

„Es gibt keinen Grund zur Schnappatmung“

STADTWERBUNG Nadelstiche aus Düsseldorf und Solingen. In Wuppertal bleibt man trotz der Angriffe aus der Nachbarschaft gelassen.

Von Andreas Boller

Wer den Schaden hat, der braucht bekanntlich nicht für den Spott zu sorgen. So ergeht es zurzeit den von Baustellen umzingelten Wuppertalern, denen auf Plakatwänden und in Werbeproschüren vorgeschlagen wird, zum Shoppen oder zum Kinobesuch besser in die Nachbarstädte aufzubrechen. „Es gibt aber keinen Grund, darauf mit Schnappatmung zu reagieren“, sagt Martin Bang, Geschäftsführer von Wuppertal Marketing.

„Werbung sollte einen bestimmten Stil wahren.“

Michael Kozinowski, Buchhändler

Bang schließt aus, dass Wuppertal auf die Nadelstiche aus Düsseldorf und Solingen mit einer Gegenaktion reagieren werde. „Dass eine Stadt auch in ihrer Nachbarschaft Werbung betreibt, gehört doch zum Geschäft. Unter dem Motto ‚Wup-

pertaler Weihnachtsmärkte... himmlisch schweben‘ werden wir bald auch wieder in unseren Nachbarstädten werben“, kündigt Bang an. Auf 100 Großplakaten werde Wuppertal seine Trümpfe in der Vorweihnachtszeit ausspielen.

Händler wünschen sich einen intensiveren Dialog mit der Stadt

Buchhändler Michael Kozinowski von der IG Friedrich-Ebert-Straße teilt Bangs Gelassenheit grundsätzlich, hält die Wortwahl des Cinemaxx Solingen (Foto 1.) aber für geschmacklos. „Werbung sollte einen bestimmten Stil wahren. Wir werden aber trotzdem nicht die Rolle des Beleidigten einnehmen.“

Und was erwartet der Handel von der Stadt Wuppertal? „Wichtig ist, dass sich die Stadt bei uns sehen lässt, und im Gespräch mit dem Einzelhandel bleibt. Dass es bei der angespannten Kassenlage der Stadt eine finanzielle Unterstützung geben wird, davon können wir



Grüße aus den Nachbarstädten Solingen (1.) und Düsseldorf kommen nicht überall in Wuppertal gut an. Fotos: Archiv

nicht ausgehen“, sagt Michael Kozinowski.

Meinolf Thies, geschäftsführender Gesellschafter des Cinemaxx Solingen, wünscht sich etwas mehr Gelassenheit. „Wer das Augenzwinkern bei unserer Werbung nicht bemerkt hat, der

feiert auch keinen Karneval“, sagt Thies. Der Slogan sei in einer einmalig verteilten Broschüre erschienen und so nicht in Wuppertal plakatiert worden. Das Cinemaxx Solingen ist übrigens seit zehn Jahren ein eigenständiger Betrieb, daher ist die

Konkurrenz zu Wuppertal kein reiner Werbegag.

Abgeschnitten von der Außenwelt ist das Wuppertaler Cinemaxx an der Kluse ohnehin keineswegs. Gerade dieser Abschnitt der B 7 ist zurzeit leichter zu erreichen denn je zuvor.



KOMMENTAR

von Andreas Boller



Bitte keine Baustellenwitze

Zum Lachen ist die Situation des Elberfelder Einzelhandels wahrlich nicht. Und deshalb tut es schon weh, dass gerade in Solingen Baustellen-Witze gerissen werden. Das passt so gar nicht zum bergischen Wir-Gefühl und mag vielleicht der Grund dafür sein, warum die Bergische Industrie- und Handelskammer gegenüber der WZ keine Stellungnahme zum Thema Stadtwerbung abgeben wollte.

Den Wuppertalern bleibt ohnehin nichts anderes, als für die eigene Stadt zu werben. Trotz aller Staus und Baustellen, hat Wuppertal viel zu bieten. Mehr als manche andere Stadt. Und wer es nicht glaubt, dem sei eine Autofahrt quer durch Solingen oder Düsseldorf empfohlen. Danach weiß man erst, was man trotz der Döppersberg-Baustelle an Wuppertal hat.

andreas.boller@wz.de