

Was Wuppertal nach vorn bringt

GASTBEITRAG Der Unternehmerberater Dieter Lübcke über Risiken und Chancen Wuppertals, über Bedenkenträger und Antreiber.

Von Dieter Lübcke

Selten zeigte ein Vergleich zwischen Wirtschaftsunternehmen und Kommunen so viele Übereinstimmungen wie in der heutigen Zeit. Erfolgreiche Unternehmen verfügen über ein Management, das führt, Mitarbeiter werden gefordert, Märkte erkannt und Chancen wahrgenommen, Energie- und Umweltvorgaben berücksichtigt und genutzt sowie Entwicklungen der Gesellschaft – auch international – aufgegriffen. Städte und Gemeinden werden zu Partnern, weil es permanent um Standortfragen geht. Gute Kommunikation nach innen und außen gilt als Erfolgsfaktor. Die Medien als kritische Begleiter des Geschehens sind in geeigneter Weise zu informieren.

Gastbeitrag

Städte und Gemeinden funktionieren in vielem ganz ähnlich. Allerdings ist ihr Erfolg noch stärker von nicht beeinflussbaren Gesetzgebungen abhängig. Und auch die Reaktionen der Bevölkerung stellen einen schwerer kalkulierbaren Faktor dar. Dies vor allem deshalb, weil alles Neue Veränderungen mit sich bringt, die von vielen für nicht erforderlich gehalten werden. Und wenn dann noch die Medien mit kritischen und zugleich negativen Informationen aufwarten, dann hat das „Management“ einer Kommune es besonders schwer. Vor allem, weil oft die Bedenkenträger lauter vernommen sind als die Einsichtigen und die Optimisten, was sich beispielsweise an den Leserbriefen in Zeitungen zeigt.

Daraus entsteht dann eine „Sich-selbst-erfüllende-Prophetie“, das heißt, wenn ausreichend negativ berichtet wird, dann tritt genau das ein, was beabsichtigt ist: Die Leser beginnen, es zu glauben.

Erstes Beispiel: Anstatt dem mühtigen Konzept zur Neugestaltung der städtischen Bühnen eine Chance zu geben, wird schon nach der ersten Vorstellung einer Veranstaltung der Stab darüber gebrochen. Nichts gegen die (berechtigte) Kritik, aber kein Verriß des gesamten Projektes zu diesem Zeitpunkt, denn das neue Konzept hat eine



Dieter Lübcke an der alten Schule in Ronsdorf, die er saniert hat.

Archivfoto: Uwe Schinkel

Chance verdient. Und dann immer diese Vermischungen: Das alles hat nichts zu tun mit den Umbaumaßnahmen am Döppersberg und den leidigen Staus.

Abenteuerliche Betrachtungen, falsche Annahmen

Zweites Beispiel: Der Artikel über den „Leerstand im Osten unserer Stadt“ führt nämlich nicht nur zu negativen, sondern auch zu geradezu abenteuerlichen Betrachtungen. Angesichts der aus der Hüfte geschossenen Lösungsansätze, die stimmungsmachende Meinungen und keine gesicherten Erkenntnisse sind, meint man, der OB-Wahlkampf sei schon ausgebrochen. Was bedeutet zum Beispiel, die Stadt solle Qualität schaffen? Oder was heißt: Die Bevölkerung wandert ab in Universitätsstädte? Ist es nicht vielmehr so, dass Wuppertal mittlerweile eine erfolgreiche Universitätsstadt ist, die einen erheblichen Zuzug an Studierenden erfährt?

Und falsch ist schließlich auch, dass einfach nur die Außenwirkung zu verbessern sei und dann würde alles besser. Pustekuchen, zunächst müssen die Strukturen verbessert werden, um Zuwachs zu erlangen.

Die Wuppertaler Uni genießt einen exzellenten Ruf

Und genau da ist Wuppertal auf dem richtigen Weg. Beispiel: die Bürgerinitiativen (Nordbahn-

trasse, von der Heydt-Museum, Skulpturenpark, Stadttell-Bäder, Zoo, Barmer und Ronsdorfer Anlagen, Junior Uni). Weiter: Noch nie haben hiesige Firmen so viel investiert wie in den letzten Jahren (E/D/E, Coroplast, Barmenia, Bayer, Universität, über 100 Start ups). Noch nie war die Nachfrage nach einem Studienplatz in Wuppertal so groß wie jetzt – über 20 000 junge Menschen sind bei uns – übrigens 4000 zum Masterstudium, weil unsere Uni einen exzellenten Ruf genießt. Auch die Stadtteilentwicklung klappt immer da, wo Bürger sich sowohl zeitlich als auch finanziell engagieren (Arrenberg, Nordstadt).

Aus betroffenen Bürgern beteiligte Bürger machen

Das bleibt auch den überregionalen Medien nicht verborgen. Beispiele: In einer der letzten Ausgaben der Wirtschaftswoche wird berichtet, dass Wuppertal auf Platz 4 bei den Unternehmensgründungen in Deutschland gelandet ist, direkt hinter München. Im Ranking zu den Lebens- und Arbeitsbedingungen hat Wuppertal von allen kreisfreien Städten den größten Sprung nach vorn gemacht. Und im Uni-Ranking der „Zeit“ erreicht unsere Uni bemerkenswerte Platzierungen im Spitzenbereich.

Das alles bringt Image-Zuwachs, erzeugt Nachfrage und bringt neue Unternehmen ins

■ DIETER LÜBCKE

PERSON Dieter Lübcke ist von Beruf Unternehmerberater und unter anderem Ehrenpräsident des Marketing Clubs Bergisch-Land.

Tal und auf die Höhen. Vieles spricht dafür, dass die neue Universitätsstadt Wuppertal eine Riesenchance hat, viele ihrer Studenten dauerhaft in Wuppertal zu halten: Doch das wird nur gelingen, wenn man ihnen Mut macht. In diese Richtung erfreulich war der positive WZ-Bericht inklusive des Leitartikels über das geplante FOC Factory Outlet am Hauptbahnhof. Das waren glaubhafte Informationen sowohl für den Einzelhandel als auch für die Leserschaft.

Letztere möchte sicher auch mehr erfahren über die Arbeit vieler verantwortlicher Gremien und Arbeitskreise, die ganz praxisnah und projektorientiert Dienst für diese Stadt tun. Oder nehmen Sie die Arbeit der Expertinnen und Experten, die an Projekten im Rahmen von „Wuppertal 2025“ arbeiten?

Über solche Projekte sollte die Westdeutsche Zeitung öfter berichten. Denn eine gute Medienberichterstattung kann erheblich dazu beitragen, aus betroffenen Bürgern beteiligte Bürger zu machen, und das wäre der größte Gewinn für alle.