

Westdeutsche Zeitung

Katharina Rüth

Datum 16.05.2015

Fragen und Antworten zum Artikel:

„Besser als der Ruf: Wuppertal verkauft sich unter Wert“

Wie gut oder schlecht ist das Image Wuppertals?

Antwort Vok Dams:

Wuppertal verkauft sich weit unter Wert.

Das wissen wir alle, die wir uns seit Jahren aus kommunikativer Sicht mit unserer Stadt beschäftigen, um die Stärken und Schwächen unseres Wohnortes und unseres Standortes diskutieren.

Wir haben es bisher nicht geschafft, unsere positiven Seiten, unsere Stärken, unsere Initiativen, unsere kulturelle Vielfalt und unsere Leuchtturm-Projekte als Gesamtleistung unserer Stadt darzustellen und nach innen und außen zu kommunizieren.

Das alles ist kein Erkenntnis-, sondern ein Umsetzungsproblem.

Wie könnte es noch verbessert werden?

Antwort Vok Dams:

Durch die Entwicklung und Verabschiedung eines strategischen Kommunikationskonzeptes, dem sich alle Kommunikationsmaßnahmen unter zu ordnen haben.

Weniger Partikular-Interessen, mehr strategische Professionalität, Einigung auf gemeinsame Ziele und eine einheitliche Sprachregelung wären ein Anfang.

Eine Ausrichtung aller Maßnahmen auf dieses Ziel könnte in der Folge dazu führen, dass wir das Thema Wuppertal positiv besetzen und weltweit kommunizieren.

Wer könnte/sollte etwas dafür tun? Was?

Antwort Vok Dams:

Das Ganze ist mehr als die Summe seiner Teile.

Es gilt den Horizont zu öffnen und die besten Kräfte zu gewinnen, um neue Ideen zu verwirklichen.

Die strategische Ausrichtung auf ein Ziel erfordert die Bündelung aller Kräfte, die sich professionell in dieses Bündnis einbringen können und wollen.

Das gilt für die Politik ebenso, wie für die Verwaltung. Für Kunst und Kultur ebenso wie für Start-Up's und etablierte Wirtschaftsunternehmen.

Die zum Teil großartige Kommunikationsarbeit der Stadtbetriebe könnte, ausgerichtet auf ein gemeinsames Ziel, seine Wirkung in unserem gemeinsamen Interesse vervielfachen. Wuppertaler Unternehmen, die sich zu Wuppertal bekennen, sind internationale Multiplikatoren und setzen ihre Leistungsfähigkeit mit unserem Standort gleich.

Das Kultur- und Kreativ-Potential unserer Stadt könnte genutzt werden, um innerhalb einer klaren Zielsetzung, die besten Ideen für Wuppertal zu entwickeln und umsetzen.

Und nicht zuletzt:

Stellen Sie sich vor, Wuppertal, als Schwebbahnstadt weltweit bekannt, hochinteressant für Gäste aus China und mit besten wirtschaftlichen (Anfangs-)Kontakten nach China, wird Ausrichter eines internationalen China-Festivals.

Siehe Vok Dams ATELIERHAUS NotizBlog: <http://vokdamsatelierhaus.de/?s=China+an+der+Wupper>

Ein „Wuppertal-China-Festival“ mit den Themen wie Geschichte, Kultur, Technik, Wirtschaft, Innovationen, Zukunft.

Ich bin sicher, so ähnlich wie das Guggenheim-Museum die französische Stadt Bilbao bekannt gemacht hat, würde Wuppertal in kürzester Zeit als internationale weltoffene Kultur- und Industrie-Metropole wahrgenommen.

Also nochmal:

Es gilt den Horizont zu öffnen und die besten Kräfte zu gewinnen, um neue Ideen zu verwirklichen.