

RN, 26.9.1991

Unternehmer luden zur Diskussion

Dortmunds Image: Selbstbewußtsein statt Hausmannskost

(Fie-) Wenn über das Image Dortmunds diskutiert wird, sind sich alle einig: So wie es jetzt ist, kann es nicht bleiben. Denn der Stadt hängt immer noch ein Ruf an, den sie längst nicht mehr verdient. Was aber tun, um das falsche Bild zurechtzurücken? Hier fallen die Antworten schon schwerer, wie sich auch Dienstagabend bei einer Diskussion der Arbeitsgemeinschaft Selbständiger Unternehmer (ASU) in der Krone zeigte.

Unter der Leitung des ASU-Bundesvorsitzenden Dr. Volker Geers machten die zehn Experten auf dem Podium zunächst auf eine Reihe von Defiziten aufmerksam. Es fehle an absoluten Spitzenleistungen, etwa in der Hotelszene oder der Gastronomie, mit denen sich Dortmund schmücken könne,

meinte Wolfgang Burgard, Vorsitzschesf der Actien-Brauerei. Stattdessen werde zuviel Hausmannskost geboten.

„Ein bißchen Kleinkariertheit und ein strapaziertes Selbstbewußtsein“ konstatierte IHK-Hauptgeschäftsführer Dr. Walter Aden. RN-Herausgeber Florian Lensing-Wolff meinte, das alte Bild der Kohle- und Stahlstadt sei zwar verblaßt, das Bild des neuen Dortmund habe sich jedoch noch nicht durchgesetzt. Daß man weit entfernt sei von jeder Zukunftsorientierung, kritisierte DGB-Kreisvorsitzender Eberhard Weber.

Er schlug auch gleichzeitig die Brücke von der Diagnose zur Therapie und regte „eine breit angelegte Zukunftsdiskussion über das Dortmund-Bild an“ an. Daß man die Image-



Podium und Publikum bei der Diskussion der ASU in der Krone am Markt.

Foto: Appelhaus

Strategie der Zukunft nicht im stillen Kämmerlein entwerfen könne, erst recht nicht im stillen Kämmerlein der Politik, fand breite Zustimmung. „Das Image wird nicht durch Parteien verändert, sondern durch die Kraft des Einzelnen“, sagte CDU-Fraktionschef Hans-Georg Hovermann. „Einen Dortmunder Konsens im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit forderte auch SPD-Fraktionsge-

schäftsführer Peter Heringhaus.

Was aber soll Dortmund nach außen transportieren, um sein Image zu polieren? Für Uni-Rektor Prof. Detlef Müller-Böling keine Frage: „Die Stärken der Stadt, also Bier, Sport und Wissenschaft.“ Bei der Wissenschaft will die Uni Vorreiter sein und eine Arbeitsgemeinschaft aller Institute gründen, „um die Wissenschafts-

stadt par excellence (Müller-Böling) besser zu verkaufen.

Nach zweistündiger Debatte, die erwartungsgemäß keine Patentrezepte liefern konnte, versprach der Dortmunder ASU-Vorsitzende Rudolf Cronemeyer, daß die Unternehmer in Sachen Image weiter am Ball bleiben. Alle Meinungsbildner der Stadt sollten an einem „runden Tisch“ Platz nehmen.