

Auf Markensuche

Was hat die Stadt nicht schon alles unternommen, um aller Welt ihr Image mittels eines Slogans zu vermitteln! „Duisburg am Rhein. Im Herzen Europas“, „Stadt von Wasser & Feuer“, „Stadt der Kultur“, „Größter Stahlstandort Europas“ usw. Auch wartet man seit Jahren im Rahmen des Leitbildprozessen „Ihre Ideen, unsere Stadt“ auf Eingebungen aus der Bevölkerung.

Meines Wissens hat bislang nur die Künstlergruppe Duistopia die Schwierigkeit erkannt, für die komplexe und vielfältige Stadt einen Slogan zu finden, der sie richtig, vor allem ehrlich, erfasst. Ihr Pseudo Institut für angewandte Kultur- und Wirtschaftsförderung schlägt als satirische Lösung „Duisburg Rhein Ecke Ruhr“ vor. Jetzt ist die Stadt wieder auf der Suche. Diesmal sind wir öffentlich aufgerufen, uns eine authentische „Wort-Bild-Marke“ für Duisburg einfallen zu lassen. Eine Marke! Dass das Stadtmarketing die Grenze der Ideenfindung erreicht hat, kann man verstehen. Sollte tatsächlich jemandem eine ehrliche Wortmarke (Slogan), Bildmarke (Grafik) oder kombinierte Wort-Bild-Marke für Duisburg einfallen, dann sollte er (oder sie) sie zunächst beim Deutschen Patent- und Markenamt in München eintragen lassen. Könnte ein gutes Geschäft werden.