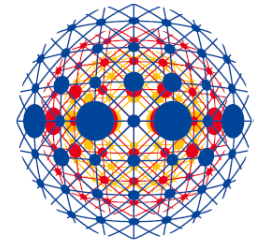


# PRESSEMITTEILUNG

Frei zur sofortigen Veröffentlichung.  
Bei Abdruck Belegexemplar erbeten



**Ruhrstadt**  
Die Stadt der Städte  
*Ich mache mit!*

01.09.2006

## Ich bin Ruhrstadt. Ich mache mit!

**+++ Ruhrstadt. Die neue Kampagne Initiative-Ruhrstadt.de ruft die 5,5 Mio. Menschen, die Unternehmer und die Kommunen des Reviers auf, durch aktive, kostenlose Teilnahme auf der Internetseite [www.initiative-ruhrstadt.de](http://www.initiative-ruhrstadt.de) für die Ruhrstadt-Idee zu werben.**

Martin Poettgen, Peter Sonnenschein, beide selbstständige Marketingberater aus Bochum und Prof. Harald Schlüter, selbstständiger Designer aus Essen, lassen die Idee eines gemeinsamen Auftretens der Region nach außen wieder aufleben. Sie führen die Jobmisere im Ruhrgebiet u.a. darauf zurück, dass sich die Region in der Außendarstellung unter Wert verkauft. Jeden Tag ziehen gut ausgebildete Leute oder junge Familien weg. Wenn sich nichts passiert, dann ist das Ruhrgebiet bald das mit Abstand grösste Altersheim der ganzen Welt.

Im internationalen Wettbewerb der Regionen um Investitionen treten die einzelnen Städte im Ruhrgebiet als Einzelkämpfer gegen die großen Metropolen Europas an und machen sich dabei noch gegenseitig Konkurrenz. Ein gemeinsames Auftreten unter einem gemeinsamen Namen einer gemeinsamen Marke, die auch von den Menschen des Ruhrgebiets getragen wird, erhöht die Chancen für Arbeit und Wohlstand in der Region. Die Ruhrstadt könnte sich problemlos mit Paris, Moskau oder London messen – und das schafft Arbeit.

Unter welchem Namen die Region letztendlich auftritt, ist eigentlich zweitrangig, Hauptsache es gibt eine Einigung, die von der Bevölkerung mitgetragen wird. Wegen mangelnder Akzeptanz der Menschen konnte sich jedoch bislang kein Begriff richtig durchsetzen. Die Menschen sind zwar für die Ruhrstadt aber wollen auch Bochumer oder Duisburger bleiben.

Der meistverbreitete Begriff Ruhrstadt wird seit über 80 Jahren verwendet. Er ist darum so gut, weil jede Stadt seine Identität behält. Um dem Ausdruck zu verleihen, wird Ruhrstadt dem jeweiligen Städtenamen vorangestellt. (z.B. Ruhrstadt-Gelsenkirchen, Ruhrstadt-Herne, Ruhrstadt-Oberhausen) Auch das Ruhrstadt-Logo spiegelt die vernetzte Einheit wieder.



Hoch über der Ruhrstadt präsentieren die Initiatoren die Ruhrstadt-Logos  
(von links nach rechts: Prof. Harald Schlüter, Martin Poettgen, Peter Sonnenschein)

Die Initiative-Ruhrstadt.de hat jetzt erstmalig mit der Homepage ein Forum geschaffen, in der sich jedes Unternehmen und jeder Bürger zu dieser Idee bekennen kann. Damit wird der Gedanke einer gemeinsamen Metropolregion endlich auch von unten, von den Bürgern und Unternehmern, aufgegriffen.

Unter [www.initiative-ruhrstadt.de](http://www.initiative-ruhrstadt.de) können Unternehmer sich kostenlos das Ruhrstadt-Logo herunterladen um es anschließend auf Ihrer Unternehmensseite zu verlinken und es auch auf Visitenkarten, E-Mail und Briefverkehr zu nutzen. Prof. Schlüter, Designer des Logos, hat dafür die Lizenzrechte zur Verfügung gestellt.

Auch jede Privatperson kann sich in die virtuelle Unterschriftenliste eintragen. Zusätzlich können Aufrufe und Meinungen ins Gästebuch geschrieben werden. Damit ist erstmals eine Plattform geschaffen worden, bei der die Menschen der Region, nicht nur auf die Politik warten müssen, sondern selber etwas tun können. Eine Aufgabe, für die sich bürgerlicher und unternehmerischer Einsatz lohnt, finden die Initiatoren der Initiative.

Ich bin Ruhrstadt. Ich mache mit! +++

(3252 Zeichen inkl. Leerzeichen)

Ansprechpartner für die Presse  
Peter Sonnenschein  
SONNENSCHWEIN MARKETING  
Welperstr. 35  
44879 Essen  
Tel.: 02 34 / 9 41 37 81  
Email: [kontakt@sonnenschein-marketing.de](mailto:kontakt@sonnenschein-marketing.de)