



Duisburg, 06. Juli 2023

Pressemitteilung

Duisburg Kontor: ECHT-Magazin zeigt Top-Themen des Stadtmarketings

Im öffentlichen Raum sichtbar ist das Stadtmarketing vor allem durch große Plakate, in den sozialen Medien durch kurze Clips und Bilder, erkennbar immer durch den Slogan DUISBURG IST ECHT. Dass diese Form der Kampagnen nur einen Teil dessen umfasst, was die Duisburg Kontor GmbH mit dem Stadtmarketing macht, wissen indes nur wenige. Das soll sich mit dem neuen ECHT-Magazin ändern, das derzeit vorgestellt wird. Darin haben die Verantwortlichen um Kai-Uwe Homann, der den Bereich Tourismus und Stadtmarketing verantwortet, die großen Duisburger Themen versammelt. „Das erste ECHT-Magazin ist für uns ein echter Meilenstein. Darin stellen wir die Stadtmarketing-Themen ausführlich vor und zeigen so einmal mehr, wie sehr Duisburg in Bewegung ist. Das Magazin ist für alle interessant, die sich für die Entwicklungen in der Stadt interessieren“, sagt Homann begeistert.

Die insgesamt 112 Seiten umfassen zehn Themenbereiche, die mit journalistischen Mitteln recherchiert, textlich aufbereitet und mit zahlreichen Fotos illustriert sind. Zu jedem der Themen gab und gibt es immer Protagonisten, also Personen, die besonders für jeweils einen inhaltlichen Bereich stehen. Den Titel des Magazins ziert – passend zum Sportjahr 2023 – der 15jährige Box-Europameister Colin Lottner vom Duisburger Traditionsverein Schwarz-Weiß Westende Hamborn. Doch das Sportjahr ist nur eines der von zehn Top-Themen aus dem Stadtmarketing, seit Duisburg Kontor die Aufgabe 2019 übernommen hat. Die Entwicklung rund um die Forschung und den Einsatz von Wasserstoff in der Stahlerzeugung und in der Logistik ist ebenso prominent vertreten wie die Entwicklung neuer Stadtteile am Beispiel Wedau und Duisburger Dünen. „Wir haben beim Stadtmarketing immer im alles im Blick, was in Duisburg passiert und absehbar passieren wird. Aus all dem wählen wir die großen und relevanten Zukunftsthemen für die Stadt aus und bereiten sie sehr sorgfältig inhaltlich auf“, sagt Duisburg Kontor-Chef Uwe Kluge und setzt nach: „Stadtmarketing ist sehr viel umfangreicher als es vielen zunächst scheint. Und unser Anspruch an unsere Themen und deren Umsetzung ist sehr hoch“.

Der Duisburger Hafen als größter Binnenhafen der Welt, der für die Stadt als riesiger Motor wirtschaftlicher Entwicklung gilt, ist auch für das Stadtmarketing ein wichtiges Aushängeschild. Gleiches gilt für die Startup-Kultur der Stadt, die rund um die Universität Duisburg-Essen und an weiteren wichtigen Stellen wie STARTPORT seit einigen Jahren stark wächst. Duisburgs größtes Nachhaltigkeits-Projekt spielt eine ebenso große Rolle für die Transformation in Richtung Zukunft. URBAN ZERO heißt das Zauberwort, mit dem HANIEL, die GEBAG und die Stadt Duisburg den Hafenstadtteil Ruhrort bis 2030 in die Umweltneutralität führen wollen. Das ambitionierte Großprojekt findet sich auch im ECHT-Magazin als Thema des Stadtmarketings wieder. Gleiches gilt für Juwelen des kulturellen Lebens in der Stadt. Stellvertretend für die Vielfalt des Kulturangebots präsentiert das

Stadtmarketing die Duisburger Philharmoniker nebst ihrer Heimstätte, der Mercatorhalle, die als Konzertsaal von Weltformat gilt. Ein weiteres Highlight: Das Museum Küppersmühle, das nach Meinung von Fachleuten europaweit einzigartig ist. „Wir wollen die Dynamik und die Lebensqualität in unserer Stadt ebenso zeigen wie die großen Zukunftsthemen, die hier an vielen Stellen und mit hohen finanziellen Mitteln entstehen“, erklärt Christoph Späh begeistert. Er ist ebenfalls Geschäftsführer von Duisburg Kontor und freut sich über die erste Ausgabe des neuen ECHT-Magazins, das deutlich mache „wie tief wir in die Duisburger Themen einsteigen“, so Späh.

Ein Thema, das den Stadtmarketing-Machern am Herzen liegt, ist Marxloh. Der Stadtteil, der oft als Synonym für soziale Probleme und Kriminalität herhalten muss und doch so viele andere Facetten hat. Im neuen ECHT-Magazin zeigt die Stadt-Tochter Duisburg Kontor das Viertel von anderen Seiten und stellt Marxloh als Ankunftsstadtteil in eine Reihe mit pulsierenden ähnlichen Quartieren in großen Metropolen im In- und Ausland. „Die Erfolgsgeschichten, die hier geschrieben werden, machen Marxloh und andere ähnliche Viertel in anderen Städten so bedeutend“, erklärt Kontor-Kommunikationschef Alexander Klomparend und betont: „Klar ist, dass unser Land in den nächsten Jahrzehnten viele Zuwanderer braucht, allein um weiter wirtschaftlich stark zu bleiben. Viele davon werden in Stadtteilen wie Marxloh ihr Leben in Deutschland beginnen. Auch deshalb wird die Bedeutung von Vierteln wie Marxloh weiter steigen“.

Das ECHT-Magazin erscheint zunächst in einer Auflage von 2.000 Stück. Es richtet sich an Journalistinnen und Journalisten sowie Entscheider in Unternehmen und Politik und wird von Duisburg Kontor versandt. Interessierte Bürgerinnen und Bürger erhalten das 112 Seiten starke Magazin kostenlos in der Tourist Info auf der Königstraße.

Bildunterschrift (Vorschlag):

Präsentieren das neue ECHT-Magazin im Boxclub Schwaz-Weiß Westende Hamborn (v.l.): Alexander Klomparend, Kai U. Homann, die Box-Champions Colin Lottner und Jason Schäfer, Christoph Späh, Uwe Kluge

Foto-Credit: Eugen Shkolnikov