übrigens gar kein Gegensatz zum unentbehrlichen „kreativen Chaos“ ist! ■

Vorrang für Sicherheit

Viele Veranstalter haben nach den schrecklichen Geschehnissen auf der Loveparade in Duisburg und der Massenpanik bei einer Autogrammstunde im CentO

Oberhausen die Sicherheitsmaßnahmen ihrer Events verstärkt. Die MST GmbH ist für viele städtische Veranstaltungen verantwortlich und organisiert jährlich etwa 20 Events:

Miriam Höller wird „gerettet“



Prominenter Besuch beim Tag der Hilfsorganisationen am 15. Mai 2011 auf der MüGa-Wiese: Miriam Höller, gebürtige Mülheimerin, Model und Stuntfrau, liebt nicht nur den Cat-Walk, sondern auch geballte Action! Für die 23-jährige leidenschaftliche Fallschirmspringerin war der Tag der Hilfsorganisationen, den sie moderierte, eine willkommene Gelegenheit, helfende Institutionen besser kennenzulernen.

ein wichtiges Thema also auch für die Veranstaltungsabteilung?

„Für uns hat sich nach den Vorfällen in Duisburg und Oberhausen in Sicherheitsfragen praktisch nichts geändert, weil wir mit dem Thema schon immer sehr sensibel und verantwortungsbewusst umgegangen sind“, erklärt Abteilungsleiter Bernd Westhoff: „Eine verwaltungsorganisatorische Änderung hat das Ordnungsamt eingeführt, das nun alles rund um die Genehmigungen zentral abwickelt. Während früher mehrere Abteilungen einzeln um Genehmigungen gebeten wurden, rufen wir nun lediglich eine Koordinierungsstelle an, die das alles intern regelt“, beschreibt Bernd Westhoff den Organisationsablauf: „Diese Regelung ist für uns sehr praktikabel. Aus eigener Erfahrung wissen wir, dass die Auflagen, mit denen die Sicherheit der Besucher gewährleistet wird, äußerst sinnvoll und keineswegs übertrieben sind. Im Vorfeld an den Ernstfall zu denken und die notwendigen Vorkehrungen zu treffen, gibt schließlich auch den Veranstaltern ein gutes Gefühl, den – schließlich erwünschten – Besuchermassen bestens gewappnet zu sein.“

Silvester-Varieté in der Stadthalle

Einen krönenden Jahresabschluss beschert die Mülheimer Stadtmarketing und Tourismus GmbH (MST) mit dem Silvester-Varieté am **Samstag, 31. Dezember**, ihren Gästen in der Stadthalle. Mit internationalen Varieté-Stars – durch das Programm führt Felix Gaudo – und erlesenem Silvester-Buffer werden die Besucher unterhalten und verwöhnt. Karten sind in drei Kategorien erhältlich:

Die Kategorie „**Varieté**“ für **59,50 € (Frühbucherrabatt 54,50 €)** umfasst Varieté-Programm, Mitternachtssekt und -imbiss sowie Feuerwerk.

„**Varieté plus**“ beinhaltet 3-Gang-Buffer, Varieté-Programm, Mitternachtssekt und -imbiss sowie Feuerwerk für **99,50 € (Frühbucher-Rabatt 89,50 €)**.

In der Variante „**Varieté exklusiv**“ für **109,50 € (Früh-**



bucherrabatt: 99,50 €) sind enthalten: 3-Gang-Buffer, Varieté-Programm, Mitternachtssekt und -imbiss, Feuerwerk sowie ein reservierter Tisch im Caruso bis zum Ende der Veranstaltung.

Der **Vorverkauf** erfolgt exklusiv in der Touristinfo im MedienHaus. Den **Frühbucherrabatt gibt es bis einschließlich am 30.9.!** ■

STRESS LASS NACH – Kundenwerbung kreativ

Selbstverständlich kann man Messen besuchen, Firmen anrufen und Broschüren versenden. Pfiffiger, kundenorientierter und wirksamer

Assistentinnen wurden als zentrale Zielgruppe ausfindig gemacht. Der Adressrecherche folgten gezielte Ansprachen per Einladungskarte,



sind Neukunden allerdings jenseits der konventionellen, ausgetretenen Werbepfade zu gewinnen. Mit ihrer Marketingveranstaltung „STRESS LASS NACH“ hat die Stadthalle einen originellen Weg beschritten, der – wertet man die Resonanz – weitaus Erfolg versprechender sein dürfte.

Veranstaltungsplanerinnen, Office Managerinnen und

Telefon, Social Network und Internet. Ein interessantes Thema war schnell gefunden: „STRESS LASS NACH“ – passt immer, wie sich zeigte. 30 Damen aus Essen, Oberhausen, Meerbusch, Krefeld, Düsseldorf, Hagen und Ratingen aus unterschiedlichsten Unternehmen aus den Bereichen Event, Industrie, Mobilfunk, Handel meldeten sich an. Und lernten Anfang Februar bei

dieser Kundenveranstaltung der ganz anderen Art nicht nur die Räumlichkeiten mit ihren unterschiedlichsten Nutzungspotenzialen – natürlich anschaulich präsentiert – kennen. Referentin Anja Oser vom PARLA Institut demonstrierte unterhaltsam und eindrucksvoll, mit welcher einfachen Technik frau dem Alltags-Stress ein Schnippchen schlagen kann.

Die anonymen Feedbackbögen dokumentierten den Erfolg: Gelobt wurden vor allem das Engagement des Teams, die Vielfalt der Räume als auch der Serviceangebote und das „Rund-um-Paket“, das dank der vielschichtigen Arbeitsbereiche der MST GmbH von der Grafik bis zum Stadtrundgang oder Musik-Programm maßgeschneidert werden kann. Nur eine Teilneh-

merin antwortete mit „Nein“ auf die Frage, ob ihre Erwartungen erfüllt wurden. Und schrieb: „Sie sind übertroffen worden!“

Die Herren der Schöpfung müssen sich übrigens nicht benachteiligt fühlen: Jenny Baran, seit Herbst 2010 für das Stadthallen-Marketing verantwortlich, tüftelt bereits an dem Konzept für einen „Männerabend“.

Blick hinter die Kulissen der Stadthalle

Eine spannende Führung durch die Stadthalle erlebten im Mai rund 20 Schülerinnen und Schüler der Rembergschule, einer Mülheimer Schule mit dem Schwerpunkt auf geistige Entwicklung. Mit sieben Lehrern wurden die Jugendlichen im Alter von zehn bis 16 Jahren von Marc Lenz, dem technischen Leiter der Halle, begrüßt.

Anschließend führte er sie durch das Ruhrfoyer, gab Informationen zu den hochmodernen Lichtdecken sowie zur Historie des Hauses. Auch das Bühnenhaus und

die Technik der Arbeitsgalerie in acht Metern Höhe lernten die Schülerinnen und Schüler kennen, und sie erlebten das

Gefühl, einmal auf der großen Bühne zu stehen: Alle waren von der Führung begeistert und beeindruckt.



Fotoprojekt Camera Obscura und Realschule Broich: Schülerinnen und Schüler recherchieren zur NS-Zeit in Mülheim an der Ruhr

Der Schulgong ertönt in der Realschule Broich, die Uhr zeigt 8.15 Uhr. Im Klassenzimmer versammeln sich 26 Schülerinnen und Schüler der Klasse 9d. Geschichte steht an diesem Morgen auf dem Stun-



denplan. Aber kein gewöhnlicher Unterricht, sondern ein Fotoprojekt der Camera Obscura, des Museums zur Vorgeschichte des Films. Dr. Jörg Schmitz, dortiger Museumspädagoge, erläutert zuerst an Hand von Dias den Begriff „Denkmal“ und den Quellenwert historischer Relikte. Interessiert nehmen die Jugendlichen die Informationen auf und knüpfen Bezüge zu ihrem Geschichtsunterricht und der



eigenen Heimatstadt. Brigitte Reiners, die Geschichtslehrerin der Klasse, erläutert, wenn etwas unklar ist. Die Zeit des Nationalsozialismus steht auf dem Lehrplan.

Spuren im Uhlenhorst

Nach der Einführung startet die Klasse, ausgerüstet mit Kameras, in den Uhlenhorst. Das interdisziplinär angelegte Projekt verbindet Historisches mit Kunst, Architektur und Fotografie. Das

erste Ziel ist der Mülheimer „Ehrenfriedhof“ mit Soldatengräbern aus dem 1. und 2. Weltkrieg. Danach steht ein längerer Fußmarsch an, der zu Bombentrümmern und unvollendeten Bahnrampen im Duisburg-Mülheimer Wald führt. Dem Vernehmen nach wollte hier das NS-Regime – unweit der Luftleitzentrale Wolfsburg – noch kurz vor Kriegsende V2-Raketen in Stellung bringen. Die Wegstrecke führt vorbei an einem anderen erschütternden Re-

likt, einem verrosteten Stacheldrahtzaun im Bereich der früheren Duisburger Stadtgärtnerei, wo während des 2. Weltkriegs Zwangsarbeiter untergebracht waren.

„Ich kann mir gar nicht vorstellen, dass hier mal Soldaten waren, und wir laufen hier friedlich her“, sagt Sophia Beierlein (15).

Gegen Mittag dann erreicht die Gruppe die Wolfsburg. Reste eines riesigen gesprengten Bunkers, tauchen im Wald auf. Die einstige Luftleitzentrale hatte der Luftwaffe im 2. Weltkrieg als eine logistische Zentrale gedient, von hier

aus wurden Fliegerangriffe koordiniert, feindlicher Funk gestört und die einheimische Bevölkerung vor Luftangriffen gewarnt. Die Jugendlichen fotografieren.

„Schon seit der Grundschule habe ich gewartet, dass das Thema Nationalsozialismus drankommt. Ich habe bereits Filme dazu gesehen und Bücher gelesen. „Damals war es Friedrich“ hat mich sehr berührt“, sagt Anna Dehnen (15). Und Annika Droste (14) bestätigt ebenfalls: „Es war alles unrealistisch, dass so etwas passiert ist hier vor langer Zeit, und jetzt sind wir hier!“



FORTSETZUNG

Erinnern in der Stadt

Ein weiterer Projekttag führt die Jugendlichen in die Innenstadt. Hier wird das ehemalige „Horst-Wessel-Haus, die NSDAP-Parteizentrale, gegenüber dem Rathaus fotografisch dokumentiert.



Auf dem Altstadtfriedhof (s. Fotos vorige Seite) haben die Jugendlichen Gelegenheit zur Dokumentation von Zwangsarbeitergräbern, hinter denen sich Schicksale junger Menschen verbergen, die, oftmals nicht viel älter als sie selbst, ermordet wurden.

Dann geht es am Rande des „Kasernenviertels“ zum Mülheimer Polizeipräsidium, zwischen 1934–1937 gebaut. Auf dem Weg liegt ein stattliches Gründerzeithaus, von dem die Mülheimer Presse

vor einigen Jahren berichtete, es sei nach der Flucht der jüdischen Eigentümer „arisiert“ worden.



Im Präsidium folgen die Schüler den architektonischen Spuren der NS-Zeit und der frühen Nachkriegszeit. Auch das Winkhaus am Eppinghofer Bruch – ein Zwangsarbeiter-, oder nach anderer Quelle „Umerziehungslager“ – steht auf dem Exkursionsprogramm. Zu den einzelnen Themen und Stationen werden die Schülerinnen und Schüler, teilweise im Stadtarchiv, noch weiter recherchieren und die Ergebnisse in einer Ausstellung präsentieren. Die Bearbeitung des Fotomaterials erfolgt anschließend unter Anleitung der Fachlehrerin Carmen Speckin. ■

Mülheimer Motive in Porzellan, als „Gucki“ oder Daumenkino

Auf den ersten Blick wirkt der weiße Porzellanbecher wie ein normales, eher unscheinbares Windlicht. Ein Teelicht bringt wahre Erleuchtung: Wie von Zauberhand tauchen detailgetreu die Stadthalle, Schloß Broich und die Altstadt auf. Ein schönes, edles Geschenk für Mülheimer-Fans, die das Besondere mögen! Das umfangreiche Sortiment des Museumshops in der Camera Obscura wird nun außerdem mit „Guckis“ und einem Daumenkino – beide ebenfalls mit hiesigen Motiven – ergänzt.



Fachlich korrekt wird das „Windlicht“ als Lithophanie oder Transparenz bezeichnet. Diese Reliefdarstellung

in durchscheinendem Material entfalten erst bei entsprechender Hinterleuchtung ihre Wirkung. Erst kürzlich waren Lithophanien in das Museumsshop-Angebot aufgenommen worden, doch den Motiven fehlte der lokale Bezug. So entstand die Idee, eine Lithophanie mit Mülheimer Abbildungen herauszugeben. Aus der Vorlage der Grafikabteilung wurden diese Raritäten in der traditionsreichen, über 200 Jahre alten Weimarer Porzellanmanufaktur in Handarbeit geschaffen. In einer Auflage von 550 Stück hergestellt, kostet die Lithophanie 14,95 €.

Manch einer kennt sie noch aus den 60er Jahren: „Guckis“ mit Märchen- und Walt-Disney-Motiven, verpackt in Mini-Fernseher oder -Kameras erfreuten damals die Kinderherzen. Nostalgiker können sich nun für 5,95 € durch Fotos aus der Stadt am Fluss in einer „Kamera“ klicken. ■



Ein weiteres mit der haus-eigenen Grafik gestaltetes Produkt weckt Kindheitserinnerungen gleich mehrerer Generationen: Im Daumenkino gleitet das Wikingerschiff „MüWi“ an gezeichneten Mülheimer Sehenswürdigkeiten vorbei (Preis: 4,90 €).



Alle Artikel sind exklusiv im Shop des Museums zur Vorgeschichte des Films in der Camera Obscura und in der Touristinfo im Medien-Haus erhältlich. ■

Schloß Broich: einzigartiges Ensemble mit guter Zukunft

Dr. Ägidius Strack, Diplom-Geologe, Gutachter und u.a. Projektkoordinator rund um Schloß Drachenburg / Drachenfels, Schloß Homburg in Nümbrecht oder Haus



Meer in Meerbusch, unterstützt die MST GmbH als verrierter Experte sowohl für historische Objekte als auch für komplexe Förderszenarien.

Bund, Land, Kommunen haben kaum noch finanzielle Handlungsspielräume, was natürlich auch für die MST GmbH

gilt. Muss man sich eine aufwendige Sanierung überhaupt leisten?

Angesichts leerer Kassen gehört in der Tat jede Investition auf den Prüfstand – insbesondere bei „freiwilligen Ausgaben“ im öffentlichen Bereich. Doch unser kulturelles Erbe darf nicht dem Sparzwang geopfert werden. Das Denkmalschutzgesetz verpflichtet die Eigentümer, ihre Denkmäler instand zu halten und so zu nutzen, dass deren Erhalt auf Dauer gewährleistet ist. Daher besteht auch ein öffentliches Interesse an der dringend notwendigen Sanierung, die in erster Linie Substanzerhalt bedeutet.

Was macht für Sie den besonderen Wert dieser Anlage aus?

Für die Stadt und Region ist das Ensemble Schloß Broich ein Denkmal von herausragender Bedeutung. Immerhin handelt es sich im Ursprung um eines der ältesten Gemäuer im gesamten Ruhrgebiet mit

karolingischen Wurzeln. Es ist ein zentraler historischer Ort in der Ruhrlandschaft und verdient im öffentlichen Bewusstsein durchaus eine gesteigerte Wahrnehmung und Verankerung als geschichtlicher Ort.

Wie bewerten Sie die Substanz des Schlosses Broich insgesamt?

Auf den ersten Blick mag die Dringlichkeit der Sanierung unverständlich erscheinen: nicht zuletzt, weil die jüngst durchgeführte Notsicherung an der Ringmauer ästhetisch sehr gelungen ist. Doch der vorbildlichen Pflege des Gebäudeinneren steht die marode Substanz der Mauern und Natursteinfassaden gegenüber: Zur nachhaltigen Substanzsicherung sind weitere, zeitnahe Maßnahmen unabdingbar.

Die Nutzung des Palas- und Mansardbaus durch die MST GmbH und des Hochschlosses durch den Geschichtsverein zeigt, dass man pragmatisch und verantwortlich mit einem historischen Gebäude umgehen kann, indem es mit Leben gefüllt wird. Schloß Broich ist ein einzigartiges Ensemble mit guter Zukunft, wenn es weiterhin adäquate Wertschätzung und nachhaltige Pflege erfährt. ■

Neue Büroetagen in der Stadthalle

Ursprünglich wurden die beiden Etagen über dem Stadthallen-Restaurant als Wohnungen und Zimmer für den Gastronomie-Pächter und das Personal errichtet. Mangels Bedarf gab es in den letzten Jahren zwar eine Zwischennutzung als WG-Wohnungen von Künstlern, doch der Renovierungsbedarf war längst unübersehbar. Die im Zuge des Stadt-

Etage ihr Domizil. Die erste Etage ist inzwischen an die Lean Management GmbH vermietet.



hallen-Umbaus geplante Sanierung und Eigennutzung als MST-Büroräume erwies sich als zeitlich nicht realisierbar – doch anstelle der Tochtergesellschaft ist nun die „Mutter“ dort eingezogen: Die Beteiligungsholding Mülheim an der Ruhr GmbH hat seit Mai in der zweiten

Während der Umbauarbeiten offenbarte sich in aller Deutlichkeit die teils sehr marode Bausubstanz, die nun gründlich „auf Vordermann“ gebracht wurde. Dabei konnte auch ein großes Manko beseitigt werden, was vom Architekten Peter Schnatmann einen planerischen Kraftakt erforderte: Eine neue Aufzugsanlage wurde geschickt in die historische Bausubstanz integriert und dazu der Restaurant-Eingang verlegt. Damit sind beide Büroetagen und die Gastronomie nun auch barrierefrei erreichbar. ■

MülheimPartner im zweiten Kooperationsjahr Projekt hat sich bewährt

Die MülheimPartner gehen in die zweite Saison: Mit dem Start der ersten Veranstaltungen wird diese neue Form der Zusammenarbeit mit der Privatwirtschaft nun fortgesetzt. Erklärtes Ziel des

von der MST GmbH initiierten Partnerprogramms „MülheimPartner – Meine Stadt. Mein Projekt.“ ist die Sicherung und der Ausbau einer attraktiven Freizeit- und Veranstaltungslandschaft, die für die breite



Die MülheimPartner bei einem der regelmäßigen Abstimmungstermine; von links: Rainer Schewior (Fahrzeugwerke LUEG AG), Dr. Yvonne Boenke (Mülheimer Wohnungsbau eG), Katrin Engelhardt (MST GmbH), Tanja Krüger (MEG mbH), Frank Hötzel (Sparkasse Mülheim an der Ruhr) und Heike Blaeser-Metzger (MST GmbH)

Bevölkerung zugänglich und bezahlbar bleibt. Doch ebenso soll der Dialog zwischen den Unternehmen sowie zwischen ihnen und der MST GmbH intensiviert werden.

Inge Kammerichs freut sich über die weitere Zusammenarbeit: „Ohne das Engagement unserer Partner hätten wir in diesem Jahr ein so vielfältiges Veranstaltungsprogramm nicht realisieren und die moderaten Eintrittspreise nicht halten können. Es hat sich eine tolle und konstruktive Kooperation entwickelt.“

Die MülheimPartner sind zunächst für zwei Jahre u.a. auf allen Veranstaltungen und in allen Medien der MST GmbH vertreten. Eine intensive Pressarbeit, gemeinsame Imagekampagnen und Unternehmerempfehlungen gehören ebenso zum Programm wie soziales Engagement, bei dem 2010 vor allem das Thema Mülheimer Kinder im Vordergrund stand. Alle Unternehmen treten unter dem gemeinsamen Dach des MülheimPartner-Programms auf, das damit auch gleichzeitig als Imagekampagne für die Idee, Stadt als Gemeinschaftsaufgabe zu verstehen, wirbt. Die Zahlen des ersten Kooperationsjahres belegen, dass



Seit 2010 engagieren sich die Sparkasse Mülheim an der Ruhr, MEG Mülheimer Entsorgungsgesellschaft mbH, Mülheimer Wohnungsbau eG, Fahrzeugwerke LUEG AG sowie die Privatbrauerei Jacob Stauder als MülheimPartner. Und sind im Stadtgebiet damit präsent – so etwa auf Plakatwänden und Buswerbung mit Motiven von MST-Veranstaltungen.



die Sponsoren von dem Konzept ebenso profitieren: So waren die MülheimPartner in ca. 70 Printmedien in Mülheim mit einer Auflage von 400.000 mit Logo oder Anzeigen vertreten

und erreichten fast eine halbe Million Menschen über die verschiedenen Veranstaltungen. Insgesamt kommen die beteiligten Unternehmen auf über 7 Mio. Kontakte in 2010. ■

PORTRÄT Susanne Paschker – der gute Geist der Camera

Sie dekoriert den Trau-
sungs-Tisch, organisiert
Kindergeburtstage ebenso
wie Firmenveranstaltungen,
Workshop- und sonstige Ter-
mine, erklärt Lithophanien
und Kaleidoskope, managt das
gesamte Rechnungswesen,
bedient die Café-Gäste, passt

Eröffnung des Museums zur
Vorgeschichte des Films im
November 2006 den Part des
„guten Geistes“ in der Came-
ra Obscura übernommen, den
sie mit Leib und Seele ausfüllt.
Die bald 100.000 Besucher des
kleinen, aber längst über die
Stadtgrenzen hinaus renom-



auch schon mal auf's Baby auf
oder bringt dem Hund der Be-
sucher einen Wassernapf. Wo-
mit ihre Aufgaben längst noch
nicht erschöpft sind: Susanne
Paschker hat kurz nach der

mierten Museums wissen den
freundlichen Empfang und die
individuelle Betreuung durch
die 50-Jährige zu schätzen.
Kein Wunder also, dass sich
Hochzeitspaare im Gästebuch

oder auf Grußkarten bei ihr
persönlich bedanken!
Besonders stolz ist die gebür-
tliche Weimarerin, die seit 1993
im Ruhrgebiet lebt und sich in
Mülheim längst zu Hause fühlt,
auf den Shop. Von rund 50 auf
inzwischen fast 300 Artikel hat
sie das Sortiment des Muse-
umsshops ausgebaut und stö-
bert immer wieder gerne nach
ausgefallenen Kleinigkeiten.
„Der Shop kann sich im di-
rekten Vergleich zum Guggen-
heim-Museum und dem MOMA/
N.Y. sehen lassen. Weiter so!“
schrieben Konni und Bianka
am 15.5.2011 ins Gästebuch.
Vor allem an Wochenenden
tummeln sich gerne ganze
Familien im Erdgeschoss und
entdecken mit ihrer fachkun-
digen Beratung die ungeheure
Vielfalt an optischen Spielwa-
ren, Karten mit verblüffenden
Effekten, Fensterhänger mit
bewegten Figuren oder Dau-
menkinos.

In ihrem (Berufs-)Leben vor
der MST GmbH war Susanne
Paschker als Steuerfachange-
stellte, Hotel- und Gastrono-
mie-Fachfrau und im Verkauf
tätig. „Alles, was ich je gelernt
habe, kann ich jetzt in meine Ar-
beit einbringen“, stellt sie fest:
„Das ist der schönste Job, den
ich je hatte!“ ■

HIER GEFÄLLT'S MIR ...



„Es gibt so einige Gründe, warum ich regelmäßig in der Tourist-
info bin: Zum einen sind es die Damen, die so charmant sind,
zum anderen ist das der leckere Mülheim-Kaffee, den auch
meine Freunde sehr gerne trinken“, Michael Farrenberg,
Betriebsleiter der Diakonie Mülheim an der Ruhr, im Bild mit
Eleonore Kuseler.

GEWINNSPIEL

Wir verlosen **3 x 2 Eintritts-
karten** für den 13. August
2011, den **Schlager-Sams-
tag auf der RUHRBÜHNE!**

Beantworten Sie diese Fra-
ge: **In welcher Stadt ist die
Camera Obscura-Mitarbeite-
rin Susanne Paschker gebo-
ren?**

Senden Sie die Antwort
per Mail an:
buelent.firat@mst-mh.de

Per Post an:
Mülheimer Stadtmarketing
und Tourismus GmbH
Bülent Firat / MST.aktuell
Am Schloß Broich 28-32
45479 Mülheim an der Ruhr

VERANSTALTUNGSKALENDER Juli / August



21. – 24. Juli
**Kulinarischer Treff
 an der Ruhr**
 Ruhranlagen Nähe
 Schleuseninsel



23. Juli
 bis 6. September
Sommertheater
 Innenstadt



6. August
Broicher Schloßnacht
 Schloß Broich



12. – 13. August
RUHRBÜHNE
 Schloß Broich



bis 11.9.
**„Courage erleben“
 Wechselausstellung
 mit den besten Arbeiten
 des Fritz-Henßler-Förder-
 preises Dortmund**
 Camera Obscura

Impressum

Mülheimer Stadtmarketing
 und Tourismus GmbH (MST)
 Am Schloß Broich 28 – 32
 45479 Mülheim an der Ruhr
 Tel.: 02 08 / 9 60 96 15
 E-Mail: info@mst-mh.de

Verantwortlich:
 Inge Kammerichs
 Redaktion:
 Heike Blaeser-Metzger,
 Beate Düning,
 Bülent Firat
 Satz und Layout:
 Markus Krieger

Fotos:
 Jürgen Diemer, Beate Düning,
 Bülent Firat, Stephan Glagla,
 Walter Kober, Jiri Kollmann,
 Markus Krieger, Oliver Kutý,
 Realschule Broich, Peter
 Schnatmann, Nicole Truck-
 sess, Yannik Willing