



Pressemitteilung

Essen, den 30.06.2017

Sorry, Ruhrgebiet!

Für echten Wandel hat's nicht gereicht

Für die RVR-Piraten sind 10 Millionen Euro in einer Standortmarketingkampagne falsch platziert. Die Pläne über das weitere Vorgehen der Kampagne, was insbesondere Slogan, Logo und Kommunikation beinhaltet, sind im Wirtschaftsausschuss (27. Juni) mit einer einzigen Gegenstimme von Melanie Kern aus der Fraktion der Piratenpartei durchgewunken worden. Die Standortmarketingkampagne versteht sich als internationale Wirtschaftskampagne, die Investoren aus In- und Ausland in das Ruhrgebiet ziehen soll. Sie kostet in den kommenden drei Jahren 10 Millionen Euro.

Die RVR-Piraten halten es für falsch, dass 10 Millionen Euro für eine Imagekampagne in die Hand genommen werden, um Werbung für ein Ruhrgebiet zu machen, dem es in den Bereichen wie Bildung, Soziales, Infrastruktur an vielem mangelt. Warum übernehmen nicht die Wirtschaftsförderungen in den Kommunen sowie die Wirtschaftsförderung Metropole Ruhr in optimierter Kooperation die Aufgabe, Investoren ins Ruhrgebiet zu ziehen? Warum, fragen sich die RVR-Piraten weiter, bedarf es unbedingt eines (wenig innovativen) neuen Logos, eines alten Slogans und Werbetexte, die z.B. in dem Vergleich Ruhrgebiet – New York eine unfreiwillige Komik transportieren?

Dirk Pullem, Fraktionsvorsitzender der RVR-Piraten: „Natürlich brauchen wir Investoren im Ruhrgebiet für mehr Innovationen. Dafür wäre es jedoch besser, die noch immer schlechten Strukturen des Ruhrgebiets zu verbessern als Geld in eine Imagekampagne zu stecken, die dem maroden Haus Ruhrgebiet nur einen neuen Anstrich verpasst. Dies käme sowohl dem Industriestandort Ruhrgebiet als auch dem Lebensort Ruhrgebiet zu Gute.“