



WUPPERTAL  MARKETING

## Klare Ziele – abgestimmte Prioritäten – und immer für eine Überraschung gut

### Matthias Haschke

Geschäftsführer  
geboren am 04.08.1952  
in Liechtenstein (Sachsen)  
verheiratet, 4 Kinder  
Wohnort: Wuppertal

### Wuppertal Marketing GmbH

Wuppertal im positiven Sinne  
bekannt machen; den Boden  
so bereiten, dass das vielfältige  
Engagement Einzelner gut  
gedeihen kann

– gegründet: 2005

– Mitarbeiter: 16 und  
ein Auszubildender

– Gesellschafter: 26

### Herr Haschke, Sie haben am 01.11.2008 die Geschäftsführung der WMG übernommen. Was haben Sie vorher beruflich gemacht?

*Haschke* Ich war über 40 Jahre bei der Stadtparkasse Wuppertal in verschiedenen Funktionen und Aufgaben tätig. Über 30 Jahre davon habe ich mich hierbei mit dem breiten Themengebiet des Marketing beschäftigt. Dies zuletzt als Leiter der Marketingabteilung.

### Haben Sie sich in dieser Zeit schon mit dem Wuppertaler Marketing beschäftigt?

*Haschke* Ich lebe seit mehr als 50 Jahren in Wuppertal und habe dank meiner vorherigen Aufgabe umfangreiche Kenntnisse in Bezug auf unsere Stadt und die in ihr handelnden Personen. Seit mehr als 2 ½ Jahren habe ich mich darüber hinaus bei diversen Aufgaben und Projekten der WMG in verschiedenen Gremien engagiert und so vielfältige Einblicke in die Abläufe und Bereiche der WMG erhalten – von Wirtschaftskommunikation über Stadtwerbung bis hin zum Tourismus und Veranstaltungsservice.

### Wie war Ihr erster Tag nach mehr als 40-jähriger Tätigkeit für einen einzelnen Arbeitgeber?

*Haschke* Erstaunlich unaufgeregt. Nachdem mich die Gesellschafterversammlung der WMG am 16.09.2008 einstimmig zum Nachfolger des Gründungsgeschäftsführers Georg Sander gewählt hatte, konnte ich schon viele

Gespräche führen, um mich mit den neuen Aufgaben vertraut zu machen. In dieser Vorbereitungszeit bin ich auf so viele spannende Themen und Fragestellungen gestoßen, dass die Vorfreude auf die neue Aufgabe den Einstieg erleichtert hat.

Ich blicke weniger zurück, viel mehr nach vorn. Und da überwiegt das positive Kribbeln, nun neue Strukturen gestalten zu können. Dank des positiven Schwungs eines erfolgreichen NRW-Tages treffe ich in dieser Aufgabe auf viele engagierte Mitstreiter.

### Wie nähern Sie sich Ihrer neuen Aufgabe und den speziellen Fragen des Stadtmarketings?

*Haschke* Mir geht es zurzeit besonders um einen strukturellen und zielorientierten Einstieg. Was will ich erreichen? Was kann ich erreichen? Und ab wann ist man mit mir und der Arbeit des WMG-Teams zufrieden?

Bildlich gesprochen: Welche Steine muss ich ins Wasser werfen, damit die konzentrischen Wellen die Mitarbeiter der WMG, die Gesellschafter der WMG, die Multiplikatoren innerhalb der Stadt Wuppertal, die vielen engagierten Unternehmer und Bürger, die bergische Region und schließlich ganz NRW und sogar Deutschland erreichen?

### Das heißt, Sie entwickeln gerade einen klaren Masterplan?

*Haschke* Aufbauend auf einer kurzen und knackigen Analyse arbeite ich im Dialog mit den Mitarbeitern an einer Struktur für die WMG und an klaren Zielen zur Orientierung. Dies ist besonders wichtig, um das vorhandene zeitliche und finanzielle Budget mit den richtigen Prioritäten zu positionieren.

### Und das bei den vielen unterschiedlichen Themenbereichen, die Sie zu bearbeiten haben?

*Haschke* Gerade bei den vielen unterschiedlichen Themenbereichen gilt es, einen klaren Weg zu beschreiten, die Werkzeuge zu harmonisieren und die vielen positiven Argumente für Wuppertal – je nach Zielgruppe – zu bündeln und zu organisieren.

### Wie ist dabei Ihr Einfluss auf die „Produktpolitik“ der Stadt Wuppertal?

*Haschke* Natürlich ist Stadtmarketing nicht direkt mit dem Marketing eines Produktionsunternehmens zu vergleichen. Aber als Ohr am Markt und damit als „Vertriebsorganisation“ der Stadt Wuppertal ist es für mich auch eine wichtige Aufgabe, über den Aufsichtsrat und über andere Gremien an vielen Stellen zum Nachdenken anzuregen.

Klare Ziele definieren, viele Leute für diese Aufgabe begeistern, zielgruppenspezifisch agieren ohne den roten Faden zu verlieren und stetig an der Verbesserung des „Produkts Wuppertal“ mitarbeiten – darin sehe ich meine Hauptaufgaben.

### Und das Ganze mit viel Optimismus?

*Haschke* Auf jeden Fall. Noch kurz vor Amtsantritt bei der WMG war ich ein paar Tage in Rom und hier in einer kleinen Boutique. Es ergab sich ein Gespräch mit der Mutter der italienischen Boutiquebesitzerin, unter anderem verbunden mit der Frage, woher wir denn kämen. „Aus Wuppertal. Kennen Sie diese Stadt?“ Daraufhin antwortete die Dame: „Aus dieser bedeutenden Universitätsstadt?“ Ja, ich bin optimistisch. Wuppertal hat viel zu bieten und ist vor allem noch für viele Überraschungen gut.

### Beschreiben Sie bitte abschließend einen positiven Tag in der mittleren Zukunft.

*Haschke* Die nationale Presse berichtet, dass die Wuppertaler aufgestanden sind und sich mit einer überdurchschnittlichen Identifikation erfolgreich gegen die demografische Entwicklung, die Verschuldung und die in vielen Rankings attestierte fehlende Dynamik stemmen.

RINKE

EINBLICKE II Seite 21

RINKE-Leistungen:

– Lohn- und Gehaltsabrechnungen

– Finanzbuchhaltungen/ Rechnungswesen

– Erstellung Jahresabschlüsse

– Ertrags- und Liquiditätsplanungen

– Beratung

– Projektcontrolling NRW-Tag