



**I M R A T H A U S**

**Bündnis90/Die Grünen, Friedensplatz 1, 44122 Dortmund**

An die Medien

13.03.02

Das neue Image: Langemeyer baut Luftschlösser

Anfang März wurde sie auf Hochglanzpapier stolz vorgestellt, die Imagekampagne des Dortmund-Projektes. Inzwischen hat sie schon viel von ihrem Glanz verloren. Nicht nur, dass die Titelseite den Düsseldorfer Flughafen bewirbt und im Lageplan der „alte Flughafen“ für manche Irritation gesorgt hat (die fehlende Ortskenntnis der beauftragten Essener Agentur hat der Oberbürgermeister wohl übersehen) - nun ist auch noch das 3 do von der Bahn aufs Abstellgleis geschoben worden.

Die Kampagne selbst weist eine ähnlich kurze Halbwertszeit wie das 3do auf. Denn inzwischen, so ist zu vernehmen, signalisiert der OB bereits eine baldige "zweite Auflage". Die Kosten der Imagekampagne dagegen sind enorm und haben nachhaltige Wirkung: 500000 Euro war dem Dortmund-Projekt die Kampagne wert.

Dazu Birgit Unger, wirtschaftspolitische Sprecherin der GRÜNEN:

"Mit dem Ziel einer schnellen zweiten Auflage wird auch aus dem Hause Langemeyer de facto eingeräumt, wie die Image-Kampagne zu bewerten ist: Nämlich als Flop. Handwerklich schlecht gemacht bewirbt sie Symbole, deren Realisierung gescheitert ist oder in weiter Ferne liegt, wie bspw. der Phoenix-See."

Ausgesprochen fragwürdig erscheint es überdies, Mittel aus dem Dortmund-Projekt, die vorrangig der Gestaltung des Strukturwandels und Entwicklung des Standortes Dortmunds dienen sollen, für eine Kampagne einzusetzen, die ihre Zielgruppe vornehmlich "innen" d.h. bei den Dortmunder und Dortmunderinnen sucht.

Birgit Unger stellt fest:

„Der OB baut Luftschlösser -die Wirklichkeit sieht anders aus. Eine Image-Kampagne, die lediglich auf Wunschvorstellungen baut, deren Realisierung fraglich ist, trägt nicht zur Identifikation der BürgerInnen mit ihrer Stadt bei. Familienfreundlichkeit oder ökologische Lebensqualität, die das tägliche Leben der Menschen hier und heute beeinflussen, sind dagegen keine werte, die der Stadtspitze imagefördernd für die Stadt erscheinen.

Wir bezweifeln, dass die Image-Kampagne dazu beiträgt, das Vertrauen von BürgerInnen in die künftige Entwicklung Dortmunds zu stärken. Eine Neuauflage der Kampagne angesichts



**IM RATHAUS**

**Bündnis90/Die Grünen, Friedensplatz 1, 44122 Dortmund**

der Pannen bei der Realisierung des neuen Dortmund-Bildes halten wir deshalb für Verschwendung von Steuermitteln.“

Bündnis 90/ DIE GRÜNEN werden im Haupt- und Finanzausschuss Rechenschaft über die Verwendung der Mittel verlangen.