

Stadtwerbung und Selbstliebe

Was tut die Stadt nicht alles, um nach außen im besten Licht einer faszinierenden Metropole zu erscheinen! Und wie viele Stadtwerber sind da am Werk: zwei Internet-Redaktionen, der Konzern Duisburg, der Kulturbetrieb Duisburg, die Tourist Information, früher vor allem Duisburg Marketing, jetzt die Kontoristen von DuisburgKontor usw.! Schon der Internet-Auftritt mit märchenhaft schönen Werbevideos, Fotos und Downloads lässt keinen Zweifel zu: Duisburg, die Stadt am Wasser, ist zum Verlieben! Nicht weniger unwiderstehlich sind die vielen und teuren Hochglanzbroschüren der Stadt. Jeder Auswärtige, der sie in die Hand bekommt, muss unverzüglich eine Besichtigungsreise nach Duisburg antreten bei so viel Wasser, Natur, Sport, Kunst und (Industrie-)Kultur! Der neueste Knüller aus dem DuisburgKontor ist die Hochglanzbroschüre mit dem mythischen Titel „Duisburg - Stadt von Wasser und Feuer“. Auf nur 32 Seiten wird eine Überfülle an Fotos von städtischen Highlights ineinander geschachtelt. Auswärtige müssen neidisch, Einheimische stolz werden. Mir gefällt vor allem die schöne Selbstliebe der Stadtwerber, erinnert sie doch an den mythischen Jüngling Narziss. Der verliebte sich auch am Wasser in sein Spiegelbild.

HOS