

# Stadtporträts aus dem Revier

Castrop-Rauxel, Marl und Gelsenkirchen  
im Wirtschaftswunder

Westfalen in historischen Filmen



**LWL**

Für die Menschen.  
Für Westfalen-Lippe.

## Reihe: Westfalen in historischen Filmen

Drei Filme mit Einführungsfilm, s/w, insgesamt ca. 40 Min.  
DVD mit Begleitheft, 2012 (D 156)

Die Filme auf dieser DVD sind durch das Urheberrecht geschützt. Neben der privaten Aufführung können sie zu nichtgewerblichen Zwecken öffentlich gezeigt werden. Alle Urheber- und Leistungsschutzrechte vorbehalten. Vermietung, Sendung, Vervielfältigung und gewerbliche Vorführung sind ohne ausdrückliche Genehmigung nicht gestattet. Etwaige Anfragen sind zu richten an:

**LWL-Medienzentrum für Westfalen**  
Fürstenbergstr. 14, 48147 Münster  
E-Mail: [medienzentrum@lwl.org](mailto:medienzentrum@lwl.org)  
Internet: [www.lwl-medienzentrum.de](http://www.lwl-medienzentrum.de)

Herausgeber:

Landschaftsverband Westfalen-Lippe  
LWL-Medienzentrum für Westfalen

Autoren: Katrin Minner, Ralf Springer

Redaktion: Claudia Landwehr

Titelfoto: Still aus dem Film „Vom alten zum neuen Revier“

Entwurf Umschlag und Label: B&S Werbeagentur Münster  
[www.werbeagentur.ms](http://www.werbeagentur.ms)

Satz und grafische Gestaltung: Claudia Landwehr

Druck: DruckVerlag Kettler, Bönen/Westfalen

Eine Edition des LWL-Medienzentrums für Westfalen

ISBN 978-3-939974-27-7

© 2012 Landschaftsverband Westfalen-Lippe

# Stadtporträts aus dem Revier

## Castrop-Rauxel, Marl und Gelsenkirchen im Wirtschaftswunder

Begleitheft zur DVD  
von  
Katrin Minner  
und Ralf Springer

herausgegeben vom  
LWL-Medienzentrum für Westfalen

# Inhaltsverzeichnis

I.	Einführung in die DVD	Seite 5
II.	Stadtwerbung im 20. Jahrhundert	Seite 6
	1. Die Öffentlichkeitsarbeit hält Einzug in die Stadt	Seite 6
	2. Filme als Werbeträger	Seite 8
	3. Städtische Charakteristika in den laufenden Bildern?	Seite 9
III.	Die Filme und ihre Entstehung	Seite 11
	1. Grüne Insel im schwarzen Revier – Castrop-Rauxel	Seite 11
	2. Der Mensch im Planquadrat – Marl	Seite 16
	3. Brücke vom alten zum neuen Revier – Gelsenkirchen	Seite 19
IV.	Castrop-Rauxel, Marl und Gelsenkirchen – Filmische Stadtbilder zur Standortwerbung	Seite 25
	1. Industrie und Infrastruktur	Seite 25
	2. Das Lebensumfeld: Wohnen, Erholung und Kulturangebote	Seite 28
	3. Die Auftraggeber und ihr Steckenpferd: Stadtväter und Stadtplanung	Seite 30
	4. Thematische Leerstellen und Ausnahmethemen	Seite 32
	5. „... hat die Zukunft begonnen“ – Optimismus, Fortschrittsglaube und Zukunftsvision	Seite 34
V.	Quellen und Literatur	Seite 36
VI.	Filmografische Angaben	Seite 38
VII.	Produktionsangaben	Seite 39

# I. Einführung in die DVD

Stadtwerbefilme zählen seit jeher zu den ausdruckskräftigsten Instrumenten des Stadtmarketings und hatten auch in der Wirtschaftswunderzeit Konjunktur. Insbesondere die Industriestädte in Westdeutschland standen in der Phase des Wiederaufbaus in einem starken Wettbewerb, als man um Arbeiter, Unternehmen und die beste Zukunftsperspektive konkurrierte.

Auf der vorliegenden DVD befinden sich drei filmische Stadtporträts, die in der Zeit des Wirtschaftswunders von den Stadtvätern in Auftrag gegeben wurden und ihre Premieren feierten: „Grüne Insel im schwarzen Revier“ (1956) über Castrop-Rauxel, „Der Mensch im Planquadrat“ (1956) über Marl und „Brücke vom alten zum neuen Revier“ (1960) über Gelsenkirchen. Die drei Industriestädte gehören zum nördlichen Ruhrgebiet und hatten sowohl während der Industrialisierung als auch in der Wiederaufbauzeit einen vergleichbaren Weg beschritten. Das spiegelt sich zwangsläufig in den Filmbildern, auch wenn die Auftraggeber und Macher der Filme darauf aus waren, das eigene Profil der Städte hervorzuheben. Tatsächlich aber halten sich die Stadtwerbefilme an ein zeittypisches Muster und fokussieren auf die Darstellung der jüngsten, so erfolgreichen Stadtentwicklung. Der Blick richtet sich dabei auf die Arbeits- und Wohnbedingungen, die städtische Infrastruktur wie Verkehrswege, moderne Krankenhäuser und Schulen sowie auf Freizeitangebote im Sport, in der Kultur und im grünen Umland.

Am Ende aller Filme steht die Botschaft: „Die goldene Zukunft hat gerade erst begonnen“. Doch diese Prognose erwies sich als Illusion. Die strukturellen Veränderungen im produzierenden Wirtschaftssektor warfen die Städte in eine tiefe, langandauernde Krise und zerstörten den fast schon übersteigerten Optimismus der Nachkriegszeit. Trotzdem haben die Filme, neben ihrem Wert als historische Quelle, eine bleibende Botschaft. Der Blick in die Vergangenheit, auf den Stolz und die Zuversicht der damaligen Verantwortlichen zeigt: Geschichte steht nicht still, und eine lebenswerte Zukunft sowie der Glaube daran müssen stets aufs Neue erstritten werden.

Abgesehen von leichten Bild- und Tonkorrekturen sind die Filme unverändert auf die DVD übertragen worden. Der vorangestellte Einführungsfilm basiert auf dem Material dieser Filme und bietet einen kurzen Einstieg in das Thema. Das umfangreiche Booklet liefert weitere Informationen zum Entstehungskontext der Filme sowie eine eingehende Filmanalyse.

## II. Stadtwerbung im 20. Jahrhundert

### 1. Die Öffentlichkeitsarbeit hält Einzug in die Stadt

Im 20. Jahrhundert traten Städte immer mehr in einen Vergleich untereinander. Es setzte gewissermaßen ein Wettbewerb ein im Werben um weitere Einwohner, Besucher, Kunden für das örtliche Gewerbe oder Investoren für die Ansiedlung von Unternehmen. Damit wurde das „Werben“ für die Stadt bzw. das „Vermarkten“ im heutigen Sinne eine Aufgabe, die Stadtverwaltungen aufgriffen. Dieser Prozess begann mit der Einrichtung von Pressestellen bzw. Presseämtern nach der Jahrhundertwende bis in die 1920er Jahre. Sie waren häufig nah am (Ober)Bürgermeister angesiedelt und reagierten auf die steigende Bedeutung von Informationsmanagement und öffentlicher Legitimation von Verwaltungshandeln. Es folgten meist schnell Kooperationen mit den örtlichen Heimat- und Verkehrsvereinen, die häufig über Personalunionen an die Verwaltungsspitze angebunden waren. Enge Verknüpfungen entwickelten sich mit dem Verkehrswesen bzw. dem Fremdenverkehrswesen. Ziel war die Ausweitung der Verkehrsanbindungen für den Tourismus und die Wirtschaftsförderung.

Im Zuge der Professionalisierung der Stadtrepräsentation, der Öffentlichkeitsarbeit und der Stadtwerbung wurden Werbemöglichkeiten bereits in den 1920er und den 1930er Jahren rege genutzt. Während des Krieges waren für die Kommunen andere Probleme vorherrschender, so dass der Fremdenverkehr in der Priorität deutlich abnahm. An die Vorkriegsaktivitäten knüpften viele Kommunen bereits mit Beginn der 1950er Jahre wieder an, um mit der Wirtschaftsankurbelung die eigene Stadt voranzubringen. In den 1960er und 1970er Jahren spiegelten die Werbematerialien neue Problemlagen der Städte, die überwunden bzw. begleitet werden sollten, wie z.B. Strukturwandel und Stadtsanierung. Die Bedeutung von Abteilungen wie dem Stadtmarketing und der Wirtschaftsförderung nahm in den 1980er und den 1990er Jahren weiter zu. Zu Beginn des 21. Jahrhunderts bieten viele Städte sogar aus der Verwaltung ausgegliederte „Eigenbetriebe“, die in Bezug auf ihre Stadt „Images“ oder „Marken“ prägen, in der vermeintlich Charakteristisches der Stadt mit einem Attraktivitätspotential für die Zielgruppe(n) in Verbindung ge-

bracht und kommuniziert wird. Somit sind diese Bilder zu einem bestimmten Teil immer Konstrukte und weniger direkte Abbilder von Wirklichkeit.

Das Werben für die Stadt konnte im 20. Jahrhundert verschiedene Stoßrichtungen annehmen: das Verändern von Vorstellungen („Images“) in den Köpfen der Zeitgenossen, das „Vermarkten“ als Form der Wirtschafts- und Verkehrsförderung und als Öffentlichkeitsarbeit im Sinne einer (demokratischen) Transparenz gegenüber der Bevölkerung.

Je nach Phase dominierten unterschiedliche Schwerpunktsetzungen der Stadtwerbung: In der Nachkriegszeit zeigte sich die Tendenz, eine Wiederherstellung des Alltags und den Wiederaufbau zu begleiten. Die 1950er Jahre und die 1960er Jahre standen unter der Maßgabe, den Tourismus anzukurbeln, Ausflügler einer stärker mobil werdenden Gesellschaft in den Ort zu locken oder potentielle Arbeitskräfte von guten Aussichten auf Arbeit und Leben an den Industriestandorten zu überzeugen. Ab Ende der 1960er bis in die 1970er Jahre widmeten sich die Verantwortlichen der Aufgabe, Bewohner zu halten und um Besucher, Einzelhandelskunden sowie Investoren zu werben.

Gerade für die Kommunen des Ruhrgebiets wurde insbesondere in Zeiten des Strukturwandels die Werbung für die eigene Gemeinde ein zentrales Mittel im Kampf um Ruf, Image und Leben der Städte. So stellte 1972 der Leiter des Dortmunder Informations- und Presseamtes, Eugen Schackmann, fest, dass in den Köpfen der Menschen über das Leben im Kohlerevier immer noch das Bild von „Ruß, dreckige(n) Häuserfassaden, Kumpelatmosphäre“ und „mieser Maloche“ virulent war. Dass Fernsehregisseure das Ruhrgebiet immer wieder als „Negativkulisse“ benutzten, sei ein „Ärgernis“, da das „heute von völlig falschen Voraussetzungen“ ausgehe.<sup>1</sup> So setzten die medialen Kampagnen darauf, eine gute Lebensqualität mit Arbeitsplätzen, Grün, Kultur- und Freizeitangeboten zu thematisieren.

---

<sup>1</sup> Schackmann, Eugen: Bäume wachsen bei uns – richtige Bäume. Stadtwerbung und was alles so dazugehört, in: ruhrwirtschaft. Zeitschrift der Industrie- und Handelskammer zu Dortmund 5 (1972), S. 165-168, hier S. 165.

## 2. Filme als Werbeträger

Die Forschung hat Stadtwerbefilme vielfach als eine Art „Gebrauchsfilm“ angesehen, der eine rein zu Werbezwecken dienende Funktion erfülle. Der Einsatz von künstlerischen Gestaltungsmitteln und Gestaltungsmöglichkeiten sei deshalb recht begrenzt gewesen. Aus solchen Gründen ist der Quellenwert dieser Gattung bzw. die Aussagekraft zu städtischer Repräsentation lange übersehen worden.

Bereits in der Weimarer Republik nutzten erstaunlich viele Städte das neue Medium Film für ihre Werbezwecke. Allerdings sind aus dieser Zeit nur wenige Filme erhalten. Die Konjunktur der laufenden Bilder setzte sich in den 1930er Jahren fort. In den 1950er Jahren knüpften viele kleine Produktionsfirmen (meist Ein-Mann-Betriebe) an diesen Markt an und versuchten, mit günstigen Preisangeboten die Städte oder die dort angesiedelten Firmen zu einem Stadt(werbe)film zu animieren und ihre eigene Auftragslage damit zu verbessern. In den 1950er und beginnenden 1960er Jahren boten Vorfilme für das Kino noch eine breite Wirkung; mit der zunehmenden Konkurrenz durch das Fernsehen geriet auch das Medium Stadtwerbefilm in die Defensive. Einen neuen Aufschwung für eine solche Werbegattung liefert allerdings in den letzten Jahren der Aufschwung von Imagefilmen, die im Internet auf den Seiten der Städte bzw. ihrer Touristikeinrichtungen zu finden sind.

Auftraggeber der Filme waren meistens die Städte, repräsentiert von Stadtrat, Unterausschüssen oder Ämtern. Manche Filme wurden jedoch auch in Zusammenarbeit mit finanzieller Förderung aus der Gewerbe- und Industrielandschaft oder von Vereinen, Verbänden, Institutionen (z.B. IHK) bestritten oder gar ausschließlich auf deren Kosten produziert und erhielten damit ein deutliches Schwergewicht auf gewerblichen Themen. Aussagen dazu, inwiefern die Städte als Auftraggeber Vorgaben zur inhaltlich-thematisch-bildlichen Auswahl machten, lassen sich anhand der schriftlichen Quellenüberlieferung meist nicht erhärten. Nachhalten lässt sich in einigen Fällen von Stadtwerbefilmen in Westfalen nach 1945, dass die Produzenten, z.T. von Ortskundigen unterstützt, ihr Drehbuch erstellten und kurz vor der Fertigstellung eine Rohfassung einer städtischen Abordnung vorführten. Inwieweit zu die-

sem Zeitpunkt noch Aushandlungsprozesse über Auswahl und Darstellung erfolgen konnten, ist ungeklärt. Hinweise, dass die Auftraggeber ihren Einfluss gelten machten, gibt es zum Beispiel aus Dortmund. Hier behielt sich das Presse- und Informationsamt vor mitzubestimmen, welche Szenen bei Überarbeitungen der Filme von Elisabeth Wilms herausgenommen bzw. eingefügt werden sollten.

Wenig Informationen liegen zum Einsatz der Filme vor: In den 1950er Jahren waren viele der Städtefilme als Vorfilme für das Kino vorgesehen. Gern wurden aber auch 16mm-Kopien für Vorführungen bei Vereinen, Firmen, Organisationen und verschiedenen Veranstaltungen genutzt. Die Filme konnten dabei durchaus den Weg ins Ausland finden, wie z.B. Dortmund-Filme über das Goethe-Institut bzw. für ausländische Besuchergruppen vor Ort. Stadtfilme, die die touristischen Attraktionen der Kommunen zeigten, wurden Reisebüros zur Verfügung gestellt. Die vergleichsweise kurze Spielzeit von in der Regel 10 bis 20 Minuten Länge ermöglichte einen breiten Einsatz des Repräsentationsmediums.

### **3. Städtische Charakteristika in den laufenden Bildern?**

Die in den Filmen zusammengestellten Bilder zeichnen ein Idealbild. Sie sollten zeigen, wie die Auftraggeber ihre Stadt gesehen haben wollten. Daraus ergab sich ggf. ein gewisses Spannungsfeld, da diese „Markenbildung“ nicht ganz abgehoben von den städtischen Eigenheiten machbar und anzustreben war, denn ein Wiedererkennungseffekt bzw. eine Übereinstimmung mit den Wahrnehmungen der Bewohner musste gegeben sein.

Aufgabe der Produzenten war also, Charakteristisches und Positives der Stadt herauszustrichen bzw. die Stadt mit Feldern zu positionieren, die die angestrebte(n) Zielgruppe(n) interessierten. Das konnte auch beinhalten, negative Images zu überschreiben. Dies bewegte insbesondere die verantwortlichen Akteure der Ruhrgebietsstädte seit den 1960er Jahren. Sie trieb das Bestreben um, dem Ruf als „Kohlenpott“ mit Schmutz und harter Arbeit entgegenzusteuern bzw. sich von anderen Städten der Umgebung positiv abzuheben, ohne dabei aber auf eine regionale Identität

zu verzichten. Dies verdeutlicht z.B. der Titel zum Castrop-Rauxel-Film: „Grüne Insel im schwarzen Revier“.

Im Tableau der gezeigten Bilder in Stadtwerbefilmen spielten verschiedene Bereiche eine Rolle: In erster Linie ging es um die Wirtschaft bzw. um Arbeitsplätze (z.B. über Produktionsgänge, Maschinen und Menschen) und um die Angebote sowie die Qualität des Lebensumfelds. Dazu zählten neben den Wohnquartieren Grünanlagen und Parks, Erholungsangebote (Vereine, Zoo, Ausflugsziele in der Nähe der Stadt), Bildungs-, Kultur- und Gesundheitseinrichtungen sowie Sportangebote. Als zentral für die wirtschaftliche Entwicklung wurden die Verkehrsanbindungen betont. Vergleichsweise wenig Raum nahmen Ausführungen zur Geschichte des Ortes ein. Diese konnte höchstens für eine touristische Ausrichtung des Ortes oder, sofern es noch zu besichtigende Überreste gab, für Freizeitangebote von Interesse sein.

Wichtig war den städtischen Auftraggebern, dass die Filme eine stolze Leistungsschau der jüngsten Vergangenheit und die wegweisenden Weichenstellungen der Gegenwart thematisierten. Bilder, die eine hohe Lebensqualität und einen attraktiven Wirtschaftsstandort vermittelten, gingen einher mit einer optimistischen Zukunftsvision, die die Filme ausstrahlen sollten. Damit rückten die Filme implizit auch das Wirken der politischen Entscheidungsträger in ein positives Licht, bestätigten deren Planungen und Entwürfe, mit denen sie auf Probleme und Herausforderungen reagiert hatten, und attestierten eine Beispielhaftigkeit für andere Städte.

### III. Die Filme und ihre Entstehung

#### 1. Grüne Insel im schwarzen Revier – Castrop-Rauxel

Im August 1955 machte der Filmregisseur Herbert Karl Theis der Stadt Castrop-Rauxel das Angebot, einen Werbe- und Kulturfilm für nur 5.000 Mark drehen zu wollen. Das entsprach ungefähr dem Sechstel der tatsächlichen Kosten. Der Grund für das attraktive Angebot lag in einer momentanen „Beschäftigungslücke“, die der 34-jährige Firmeninhaber kompensieren musste.

Die Produktionsfirma von Herbert Theis mit dem Namen „Herbert K. Theis-Film München-Ruhrgebiet“ war ein typischer Ein-Mann-Filmbetrieb, wie es sie vergleichsweise in den frühen 1950er Jahren in großer Zahl gab. Er selbst war erst 1947 aus russischer Kriegsgefangenschaft ins heimatische Wanne-Eickel zurückgekehrt und hatte anscheinend nicht die Absicht, in die Bergmannsstiefel seines Vaters zu treten. Eine Meldekarte aus dieser Zeit weist ihn zunächst als Student und später als Kameramann aus, als Filmproduzent tritt er in den 1950er Jahren in Erscheinung, seine Filmfirma lässt er sogar erst 1959 in das Handelsregister eintragen.

Die Firma stand 1955 offensichtlich noch am Anfang, als Theis das Angebot für Castrop-Rauxel formulierte. Der Hauptausschuss der Stadt beurteilte die Offerte nicht ohne Skepsis, schließlich benötigte die Erstellung eines Kulturfilms eine gewisse Vorbereitungszeit. Da jedoch grundsätzlich Interesse an einem derartigen Film bestand, wurde dem zuständigen Amt für Stadtwerbung und Öffentlichkeitsarbeit „Handlungsfreiheit“ erteilt.

Castrop-Rauxel stellte 1955 eine wachsende Industriestadt mit über 80.000 Einwohnern dar, die mit Beginn der Industrialisierung eine rasante Entwicklung durchlaufen hatte. Zur Mitte des 19. Jahrhunderts lebten in dem alten Ort Castrop gerade einmal 1.000 Menschen, zur Jahrhundertwende waren es schon fast 10.000, nach Zusammenschluss mit dem Amt Rauxel im Jahr 1926 zählte die neue Stadt im Jahr 1933 bereits über 58.000 Einwohner, eine Zahl, die nach dem Zweiten Weltkrieg aufgrund von Vertriebenen und starker Arbeiternachfrage weiter anstieg. Grundlage des Wachstums waren der Bergbau und die chemische Industrie. Allein sechs Großunternehmen aus diesen Gewerbezweigen gaben Mitte der 1950er Jahre annähernd 19.000 Menschen Arbeit.

Aber Castrop-Rauxel war auch eine grüne Stadt, offiziell machten die Grünflächen drei Viertel der Stadtfläche aus. Zu den Besonderheiten der Stadt zählten die Castroper Pferderennbahn, über die schon die Ufa 1939 einen Dokumentarfilm gedreht hatte, das Westfälische Landestheater, das Haus Goldschmieding, das als Gästehaus der „Gesellschaft für moralische Aufrüstung“ diente, sowie der Titel Europastadt, weil hier 1950 die Bevölkerung in einer Abstimmung mit überwältigender Mehrheit für eine Einigung Europas gestimmt hatte. In den Augen der Stadtvertreter gab es also eine Reihe von guten Gründen, das Erreichte in einem aktuellen Kulturfilm festzuhalten.

Noch im August waren sich die Parteien handelseinig geworden. Die Stadt stellte dem Filmemacher den Heimatforscher und Oberstudienrat Dr. Karl Hartung zur Seite, damit in dem Stadtporträt auch nichts Wesentliches vergessen werde. Im zügigen Tempo ging es voran. Anfang September wies die Stadt in einer Pressemitteilung darauf hin, dass der Hauptausschuss der Stadt einen „Kultur- und Werbefilm“ in einer Länge von etwa 12 Minuten herstellen lasse, und verdeutlichte die Ziele, die mit dem Film verbunden waren: „Der Kulturfilm wird [...] ein geeignetes Lehr- und Lernmittel für die Schulen sein, er wird aber auch außerhalb der engeren Heimat im Bundesgebiet und im Ausland eine anschauliche Vorstellung von der Stadt geben, die auch für die Fremden recht bemerkenswerte Züge trägt.“

Kurz zuvor hatten die Dreharbeiten begonnen, die bald intensiv von der Presse begleitet wurden. Die Leserschaft in Castrop-Rauxel erhielt einige Male und sehr zum Ärger des Kamerateams Hinweise zu den nächsten Drehorten, so dass die Schauplätze mit Neugierigen gesäumt waren, die in die Kamera schauten oder sich ins Bild drängten und damit die Aufnahmen wertlos machten. „Kameramänner haben so ihren Kummer“, entschuldigte sich später die Westfälische Rundschau und wies die Leser darauf hin, künftig am besten keine Notiz mehr von der Kamera zu nehmen. Wohl ohne Erfolg. In einer Karikatur derselben Zeitung eine Woche darauf mit dem Untertitel „Eine Stadt im Filmfieber“ bespricht sich das Kamerateam inmitten von Schaulustigen, ob es nicht einfacher wäre, mit einer Kulisse der Stadt zu arbeiten.

Dennoch gingen die Arbeiten gut voran. Am 21. November 1955 lag bereits ein Rohschnitt vor, der von Herbert Theis und dem Drehbuch-

schreiber und Journalisten Dr. Heinrich Frings im Lichtburg-Theater in Wanne-Eickel dem Hauptausschuss vorgeführt und als gelungen angesehen wurde. Nach einer weiteren Zwischenvorführung im April 1956 vor dem Rat der Stadt ging das Projekt auf die Zielgerade.

Premiere feierte der Film am 10. August 1956 im City-Film-Theater vor 100 geladenen Gästen, darunter Vertreter aus zahlreichen Nachbarstädten. Der Film war in elf Kapitel gegliedert und begann im alten Castrop, zeigte dann den Einbruch der Industrie in den Raum und ging auf die moderne Stadt Castrop-Rauxel und die Schwer- und Mittelindustrie ein. Weiter wurden der Verkehr, der soziale Wohnungsbau, Erholung und Pferdebahn sowie die Verbundenheit mit Europa gezeigt, abschließend erhielt das Kulturangebot sowie der Wald- und Naturschutz noch Raum.

Die Presse war voll des Lobes. So schwelgte die Westdeutsche Allgemeine Zeitung: „Stadtfilm hat zarte Stimmung und poetischen Glanz und weist Bilder von herrlicher Schönheit auf.“ Die Ruhr-Nachrichten priesen das „gelungene Werk“ ebenso wie die Westfälische Rundschau, die konstatierte: „Dieses Team schuf in engster Zusammenarbeit mit der Verwaltung der Stadt Castrop-Rauxel unserer Stadt eine Visitenkarte, wie sie charakteristischer nicht sein könnte.“ Der Direktor der Klöckner-Zechen bestellte sofort einige Schmalfilmkopien, damit diese in den Gebieten gezeigt werden konnten, wo das Unternehmen um seinen bergmännischen Nachwuchs warb. Auch der Oberstadtdirektor war begeistert und bedankte sich bei Herbert Theis in einem Schreiben „über das wirklich sehr schöne Gelingen der Arbeit. Wir haben ein sehr wertvolles Bilddokument über die Schönheiten und die Werte unserer Stadt gewonnen.“

Somit waren im Spätsommer 1956 alle Beteiligten zufrieden, obwohl sich zwischenzeitlich die Forderung des Produzenten von 5.000 Mark auf 12.000 Mark erhöht hatte. Dies begründete er mit der hohen Qualität des Films, die anfänglich nicht beabsichtigt war und sich erst im Entstehungsprozess in der Zusammenarbeit mit der Stadt ergeben hätte. So war beispielsweise viel mehr Filmmaterial – nämlich insgesamt 2.200 Meter – belichtet worden und der Zeitaufwand dementsprechend höher gewesen.

Die Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (FSK) hatte den Film im Oktober 1956 mit der Einstufung „jugendfördernd“ freigegeben, er

wurde bereits eifrig von Vereinen und Verbänden ausgeliehen. Was jetzt noch ausstand, war das Prädikat, mit dem nach Auskunft von Herbert Theis Anfang November zu rechnen sei. Doch erst im Februar 1957 erfuhr die Stadt auf mehrfache Nachfrage hin, dass ein Prädikat nicht erteilt worden war, weil dem Film die „originelle Grundkonzeption“ fehle. Damit hatte der Kulturfilm fast keine Chance, im Kino zu laufen, denn ohne ein steuersenkendes Prädikat fand sich in der Regel kein Filmverleih. Herbert Theis war erbost, wollte Einspruch erheben und ließ sich nicht eben feinfühlig über die Filmbewertungsstelle Wiesbaden (FBW) aus, die schon „den Selbstmord so mancher Kulturfilmleute auf dem Gewissen“ habe. „Vielleicht werde ich in den Film vorübergehend noch irgendeinen religiösen Kitsch einbauen, da es auf so etwas hin immer ein Prädikat gibt“, schrieb er der Stadt.

Aber es passierte nichts. Daraufhin nahm die Stadt die Angelegenheit im März 1958 selbst in die Hand. Zunächst beabsichtigte man eine Intervention bei der FBW. Der Stadtdirektor erbat sich unter anderem vom Landschaftsverband Westfalen-Lippe ein Empfehlungsschreiben, das auf den kulturellen Wert des Filmes abstellen sollte, so dass die FBW auf diesen Druck vielleicht ihr Urteil revidierte. Aber dabei wollte der Landesrat Robert Paasch nicht mitmachen und wies darauf hin, dass das Prädikat nicht verweigert wurde, weil der Film schlecht sei, sondern weil es sich um einen – durchaus guten – Werbefilm handele. Wenn man den Film „vom spezifisch kulturellen beurteilen lassen [will], wird man sagen müssen, dass ein eigentlich kulturelles Thema nicht angesprochen ist“. Daraufhin wurde über einen Neuschnitt beraten, um auf diese Weise ein Prädikat zu erhalten. Herbert Theis war bereit, der Stadt das restliche Filmmaterial für 3.000 Mark zu verkaufen, das er zu diesem Zeitpunkt allerdings schon an einen privaten Gläubiger verpfändet hatte. Die finanzielle Situation des Filmemachers war, wohl nicht zuletzt aufgrund seiner Fehlkalkulation beim Castrop-Rauxel-Film, sehr angespannt.

Mitten hinein in die Überlegungen zu einem Neuschnitt meldete sich Theis im September 1958 wieder bei der Stadt mit der guten Nachricht, endlich einen Verleih gefunden zu haben. Die Stadt müsse dafür nur noch einmal gut 2.000 Mark für die Anfertigung von Kopien bereitstellen. Bei genauerer Prüfung fand die Stadt aber heraus, dass es sich bei der Verleihfirma „Materna“ nicht eben um einen großen Player handel-

te, der auch kaum Kinos, sondern vor allem Vereine der katholischen Kirche belieferte. Außerdem entsprach der genannte Preis für die Kopierherstellung nicht den gängigen Marktpreisen. Darum lehnten die Stadtvertreter das Angebot von Herbert Theis ab. Im Sommer 1959 wurde der Kulturfilm von einer zweiten Produktionsfirma geprüft, die jedoch zu dem Urteil kam, dass zur Erlangung eines Prädikates mindestens die Hälfte des Films neu gedreht werden müsse. Angesichts des mittlerweile gealterten Films wollte die Stadt aber kein Wagnis eingehen und setzte auf einen neuen Kulturfilm in einigen Jahren. Den Kauf des bis 1960 angebotenen Rohschnittmaterials sowie einer Negativkopie des fertigen Films lehnte die Stadt trotz Einwandes des Kulturamtes ab. Die vorhandenen drei 16mm-Kopien und eine 35mm-Kopie hielt man für ausreichend.

Für Herbert Theis war die finanzielle Lage zwischenzeitlich immer bedrohlicher geworden. Im Mai 1961 informierten die Ruhr-Nachrichten über Theis' Flucht nach Brasilien, die Staatsanwaltschaft Dortmund ermittelte gegen ihn, weil er Städte, Firmen und Privatpersonen um ihr Geld gebracht haben sollte. Einige bereits bezahlte Stadtporträts, wie die der Städte Lünen und Wolfsburg, wurden darum nicht oder nicht vollständig realisiert. Allmählich wurde alles schlecht geredet, was mit Herbert Theis zusammenhing. Die Ruhr-Nachrichten hatten schon im Juli 1960 mitgeteilt, dass auch der Film über Castrop-Rauxel keine „reine Freude“ sei und das Beste am Film noch der Titel darstelle, Aufnahmen, Schnitt und Zusammenstellen hingegen sehr zu wünschen übrig ließen. Auch das Kulturamt der Stadt hatte im Dezember 1959 verkündet: „Wir bedauern, dass wir bei der Schaffung des Films nicht von vornherein gehört worden sind. Wir hätten damals sofort sagen können, dass die Firma Theis nicht nur keine Erfahrung auf dem Gebiete hat, sondern auch von ihrer Heimatstadt Wanne-Eickel nicht eben empfohlen wird.“

Wie schnell hatten sich die Meinungen gewandelt. Der Film, der bei seiner Uraufführung noch von allen Seiten gelobt worden war, galt plötzlich als handwerklich schlecht gemacht. Dabei waren sich die Stadtvertreter wohl einfach nicht darüber im Klaren, dass ein anspruchsvoller Kulturfilm in der Regel kein Werbefilm sein konnte und dass ein guter Werbefilm noch lange kein Kulturfilm war.

Ein neuer Kulturfilm über Castrop-Rauxel wurde anschließend nicht mehr gedreht. Die vorhandenen Vorfürhkopien des alten Films waren bald

verschlissen – was zumindest für einen häufigen Verleih spricht – und zum Teil verlorenen gegangen. Nach heutigem Kenntnisstand existieren noch zwei 16mm-Kopien in einem leidlichen Zustand mit zahlreichen Klebestellen, beide eingelagert im Filmarchiv des LWL-Medienzentrums. Für die vorliegende DVD-Edition wurde aus den beiden Kopien eine neu bearbeitete digitale Fassung erstellt.

## 2. Der Mensch im Planquadrat – Marl

Mitte der 1950er Jahre lief es für den jungen Filmmacher Herbert Theis geschäftlich wohl noch gut. Neben dem Auftrag in Castrop-Rauxel und einigen weiteren angestoßenen Projekten im Ruhrgebiet war auch der Abschluss eines Vertrages mit der Stadt Marl gelungen. Die genauen Bedingungen sind ebenso wenig bekannt wie der konkrete Zeitpunkt. Da in seinem Film über Marl der Gewinn der Deutschen-Fußball-Amateurmeisterschaft durch den TSV Marl-Hüls im Jahre 1954 festgehalten worden ist, muss sich Herbert Theis schon zu dieser Zeit mit der Stadtgeschichte beschäftigt haben. Der Haupt- und Finanzausschuss der Stadt korrigierte in der Haushaltsplanung 1954 den Ansatz „Stadtwerbung“ von 2.500 Mark auf 7.300 Mark und stellte für die nächsten Jahre 9.600 Mark und 14.400 Mark ein. Ein Teil dieses Geldes ist wohl in den Stadtwerbefilm „Der Mensch im Planquadrat“ geflossen, so dass ein Vertrag zwischen Herbert Theis und der Stadt Marl zwischen 1954 und 1955 geschlossen worden sein muss.

Die Geschichte der Stadt Marl trägt recht ähnliche Züge wie die von Castrop-Rauxel. Auch diese Stadt war in der Mitte des 19. Jahrhunderts noch ein Heidedorf mit kaum 2.000 Einwohnern. Die Industrialisierung setzte zwar etwas verspätet ein, kam aber dann mit voller Wucht. 1925 lebten 16.000 Menschen im Amt Marl, das 1936 zur Stadt erhoben wurde und zu diesem Zeitpunkt bereits mehr als 30.000 Einwohner zählte. Einen großen Sprung machte die Einwohnerzahl zwischen 1950 und 1956, als sich diese von 51.000 auf 64.000 Menschen erhöhte. Hinter den Zahlen standen vor allem viele Vertriebene, die knapp 20 Prozent der Bevölkerung ausmachten. Aber die Neubürger wurden auf dem Arbeitsmarkt auch dringend benötigt. Größter Arbeitgeber waren die Chemische Werke Hüls AG, die 1938 gegründet worden war und 1956

über 13.000 Mitarbeiter beschäftigte, gefolgt von Bunawerke Hüls mit fast 11.000 Mitarbeitern. Der Bergbau war zahlenmäßig nicht so bedeutend, beschäftigte aber auch gut 4.300 Menschen. Daneben existierte eine kräftige Mittelindustrie, die vom Wachstum der Großbetriebe und der Stadt profitierte – allein zwischen 1955 und 1958 wurde die Zahl der Wohnungen von 19.000 Einheiten auf fast 26.000 Einheiten erhöht.

In den Jahren 1956 und 1957 herrschte Vollbeschäftigung, und der Stadt ging es finanziell gut, was sich in großen Ausgaben für die Infrastruktur ausdrückte: Mit der Fertigstellung der Paracelsus-Klinik im Jahre 1955 Jahre verfügte Marl über eins der modernsten Krankenhäuser seiner Zeit, das erst 1953 erbaute Theater erhielt 1958 eine umfassende Erweiterung und die 1946 gegründete Volkshochschule „Insel“ bekam 1955 ein eigenes Gebäude – das gab es in Deutschland zu diesem Zeitpunkt kein zweites Mal. Die Stadtvertreter rechneten mit einem anhaltenden Wachstum von Industrie und Stadt, das sie städteplanerisch kanalisieren wollten, wobei vor allem eine Trennung von Arbeits- und Wohnquartieren angestrebt wurde. Die erbrachte Leistung der letzten Jahre und das Konzept für die Zukunft schien bedeutsam genug, um in einem Stadtwerbefilm festgehalten zu werden.

Bei der Umsetzung des Films wirkte der städtische Kulturreferent Franz Hahn mit, der das komplette Drehbuch schrieb. Auch weitere Mitarbeiter der Stadt, vor allem des Presseamtes, standen unterstützend zur Seite, so dass die Stadt sehr wohl wusste, welches Ergebnis auf sie zukam. Da der Film aus Marl fast parallel zum Castrop-Rauxeler Film hergestellt wurde, ergaben sich für Herbert Theis einige günstige Synergien: Beide Filme weisen mit Michael Noss denselben Sprecher und mit Emil Ferstl denselben Musikproduzenten auf, auch die musikalische Untermalung ist sehr ähnlich, einige Filmbilder mit arbeitenden Bergmännern unter Tage sind sogar identisch. Auf diese Weise konnte Geld gespart werden.

Noch bevor der Film fertiggestellt war, erlebte er zwei Aufführungen. Am 25. Mai 1956 wurde das Werk auf der 5. Kommunalpolitischen Bundeskonferenz der SPD gezeigt und am 22. Juli 1956 anlässlich des 23. Internationalen Kongresses für Wohnungswesen und Städtebau in Wien vorgeführt. Dem Bürgermeister war sehr daran gelegen, den Film für diese Veranstaltungen bereitzustellen, und er setzte sich im Haupt- und

Finanzausschuss dafür ein, dass Herbert Theis ein zinsloses Darlehen über 4.000 Mark erhielt, damit er die sofort fällig gewordenen Kopierkosten begleichen konnte. Wie die Westdeutsche Allgemeine Zeitung am 25. September 1956 berichtete, hatte der Film in Wien „eine lobende Anerkennung errungen, obwohl der Film selbstverständlich nicht nur Stadtplanung und Wiederaufbau behandelt, wie das in diesem Wettbewerb gewünscht wird, sondern das Werden und Wollen der Stadt insgesamt“.

Die Premiere in Marl fand am 28. September 1956 im Loe-Theater statt. Die Westdeutsche Allgemeine Zeitung titelte am 1. Oktober 1956 „Publikum zollt Stadtfilm Beifall“ und schrieb zum Inhalt des Films: „Qualmende Schloten, Schachtgerüste aus der Gründerzeit des Reviers, lichtlose Hinterhöfe im rußgeschwärzten Ziegel alter Zechkolonien. Und dann das junge Revier, mit Wacholderbüschen, Wasserburgen, in Grün gebettete Siedlungen. Marls idyllische Winkel, moderne Industrie, Krankenhaus, Insel, Theater. Aus diesen Kontrasten lebt der Theis-Film.“ Der Bürgermeister verdeutlichte, dass das Projekt die Entwicklungsphasen der Stadt Marl festhalten wolle und darum die Bezeichnung Stadtfilm relativ zu nehmen sei. „Es ist ein Dokument des Wollens, nicht des Seins, mehr Ziel als Gegenwart“, hieß es in der Zeitung. Für den Regisseur gab es lobende Worte: „Herbert Theis hat seine Kamera meisterhaft geführt. Sie zauberte eine Umwelt, die die Liebe zur Heimat wecken kann und sie neu zu entdecken auffordert.“ Das Geld sei gut investiert, denn eine „Werbewirksamkeit für Marl und das nördliche Revier [ist] sicherlich nicht abzuspüren“. Das sah auch die Neueste Zeitung vom 1. Oktober 1956 ähnlich: „Der Auftrag des Films ist unmissverständlich neben der Werbung für den Marler Raum und das junge Revier in der städteplanerischen Idee zu suchen, die mit Bild und Wort interpretiert wird. Kameramann Theis hat dafür mit sehr guten Aufnahmen die Fehler des alten Reviers den Möglichkeiten des neuen gegenübergestellt.“ Das Resümee der Zeitung fällt etwas kritischer aus: „Dem Filmstar ‚Marl‘ steht das Cocktailkleid, gemixt mit den naheliegenden Schönheiten des Münsterlandes, recht gut. Es ist allerdings nicht der Alltagshabitus Marls.“

Insgesamt dürfte Marl mit seinem Kulturfilm, der die Stadt nach Aussage von Herbert Theis 14.000 Mark gekostet hat, sehr zufrieden gewesen sein. Über den weiteren Einsatz des Filmes ist allerdings wenig bekannt. Der Film wurde von der FSK als „jugendfördernd“ freigegeben, aber eine

Prädikatsprüfung bei der FBW ist nicht nachweisbar, so dass ein Kinoeinsatz fraglich ist. Jedoch liegen im Bundesarchiv-Filmarchiv 35mm-Fassungen des Films in englischer, französischer und spanischer Sprache, was auf einen internationalen Einsatz – vielleicht auf Kongressen zum Thema Stadtplanung – schließen lässt. Daneben ist der Film nur noch einmal im Filmarchiv des LWL-Medienzentrums als ehemalige 16mm-Verleihkopie vorhanden, die auch für die vorliegende DVD herangezogen wurde. In Marl selbst und dem Kreis Recklinghausen ist keine weitere Kopie mehr erhalten.

### 3. Brücke vom alten zum neuen Revier – Gelsenkirchen

In einer Hinsicht unterschied sich die Situation in Gelsenkirchen grundlegend von der in Castrop-Rauxel und Marl: Die Stadt besaß bereits einen recht aktuellen Kulturfilm: „Stadt der Tausend Feuer“ feierte am 17. Dezember 1950 seine Premiere und war ein großer Erfolg. Über 60 Kopien wurden von dem mit dem Prädikat „wertvoll“ ausgezeichneten Streifen gezogen und liefen in der ganzen Bundesrepublik, vor allem als Vorfilm zu dem Spielfilm „Die Frauen des Herrn S.“ Im Juli 1952 verkündete die Westdeutsche Allgemeine Zeitung zum Erfolg des Kulturfilms, dass die verausgabten 25.000 Mark längst durch die Leihgebühren, die der Stadt zufließen, wieder eingespielt seien und die Stadtverwaltung permanent Anfragen zu dem Film erhalte. Im Mittelpunkt des Kulturfilms stand die wiedererstarke Industrie der Ruhrgebietsstadt, zu sehen waren vor allem Bergmänner und Stahlarbeiter bei verschiedenen Produktionsschritten. Aber auch das Leben in der Stadt wurde in kurzen Szenen beleuchtet. Der Film war ein „Hohelied der Arbeit“, dem die Westdeutsche Allgemeine Zeitung als einen der wenigen Kritikpunkte nach der Uraufführung vorwerfen konnte: „Die Bilder vermitteln den Eindruck, in Gelsenkirchen würden nur Maschinen überwacht, aber nicht gearbeitet.“

Aufgrund des Erfolges wurde 1952 mit einem Betrag von 30.000 Mark die „Kulturfilmstiftung Gelsenkirchen“ gegründet, mit deren Mitteln noch im selben Jahr ein Zoo-Film („Zoo im Ruhrgebiet“ bzw. „Zoo unter Fördertürmen“) finanziert wurde, der aber mehrfach überarbeitet werden musste und erst 1956 fertiggestellt werden konnte. Schon im Februar 1953 schrieb die Westfälische Rundschau: „Nach Fertigstellung [des Zoo-Films]

wird an zuständiger Stelle bereits der Plan zu einem weiteren Gelsenkirchenfilm erwogen, der unter dem Doppelthema ‚Kultur und Erholung‘ stehen soll. Die Bereitstellung der erforderlichen Vorschussmittel vorausgesetzt, soll auch mit den Dreharbeiten zu diesem Film alsbald begonnen werden, falls die zuständigen städtischen Gremien dazu ihre Zustimmung geben.“

Aber das Projekt geriet ins Stocken. 1955 lud das Amt für Wirtschaftsförderung den eigenen Ausschuss sowie die Mitglieder des Kuratoriums der Kulturstiftung zu einer Filmsichtung von Kulturfilmen aus Münster und Essen ein. Doch auch in den Folgejahren finden sich in den Büchern der Stadt Gelsenkirchen keine weiteren Hinweise hinsichtlich eines Vertragsabschlusses oder einer Finanzierung. Erst am 7. September 1960 titelte die Westfälische Rundschau: „Brücke zum Norden. Zweiter Kulturfilm der Stadt wird am Sonntag vorgeführt.“ Verkehrsdirektor Dr. Zabel erklärte darin, dass der neue Film im Auftrage der Stadt von der Exentrik-Film gedreht worden sei.

Die Gesellschaft Exentrik-Film aus Münster stellte ein Pendant zur Firma von Herbert Theis dar. Gegründet wurde die Exentrik-Film von dem 1911 in Schleswig-Holstein geborenen Hans Peterich. Nach einer Kaufmannslehre war er 1929 der Reichswehr beigetreten und hatte als Unteroffizier den Zweiten Weltkrieg miterlebt. Nach seiner Entlassung aus der Kriegsgefangenschaft und Gelegenheitsjobs kam Hans Peterich 1950 zu der Hamburger Filmgesellschaft Schrader-Film, ohne dass er zuvor einen Bezug zum Filmen oder Fotografieren gehabt hatte. 1956 machte er sich mit „Exentrik-Film“ selbständig. Die kleine Firma verdiente ihr Geld insbesondere mit Werbefilmen. Da Hans Peterich jedoch bereits 1957 mit der Herstellung des Münsterlandfilms „Die Paradiese liegen nebenan“ eine überregionale Beachtung erlangt hatte, engagierte er sich fortan auch in der Kulturfilmproduktion. Aber schon das zweite Projekt, das Landschaftsportrait über Münster und das Münsterland „Schicksale einer Landschaft“ von 1958, war ein Misserfolg, weil der Film kein Prädikat erhalten und sich der Filmemacher bei der Finanzierung verkalkuliert hatte. Hans Peterich drehte dennoch im gleichen Jahr noch einen Film über das Münstersche Rathaus und einen Ausbildungsfilm für den Westfälisch-Lippischen Landwirtschaftsverband. 1960 folgte dann der Film über Gelsenkirchen „Brücke vom alten zum neuen Revier“, zugleich sein letz-

tes Werk. Die finanzielle Situation war für den dreifachen Familienvater in der Zwischenzeit sehr eng geworden. Nach zwei kleinen Unfällen gab er 1961 das Filmgeschäft auf und arbeitete als Abteilungsleiter eines großen Kaufhauses. Hans Peterich starb 1980 in Münster.

Die städtische Entwicklung von Gelsenkirchen unterschied sich grundsätzlich nicht von Castrop-Rauxel und Marl, doch waren die Auswirkungen der Industrialisierung auf den Raum viel gravierender. Schon ab 1855 fasste eine zunächst auf den Abbau von Kohle basierende Montanindustrie Fuß, die später durch eine Eisen- und Stahlindustrie, eine Kohlechemie und schließlich eine Glasindustrie ergänzt wurde. Nach 1945 kam eine recht bedeutsame Textilindustrie hinzu. Aus den zwei Dörfern Gelsenkirchen und Buer sowie weiteren kleineren Gemeinden mit ungefähr 6.000 Einwohnern wuchs in den nächsten 100 Jahren eine Industriegroßstadt heran, die zeitweise die bedeutendste Kohlestadt Europas war. Die Einwohnerzahl der Stadt hatte sich jährlich aufgrund von starker Zuwanderung und Eingemeindungen rasch erhöht: Lebten in dem 1875 zur Stadt erhobenen Gelsenkirchen gut 11.000 Einwohner, waren es 1906 schon über 150.000, 1924 über 200.000 und 1928 nach Zusammenlegung mit der Stadt Buer und dem Amt Horst fast 340.000 Einwohner. Die Zahl ging bis zum Ende des Zweiten Weltkriegs zurück, hatte aber 1952 mit Beginn des Wirtschaftswunders wieder den alten Stand erreicht und stieg im Jahr 1959 mit ca. 390.000 Einwohnern auf einen historischen Höchststand.

Aufgrund des schnellen und oft unkontrollierten Wachstums hatte sich in Gelsenkirchen lange keine richtige Urbanität entwickeln können: Die einstigen Dörfer waren zu Industriedörfern geworden, ohne dass eine städtische Infrastruktur ausgebildet wurde. Das galt besonders für den südlichen Raum der Stadt, aber auch für das jüngere Revier nördlich der Emscher um den Stadtteil Buer. Die Zerstörungen nach dem Zweiten Weltkrieg trugen ihren Teil dazu bei, dass nach 1945 eine starke Bautätigkeit einsetzte. Bis in die 1960er Jahre hinein war der soziale Wohnungsbau eine vorrangige Aufgabe für die Stadtleitung, erst aufgrund der Nachkriegskonjunktur konnten auch die bestehenden Defizite im Bildungs- und Freizeitbereich ausgeglichen werden: So wurden 1949 der Ruhr-Zoo geschaffen, 1958 das Hallenbad Buer und die Städtische Kinderklinik und 1959 die Städtischen Bühnen.

Gelsenkirchen glaubte sich Ende der 1950er Jahre inmitten einer Hochphase zu befinden, obgleich sich zu dieser Zeit bereits die Krise in der Montan- und Textilindustrie abzuzeichnen begann. Zu diesem Zeitpunkt war den Stadtvätern offenbar wichtig, die Attraktivität der eigenen Stadt herauszustellen und den Fokus nicht nur auf die Arbeit, sondern auch auf die Errungenschaften im kulturellen Bereich, in der Bildung und Erholung darzustellen, so wie es bereits 1953 beabsichtigt worden war. Der alte Kulturfilm „Stadt der Tausend Feuer“ konnte das nicht leisten, weshalb im Sommer 1960 Hans Peterich aus Münster mit seiner Kamera die Stadt filmte. Für die Umsetzung hatte der Produzent zunächst nur 14 Drehtage eingeplant, benötigte stattdessen aber 52 Tage. Lag es an dem schlechten Wetter dieses Sommers oder offenbarten sich darin auch konzeptionelle Fehler? Sicherlich wirkte sich diese Verzögerung negativ auf Peterichs Gewinnabsichten aus.

Die Premiere fand am 11. September 1960 im Apollo-Kino in der Altstadt von Gelsenkirchen vor einem geladenen Kreis statt. Interessanterweise blieben die Fraktionen der CDU und FDP der Veranstaltung ebenso fern wie alle Dezerntenen, wobei nicht geklärt ist, ob diese Handlungsweise mit den Filminhalten und der Filmentstehung zusammenhing. Laut Mitteilung in der Westdeutschen Allgemeinen Zeitung vom 12. September hatten aber auch diese Politiker im Hauptausschuss der Herstellung des Filmes zugestimmt.

Angekündigt war der Film mit dem Titel „Brücke zum Norden“, lief am Abend jedoch bereits als „Brücke vom alten zum neuen Revier“. Zur Premiere hatte der Film noch eine Dauer von 17 Minuten, wobei während der Veranstaltung darauf hingewiesen wurde, dass eine Kürzung um fünf Minuten beabsichtigt sei, damit der Film auch als Vorfilm im Kino laufen könne. Damit hatte die Premierveranstaltung aber eher den Charakter einer Zwischenabnahme, da sich der Regisseur entweder aufgrund seines umfangreichen Aufnahmемaterials nicht für einen Endschnitt entscheiden konnte oder noch Themenkomplexe berücksichtigte, die auch vom politischen Gegner goutiert werden konnten.

Der Film stellte – in seiner 12 Minuten-Fassung – zu Beginn die Industriezweige Kohle, Eisen, Stahl, Glas und Textil vor. Es folgten Bilder von der Kinderklinik, dem Kinderspielplatz und von Schulen. Weiter ging es mit

dem Thema Erholung und Sport, wobei der Ruhr-Zoo, die Trabrennbahn, Schalke 04, das Frei- und Hallenbad sowie Parkanlagen gezeigt wurden. Anschließend leitete der Film in den Wohnungsbau und den Verkehr über und endete schließlich bei den kulturellen Einrichtungen der Stadt und gab einen hoffnungsfrohen Ausblick auf die Zukunft.

In der Presse wurde der Film kontrovers aufgenommen. Die Westfälische Rundschau vom 12. September 1960 fand lobende Worte. Da im Rahmen der Premiere vorab auch der alte Kulturfilm von 1950 aufgeführt worden war, ergab sich die Gelegenheit eines Vergleichs: „Zwischen den Filmen liegen nicht nur [...] 8 Jahre [sic!], sondern Jahrhunderte. [...] Damals nämlich – 1952 – war so vieles noch nicht begonnen oder erst halb vollendet, was inzwischen schon festgefügt ist und der neuen Großstadt Gelsenkirchen ihren ganz besonderen Charakter gibt.“ Der Schwerpunkt des Films liege in der Gegenüberstellung von jung und alt, Industrie und Grünanlagen, Arbeitswelt und Kulturleben und verdeutliche schließlich das Vorstreben der Industrie in den Norden des Stadtraumes. „Das ist Peterich durchaus gelungen. Mit leichter Hand und mit feinfühlerndem Sinn hat er Gelsenkirchen durchstöbert. Aufnahmen, die er zeigt, sind nicht massiv und robust und demonstrativ, sie scheinen vielmehr verhalten und mit durch und durch künstlerischem Blick gewählt.“

Die Westdeutsche Allgemeine Zeitung betrachtete den Film wesentlich nüchterner. „Skizzenhaft, gefällig und mit viel flotter Elektromusik streut Regisseur Peterich aus lockerem Handgelenk hauptsächlich die Errungenschaften der letzten Jahre auf die Leinwand“. Sie bezweifelte aber, dass dieser Film anderswo verstanden werden könne, da weder das alte noch das neue Revier richtig dargestellt sei, und fragte sich zudem, ob der Titel geografisch oder zeitlich gemeint sei.

Ein geradezu vernichtendes Urteil fällte die Biersche Zeitung. „Schwache Brücke zum Norden“ und „Unfilmischer Film“ lautete es bereits im Titel. Das Blatt berichtete ausführlich von der Premiere: „Vor sechs Jahren [sic!] ist schon ein Stadtfilm gedreht worden: Tausendfeuer. Er lief vor dem neuen Stadtfilm. Vielleicht hätte man das nicht tun sollen. [...] Gewiss, technisch ist der neue viel besser, aber der alte scheut sich nicht vor der Realität der Arbeit, er ist in die Betriebe gegangen [...], der neue Film deutet diese Arbeitswelt nur leise an“. Stattdessen zeige der Peterich-

Film Kinderspielplätze, Grünanlagen, Baustellen und anderes, was überhaupt nicht spezifisch für Gelsenkirchen und zudem wenig originell abgebildet sei. Mit einer kleinen Spielfilmhandlung oder einer direkten Gegenüberstellung mit Bildern des alten Films wäre die neue Produktion besser gelungen, meinte die Zeitung.

Bemerkenswert ist, dass keiner der Journalisten wusste, wann der erste Kulturfilm entstanden war, obwohl seine Herstellung im Jahr 1950 noch nicht lange zurücklag. Offenbar verging die gefühlte Zeit in dem sich wandelnden Gelsenkirchen sehr schnell.

Über den weiteren Einsatz des Films „Brücke vom alten zum neuen Revier“ ist wenig bekannt. Der Verkehrsdirektor hatte noch vor der Uraufführung angekündigt, dass bald mit einem Filmverleih darüber verhandelt werde, vor welchem Hauptfilm der Kulturfilm im Vorprogramm laufen sollte und damit in der ganzen Bundesrepublik zu sehen sei. Hans Peterich hat den Film auch auf gut 12 Minuten gekürzt und im November 1960 bei der FSK zur Freigabe eingereicht, nicht aber bei der FBW, die für die Prädikatisierung zuständig war. Damit ist auch nicht davon auszugehen, dass der Film im Vorprogramm der Kinos lief. Die Gründe dafür können nur vermutet werden: Vielleicht nahm die Stadt selbst Abstand von dem Film, da sich die Montankrise deutlich schneller ausweitete als gedacht und schon 1960 erste Zechen schließen mussten. Vielleicht wollte die Stadtführung aber auch der politischen Gegenfraktion, die wohl aus verschiedenen Gründen an dem Film etwas auszusetzen hatte, entgegenkommen. Und schließlich wird das beginnende Kinosterben seinen Teil dazu beigetragen haben, dass der Kulturfilm von Hans Peterich keine häufigen Aufführungen mehr erlebte.

Auffällig ist, dass der Film in Schwarz-Weiß gedreht worden war. Das war 1960 zwar für einen Kulturfilm durchaus noch akzeptabel, aber keineswegs mehr modern. Vielmehr zeigt sich daran, dass der Film offensichtlich nicht zu teuer produziert werden sollte, auch wenn über die tatsächlichen Kosten keine Aussage getroffen werden kann. Heute existieren noch zwei Filmkopien: Eine 35mm-Kopie vom Institut für Stadtgeschichte Gelsenkirchen, bei der der Lichtton allerdings stark übersteuert ist und eine 16mm-Kopie. Beide Kopien lagern im LWL-Medienzentrum. Für die DVD wurden die Bilder der 35mm-Kopie und der Ton der 16mm-Kopie herangezogen.

## IV. Castrop-Rauxel, Marl und Gelsenkirchen – Filmische Stadtbilder zur Standortwerbung

Die drei Filme setzten Konstrukte in Szene, die durch die Auswahl, Montierung und Kommentierung der Bilder wirken sollten. Die Idealisierung und Instrumentalisierung liegt bei Imageproduktionen in der Natur des Genres. Eine künstlerische Originalität blieb bei den Stadtwerbefilmen eher die Ausnahme. Vielmehr funktionierten die Filme meist nach ähnlichen Mustern. Der Aufbau und der Aufhänger sowie die inhaltliche Schwerpunktsetzung konnten je nach Stadt variieren, im Großen und Ganzen blieben aber die angesprochenen Themen und die gezeigten Bilder je nach Entstehungsphase sehr ähnlich. Im Mittelpunkt stand die beispielhaft vorgeführte Lebensqualität vor Ort.

### 1. Industrie und Infrastruktur

Die grundlegende Bedeutung der drei Städte beruhte auf dem industriellen Standort. So markieren die Anfangssequenzen der Filme zu Gelsenkirchen und Marl mit der Industriekulisse deren Zugehörigkeit zum Revier. Der Film zu Castrop-Rauxel spielt mit einer Gegenüberstellung von Industrie und Natur: Der Kommentar weist auf die Einbettung der Stadt in das „schwarze Revier“ mit „rauchenden Schloten“ und Kohlebergbau, aber auch inmitten von Feldern und Waldgebieten hin. Die Filme zeugen von der Faszination von Arbeitsvorgängen in der Schwerindustrie, zeigen Industrieanlagen, rauchende Schlote, Maschinen, aber auch Menschen bei der Arbeit. Die Industrie stellte die hauptsächliche Einkommensquelle für die Bewohner dar und avancierte zum Bedeutungsträger für die jeweilige Stadt. Die Bilder zur Eisen- und Stahlindustrie waren allerdings nicht unbedingt ortsspezifisch, sondern auch universell einsetzbar. So verwandte Herbert Theis die gleiche Szene in den beiden Filmen zu Castrop-Rauxel und Marl.

Der in den Filmen festgestellte Wandel der Landschaft und der Gewerbestruktur mit dem Einzug der Industrialisierung seit dem 19. Jahrhundert wurde nicht negativ dargestellt, sondern z.B. im Film zu Castrop-Rauxel lediglich als Veränderung zu einem „neue[n] Gesicht“ genannt. Regionales Bewusstsein im Ruhrgebiet war zu dieser Zeit v.a. durch die

Montan- und Schwerindustrie geprägt. Lediglich gesundheitsgefährdende „Nebeneffekte“ sollten im Wohnumfeld minimiert und dadurch der Standort in seiner Qualität gegenüber anderen Ruhrgebietsstädten abgesetzt werden.

Von einer Bergbaukrise war in den Filmen der 1950er Jahre noch nichts zu sehen. Noch erschien der Bergbau als dominierender und tragender Wirtschaftsfaktor. In der Phase des Wirtschaftswunders war noch nicht zu spüren, dass die Montanindustrie vor Ort ihren Zenit bereits in der Zwischenkriegszeit überschritten hatte. Die Sonderkonjunktur nach dem Weltkrieg führte dazu, dass mit Stolz und Selbstbewusstsein auf die Leistungen des Ruhrgebiets geschaut wurde. Diese wirkten identitätsstiftend. Zudem rangierte der Bergmann in den frühen 1950er Jahren vergleichsweise gut in der Lohnskala und besaß damit Möglichkeiten, zu einem bescheidenen privaten Wohlstand zu gelangen. Die Verfügbarkeit von Arbeitsplätzen sicherte den Städten im Ruhrgebiet im Zuge des Wiederaufbaus bis etwa zum Ende der 1950er Jahre einen Zuwachs von Bewohnern, um die die Filme u.a. warben.

In der Mitte der 1950er Jahre, als die Industrielandschaft im Ruhrgebiet noch in voller Blüte stand, dominierten noch keine ablehnenden Vorstellungen von der Überformung der Landschaft, der Zerstörung alter Strukturen und den Schrecken und Zumutungen der Arbeitswelt. Vielmehr drückten die Filme eine Begeisterung für wirtschaftliche und technische Leistungen aus, die letztlich noch an die Euphorie des 19. Jahrhunderts anknüpfte. Industrie wurde auch als Thema für bildende Künste vorgeführt. Erst ab den 1960er Jahren trat als Intention der Stadtfilme hinzu, mit einer verstärkten Imagekampagne das Bild als Schwerindustriestandort alter Prägung zu überwinden.

Der Gelsenkirchen-Film markierte einen ersten Auftakt, dass Städte darauf hinwiesen, dass sie an einer Veränderung der Wirtschaftsstrukturen arbeiteten, um die Folgen einer Monokultur von Kohle und Stahl abzumildern. Doch herrschte in allen drei Filmen eine Aufbruchsstimmung vor, was die Hinwendung zur Chemieindustrie betraf. Im Gelsenkirchener Film hieß es: „Kohle in die Retorte gezwungen, entwickelt nie gekannte Wunderkräfte, wird Brücke vom alten zum neuen Revier“, in Castrop-Rauxel: „als Vorstufe der modernen Kohlechemie erhielten ihre Erzeug-

nisse wie Gas, Teer, Rohbenzol, Schwefel und Ammoniak wachsende Bedeutung als Ausgangsstoffe für die Produktion von Arzneien und Farben, Treibstoffen und Düngemitteln“. Den Aufbruch in weiterverarbeitendes Gewerbe wie auch die Verlagerung des Industriereviers nach Norden fasste der Filmproduzent Hans Peterich für Gelsenkirchen mit dem Titel „Brücke vom alten zum neuen Revier“. Für die Städte im nördlichen Bereich des Ruhrgebiets war die Schwerindustrie erst sukzessive durch die Wanderung entlang den Kohlevorkommen von Süden nach Norden hinzugetreten. So verortete sich die Stadt Gelsenkirchen an der „Naht“ zwischen dem alten, schwerindustriell geprägten Süden und dem „zukunftsreichen“ Revierteil im Norden. Der Film verband die Expansion der chemischen Industrie mit der Stimmung von Fortschritt und Innovation. Affinität zur Technik kam aber auch an anderen Stellen zum Ausdruck. So heißt es im Kommentar: „Wie kaum eine andere Stadt hat Gelsenkirchen es verstanden, neben seiner alten Industrie die neuesten Fortschritte der Technik zu fördern und zu nutzen.“ Auch bei der Ausstattung einer neuen Kinderklinik seien „alle technischen Neuerungen“ berücksichtigt worden. Der Castrop-Rauxeler Film begeisterte sich für das „Wunderwerk der Technik“, das hinter dem Schiffshebewerk Henrichenburg stecke. Und die Botschaft zu Fabrikinnenaufnahmen war häufig, dass vollautomatische Maschinen die Arbeit der Menschen erleichtern sollten.

In den folgenden Jahrzehnten verschlechterte sich das Ruhrgebiet-Image insbesondere im Zuge der Strukturkrise. Ende der 1950er Jahre verlor die Ruhrkohle im weltweiten Wettbewerb an Konkurrenzfähigkeit gegenüber Öl und Gas. Mit Beginn der Kohlekrise 1958, die eng mit einer Liberalisierung des Energiemarktes zusammenhing, kam es zu Absatzstokkungen, Zechenschließungen und Stellenabbau. Dies betraf zunächst die Kohleindustrie, dann aber auch die Stahlindustrie, die zunächst vom sinkenden Kohlepreis profitiert hatte, aber spätestens zwischen 1967 und 1974 in die Krise geriet, und die nachgelagerten Zweige. Angesichts günstiger konjunktureller Entwicklungen fanden 1960/61 entlassene Arbeitnehmer aus dem Ruhrbergbau ohne Schwierigkeiten Arbeit in anderen Branchen, so dass bei politischen Entscheidungsträgern die Bedeutung der Krise erst ab einem erneuten Konjunkturreinbruch mit Zechenschließungen 1962 erkannt wurde.

Mit der Strukturkrise prägten kritische Blicke auf rauchende Schloten, Umweltbelastungen, das Grau und die Tristesse, harte und schmutzige Arbeit sowie Massenarbeitslosigkeit das Bild der Ruhrgebietsstädte. Da die Strukturkrise für die Filme des Jahres 1956 noch keine Bedeutung hatte und Gelsenkirchen 1960 erst am Beginn der Umstrukturierung stand, spielte das Thema Konsum noch keine überragende Rolle für die drei betrachteten Städte. Immerhin stellte sich Gelsenkirchen auch als Einkaufsstadt dar. Dazu zählte die Versorgung von „Hunderttausenden“ über Wochenmärkte und den Großmarkt.

Aussagen zu geschlechtsspezifisch unterschiedlichen Arbeitsplätzen lassen sich zum Gelsenkirchener und zum Castrop-Rauxeler Film machen: Während in den Szenen aus der Schwerindustrie neben den Maschinen nur Männer zu sehen waren, lenkten die Bilder zur Bekleidungsindustrie den Blick auf Frauenarbeitsplätze. Die Nachkriegszeit hatte zugunsten der heimkehrenden Soldaten Frauenarbeit wieder zurückgedrängt bzw. auf angestammte geschlechtsspezifisch zugeschriebene Bereiche verwiesen.

Als zentrale, ja lebensnotwendige Ader für das Funktionieren des Wirtschaftslebens galt Stadtvätern und Filmproduzenten das Verkehrswesen. Dieses war für den Transport von Rohstoffen und Produkten sowie für den Personenverkehr relevant. Die Filmer fingen Szenen zu Straßen, Kanälen und Hafenanlagen ein. Der Aufschwung des automobilen Zeitalters gewann in der Stadtplanung und -entwicklung deutlich an Boden, wie der Kommentar des Gelsenkirchener Films unterstrich, der den Ausbau „neuzeitlicher Verkehrsverbindungen“ als Stärkung städtischer Infrastruktur propagierte. Für die Binnenschifffahrt war in Gelsenkirchen der Rhein-Herne-Kanal von Bedeutung, für Castrop-Rauxel der Rhein-Elbe-Kanal. In Castrop-Rauxel galten moderne Bauten und breite Straßen als Aufbruch in eine optimistische Zukunft. Als Verkehrsmittel wurden zudem Busse und Straßenbahnen bildlich ins Konzept aufgenommen. Das Schienennetz der Eisenbahn wurde jedoch nicht thematisiert.

## **2. Das Lebensumfeld: Wohnen, Erholung und Kulturangebote**

Eines der wichtigsten Anliegen der Stadtwerbefilme war es, den Ort als attraktives und lebenswertes Wohnumfeld zu skizzieren. Die Entstehung

von genügendem und gesundem Wohnraum wurde als Ziel der Stadt-  
väter geschildert. Verwies der Castrop-Rauxel-Film noch auf den Umfang  
des sozialen Wohnungsbaus, der die Wohnungsknappheit in Folge des  
Krieges mildern sollte, so stellte sich die Marler Stadtplanung noch ambi-  
tionierter dar, die gleich eine ganz neue Stadtlandschaft schaffen wollte.  
Je nach den zeitspezifisch aktuellen städtebaulichen Leitbildern erschie-  
nen z.B. in Gelsenkirchen neue Wohnungen in Blockbebauung mit Grün-  
gürtel als geeignete Basis, damit Kinder „unbeschwert und gesund ...  
heranwachsen“ könnten. Blockartige Wohnheimanlagen für alleinstehende,  
berufstätige Frauen und die Versorgung von Senioren in Alters-  
heimen wurden als modellhafte Einrichtungen vorgeführt. Auch für die  
Stadt Marl wurden Aspekte wie die „Lufthygiene“ für Wohnviertel in  
den Vordergrund gestellt.

Der Film zu Castrop-Rauxel wollte insbesondere Arbeitskräfte für den  
Bergbau heranziehen und betonte daher die günstigen Lebensbedingun-  
gen für diese: „Besonders für den Bergmann, der früher in lieblosen  
Kolonien leben musste, sind neue, in Grün gebettete Siedlungen ent-  
standen, die sich vielfach inmitten alter Baumbestände weitläufig aus-  
dehnen. In der Sorge um den bergmännischen Nachwuchs entstanden  
Jugenddörfer, in denen auswärtige Jungbergleute in Familien betreut  
werden. In Gemeinschaftshäusern, Bastelwerkstätten und Sportanlagen  
finden sie Freude und Entspannung nach schwerer Arbeit.“

Die Umgebung der Städte, die noch von Landschaft, Feldern und Wald-  
gebieten geprägt sei, bot sich an, um eine naturnahe Lebensqualität zu  
suggerieren. Der Kommentar, der den Ort als altes „Bauernland“ einord-  
nete, erzeugte ein Gefühl von Heimat, Heimeligkeit und Tradition. Die  
Industriestädte ‚verkauften‘ sich in den Filmen gern als Städte im Grünen.  
So formulierte der Kommentar zur Lage Castrop-Rauxels: „wie eine grü-  
ne Insel liegt sie da, umgeben von einer gewaltigen Industrielandschaft  
von rauchenden Schloten und Kohlebergwerken, die dem Land den  
Namen schwarzes Revier gaben, eingebettet zwischen weiten Feldern  
und ausgedehnten Waldgebieten“. Der Kommentar zu Marl verwies  
darauf, dass die Hälfte des Stadtgebiets noch landwirtschaftlich genutzt  
werde und viele Erholungsmöglichkeiten in der Natur zur Verfügung  
ständen. Parks, Gärten und Ausflugsziele wie Adelsitze und Lokale im  
Umland (z.B. Castrop-Rauxel: Wasserschloss Bladenhorst, Haus Dorloh,

Rittersitz Goldschmieding; Gelsenkirchen: Schloss Berge, Marl: Loemühle) sollten einen Gegenpunkt zur industriellen Kulisse und Arbeitswelt setzen. Der Gelsenkirchener Zoo konnte sowohl die Sehnsucht nach Naturerlebnis als auch nach Freizeitgestaltung bedienen.

Zu den „weichen“ Standortfaktoren gehörten zudem verschiedene Angebote zur Freizeitgestaltung. Die Filme zeigten dabei aber vor allem Angebote für Zuschauer: Fußball auf der Gelsenkirchener Glückaufkampfbahn bei Spielen von Schalke 04, Trab- und Galopprennen und weitere Wettkämpfe auf anderen Sportanlagen. Möglichkeiten für eigene sportliche Aktivitäten boten am ehesten noch die gefilmten Bäder. Andere Aktivitäten wie Vereine standen nicht im Fokus.

Neben dem Bereich Freizeit wollten sich alle drei Städte als Orte der Hochkultur in Szene setzen. Alle verwiesen stolz auf ihre Theater. In Gelsenkirchen zeigte der Film den Theaterneubau mit „moderne[m] Akzent“. Das Theater in Castrop-Rauxel unterstrich seine Bedeutung, dass es 50 Orte der Umgebung mitversorge. Nach einer Phase der „Barbarisierung“ zur Zeit des „Dritten Reichs“ schien die Rückbesinnung auf eine bürgerliche Hochkultur mit gleichermaßen modernen Zügen als Möglichkeit zu einem unbelasteten Neuanfang und zur Distanzierung zur NS-Zeit. So leitete der Kommentar zum Marler Bildungsheim „Die Insel“ über, dass hier der „Bildungshunger“ nach „schönen Künsten“ gestillt werden könne. Zudem konnten Angebote der Hochkultur als Kontrapunkt zu einer Vorstellung fungieren, dass die von Arbeiterschaft geprägte Region mit einem Defizit an Bildung und Kultur einhergehe. Populäre Kultur wie Kinos, Kneipen, Cafés, Bars, Tanzmöglichkeiten und Jahrmärkte schaffte es jedoch nicht auf die Filmstreifen. Auch Aufbrüche von Jugendbewegungen, z.B. im Bereich der Musik, passten offenbar nicht zum Zielgruppenfokus der Filme.

### **3. Die Auftraggeber und ihr Steckenpferd: Stadtväter und Stadtplanung**

Ein zentraler Teil der Stadtwerbefilme galt der Legitimation des Handelns der Stadtväter. Sie bestimmten die Geschicke der Stadt und wollten hervorgehoben sehen, wie sie Herausforderungen ihrer Zeit meisterten. Als Dienstleister im Sinne des Gemeinwohls charakterisierten die Filme die

politischen Entscheidungsträger. Der Gelsenkirchener Film klassifizierte diese im Zusammenhang mit der selbstgewählten, „vornehmste[n]“ Aufgabe der „Gesunderhaltung der Jugend“ als „weitschauende Stadtväter“. Der Marler Film hob auf die Tätigkeit der Stadträte so ab: „Der Rat der Stadt macht sich ständig Sorge darüber, welche Aufgaben zu erfüllen sind, welche dringendsten Probleme ihm die größten Verpflichtungen auferlegen.“ In der Regel galt in den Filmen der 1950er Jahre aber die Stadtplanung als Paradebeispiel der kommunalen Aktivitäten. Dies konnte sowohl den Wiederaufbau als auch das Engagement für den sozialen Wohnungsbau beinhalten. Im Fall Marls signalisierte der Werbefilm den Anspruch, dass hier eine beispielgebende „Modellstadt“ am Reißbrett entworfen werde. Die Kohleförderung ab 1910 und die Ansiedlung des Chemie-Standorts ab Ende der 1930er Jahre hatten bereits früher ein schnelles Wachstum der Bevölkerung hervorgerufen, das mit der Ausweitung des Chemieparks nach dem Zweiten Weltkrieg und dem damit einhergehenden Arbeitskräftebedarf die Dringlichkeit einer entsprechenden Stadtplanung unterstrich. Zwar blieb die Industrie die Lebensgrundlage des Ortes und die Einbettung in die Region und ihre Charakteristika sollte erhalten bleiben, doch sollte die Stadtplanung vorrangig nach Bedürfnissen und Interessen der Bewohner und nicht der Industrie ausgerichtet werden. Der Filmkommentar verweist auf den Anspruch, dass das „neue Revier“ in „neuen Städten“ und „neuen Fabriken“ ein „neues Menschenbild“ formen wolle. Dafür werde mit Marl eine „neue Stadtlandschaft“ geschaffen, die überschaubar („nicht besonders groß oder anziehend“) sein solle.

Das gezielt planerische Moment zu betonen, sollte Schreckbilder wie die einer nahezu ungezügelter Urbanisierung des 19. Jahrhunderts bannen. Entsprechend sprach der Kommentar für Gelsenkirchen an, dass „alles ... bis ins letzte geplant“ sei und „die Zusammenhanglosigkeit“ vermieden werde. Die Marler Variante wurde noch deutlicher: Der Titel des Werks – „Der Mensch im Planquadrat“ – sollte die rational angelegten Strukturen in den Mittelpunkt rücken. Hier sollten „Sünden“ der Städteentwicklung der anwachsenden Industriedörfer des Ruhrgebiets 100 Jahre zuvor vermieden werden, wie der Kommentar erläuterte.

Der Bau der am Reißbrett entworfenen Stadt entsprach Konzepten der Reformbewegung, die in die „Charta von Athen“ eingeflossen waren,

die 1933 unter der Federführung von Le Corbusier entwickelt worden war und auf eine Funktionstrennung der Bereiche Wohnen und Arbeiten abzielte, um unerträglich gewordenen Lebensbedingungen, die sich aus der Industrialisierung ergeben hatten, zu begegnen. Die Wirksamkeit dieses Ideals setzte insbesondere in der Nachkriegszeit ein. Es beeinflusste v.a. in den 1950er Jahren die Ausprägung der städtebaulichen Idee von der gegliederten und aufgelockerten Stadt. In Marl findet sich die Idee im Film in der Benennung als „Zonenstadt“, die die Bereiche Industrie, Wohnen und Grün trennen wolle. Diese Planungen hatten auch in Marl einen längeren Vorlauf, der in die 1920er Jahre zurückging. Eine weitere qualitative Verbesserung des Wohnumfelds sollte die „Kunst am Bau“ bringen, die mit modernen Formen und Themen wie Tiere, Arbeitsleben oder Landwirtschaft z.B. die Fassaden zierte. Als weitere, zukünftig anstehende Großbauprojekte wurden der Bau eines Hallenbades und des Rathauses beworben; letzteres wurde 1960 begonnen. Als eine Bestätigung der eigenen Arbeit in der Stadtplanung führte der Marler Film eine Einschätzung des Bundespräsidenten Theodor Heuß an, der die Stadtplanung in Marl als „architektonisches Wagnis“ bezeichnete, das aber „geglückt“ sei in Grundriss und „Geist, der alles erfüllt“ – so der Filmkommentar.

Sozusagen eine „Visitenkarte“ der kommunalen Entscheidungsträger und damit der Auftraggeber räumten die Filme zu Gelsenkirchen und Marl als letzten Eindruck der Filme ein: In Gelsenkirchen endeten die Bilder mit dem Blick auf die Skulptur auf dem Platz vorm Rathaus und dessen Turm, in Marl mit einer Sitzung der Stadträte und Stadtmodellen als Zukunftsvisionen.

#### **4. Thematische Leerstellen und Ausnahmethemen**

Angesichts der Zielsetzung der Filme, Bewohner und Arbeitskräfte, Kunden und Gewerbetreibende in die Stadt zu ziehen und ein positives Image der Stadt zu befördern, lassen sich auch thematische „Leerstellen“ benennen. Keine Erwähnung fanden Entwicklungen des politischen Lebens vor Ort oder die Bewältigung von Nationalsozialismus und Krieg, abgesehen von den Leistungen des Wiederaufbaus. Entnazifizierung, der Umgang und die Rückführung von DPs (displaced persons), Demontage der Alliierten,

Probleme von Kriegsheimkehrern, Reparationen, Besatzung oder Zuwanderung blieben unerwähnt. Auch der Verzicht, den Wiederaufbau eines lokalpolitischen Lebens z.B. durch Zeitungen, Parteien, Wahlen, Herausbildung politischer Spektren zu zeigen, stärkte die scheinbar „unpolitische“ Tendenz der Filme. Des Weiteren fand Religion keine Erwähnung, auch wenn Kirchen bei Stadtansichten zu sehen waren bzw. Marl auf den Bau von drei neuen Kirchen im Zuge der allgemeinen städtischen Expansion hinwies.

Die Filme konnten allerdings auch Themen ansprechen, die für das Genre in der Regel ungewöhnlich waren. So birgt z.B. der Stadtfilm zu Castrop-Rauxel Besonderheiten im Vergleich zu vielen anderen Stadtfilmen dieser Zeit. Zum einen sprach er mit dem Hinweis, dass sich die Bevölkerung mit dem jährlichen „Neuroder Heimattreffen“ „mit ... Entschlossenheit ... den Vertriebenen aus dem deutschen Osten“ annahm, die Frage nach der Integration von Flüchtlingen und Vertriebenen an. In Gelsenkirchen kam dieses Thema nur versteckt vor: Bei den Arbeitsplätzen für Frauen werde die nun hier angesiedelte „vertriebene Bekleidungsindustrie“ integriert. Zum anderen zeigte der Film Bemühungen auf dem Feld der Völkerverständigung. Nach einer Europa-Abstimmung im Juli 1950, in der über 95% der Wähler für ein vereinigtes Europa votierten, nahm Castrop-Rauxel den Titel einer „Europastadt“ an. 1962 verlieh der Europarat der Stadt dann den Ehrentitel als „Gemeinde Europas“.

Auch die Szenen der zwischen 1950 und Ende der 1960er Jahre auf Haus Goldschmieding beheimateten „Freunde der Gesellschaft der moralischen Aufrüstung“ sollten auf Internationalität, Völkerverständigung und eine Art von „Re-education“ hinweisen. Die christlich-konservative Bewegung der „Moralischen Aufrüstung“ hatte ihre Wurzeln in einer amerikanischen christlichen Erweckungsbewegung um den Prediger Frank Buchmann, die in den USA in den 1920er und 1930er Jahren unter dem Namen „Oxfordgruppe“ regen Zulauf gefunden hatte. Durch Reisen zur Missionsarbeit gelangte die Bewegung u.a. nach Nordwesteuropa. Die Bewegung ging von der Vorstellung aus, dass die Probleme der Zeit nur durch eine Umwandlung der Gesellschaft gelöst werden könnten, die wiederum beim einzelnen Menschen beginnen müsse. Erreicht werden sollte diese „absolute Selbstlosigkeit“, die ein Ende aller Kriege bewirken sollte, mit der Hinwendung zu den ethischen Grundsätzen von „absoluter Ehrlich-

keit, absoluter Reinheit, absoluter Selbstlosigkeit, absoluter Liebe“. Mit ihrer antikommunistischen Haltung und der internationalen Vernetzung schienen die „Freunde der Moralischen Aufrüstung“ kurz nach dem Zweiten Weltkrieg als Möglichkeit für deutsche Politiker, einen Neuanfang zu setzen. In örtlichen Gruppen und auf „Konferenzen“ standen gemeinsames Gebet, Selbstanklage und Reformgelöbnis im Mittelpunkt. Ab Mitte der 1950er Jahre häuften sich allerdings kritische Betrachtungen angesichts der puritanischen Moralvorstellungen und des Dogmatismus der Gruppe. 1969 löst sich die deutsche Gruppe auf.

## 5. „... hat die Zukunft begonnen“ – Optimismus, Fortschritts- glaube und Zukunftsvision

Der Stolz auf die Leistungen und Errungenschaften sollte gleichermaßen wirkmächtig auf die Bewohner wie potentielle Zuzügler wirken. Stolz blickten die Städte auf ihre Aufbau- und Versorgungsleistungen zurück: Für Gelsenkirchen kristallisierte sich dies am Wiederaufbau nach dem Krieg. So lautete der Kommentar dazu: „Aufbauwille der Bürger hat Gewaltiges geleistet. Neuer Geist schuf neue Formen“. In Castrop-Rauxel wurde dieser Stolz sichtbar in der Sequenz, in der große Massen von produzierten Fertigsteinen für den Wohnungsbau gezeigt werden: „der schnelle Arbeitsrhythmus beim Bau moderner Wohnungen und Werksanlagen erfordert große Mengen Betonsteine. Vollautomatische Maschinen formen das Material“.

Aber auch die Versorgung mit Einrichtungen und Dingen, die in den Jahren des Krieges und der unmittelbaren Nachkriegszeit nicht ausreichend zur Verfügung gestanden hatten, erhöhte die gezeigte Erfolgsbilanz: die Lebensmittelversorgung durch Märkte, aber auch durch die Produktion von Kunstdünger, Bildungseinrichtungen wie Schulgebäude, Kindergärten, Spielplätze, Schwesternschule und -wohnheim für Krankenschwestern (Marl), moderne Krankenversorgung mit neuen Krankenhäusern mit moderner Technik und besseren Rahmenbedingungen wie dem 3-Bett-Zimmer statt Krankensälen in der Paracelsus-Klinik (Marl).

Die Filme versuchten das zu betonen, was an der jeweils dargestellten Stadt einzigartig sei, um sich gegenüber anderen Kommunen abzuset-

zen. So avancierte der Gelsenkirchener Großmarkt zum „modernsten“ und das Marler Parkbad zum „schönsten“ im „ganzen Revier“. Der Castroper Rennreiter-Brunnen wurde als einziges Denkmal für den Galopp-sport in Deutschland hervorgehoben. Das Schiffshebewerk Henrichenburg sei „weltbekannt“ und einzig in Westdeutschland.

Flossen solche Alleinstellungsmerkmale eher am Rande in die Kommen-tare ein, so unterstrichen die Filme besonders die Ausrichtung der städti-schen Planungen auf Fortschritt und Zukunft. Dies nahm gerade die Rah-menbedingungen für Kinder in den Blick. Verwiesen wurde auf neue Schulbauten als „lichtdurchflutete Schulhäuser, in denen das Lernen eine Freude ist“, Spielplätze, Kinderverkehrsgarten, Kinderkliniken, die suggerierten, dass die neue Generation hier in geschützten Verhältni-sen aufwachsen könnte und damit einen Kontrast zu den Erfahrungen in den Kriegsjahren lieferte.

Entsprechend war die von den Filmen transportierte Stimmung eine opti-mistische und zukunfts zugewandte. Die laufenden Bilder fungierten als eine stolze Leistungsschau über jüngst Geleistetes und formulierten Maß-stäbe für die weitere Zukunft. So sollte das Leben vor Ort „unbeschwert“, „gesund“, „vorbildlich“, „modern“ und nach „neueste[n] Fortschritte[n]“ ausgerichtet sein. Gefährdungen zu beseitigen und vorausschauend zu planen, das sahen die Auftrag gebenden Stadtväter als ihre Aufgabe an. Die Filme sollten ihr bisheriges Handeln als Erfolg zeigen und damit das Vertrauen der Bewohner sichern.

Die Filme formulierten ihre Botschaft über die Zukunftsfähigkeit der Städte häufig im Titel und in den Endsequenzen. In Gelsenkirchen verkörperte der Titel „Brücke vom alten zum neuen Revier“ bereits das Programm: Hier ging es nicht nur um die geographische Wanderung der Ruhrindus-trie, sondern doppeldeutig auch um den Übergang in die Zukunft. Der Gelsenkirchener Film endete mit Aufnahmen zum jährlichen Sommerfest am Ausflugsziel Schloss Berge und einem Feuerwerk, unterlegt mit einem Kommentar, der Zukunftsoptimismus als „Äußerungen des Lebenswillens und der Lebensfreude“ zum Ausdruck brachte: Es „liegt ein Leuchten über dieser Stadt; weithin ausstrahlend in die Landschaft und in die Zukunft“. Auch der Marler Film stieg mit der formulierten Gewissheit aus: „In Marl hat die Zukunft begonnen“.

## V. Quellen und Literatur

### Quellen:

**Institut für Stadtgeschichte Gelsenkirchen:** „StA 80 Zeitungsausschnittsammlung über Kulturfilm Stadt der tausend Feuer“, „Gelsenkirchener Blätter 1955-1960“

**Stadtarchiv Castrop-Rauxel:** „Bestand Nr. 8953-57 Werbefilme von Castrop-Rauxel – Kulturamt 105“

**Stadtarchiv Herne:** Meldekartei, Adressbuch

**Stadtarchiv Marl:** „Haupt- und Finanzausschuss der Stadt Marl 1955-1958“, „Westdeutsche Allgemeine Zeitung“, „Neueste Zeitung“

**Filmbewertungsstelle Wiesbaden (FBW):** Filmauskunft

**Freiwillige Selbstkontrolle Wiesbaden (FSK):** Filmauskunft

### Literatur:

**Amenda, Lars, Grünen, Sonja:** „Tor zur Welt“. Hamburg-Bilder und Hamburg-Werbung im 20. Jahrhundert, Hamburg 2008

**Biskup, Thomas, Schalenberg, Marc (Hg.):** Selling Berlin. Imagebildung und Stadtmarketing von der preußischen Residenz bis zur Bundeshauptstadt, Stuttgart 2008

**Bonte, Achim:** Werbung für Weimar? Öffentlichkeitsarbeit von Großstadtverwaltungen in der Weimarer Republik, Mannheim 1997

**Fleiß, Daniela:** Auf dem Weg zum „starken Stück Deutschland“. Image- und Identitätsbildung im Ruhrgebiet in Zeiten von Kohle- und Stahlkrise, Duisburg 2010

**Giese, Torben:** Moderne städtische Imagepolitik in Frankfurt am Main, Wiesbaden und Offenbach, Frankfurt a.M. 2010

**Goch, Stefan:** Gelsenkirchen – Die Stadt im Industriezeitalter und Strukturwandel, Ms, Gelsenkirchen 2008

**Goergen, Jeanpaul:** Urbanität und Idylle. Städtefilme zwischen Kommerz und Kulturpropaganda, in: Kremeier, Klaus, Ehmann, Antje, Goergen, Jeanpaul (Hg.): Geschichte des dokumentarischen Films in Deutschland, Bd. 2 (Weimarer Republik 1918–1933), Stuttgart 2005, S. 152–172

**Goergen, Jeanpaul:** Stadtbilder zwischen Heimattümelei und Urbanität, in: Zimmermann, Peter, Hoffmann, Kay (Hg.): Geschichte des dokumentarischen Films in Deutschland, Bd. 3 („Drittes Reich“ 1933–1945), Stuttgart 2005, S. 320–332

**Guckes, Jochen:** Konstruktionen bürgerlicher Identität. Städtische Selbstbilder in Freiburg, Dresden und Dortmund 1900–1960, Paderborn 2011

**Günther, Lutz Philipp:** Die bildhafte Repräsentation deutscher Städte. Von den Chroniken der Frühen Neuzeit zu den Websites der Gegenwart, Köln/Weimar/Wien 2009

**Minner, Katrin:** Lost in transformation? Städtische Selbstdarstellung in Stadt(werbe)filmen der 1950er bis 1970er Jahre, in: Clemens Zimmermann (Hg.): Stadt und Medien. Vom Mittelalter bis zur Gegenwart, Münster 2012, S. 197–216

**Riederer, Günter:** Auto-Kino. Unternehmensfilme von Volkswagen in den Wirtschaftswunderjahren, Wolfsburg 2011,  
<http://vwpress.files.wordpress.com/2012/01/auto-kino.pdf> [Stand: 12.09.2012]

**Ward, Stephan V.:** Selling Places. The Marketing and Promotion of Towns and Cities 1850–2000, London 1998

**Zimmermann, Peter (Hg.):** Geschichte des dokumentarischen Films in Deutschland, 3 Bde. Stuttgart 2005

## VI. Filmografie

### 1. **Grüne Insel im schwarzen Revier**

Regie und Kamera: Herbert K. Theis

Drehbuch: Heinrich Frings

Musik: Emil Ferstl

Produktion: Herbert K. Theis-Film, München – Ruhrgebiet, 1956  
16 mm, 115 m, s/w, Ton, ca. 10 Min.

### 2. **Der Mensch im Planquadrat**

Regie und Kamera: Herbert K. Theis

Drehbuch: Franz Hahn

Musik: Emil Ferstl

Produktion: Herbert K. Theis-Film, München – Ruhrgebiet, 1956  
16 mm, 114 m, s/w, Ton, ca. 10 Min.

### 3. **Brücke vom alten zum neuen Revier**

Regie: Hans Peterich

Kamera: Horst W.A. Paul und Peter M. Blank

Drehbuch: Röttger Bothe

Musik: Heinz Heindel

Produktion: Exentrik-Film, Münster – Hamburg, 1960  
35 mm, 336 m, s/w, Ton, ca. 12 Min.

## VII. Produktionsangaben

Gesamtkonzept und Einführungsfilm von Ralf Springer

Redaktion: Claudia Landwehr

Schnitt und DVD-Authoring: Thomas Moormann

Tonbearbeitung: Jonas Köhne

Sprecherin: Christine Finger

Produktionsleitung: Hermann-Josef Höper

Eine Edition des LWL-Medienzentrums für Westfalen

---

### Dank an

Stadtarchiv Herne

Stadtarchiv Marl

Stadtarchiv Castrop-Rauxel

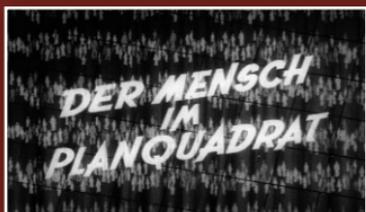
Institut für Stadtgeschichte Gelsenkirchen

Günter Riederer

Hannelore Peterich



Grüne Insel im schwarzen Revier  
Produktion: Herbert K. Theis-Film  
Castrop-Rauxel 1956, ca. 10 Min.



Der Mensch im Planquadrat  
Produktion: Herbert K. Theis-Film  
Marl 1956, ca. 10 Min.



Brücke vom alten zum neuen Revier  
Produktion: Exentrik-Film  
Gelsenkirchen 1960, ca. 12 Min.

„Lang liegt ein Leuchten über dieser Stadt; weithin ausstrahlend in die Landschaft und in die Zukunft“, so der Schlusskommentar des Films „Brücke vom alten zum neuen Revier“. Wie viele andere Städte in der Wirtschaftswunderzeit präsentierten sich auch Gelsenkirchen, Marl und Castrop-Rauxel mit einen Stadtwerbefilm.

Mit freundlicher Unterstützung durch:



Eine Edition  
des LWL-Medienzentrums für Westfalen  
ISBN 978-3-939974-27-7

Lehrprogramm  
gemäß § 14 JuSchG