

Der Leitbildprozess

Die Stadt Duisburg hat zum 1. Februar eine Stabsstelle Strategisches Marketing eingerichtet - der Start zu einem „Leitbildprozess“. Ab April sollen über mehrere Monate Themenworkshops stattfinden. Am Ende sei ein Leitbild zu formulieren und in eine Imagekampagne umzusetzen. Imagekampagne? Die ultimative nach so vielen anderen? Duisburg - Stadt Montan / Duisburg am Rhein. Im Herzen Europas / Duisburg kann's. Duisburg zeigt's / Wirf Anker in Duisburg! / Duisburg kann länger / Größter Stahlstandort Europas / Größter Binnenhafen Europas. Was wurde nicht schon alles an Leitbildern ausgeheckt - bis hin zum Geniestreich der „Horst-Schimanski-Gasse“! Ein positives Stadtimage ist wichtig, ohne Zweifel. Aber es muss auch glaubwürdig sein. Sonst werden Kampagnen leicht zum Leitbild. Außerdem: Es gibt Lern- und Produktionsprozesse, also Voranschreitendes, etwas Dynamisches. Ein Leitbild als Ziel oder Ideal jedoch ist unveränderlich, etwas Statisches. Anekdotisch mahnte Dietrich Genscher einst seinen Chauffeur: „Nun fahren Sie schon!“. Die Rückfrage „Wohin denn, Herr Minister?“ beschied dieser mit „Egal. Ich werde überall gebraucht!“. In Gedanken höre ich einen ähnlichen Bescheid an die neue Stabsstelle: „Nun starten Sie schon ...!“