



Wuppertaler
Wirtschaftspreis 2010

Die Preisträger

ausgezeichnet[®]
Keiner wie wir.

DER OSCAR DER WIRTSCHAFT

Zu selten wird sichtbar, wie viel Engagement und Innovationsgeist im Tal der Wupper und auf den umgebenden Höhen zu Hause sind. Der Wuppertaler Wirtschaftspreis zeigt, was in der Ferne häufig bekannter ist als in der Stadt selbst, denn als „Wirtschafts-Oscar“ rückt er die Arbeit von Unternehmen, aber auch Verbänden, Vereinen und Einzelpersonen ins Licht der Scheinwerfer. Dabei stehen die drei Preisträger als Stellvertreter für die gesamte lokale Wirtschaft im Rampenlicht.

Die renommierte Auszeichnung für Unternehmen und Organisationen in Wuppertal wird in drei Kategorien vergeben: Als „Jungunternehmen des Jahres“ kommen solche in Frage, die seit höchstens fünf Jahren bestehen und in Wuppertal ansässig sind; zudem sollten sie ein innovatives Konzept und erste Erfolge nachweisen können. Das „Unternehmen des Jahres“ zeichnet sich zum Beispiel durch besondere Managementleistungen, neuartige Produkte oder soziales Engagement aus.

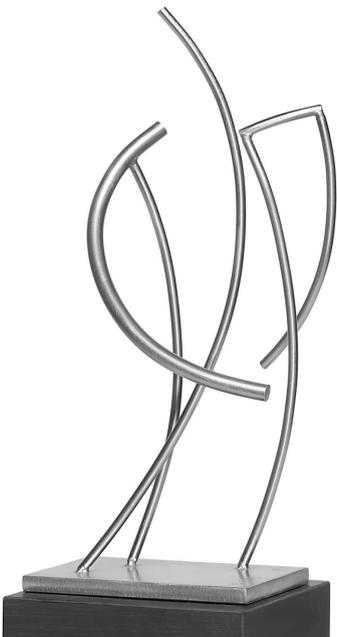


Wuppertaler Wirtschaftspreis 2010

Für den „Stadtmarketingpreis“ können sich neben Unternehmen auch Initiativen, Vereine oder einzelne Personen bewerben. Sie sollen, so sehen es die Auswahlkriterien vor, zur Steigerung der Bekanntheit Wuppertals beitragen.

Die schwierige Entscheidung für den Gewinner in jeder Kategorie treffen dann drei Jurys mit insgesamt an die 40 Fachleuten aus der Wirtschaft. Seit 2006 liegt das Projekt Wuppertaler Wirtschaftspreis in den Händen der Wuppertal Marketing GmbH; initiiert wurde es 2003 vom Stadtmarketingverein Wuppertal aktiv e.V. Der Wuppertaler Wirtschaftspreis wird jährlich unter Schirmherrschaft des Oberbürgermeisters verliehen.

Die Verleihung fand am 7. Oktober 2010 in der Glashalle der Stadtparkasse statt.



„Schwung“ ist der Name der von der Wuppertaler Bildhauerin Beate Schroedl-Baurmeister entworfenen Skulptur, die die Preisträger als Ausdruck der Anerkennung erhalten. Sie soll Motivation sein, Wuppertal auch in Zukunft mit Engagement in Schwung zu halten.

NEUE IDEEN, ALTE VERBUNDENHEIT

Es ist mir eine große Freude, auch in diesem Jahr wieder Schirmherr des Wuppertaler Wirtschaftspreises zu sein. Der Wirtschaftspreis macht schlaglichtartig und anhand der ausgewählten Preisträger deutlich, welche innovative und engagierte Unternehmen den Wirtschaftsstandort Wuppertal ausmachen.

Der Wirtschaftsstandort Wuppertal zeichnet sich besonders dadurch aus, dass hier sehr unterschiedliche unternehmerische Tugenden aufeinander treffen und von den erfolgreichen Unternehmen genutzt werden. In Wuppertal haben junge, innovative Unternehmensgründer – oft als „Off-spin“ unserer Universität – ein gründungsfreundliches Klima. Alteingesessene Familienunternehmen, die ihre wirtschaftlichen Visionen verlässlich und mit Augenmaß umgesetzt haben und zu international renommierten Firmen gewachsen sind, bekommen in Wuppertal den Rückhalt, die Unterstützung und die qualifizierten Mitarbeiter, die Garantien für den weiteren Erfolg sind. Dass sich junge Menschen zunehmend und mit Unterstützung von Wirtschaftsförderung und Stadt

Ich freue mich, dass wir auch in diesem Jahr wieder würdige Preisträger gefunden haben, die die Stärken unseres Standortes besonders gut illustrieren!



Peter Jung
Oberbürgermeister

Oberbürgermeister
Peter Jung



an eine Unternehmensgründung wagen, ist eine ebenso erfreuliche Entwicklung wie die Tatsache, dass viele Traditionsunternehmen Wuppertal die Treue halten und ihre Verbundenheit zur Stadt durch großzügiges Sponsoring kultureller und sozialer Projekte ausdrücken, das seinesgleichen sucht.

Wuppertal hat als Wirtschaftsstandort aber auch dort seine Stärke, wo das Thema Nachhaltigkeit ins Spiel kommt und ist hier mit seiner Universität und seinen Instituten ausgesprochen gut aufgestellt – ein Faktor, der den Unternehmen vor Ort ebenso zugute kommt wie dem Ruf Wuppertals in der Welt.

JUNGUNTERNEHMEN 2010

Die Vereinbarkeit von Familie und Beruf, eine pädagogisch optimale Kinderbetreuung – Themen, die heute in Unternehmen zunehmend eine große Rolle spielen. Die Nachfrage an gut ausgebildeten Fachkräften ist groß und dabei bieten schließlich auch familienfreundliche Maßnahmen im Unternehmen einen nicht zu unterschätzenden Wettbewerbsvorteil.

Alles Kindergarten?! Wenn die Kinder gut betreut sind, haben die Mütter und Väter keinen Stress. Sie können gegebenenfalls Stunden aufstocken und sich voll und ganz auf ihre Aufgaben konzentrieren. Der Unternehmer hat motiviertes Personal und steigert mit betrieblicher Kinderbetreuung die Attraktivität seines Arbeitsplatzes.

Doch die Gründung eines Betriebskindergartens lässt sich nicht mal eben so bewerkstelligen:

Welchen Bedarf haben meine Mitarbeiter überhaupt? Wie lässt sich das finanzieren? Wo findet man das



passende Personal? Welches pädagogische Konzept verfolgt man?

Antworten auf diese und viele weitere Fragen bietet das Unternehmen Kita|Concept.

Schon während ihres Studiums der Wirtschaftswissenschaften an der Bergischen Universität haben sich David Brabender, Franz Reinartz, Oliver Schweer und Tim Seidel mit betriebswirtschaftlichen Fragen zur Trägerschaft von Kindertagesstätten beschäftigt. Dass beim Brückenschlag zur betrieblichen Kinderbetreuung ein großer Beratungsbedarf in Unternehmen besteht, haben sie in diesem Projekt erkannt. Eine Unternehmensidee war geboren, und so machten sich die vier als Inhaber von Kita|Concept im Jahr 2006 selbständig.

Eine Erfolgsgeschichte nahm im Technologiezentrum W-tec ihren Lauf.

Einmal im Beratungsprozess, kam man von klassischen Unternehmerfragen schnell auch zu Fragen der pädagogischen Ausgestaltung. „Gute Pädagogik vor Ort ist das Ziel, dafür müssen betriebswirtschaftliche Grundlagen geschaffen werden“, so Unternehmenssprecher Franz Reinartz. Für den pädagogischen Bereich sowie Bau und Ausstattung haben sich die Gründer ein ganzes Netz von Fachleuten geknüpft; zudem sind bei Kita|Concept 17 Arbeitsplätze geschaffen worden.

Kita|Concept geht mit den Kunden den gesamten Weg zur betrieblichen Kinderbetreuung: Von der Bedarfsermittlung über die Konzeptentwicklung, die Fragen nach der Pädagogik genauso aufgreift wie Finanzierung, Fördermittelprüfung und die Planung baulicher Maßnahmen, dem gesamten Projektmanagement samt Personalbeschaffung bis hin zur Trägerschaft, die Betrieb, pädagogische Fachberatung und Abrechnung umfasst.

Für die Jury war jedenfalls ziemlich schnell deutlich: Kita|Concept hat eine vielversprechende Marktlücke entdeckt und füllt sie nun mit viel Kompetenz und Erfolg – ein wohlverdienter Preis für das Jungunternehmen des Jahres 2010.

www.kita-concept.de



Die Möglichkeiten, die sich hier einem Unternehmen bieten, sind vielfältig: Ob in Kooperation mit weiteren Unternehmen, als Belegplatz-Lösung oder eigenem Betriebskindergarten – für alle Unternehmensgrößen und Zielsetzungen realisiert Kita|Concept das passende Modell. Das Wichtigste dabei sind natürlich die Kleinen. „Bildung gestalten – Kompetenzen fördern“ ist das Motto der Kita|Concept-Pädagogik. Ein exemplarischer Tagesablauf mit gemeinsam zubereiteten Mahlzeiten, Projektarbeiten in der Natur, freien Spiel- und Singkreisen – klingt doch verlockend – ob da nicht der eine oder andere Chef mittun möchte? Vielleicht spielt er ja mit dem Unternehmensnachwuchs von übermorgen. Das kann man die mehr als 40 Kunden von Kita|Concept gleich selbst fragen, schließlich gehören dazu auch lokale Größen wie die Bergische Universität und die Barmenia Versicherungen.



UNTERNEHMEN 2010

Wer sich von Osten kommend Wuppertal nähert, dem fällt es gleich auf: Das ozean-blaue Verwaltungshochhaus des E/D/E (Einkaufsbüro Deutscher Eisenhändler GmbH) ragt wie ein Schiffsbug aus der Kulisse des Stadtteils. Hier hat Europas größter Einkaufs- und Marketingverbund sein Zuhause. Und wie ein schweres Schiff im Sturm hat sich das E/D/E auch in Zeiten der Finanzkrise gehalten, im letzten Jahr brachte man mit 4,1 Milliarden Euro den zweitgrößten Umsatz der Firmengeschichte sicher in den Hafen. Allein 3,6 Milliarden Euro Umsatz hat das Inlandgeschäft 2009 erbracht, das Europageschäft baut man derzeit aus, dafür soll die Tochtergesellschaft E/D/E International zuständig sein, deren Gründung noch in diesem Jahr vorgesehen ist.

Der Umsatz bildet nicht die einzige beeindruckende Zahl: Rund 1.400 Mitglieder profitieren von der intelligenten Verknüpfung von Sortimenten, Logistik und Dienstleistungen für marktstarke Konzepte. Etwa



2.000 Vertragslieferanten können auf die zuverlässige Partnerschaft bauen. Mehrere 100.000 Artikel werden über das E/D/E vertrieben, darunter natürlich eine Reihe bergischer Produkte.

Mitglieder und Lieferanten werden regelmäßig zusammengebracht, wie erst vor wenigen Wochen beim „Branchentreff total“. Mehr als 350 Mitgliedsfirmen und über 450 Lieferanten trafen innerhalb von zwei Tagen zu mehr als 20.000 Gesprächsterminen zusammen. Ein Rekord der Veranstaltung, die alle zwei Jahre als Kommunikationsplattform, Marktplatz und Kontaktbörse von dem Wuppertaler Familienunternehmen initiiert wird.

All diese Zahlen lesen sich wie Superlative, dabei hat 1931 alles klein in vier angemieteten Zimmern begonnen – übrigens auch als Folge einer Wirtschaftskrise. Gründer Ferdinand Trautwein hatte seinen Arbeitsplatz verloren, die Idee eines Gemeinschaftseinkaufes faszinierte ihn, und so wurde das E/D/E geboren. Bereits im ersten Jahr waren 115 Eisenwarenhändler Mitglied. Vom Zweiten Weltkrieg unterbrochen nahm die Erfolgsgeschichte weiter ihren Lauf, seit Anfang der 60er Jahre ist das E/D/E in Langerfeld beheimatet. Bis heute ist das Einkaufsbüro ein echtes Familienunternehmen. Nach Dr. Eugen Trautwein – mittlerweile Vorsitzender des Beirates – steht neben dem langjährigen Firmenmitglied und heutigen Vorsitzenden der Geschäftsführung, Hans-Jürgen Adorf, sowie Notker Pape mit Dr. Andreas Trautwein die dritte Generation an der Firmenspitze.

Traditionsgemäß ist das E/D/E mit der Region eng verbunden, allein schon durch bergische Fabrikate wie Werkzeuge aus Cronenberg und Ronsdorf, aber auch Produkte aus Remscheid, Solingen, Ennepetal oder Velbert. Schon seit

Bildungsförderung wird groß geschrieben, so gehörte das E/D/E zu den ersten Großspendern der Junior Uni Wuppertal, die weit über die Grenzen der Stadt von sich reden macht. Dank fester Partnerschaften mit Schulen begeistert das Unternehmen frühzeitig den Nachwuchs. Kein Wunder, dass die jungen Leute gern beim E/D/E ihre Ausbildung absolvieren, im letzten Jahr stellte man eine neue Bestmarke in der fast 80-jährigen Unternehmensgeschichte auf: 49 Auszubildende zählten zu den rund 775 Beschäftigten.

Mit der größten Investition in der Geschichte des E/D/E hat man im vergangenen Jahr einmal mehr eine klare Entscheidung für den Standort Wuppertal getroffen: Fast 40 Millionen Euro hat das neue Logistik-Center gekostet, damit wurde die Lagerfläche auf mehr als 66.000 Quadratmeter vergrößert. Mehr als 80.000 unterschiedliche Artikel finden hier ihren Platz. Es dürfen auch noch mehr werden, denn bei der Planung hat man künftige Erweiterungen mit



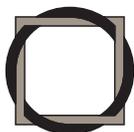
sechs Jahrzehnten bezieht man beispielsweise die Waren von Partnern wie Knipex, Dorma oder Gedore und stärkt damit die heimische Wirtschaft.

Doch auch weit über die Geschäftstätigkeiten hinaus ist das E/D/E mit Wuppertal verbunden: Unter dem Dach des E/D/E und der gleichnamigen Stiftung widmet man sich auch intensiv dem gesellschaftlichen Engagement. Viele Einzelprojekte in Schule und Bildung sowie im sozialen, karitativen und humanitären Bereich werden finanziell unterstützt. Allein eine Million Euro wurden für den Neubau der Station Natur und Umwelt gespendet, der im Mai dieses Jahres feierlich eröffnet wurde. Aber auch kulturelle Einrichtungen werden bedacht wie der Wuppertaler Kunst- und Museumsverein oder das beliebte TiC-Theater in Cronenberg.

Blick auf die Expansion innerhalb Europas gleich mit bedacht.

Solch eine Unternehmensentwicklung, ein klares Bekenntnis zum und viel Engagement am Standort, so ist sich die Jury sicher, verdienen den Wirtschaftspreis als „Unternehmen des Jahres“.

www.ede.de



Wuppertal Institut
für Klima, Umwelt, Energie
GmbH

STADTMARKETINGPREIS 2010

Wer hätte gedacht, dass ausgerechnet Wuppertal einmal in der ganzen Welt bekannt ist für nachhaltigen Umwelt- und Klimaschutz? Schließlich wurde die Wupper mit Beginn der Industrialisierung eher als Abwasserkanal benutzt und schillerte jahrzehntelang in bunten Farben. An Umweltschutz verschwendete seinerzeit niemand einen Gedanken. Zum Glück hat sich dies im Laufe der Zeit gründlich geändert. Die Herausforderungen, die die zunehmende Globalisierung für Klima und Umwelt bedeuten, sind im letzten Viertel des 20. Jahrhundert in das Bewusstsein der politisch Verantwortlichen gedrungen. Um Antworten auf die zentralen Fragen der Zukunft im Hinblick auf Klima, Energie und Umwelt zu finden, wurde 1991 das Wuppertal Institut gegründet. Vollständig heißt es „Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie GmbH“, doch als „Wuppertal Institut“ ist es ein Begriff und verbreitet den Namen der Stadt durch seine vielen nationalen und internationalen Aktivitäten auf der ganzen Welt. Mit Absicht hat man seinerzeit einen



geografisch verankerten Namen gewählt, denn damit hat jeder bis heute das Umweltinstitut mit Sitz in der Schwebebahnstadt als Bild vor Augen.

„Namhaft mit der Stadt im Namen“ ist das Institut weltweit auf höchster Ebene als wissenschaftlicher Ratgeber geschätzt. Das Wuppertal Institut forscht an zentralen Zukunftsthemen wie Energieeffizienz, Klimaschutz und Nachhaltigkeit. Mit anwendungsorientierter Wissenschaft werden praxistaugliche Lösungen entwickelt. Es setzt so Impulse für eine globale nachhaltige Entwicklung in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft.

So greifen auch die Vereinten Nationen auf die Wuppertaler Kompetenz zurück. Mitarbeiter des Instituts

arbeiten zurzeit beispielsweise für den Weltklimarat oder den Weltressourcenrat unter dem Dach des Umweltprogramms der Vereinten Nationen. Und auch die Weltbank weiß um das Know-how aus Wuppertal.

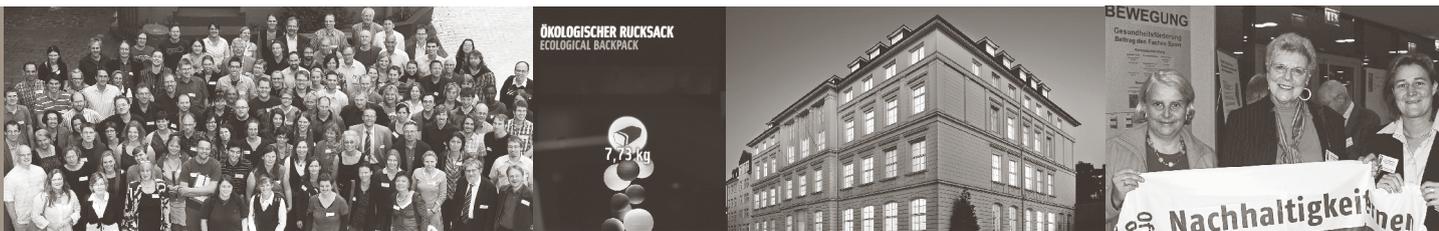
Die Arbeit beschränkt sich nicht ausschließlich auf Studien und Berichte. Hunderte von Vortragsanfragen im Jahr und ein konstant hohes Medienecho belegen, dass die rund 170 Beschäftigten des Wuppertal Instituts gefragte Experten bei Medien, Unternehmen und engagierten Bürgern sind. Sie tragen den Stadtnamen mit sich hinaus – genau wie die zahlreichen und vielbeachteten Verlags- und Eigenpublikationen des Instituts.

Über die reine Bekanntmachung des Stadtnamens tut das Institut aber noch viel mehr für seine Heimat, denn der Leitgedanke lautet „Global denken, lokal handeln“: In zahlreichen Pilotprojekten und Kooperationen mit Wissenschaft und Wirtschaft auf kommunaler und lokaler Ebene werden in Wuppertal innovative Konzepte vor Ort umgesetzt. „Kurs 21“ ist so ein Beispiel, die Lernpartnerschaften zwischen Schulen

„Auch wenn in Berlin und Brüssel die Themen unserer Forschung verhandelt werden, bleibt Wuppertal Sitz und Stammhaus des Instituts“, verspricht Prof. Dr. Uwe Schneidewind, seit März dieses Jahres Präsident des Wuppertal Institutes.

Keine Debatte für die Jury: Wer den Namen Wuppertals in alle Welt hinausträgt und die Welt zudem nach Wuppertal bringt, der hat den Wuppertaler Wirtschaftspreis in der Kategorie Stadtmarketing mit Sicherheit mehr als verdient.

www.wupperinst.org



und Unternehmen bringen Wirtschaft und Nachwuchs schon zu einem frühen Zeitpunkt zusammen, das Voneinander lernen hat für beide Seiten viele Vorteile.

Außerdem kommen jedes Jahr zahlreiche Persönlichkeiten aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft zu Beratungen, Veranstaltungen und Kongressen des Instituts nach Wuppertal. Und viele hochqualifizierte Wissenschaftler aus aller Welt reisen an, um zu forschen, aber auch, um hier zu leben.

2005 wurde zudem das gemeinsam mit dem Umweltprogramm der Vereinten Nationen (UNEP) gegründete Tochterunternehmen „UNEP/Wuppertal Institute Collaborating Centre on Sustainable Consumption and Production“ (CSCP) in Wuppertal angesiedelt.

PREISTRÄGER DER VERGANGENEN JAHRE

2009

Jungunternehmen des Jahres: annos GmbH
Stadtmarketingpreis: Skulpturenpark Waldfrieden
Unternehmen des Jahres:
GEPA - The Fair Trade Company (GEPA Gesellschaft zur
Förderung der Partnerschaft mit der Dritten Welt mbH)

2008

Jungunternehmen des Jahres: rentapneu GmbH
Stadtmarketingpreis: Wuppertaler Kurrende e.V.
Unternehmen des Jahres:
Vollkornmühle – Bäckerei Myska

2007

Start-Up des Jahres: MAYWERK GmbH
(vorm. mayerundthiele)
Stadtmarketingpreis: Wuppertalbewegung e.V.
Unternehmen des Jahres:
WKW Walter Klein GmbH & Co. KG

2006

Start-Up des Jahres: MODEMOBIL
Stadtmarketingpreis: Zoo-Verein Wuppertal e.V.
Unternehmen des Jahres:
akzenta Hans Löbbert GmbH & Co. KG

2005

Start-Up des Jahres: Hansen Ingenieure
Stadtmarketingpreis: Tanztheater Pina Bausch
Unternehmen des Jahres:
Knipex Werk C. Gustav Putsch KG

2004

Start-Up des Jahres: CETEQ GmbH & Co. KG
Stadtmarketingpreis:
Dr. Werner Jackstädt, Jackstädt-Stiftung
Unternehmen des Jahres:
Brose Schließsysteme GmbH



Wuppertaler Wirtschaftspreis

2003

Start-Up des Jahres: Steuratech GmbH
Stadtmarketingpreis: Dinnebier Licht GmbH
Unternehmen des Jahres:
RIEDEL Communications GmbH



IMPRESSUM

Herausgeber:

Wuppertal Marketing GmbH
www.wuppertal-marketing.de

Text:

Christiane ten Eicken
www.teneicken.com

Corporate Design Konzeption seit 2008:

oundmdesign/eine abteilung der apfel[p] gmbh
www.oundmdesign.de

Druck:

Offset Company
www.offset-company.de

Fotos Kita|Concept:

Kita Concept
Barmenia Versicherungen

Fotos E/D/E:

E/D/E, Wuppertal

Fotos Wuppertal Institut:

Andreas Fischer, Wuppertal
LarsLangemeier.de
Mathias Kehren, Wuppertal
VisLab Wuppertal Institut

Veranstalter

WUPPERTAL  MARKETING

 Stadtparkasse
Wuppertal

 wuppertalaktiv!
ideen · impulse · initiativen

Co-Veranstalter

versatel

 Mercedes-Benz
Niederlassung Wuppertal

 Wirtschaftsförderung
Wuppertal

Sponsoringpartner

Barmenia
Versicherungen

RINKE.

WSW.

oundmdesign



OFFSET COMPANY

6
tant®

WZ


i074
RADIO WUPPERTAL

Medienpartner