

# Das neue Wuppertal

Vok Dams steht für eine Wuppertaler Erfolgsgeschichte und ist weit über die Grenzen der Stadt bekannt. Als Wuppertal-Botschafter setzt er sich mit aktuellen regionalen Themen auseinander, die er analysiert und kommentiert. In seinem Gastbeitrag begrüßt er den Imagewandel Wuppertals.

**Es gibt keine zweite Chance für einen ersten Eindruck. Der erste Eindruck ist immer prägend. Er prägt weitere Wahrnehmungen und Eindrücke. Wir interpretieren und assoziieren alle weiteren Ereignisse und Erfahrungen auf der Grundlage dieses ersten Eindruckes.**

Viele Besucher Wuppertals werden in Zukunft am Hauptbahnhof Döppersberg ankommen. Dann, wenn dieser Döppersberg eindeutig das Tor zur Stadt wird. Viele Wuppertaler (vor allem die, die ab und zu verreisen) werden dieses Tor nutzen und als zentrale Anlaufstelle „ihrer“ Stadt erleben. Vor allem dann, wenn diese Bereiche nicht nur gestaltet sondern auch genutzt werden. Um Besucher zu empfangen und zu verabschieden, um sich zu treffen oder um auseinander zu gehen. Vielleicht auch, um das eine oder andere dort zu erleben.

Der neue Döppersberg wird zum Symbol für das neue Wuppertal. Es

wird der erste einladende Eindruck für die, die ankommen und der letzten bleibende Eindruck für die, die abreisen. Er wird zum Mittelpunkt eines lebendigen Einzelhandels, der sich den Herausforderungen stellt, mit Kundenorientierung und außergewöhnlichen Angeboten, mit freundlichen Mitarbeitern und gut gelaunten Mitbürgern. Wuppertal freut sich auf den neuen Döppersberg und diese Freude prägt Wuppertal.

**Wuppertal zeigt ein freundliches Gesicht. Wuppertal wird sympathisch.**

Das ist die eine Seite der Medaille. Die andere: Der Einzelhandel lebt auf. Eine sympathische, lebendige Stadt ist für Besucher und potentielle Kunden attraktiv. Auch aus dem Umland. Ob Ikea, City-Arkaden oder Outlet-Center, Cafés oder Museen, Theater, Skulpturenpark, Luisenviertel oder Zoo, hier bewegt sich nicht nur die Schwebbahn. Hier fühlt

man sich wohl. Hier möchte man bleiben. Universität, W-tec, Wuppertal Institut und Utopiastadt sind die Treiber für eine Erneuerung. Junge Familien und zukunftsorientierte Unternehmen bilden die Basis für eine erfolgreiche wirtschaftliche Entwicklung.

*Weiterlesen auf Seite 2*



Vok Dams, Gründer der gleichnamigen Kommunikations-Agentur

## Das neue Wuppertal

Fortsetzung des Artikels von Seite 1



Der Bahnhof Mitte trägt zum neuen Image der Stadt bei

**Wuppertal wird nicht nur sympathisch. Wuppertal wird auch wirtschaftlich erfolgreich.**

Das neue Wuppertal bekommt durch den neuen Döppersberg ein neues Gesicht. Aber es gibt noch viel zu tun. Die Qualitätsinitiative Innenstadt lässt grüßen. Das fehlende übergreifende Stadtentwicklungskonzept? Politisches Versagen?

Der neue Döppersberg macht Versäumnisse in anderen Bereichen der Stadt deutlich und weitere Änderungen notwendig. Das Projekt „Wuppertal 2025“ ist ein Anfang. Ein ständiger Optimierungsprozess erforderlich.

Wuppertal verkauft sich unter Wert. Es gilt Erfolge zu definieren und zu kommunizieren. Flakativ, eindringlich, permanent. Wuppertal Marketing

zeigt den Weg. Mit Veranstaltungen, wie dem Wuppertaler Wirtschaftspreis, mit Aktionen, mit Präsenz, mit neuen und guten Ideen. Mit einer strategischen Ausrichtung, mit Impulsen für die Kommunikation, mit Anregungen für die weitere Entwicklung.

**„Das neue Wuppertal ist freundlich, sympathisch, lebendig, interessant, wirtschaftlich und kulturell erfolgreich.“**

Das neue Wuppertal erfindet sich neu und kommuniziert dies aktiv nach innen und außen.

Das neue Wuppertal ist der Beginn einer Erfolgsgeschichte.

Der neue Döppersberg ist der Anfang.“