

Wuppertal 24h live: Zehntausende Besucher und 150 Aktionen

Wuppertal Marketing zieht positive Bilanz der Veranstaltung.

Rekordverdächtige 150 Aktionen in 24 Stunden liegen hinter Wuppertal: So viele Veranstaltungen haben laut Wuppertal Marketing Unternehmen, Vereine und Einrichtungen für den Eventmarathon „Wuppertal 24h live“ am Freitag und Samstag organisiert. Geschätzt mehrere zehntausend Besucher nutzten die besonderen Angebote.

Der Startschuss fiel am Freitag um 15 Uhr in der Junior Uni. Neben bekannten Akteuren wie der Diakonie, der Historischen Stadthalle, der Stadtbibliothek, dem Ibis Hotel, der Bergischen Universität, der Stadtparkasse, dem Wupperverband oder den City-Arkaden lohnte sich auch der Blick hinter die vermeintlich kleineren Türen. So hatten sich viele Einzelhändler und Gastronomen zusammengetan, um erst-

mals mit der Tour de Luise dem Luisenviertel eine neue Note zu geben – zum Beispiel bei einer Buchstabensuppe in der Buchhandlung v. Mackensen oder beim Pita-Workshop in Dios Taverne. Als geschmack-



voller Hotspot von Wuppertal 24h live lockte auch das Schloss Lüntenbeck mit einer ganzen Reihe von besonderen Angeboten.

„Getreu dem Startpunkt an

der Junior Uni hat Wuppertal 24h live auch in diesem Jahr seinen Besucherinnen und Besuchern ein spannendes Forschen und Entdecken geboten. Man merkt deutlich, dass die Menschen ein gesteigertes Interesse daran haben, ihre Stadt Wuppertal zu erkunden. Auch das Regenwetter hat die Stimmung bei Besuchern und Veranstaltern nicht getrübt“, erklärte Martin Bang, Geschäftsführer des Organisators Wuppertal Marketing.

Das bestätigte uns beispielsweise auch Christian Muckenhaupt von Muckenhaupt & Nusselt Kabelwerk: „Es war wieder ein super Erfolg. Wir hatten viel Freude und gute Gespräche. Trotz des Wetters waren wir im Wuppertaler Osten sehr gut besucht.“ *Red*

» S. 23