

Das Beste aus dem Tal

Lübeck hat sein Marzipan, Köln sein Wasser, München seine Weißwürste. Wuppertal hat eine Schwebebahn, aber die kann man nicht mitnehmen. Zum Glück gibt es aber noch mehr: viele schöne Qualitätsprodukte.

Talwaren“ heißt der neueste Coup der Wuppertal Marketing GmbH. Unter diesem Label werden jetzt Produkte aus Wuppertal in einheitlicher Verpackung plus Info-Broschüre angeboten. „Es ist noch viel zu wenig bekannt, welche Produkte in Wuppertal ihren Ursprung haben“, begründet Martin Bang von der Wuppertal Marketing GmbH die Idee. Bekannt ist Wuppertal bereits als Werkzeugschmiede des Bergischen Landes. Umso mehr überraschen Produkte wie die Messerschärfbank aus Porzellan von Maywerk, ein handgebundenes Notizbuch mit Magnetverschluss der Buchbinderei Roger Green oder aus LKW-Planen gefertigte Ta-

schen der Ölberger Taschenmanufaktur. Auch Bücher und CDs fehlen nicht, immerhin hat Wuppertal eine lebhaftere Kulturszene. Und natürlich werden Werkzeuge von Knipex und Wera angeboten. Die Edition soll wachsen: „Wir sind neugierig auf uns noch unbekannte Talwaren“, fordert Matthias Haschke, Geschäftsführer der Wuppertal Marketing GmbH, Bürger und Unternehmen zum Ergänzen auf.

Waren als Botschafter

Ausarbeitung und Realisierung übernahm das Wuppertaler Strategie- und Designbüro Illigen Wolf Partner. „Produkte sind gute Botschafter einer Stadt“,



betont Kommunikationsdesigner Jörg Illigen. „Und mit der beigelegten Broschüre können wir spannende Geschichten rund um das Produkt und seinen Hersteller erzählen“, ergänzt Produktdesigner Rick Wolf. Ausgestellt in Showrooms, als Souvenir oder als Präsent werden die „Talwaren“ Wuppertal weiter stärken. ■

www.wuppertal-marketing.de