



Kulinarisch: Volker Mehl in seinem Kochstudio



Rhythmisch: Sambatruppe auf Schloss Lünterbeck

Wuppertal setzt sich in Szene

Kompakt, facettenreich, spannend – ein ganzer Tag auf Entdeckungstour durch eine Stadt, die man zu kennen glaubt und die dennoch immer wieder überrascht. Mit diesem Gedanken lädt die Wuppertal Marketing GmbH im September alle Bürgerinnen und Bürger wie auch auswärtige Gäste zum großen Event-Marathon „Wuppertal 24 h live“.

Am 13. und 14. September 2013 wird das Dutzend voll gemacht. Dann geht das stadtumspannende Großereignis „Wuppertal 24 h live“ in seine zwölfte Runde. Bei etwa 150 Veranstaltungen an 100 Orten werden wieder schätzungsweise 45.000 Besucher die Gelegenheit haben, ihre Stadt neu und vor allem anders zu entdecken.

Teilnehmer als unentbehrliche Ideengeber

Die Ideen, die „Wuppertal 24 h live“ beleben, sind zweifellos den vielen Teilnehmern zu verdanken, die am Ende einer arbeitsreichen Woche nochmals ihre Türen aufschließen, um der Öffentlichkeit Einblicke in ihren Alltag zu gewähren. Zu den beliebten Evergreens zählt etwa die grandiose Aussicht aus der 19. Etage des Sparkassenhochhauses auf das Zentrum Elberfelds, die sich normalerweise nur den hochrangigen Geschäftspartnern der Sparkasse bietet.

Aber auch Vorführungen von Modelleisenbahnen, nächtliche Radtouren durch die Stadt oder ein Probestücken beim berühmten Wuppertaler Knaben-

chor Kurrende zählen zu den begehrten Angeboten, mit denen „Wuppertal 24 h live“ sein Publikum in den Bann zieht.

Dank an die Leistung der WMG

Für die Wuppertal Marketing GmbH (WMG) ist es die denkbar schönste Belohnung, wenn Teilnehmer wie Jens Neumann am Ende von „Wuppertal 24 h live“ resümieren: „Wir konnten im vergangenen Jahr etwa 120 Gäste in der Freimaurerloge Hermann zum Lande der Berge begrüßen. Die Organisation war einwandfrei und die Event-Webseite sehr gut besucht. Wir sind für diese wichtige Arbeit sehr dankbar.“ In diesen Worten steckt die Erkenntnis, dass die vielen Einzelveranstaltungen nur dann reibungslos ablaufen, wenn eine lenkende Hand sie bündelt, koordiniert und bewirbt. Für die Verantwortlichen bei der WMG der Schlüssel, in den vergangenen zwölf Jahren die Zahl der Teilnehmer und deren Gäste auf das heutige Niveau zu steigern.

Ein beträchtlicher Teil dieser Arbeit ist bereits erledigt. Im April war die Presse zur Auftaktveranstaltung eingeladen, um gemeinsam alle Wuppertaler auf das

außergewöhnliche Event einzuschwören. Der Treffpunkt für den Auftakt wird jeweils mit viel Bedacht gewählt. So gab es 2011 eine Nachtwächtertour über die Hardt, 2012 ging es mit dem Wuppertaler Koch Volker Mehl in den Bunker am Döppersberg. In diesem Jahr bot das Pinguingehege des Wuppertaler Zoos die Kulisse für den Start. Dieser Ort, der sich zu einem großen Anziehungspunkt für Zoogäste entwickelt hat, war auch eine der Locations für den in Wuppertal gedrehten und von Wuppertaler Sponsoren geförderten Spielfilm „King Ping“, der im Sommer in die Kinos kommen wird.

King Ping und Pinguine

Beides wird auch bei „Wuppertal 24 h live“ eine Rolle spielen. Der Zoo wird in diesem Jahr mit einem völlig überarbeiteten Konzept neu in Szene gesetzt und präsentiert sein neues Gewand natürlich auch zu diesem Anlass. Zudem planen die Macher von King Ping eine Locationtour an die Original-Drehorte. ■

Weitere Informationen unter www.wupp24.de