

Image-Rätsel

Fast alle sähen das Image von Duisburg gern verbessert, die Stadt selbst, die Wirtschaft, die Bürger. Nur lässt sich das Image einer Stadt, ihr Ruf, nicht so leicht generieren wie das Image eines Waschmittels oder eines Unternehmens, etwa durch eine Marke, hübsche Bildchen oder flotte Sprüche mit Wiedererkennungswert. Das (und nur das eine) Image einer Stadt gibt's sowieso nicht. Schon das Eigenimage der Stadt und sogar der Stadtteile, also das ihrer Bewohner, kann sich recht stark unterscheiden vom Fremdimage der Stadt, also dem der Ortsfremden. Auch ist jedes Image subjektiv. Das Eigenimage bildet sich vor Ort aus täglicher Erfahrung allmählich heraus, das Fremdimage vor allem durch Besonderheiten, die eine Stadt prägen, und durch Medienberichte. Auch wandeln sich die komprimierten Vorstellungen der Menschen von einer Stadt im Laufe der Zeit. Das Stadtmarketing steht da vor schwierigeren Aufgaben und größeren Rätseln als jeder Quiz-Teilnehmer. Es muss zur Vermarktung überzeugend Positives glaubwürdig auf einen kurzen Nenner bringen. Gleichzeitig wird Positives durch jede Negativnachricht konterkariert. Dabei lebt sogar der „Quiz-Gott“ in Duisburg-Hochfeld.