

Und sonst so?

Nicht nur der lange Tisch beschäftigt die Mitarbeiter der Marketing GmbH rund um Martin Bang, sondern eine Vielzahl weiterer Aktivitäten

ernehmen Teile aus dem Wuppertal-Programm, um es ihren Kunden im Paket anzubieten. Wuppertal wird also offensichtlich immer häufiger für Tagesreisen entdeckt. So konnte die GmbH in den letzten Jahren stets zwischen zehn und 20 Prozent Steigerungen bei den Gästezahlen verzeichnen.

NAS



Führungen – mit künstlerischen, industriegeschichtlichen oder auch kulinarischen Schwerpunkten –, Stadtrundfahrten mit einem Oldtimerbus oder speziell für Rollstuhlfahrer; der „Klassiker“, Kaiserwagenfahrt“, der Wuppertal Live“: Die Liste der Aktivitäten, die von einem der Haspel-Häuser an der Bundesallee in Ungerbarmen aus gestartet werden, ist lang. Und sie begeistert immer mehr Menschen, sowohl Wuppertal als auch Gäste von außerhalb, berichtet Geschäftsführer Martin Bang.

Das liegt auch daran, dass dem Team rund um Bang immer wieder neue Ideen einfallen – sowohl was die Stadtrundgänge als auch zum Beispiel Mitbringen aus der Schwebebahnstadt betrifft. Auf große Resonanz stoßen in diesem Sinne zum Beispiel die Talwaren, die nicht nur schön verpackt, sondern auch mit hochwertigen Produkten aus der Stadt punkten. Start Kugelschreiber und Malbuch gibt es zum Beispiel eine Pflanzkelle; in Wuppertal produzierte CDs sowie Crossoccia-Kugeln mit Stadtmotiven.

Und bei den Stadtführungen sind es immer wieder die kleinen Ecken und Winkel der Stadt, die kaum jemand kennt, aber es wert sind, entdeckt zu werden: Führen andere Städte zu ihren historisch bedeutsamen Orten, bietet die Marketing GmbH zum Beispiel eine Kneipentour an, die auch eingetragene Wuppertaler noch staunen lässt. Führt der klassische Stadtrundgang meist zu den Schönheiten, bieten die Wuppertaler „Villenpracht und Hinterhof“ an – denn beides sind wesentliche Merkmale der Stadt. Das ist nicht nur mutig, sondern auch erfolgreich. Damit erreicht die GmbH zu 80 Prozent Wuppertal.

Doch es gibt eben auch die Klassiker, die einfach nicht ausseren – und dies dazu zählt natürlich die Fahrt mit dem Kaiserwagen. Deshalb rät es einer finanziell eher „auf Kante gehäuten“ GmbH auch weh, wenn die Schwebebahn wie letztes Jahr im Oktober, unvorhergesehen und recht lange ausfällt. 70 Prozent der Gäste im Kaiserwagen kommen im Durchschnitt nicht aus Wuppertal; die Enttäuschung wenn die gebuchte Fahrt gestrichen werden muss, ist dann natürlich groß.

Aber: Trotz Schwebahaussfällen – die nach dem Ausbauende erst einmal überwunden sein sollten – buchten laut Bang immer mehr Busun-

In diesem Jahr wird der Wuppertal Wirtschaftspreis zum zwölften Mal vergeben. Auch diesmal werden wieder das Unternehmen des Jahres und das Jungunternehmen des Jahres gesucht. Zudem wird erneut der Stadtmarketingpreis vergeben. Über die Vergabe entscheiden drei Jurys. Ab sofort können Vorschläge für die drei Kategorien eingereicht werden. Einzelne kann sie jeder bis zum 28. Mai bei der Wuppertal Marketing GmbH. Die Schirmherrschaft hat Wuppertals Oberbürgermeister Peter Jung übernommen. Überreicht wird der Preis am 23. Oktober im Glasbau der Stadtparkasse Wuppertal am Johannisberg.



Foto: Wuppertal Marketing GmbH/Günter Lintl