

„Talwaren“ sind Exportschlager aus dem Tal

Posted By [Michael Kaspers](#) On 13.07.2010 @ 20:00 In [Feature](#) | [No Comments](#)

Alles begann mit einer Idee, die der stellvertretende Geschäftsführer der Wuppertal Marketing GmbH, Martin Bang, im April 2009 hatte. Wieso sollte man Waren „made in Wuppertal“ nicht imagerträchtig als sogenannte „Talwaren“ verkaufen? Der Erfolg gab ihm recht: Die Talwaren werden mittlerweile in die ganze Welt verschickt, selbst Austauschschüler bringen ihren Eltern ein „Andenken“ aus Wuppertal mit.



Als Talwaren werden Produkte aus Wuppertal verkauft (Foto: Michael Kaspers)

Wuppertal. (red) Dass die Wuppertaler stolz auf ihre Stadt sind, ist bekannt. Auch die im Tal hergestellten Produkte erfreuen sich im Bergischen höchster Beliebtheit. Und sogar Schlosser aus Duisburg nutzten in der Vergangenheit schon die Werkzeuge „made in Wuppertal“, denn ihnen kam nichts anderes in die Hände wie das „Original aus dem Tal“.

Aus diesem Grund entschloss sich der stellvertretende Geschäftsführer der Wuppertal Marketing GmbH, Martin Bang, die sogenannten „Talwaren“ ins Leben zu rufen. „Die Talwaren dienen uns als Botschafter für unsere Stadt“, erklärt Bang nicht ohne Stolz. „Touristen kaufen diese Produkte und verschenken sie weiter. So haben sie gleich ein hochwertiges und einzigartiges Souvenir aus Wuppertal.“ Und das durchaus mit Erfolg: Der Schraubenschlüsselsatz der Firma Stahlwille wurde als Präsent zum Beispiel schon oft mit nach Japan genommen und an die dortigen Mitarbeiter einer Firma verteilt. Sogar Anfragen aus Weimar und aus anderen Ländern erreichen die Wuppertal Marketing GmbH fast täglich.

Zusammen mit der Agentur Illigen und Wolf aus Wichlinghausen feilten die Marketing-Experten von der Friedrich-Engels-Allee an dem Konzept der Verpackung. Heraus gekommen ist ein moderner weißer Karton mit gefräster Innenschale, in dem die Talwaren verpackt und vor Beschädigungen auf ihren (langen) Reisen geschützt sind. Die Talwaren kosten – je nach Produkt – zwischen 10,00 Euro bis 45,00 Euro, also auch für den „kleinen Geldbeutel“ ist ein passendes Geschenk dabei. Und die Talwaren in der attraktiven Geschenkverpackung kosten auch nicht mehr, als wenn man sie „normal“ im Handel kauft.

Die Idee zu diesem Projekt hatte Martin Bang Anfang April 2009. Seitdem beschäftigte er sich mit zahlreichen Produkten aus Wuppertal, die in das Konzept passen. Die ersten Talwaren waren dann schließlich Anfang Herbst 2009 fertig, der Verkauf ging jedoch erst ab Dezember 2009 im Infozentrum Döppersberg los. Mittlerweile sind die Talwaren auch an der Info-Theke im Rathaus Barmen zu bekommen. Damit die Produkte auch weltweit verkauft werden können, wird derzeit ein Internet-Shop eingerichtet.

Besonders beliebt sind die Talwaren auch bei Austauschschülern, die nach Wuppertal kommen. Sie wollen oftmals ihren Familien ein kleines Andenken mitbringen – und so kommen die Produkte aus Wuppertal in alle Welt. Insgesamt wurden bis zum Juli 2010 mehr als 500 Produkte verkauft. Insgesamt gibt es acht verschiedene Talwaren – und in Zukunft gewiss noch mehr, darüber ist sich Martin Bang sicher. Denn der stellvertretende Geschäftsführer der Wuppertal Marketing GmbH sitzt jetzt schon wieder an seinem Schreibtisch und denkt über neue Produkte nach, die demnächst als Talwaren zu bekommen sein werden nach.

Nachfolgend stellen wir die derzeit erhältlichen Talwaren im Detail vor.

[« Zurück](#) ^[1]

[Vorwärts »](#) ^[2]

Bild 1 von 8 | Foto: Michael Kaspers



Mit der CD "**Trassenfieber**" setzt Sascha Gutzeit seiner Heimat ein weiteres musikalisches Denkmal und beschreibt eine vielfältige Reise auf der kürzlich erst in einem Teilstück neueröffneten Nordbahntrasse. Auf dem Weg von Vohwinkel nach Wichlinghausen besingt der Rockpoet das Leben und die Menschen in Wuppertal, beschreibt mit Witz und Tiefgang den Alltag in den einzelnen Vierteln und findet - wie die Nordbahntrasse selbst - in das Herz der Stadt. Jeder Song ist eine Station auf der ehemaligen Eisenbahnstrecke, die die bergische Metropole mit sechs Tunneln und unzähligen Viadukten auf unvergessliche Weise durchläuft, viele Stadtteile miteinander verbindet und atemberaubende Ausblicke bietet. Auf seiner Fahrt durch das Tal schlüpft der Musiker **Sascha Gutzeit** darüber hinaus in zahlreiche Rollen: Er ist ein Vohwinkler mit Heimweh, ein Barmer Handelsminister von 1872, ein Rentner vom Rott oder auch eine Nordbahntrassen-Fledermaus. So feiert "Trassenfieber" das besondere, schräge und schöne Wuppertals - und Sascha Gutzeit schafft es, alle Hörer, seien Sie einheimisch oder ortsfremd, sozusagen zur Strecke zu bringen.

Article printed from wupperguide: <http://www.wupperguide.de>

URL to article: <http://www.wupperguide.de/nachrichten/2010/07/13/talwaren-sind-exportschlager-aus-dem-tal/>

URLs in this post:

[1] « Zurück: <http://www.wupperguide.de/nachrichten/2010/07/13/talwaren-sind-exportschlager-aus-dem-tal/print/?pid=1935>

[2] Vorwärts »: <http://www.wupperguide.de/nachrichten/2010/07/13/talwaren-sind-exportschlager-aus-dem-tal/print/?pid=1929>

Copyright © 2009 wupperguide. Alle Rechte vorbehalten.