

WIRTSCHAFTSPREIS 2018

VERLEIHUNG: Radprax ist das Wuppertaler Unternehmen 2018



Drei würdige Preisträger hat die Jury für den Wirtschaftspreis 2018 ausgewählt. In der Glashalle der Stadtparkasse blieb am Donnerstagabend kein Sitzplatz unbesetzt, als die Ge-

winner in den Kategorien Unternehmen des Jahres, Jungunternehmen des Jahres und für den Stadtmarketingpreis vorgestellt wurden. Besonders spannend machte es Hausherr Gun-

ther Wölfges, Vorstandsvorsitzender der Stadtparkasse, bevor er den rund 450 Gästen verriet, dass die Auszeichnung in diesem Jahr an Radprax als Unternehmen des Jahres geht. Die

Entrance GmbH war zuvor als Jungunternehmen 2018 ausgezeichnet worden. Das Team der Stadthalle erhielt den Stadtmarketingpreis. Wuppertal aktiv und Wuppertal Marketing

zeigten auf einer Riesenleinwand, welche positive Entwicklung die Stadt im vergangenen Jahr genommen hat. Unser Foto zeigt Geehrte und Gratulanten. Foto: Stefan Fries

Entrance: Die Eltern von Pepper und Nao

Das Jungunternehmen des Jahres verleiht Robotern künstliche Intelligenz.

Das 15-köpfige Team der Entrance GmbH um Geschäftsführerin Julia Koch gestaltet mit Neugier und Hingabe aktiv den digitalen Wandel: Seit August 2016 verknüpfen die Mitarbeiter in der Villa Media die bestehenden Systeme der künstlichen Intelligenz von IBM, Google, Apple und Co. mit den Köpfen der ersten Generation humanoider Roboter. Denn erst dadurch werden diese leistungsfähig. Sie hören auf die Namen Pepper oder Nao und haben bei der Auslieferung nicht viel mehr im Kopf als ein neues Handy. Die Grundlagen sind vorhanden, aber alle speziellen Fähigkeiten und Anpassungen, die sie brauchen, müssen Roboter „lernen“.

cen deutlich. Der Roboter kann Sprachbefehle umsetzen und Szenarien steuern. Bleibt man morgens krank im Bett liegen, reicht ein Sprachbefehl wie „dunkel“ und der Roboter kümmert sich programmgemäß um alle Bestandteile des vernetzten Zuhauses. Ohne den Roboter als zuhörende Zentrale müsste der Kranke alles selbst steuern oder manuell ausschalten. Die vernetzten Dinge „im Blick“ behalten, Übersicht herstellen oder an Termine erinnern - solche Funktionen machen die mechanischen Compañeros auch zu persönlichen Assistenten.

Laufen lernen für Companion Roboter

Genau das macht die Entrance GmbH mit großem Erfolg. Wer möchte, dass sein Handy mehr leisten kann, lädt sich einfach die entsprechende App herunter. Wer möchte, dass sein Roboter Spiele, Konversation, Sprachen oder andere Fähigkeiten erlernt, lässt sich bei Entrance in Wuppertal eine entsprechende App programmieren.

Der Markt, in dem sich Geschäftsführerin Julia Koch mit ihrer Mannschaft erfolgreich bewegt, ist nahezu unbegrenzt. Erfahren die Roboter auch nur annähernd eine Verbreitung wie Autos oder Smartphones, wäre der Bedarf an Anwendungsprogrammierungen riesig. Wie genau Entrance den Zeitgeist mit dieser Spezialisierung getroffen hat, macht ein Blick auf die Geschäftszahlen deutlich. Kaum ein Start-up schreibt im ersten Jahr schwarze Zahlen. Bei Entrance war das von Anfang so - zur rechten Zeit gegründet, um zu wachsen.

Entrance ist heute einer der wenigen zertifizierten Vertragspartner der Hersteller von Companion Robotern in Europa. Diese Roboter sollen, im Gegensatz zu hart arbeitenden Industrierobotern Gefährten der Menschen sein. Daher sehen sie allesamt niedriglich aus und sprechen mit kindlicher Stimmlage. Ihre Hauptaufgaben sind Unterhaltung, gemeinsames Lernen und leichte sowie repräsentative Aufgaben in Hotel-Lobbys, Supermärkten und Firmenzentralen. Ein Blick auf die Komplexität im Internet der Dinge oder im smart Home macht die Chan-

So ist es in manchen Unternehmen längst Alltag, wenn ein Roboter die Kunden im Foyer der Firma begrüßt und nach ihren Kaffeewünschen fragt, diese an die vernetzte Maschine weitergibt, um wenig später das Heißgetränk zu servieren. Ob sich Pepper den Kunden via Gesichtserkennung „merkt“, dessen Alter schätzt, die Gäste in italienisch begrüßt oder seine Getränkwünsche speichert, kann der Besitzer des Roboters frei wählen - in Wuppertal, bei dem Jungunternehmen 2018 Entrance. ch

Röntgens erfolgreiche Erben

Der Wirtschaftspreis 2018 geht an das in Elberfeld gegründete Unternehmen Radprax.

Von Christian Höher

Das Unternehmen des Jahres ermöglicht hochpräzise Einblicke in den menschlichen Körper in einer Qualität und Quantität, die noch vor wenigen Jahren unmöglich schien. Zum ersten Mal wird der wirtschaftliche Erfolg eines Medizinunternehmens mit dem Wuppertaler Wirtschaftspreis gewürdigt.



Radprax ermöglicht Einblicke in den menschlichen Körper.

Foto: Andreas Fischer

Die Radprax-Gruppe ging aus einer 1952 in Elberfeld gegründeten Röntgenpraxis hervor. Heute führen 65 Fachärzte an zwölf Standorten jährlich über 400 000 Untersuchungen mit bildgebenden Verfahren wie CT oder MRT durch. Der Umsatz bewegt sich im hohen zweistelligen Millionenbereich.

Wuppertaler Wirtschaftspreis

Stets haben die Gründer Andreas Martin und Dr. Heiner Steffens großen Wert darauf gelegt, ihr Unternehmen unter ärztlicher Leitung von der Medizin her zu denken. Die Ökonomie ist für sie die wichtigste Hilfswissenschaft, die das Erreichte sichert und Neues ermöglicht. Oberstes Credo ist es, den Ärzten die bestmög-

che Diagnose zu ermöglichen. Dafür benötigen diese den optimalen Befund, erzeugt von den modernsten verfügbaren Geräten. Mit der Eingliederung des Krankenhauses Plettenberg erfüllt Radprax nun alle strukturellen und juristischen Voraussetzungen, damit das Unternehmen auch in kommenden Generationen von Medizinern aus den eigenen Reihen geführt werden wird.

Unweit des Geburtshauses von Wilhelm Conrad Röntgen hat das Engagement von Radprax dafür gesorgt, dass Wuppertal wieder als feste Größe auf der Landkarte der Medizintechnik erscheint. Denn hier hat sich für die Fachwelt Historisches zugetragen. Im Jahr 2000 fand einer der ersten Vier-Zeilen-Computertomographen (CT) in Wuppertal seine Anwendung. 2002 nahm eines der bundesweit ersten Acht-Zeilen-CT hier seine Arbeit auf, und 2006 war Radprax die weltweit erste Privatpraxis mit Zwei-Röhren-CT, das 64 Bilder mit nur einer Umdrehung erzeugen konnte. Fast immer, wenn sich der technische

diologischen Untersuchungen durchführt. Aus dem Zusammenschluss von Röntgenpraxen wurde ein Verbund medizinischer Versorgungszentren.

Die Geschichte von Radprax ist aber auch eine Geschichte von regionaler Migration und Heimat. Weiter entfernt von der bodenständig bergischen Gelassenheit als die beiden Gründer kann man in Deutschland kaum sein. Andreas Martin, der heute auch als Wuppertal-Botschafter agiert, kommt vom Bodensee, Dr. Heiner Steffens aus Ostfriesland. Beide sind heute im Bergischen fest verwurzelt, was jedoch einige Zeit gedauert hat.

„Die Wesensart der Wuppertaler ist nicht immer leicht zugänglich“, so Martin. „Auch die Direktheit, mit der die Menschen hier ihre Meinung vertreten, muss man erst einmal zu nehmen wissen“, ergänzt Dr. Steffens. Beides sei aber gut so. Denn so müsse man sich nachhaltiger Mühe geben, um zu überzeugen.

Ist die Stadt dann einmal erobert, entstehen aus echten Überzeugungen herzliche und authentische Freundschaften. Dann ist in Wuppertal alles möglich. Da sei es mit ihnen und Wuppertal ein wenig so wie mit New York und Frank Sinatra, resümieren die beiden schmunzelnd. Wer es hier schafft, der schaffe es überall.

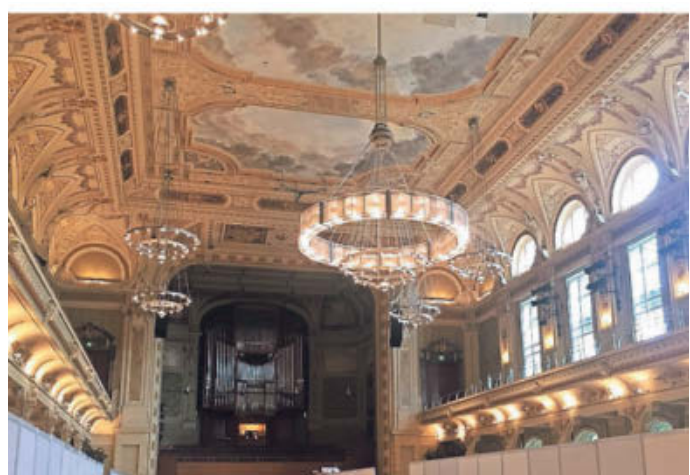


Der Roboter Pepper in der Villa Media mit Entrance-Chefin Julia Koch.

Archivfoto: Andreas Fischer

WoW Wuppertal: Die Historische Stadthalle erhält den Stadtmarketingpreis

Das majestätische Gebäude auf dem Johannisberg ist beste Werbung für die Stadt - und baut das mit der „WoW Wuppertal“-Kampagne noch aus.



Über die Stadtgrenzen hinaus bekannt: Die Historische Stadthalle ist beim Wirtschaftspreis 2018 Preisträger. Archivfoto: Daniel Neukirchen

Es gibt viele gute Gründe, um auf Wuppertal neidisch zu sein. Mit zuverlässiger Regelmäßigkeit ist der Stadtmarketing-Preis der beste Beleg dafür. Immer wieder tauchen hier Institutionen und Namen auf, die man längst ausgezeichnet glaubte. So ist es auch dieses Jahr. Die Historische Stadthalle ruft, wo auch immer Bilder von ihr gezeigt werden, verwundert anerkennende Stimmen hervor.

Fast majestätisch thront die Stadthalle als Kronjuwel einer goldenen Zeit der städtischen Baukunst auf dem Johannisberg. Der repräsentative Bau im Stil der Neorenaissance wurde

1900 fertiggestellt. Im Zweiten Weltkrieg blieb er als einziges Kulturhaus nahezu unbeschadet, was ihn übergangsweise zur Opern- und Theater-Spielstätte machte. Von 1992 bis 1995 wurde die Halle aufwändig in ihren Originalzustand versetzt, auch um die baulichen Veränderungen der 1950er Jahre rückgängig zu machen.

Die Orgel im Großen Saal begeistert jeden, der einmal darauf spielen durfte. Das Instrument wird der weltbekanntesten und ausgezeichneten Akustik des Saals, die regelmäßig Größen aus der Klassikszene wie Sir Simon Rattle begeistert, voll

und ganz gerecht. Mit all diesen Attributen, moderner Haustechnik und ihrer Architektur ist die Halle auf dem Johannisberg mehr als ein stilvoller Gastgeber für über 500 Business-, Privat- und Unterhaltungsveranstaltungen. Als eines der wenigen deutschen Häuser ist sie Mitglied im honorigen Club der Historic Conference Centres of Europe, HCCE und für manche Fachleute ist sie das schönste Haus in dieser europäischen Spitzengruppe, zu der auch die Central Westminster Hall in London oder das Mediterranean Conference Centre in Valletta auf Malta gehören.

Das Team um Silke Asbeck, die seit 2000 zur Stadthalle gehört und deren Geschehnisse seit 2012 leitet, betrachtet die Entwicklung von Stadt und Halle integrativ. So war eine der letzten größeren Aktivitäten aus dem Hause die „WoW-Wuppertal“-Kampagne, die auf die Imageerhöhung der gesamten Stadt zielt. Hier sind Stadt und Halle symbiotisch auf einander angewiesen und gemeinsam aufgefordert, die vorhandenen Stärken besser nach außen zu kommunizieren.

Das Team der Stadthalle betreibt Stadtmarketing im besten Sinne des Wortes. Diese tägliche Missionsarbeit für den Standort Wuppertal ist daher auch fester Bestandteil der heutigen Auszeichnung als Träger des Stadtmarketingpreises 2018. Denn es sind immer die Menschen, die Orte und Gebäude prägen, mit Leben erfüllen und so ein Stück Heimat gestalten.