



Wuppertaler  
Wirtschaftspreis 2018

Die Preisträger

## IMPRESSUM

**Herausgeber:**

Wuppertal Marketing GmbH  
www.wuppertal-marketing.de

**Text:**

Christian Höher, Westdeutsche Zeitung

**Corporate Design Konzeption seit 2008:**

oundmdesign  
www.oundmdesign.de

**Druck:**

Offset Company Druckereigesellschaft mbH  
www.offset-company.de

**Fotos:**

Die Fotos stammen von den beteiligten Institutionen  
sowie von Andreas Fischer, Swen Hoppe, Lars Lange-  
meier und Malte Reiter.



Wuppertaler  
Wirtschaftspreis 2018

Liebe Wuppertalerinnen und Wuppertaler,  
sehr geehrte Preisträgerinnen und Preisträger  
des Wuppertaler Wirtschaftspreises 2018,

seit seiner Premiere im Jahr 2003 sind 48 Unternehmen und Institutionen für ihre besondere Bedeutung für den Standort Wuppertal mit dem Wuppertaler Wirtschaftspreis ausgezeichnet worden.

Das Unternehmen des Jahres erhält einen Ritterschlag für innovatives, erfolgreiches Handeln am Weltmarkt. Das Jungunternehmen steht für die Entwicklung einer vorbildlich umgesetzten Geschäftsidee. Und die Träger des Stadtmarketingpreises erhalten die Auszeichnung für ihre Strahlkraft in einer Stadt, deren Geschichte von bergischem Erfindergeist, engagierten Unternehmerpersönlichkeiten und dem großen Bürgersinn der Wuppertaler geprägt ist.

Mit jedem Preisträger hat sich aber auch der Preis selbst zu einer eigenen Marke mit hohem gesellschaftlichem Stellenwert profiliert. Er repräsentiert das



Selbstbewusstsein unserer Stadt. Er verbindet die unterschiedlichsten Akteure in ihrem Willen, Wuppertal positiv weiterzuentwickeln. Ich bedanke mich bei Ihnen allen.

Wir sind gemeinsam auf einem guten Weg. Viele spannende Projekte und unternehmerische Herausforderungen liegen vor uns. Die Preisträger für den Wuppertaler Wirtschaftspreis werden uns auch in den kommenden Jahren nicht ausgehen!

A handwritten signature in black ink, which appears to read 'Andreas Mucke'.

Mit herzlichen Grüßen  
Ihr Andreas Mucke, Oberbürgermeister

## BEREICHERTE HEIMAT

Heimat gibt es nicht. Zumindest nicht als einfache, allgemeingültige Definition, die für alle Menschen gleichermaßen verbindlich wäre. Denn sie ist ein Gefühl und noch mehr ist sie eine Beziehung – zu Orten, Menschen und Dingen. Sie ist subjektiv, intim und individuell, aber gleichzeitig auch teilbar und gemeinsam erlebbar. Der Wirtschaft kommt bei der Gestaltung von Heimat eine Doppelrolle zu. Als Arbeitgeber prägt sie das Leben der Menschen und durch ihre unternehmerischen Tätigkeiten gestaltet sie die Heimat konstruktiv mit und um.

Weiter entfernt von der bergischen Heimat als die beiden Gründer des „Unternehmen des Jahres“ kann man in Deutschland kaum sein. Andreas Martin, ist am Bodensee aufgewachsen, sein Partner, Dr. Heiner Steffens kommt aus Ostfriesland. Beide sind heute im bergischen fest verwurzelt, was auch daran liegt, dass sie mit ihrem Unternehmen Radprax die Stadt mitgestalten konnten. Dabei waren die Anfänge eher schwierig. Denn die Mentalität der Menschen hier ist auch von skeptischer Herzlichkeit geprägt. „Die Wesensart der Wuppertaler ist nicht immer leicht zugänglich“, erinnert sich Martin an seine Anfänge im Tal. Da sei es mit

ihnen und Wuppertal ein wenig so wie mit New York und Frank Sinatra gewesen, resümiert das Gründer-Duo schmunzelnd. Wer es hier schafft, der schaffe es überall.

Auch die Geschichte des „Jungunternehmen des Jahres“ ist typisch für die heimatprägende Wirkung der Wirtschaft. Es wurde von drei Unternehmern der Stadt gegründet. Sie investierten ihr Geld nicht in sonnigen Steueroasen, sondern in die Entrance GmbH, mittlerweile einer der führenden Anbieter für die Programmierung von Companion Robotern in Europa. Diese Gefährten-Roboter sind im Auslieferungszustand ungefähr so schlau wie ein Handy. Die Grundlagen sind vorhanden, aber alle speziellen Fähigkeiten, müssen die Roboter „lernen“. Die Entrance GmbH bringt es ihnen bei. Dank Entrance sind die Programme aus Wuppertal schon heute in vielen Roboterköpfen fest verankert.

Auch die Trägerin des „Stadtmarketing-Preises“ prägt unsere Heimat wie kaum ein anderes Bauwerk. Wenn Heimat eine Beziehung zu Orten ist, ist die Historische Stadthalle Wuppertal sicher für viele Menschen der



## Wuppertaler Wirtschaftspreis 2018



*„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.*

Kristallisationspunkt ihres Heimatgefühls. Der Bau selbst erweckt den Stolz der Bürger, die Veranstaltungen alle ihre Sinne. Als Kronjuwel des Städtebaus thront sie auf dem Johannisberg. Von dort aus ist der Repräsentationsbau im Stil der Neorenaissance nicht nur Erinnerung an den Glanz der alten Zeiten, sondern auch Mahnung an die Zukunft, das Bestehende auch für kommende Generationen zu pflegen. Ihre Silhouette ist Teil jeder stilisierten Stadtansicht und ihr Ruf als Veranstaltungs- und Konzerthaus ist weltweit bekannt. Dafür sorgt auch das Team der Stadthalle um Silke Asbeck jeden Tag mit ihrer Arbeit.

Ermittelt wurden die Preisträger von drei unabhängigen Jurys mit insgesamt fast 40 Experten. Seit 2006 wird der Wuppertaler Wirtschaftspreis von der Wuppertal Marketing GmbH ausgerichtet; initiiert wurde er 2003 vom Stadtmarketingverein wuppertalaktiv! e.V. Der Preis wird jährlich unter der Schirmherrschaft des Oberbürgermeisters verliehen.





## **INA SCHARRENBACH**

### **MINISTERIN FÜR HEIMAT, KOMMUNALES, BAU UND GLEICHSTELLUNG DES LANDES NORDRHEIN-WESTFALEN**

IM INTERVIEW ANLÄSSLICH DES WUPPERTALER  
WIRTSCHAFTSPREISES 2018

von Christian Höher

Sehr geehrte Frau Ministerin, was ist Heimat für Sie?

Was ist die Ihre?

Kamen ist meine Heimat, da wo meine Familie und Freunde sind, wo ich groß geworden bin.

Was brauchen die Menschen in NRW um sich heimisch zu fühlen?

Ich glaube, dass viele Menschen ein sehr ähnliches Verständnis von Heimat haben, wie ich es gerade für mich beschreiben habe. Da geht es immer um die unsichtbaren Wurzeln, die man an einem Ort durch das Leben und Erleben prägender Geschehnisse geschlagen hat. Heimat wird subjektiv wahrgenommen und ist immer hoch individuell.

Welche Rolle spielt die Wirtschaft bei diesem subjektiven Heimatgefühl?

Eine sehr große! Weil sie Arbeit gibt. Das macht sie zu einem wesentlichen Bestandteil und verlässlichem Faktor von Heimat. Die Arbeit dient nicht nur dem Erwerb. In Bezug auf Heimat ist ein sicherer Arbeitsplatz, den man gerne aufsucht, auch identitätsstiftend.

Ist der Anteil der Wirtschaft nicht umfassender? Im historischen Rückblick prägten einzelne Wirtschaftszweige doch die Wesensart und Mentalität ganzer Regionen.

Natürlich. Die große Tradition des Bergbaus im Ruhrgebiet ist hierfür sicher ein sehr gutes Beispiel (Im Hintergrund des Interviews im Landtag findet gerade der Festakt zum Ende der Steinkohle statt.). Die Kumpel mussten sich untertage aufeinander verlassen können. Diese Art der offenen kooperativen Haltung endet nicht am Förderschacht, sie prägt die Mentalität der Menschen. Es stärkt das Gefühl der Zusammengehörigkeit und des sich aufeinander verlassen Könnens.

Sehen Sie das Zugehörigkeitsgefühl, welches für viele Menschen hinter dem Heimatbegriff steht, durch übertriebene Individualisierung und technische Vereinzelung in Gefahr?

Natürlich gibt es in einer hoch industrialisierten Gesellschaft wie der unseren zunehmende Individualisierungstendenzen. Wir merken aber auch ganz deutlich, dass die Menschen sagen: „Das ist mir jetzt aber zu viel Individualisierung. Ich bin zu oft alleine.“ Dann sucht man die Gemeinsamkeiten mit anderen Menschen und schließt sich zusammen. Sie stellen sich gemeinsame Aufgaben oder Ziele, zum Wohle des eigenen Lebensumfelds, der Stadt oder des Ortes. Diesen Effekt spielt, wie schon gesagt auch in der Wirtschaft eine große Rolle.

Was kann Ihr oder überhaupt ein Heimatministerium tun, damit die Menschen ihre Heimat noch positiver erleben?

Der Begriff Heimat ist zunächst einmal per se urpositiv besetzt. Das erleben wir auch immer wieder in Gesprächen mit Bürgerinnen und Bürger. Und wir haben dafür bei uns im Hause ein vielfältiges Instrumentarium zur Verfügung. Heimat ist als Stabsstelle

in unserem Ministerium verankert. So werden wir dem Querschnittscharakter des Heimatbegriffs besser gerecht.

Welche Instrumente sind das genau?

Mit unserem Förderprogramm „Heimat. Zukunft. Nordrhein-Westfalen. Wir fördern, was Menschen verbindet“ stehen bis 2022 rund 150 Millionen Euro für die Gestaltung unserer vielfältigen Heimat in Nordrhein-Westfalen zur Verfügung. Bei Heimat geht es um das Verbindende, um die Gemeinschaft und den Zusammenhalt in unserer Gesellschaft. Nur eine Politik, die wertschätzt, was Menschen jeden Tag in unserem Land im Großen und noch vielmehr im Kleinen leisten, wird dazu beitragen, dass Heimat bewahrt und gleichzeitig für die Zukunft gestaltet werden kann.

Kommt den Unternehmern eine Schlüsselrolle bei der Gestaltung von Heimat zu?

Die Unternehmer sind fester Bestandteil der Heimat vor Ort. Sie schaffen Arbeitsplätze und damit Perspektiven für junge Leute oder Familien. Und viele erfolgreiche Unternehmer engagieren sich auch in ihrer Heimat, für die Gemeinschaft und stiften dann mit ihrem Tun oftmals ein neues Stück Heimat. Das finde ich großartig und ich wünsche mir, dass die Wirtschaftslenker in unserem Land dies bitte auch weiterhin so engagiert tun.

Welchen Rat geben Sie Regionen, die zur neuen Heimat aufstrebender Firmen werden möchten?

Wie bereits erwähnt, haben wir bereits Freiräume für aufstrebende Unternehmen geschaffen und dies werden wir als Landesregierung zukünftig weiterhin tun, damit aufstrebende Firmen ihre Potentiale voll entfalten können. Wenn die Grund- und Rahmenbedingungen stimmen, kommt es wiederum auf viele individuelle Faktoren an. Am Ende arbeiten und wirtschaften immer Menschen mit Menschen. Deshalb ist es immer von Vorteil, wenn Unternehmen in ihrer Verantwortung für die Gemeinschaft, auch vor Ort für bleiben.

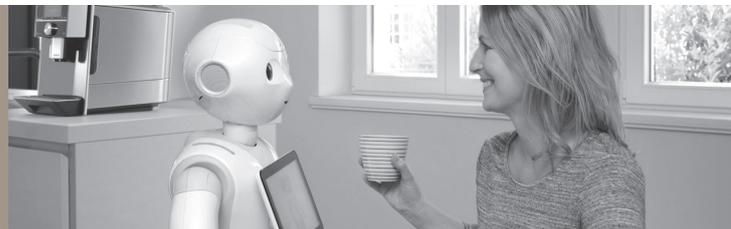
Frau Ministerin Scharrenbach, danke für dieses Gespräch.

## JUNGUNTERNEHMEN 2018

### Der KI ein Gesicht geben

Wuppertal hat viele erfolgreiche Unternehmungen. Das Jungunternehmen 2018 wurde von drei dieser Wuppertaler Unternehmer gegründet. Das darf durchaus auch als Beispiel für die Gestaltung von Heimat durch Engagement gesehen werden. Aus dem operativen Tagesgeschäft halten sich die drei Granden jedoch völlig heraus. Sie stellen ihr Geld und Wissen vertrauensvoll in den Dienst junger Menschen, die damit sehr erfolgreich modernste digitale Dienstleistungen anbieten.

Das 15-köpfige Team der Entrance GmbH, um Geschäftsführerin Julia Koch gestaltet, mit großer Neugier und Hingabe aktiv die Zukunft des digitalen Wandels. Seit August 2016 verknüpfen sie 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 die Roboter wirklich leistungs-



*„Digitaler Wandel, künstliche Intelligenz, Robotik, Internet der Dinge. Wer heute die Zukunft aktiv mitgestalten möchte, kommt an diesen Themen nicht vorbei. Das junge Wuppertaler Unternehmen Entrance besetzt mit seiner Expertise – und nicht zuletzt mit dem sympathischen Roboter Pepper – diese Felder exzellent.“*

*Andreas Feicht,*

*Vorstandsvorsitzender der WSW Unternehmensgruppe*

fähig. 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 für ihr jeweiliges Berufsleben brauchen, müssen Roboter „lernen“.

### Laufen lernen für Companion Roboter

Genau das macht die Entrance GmbH mit großem Erfolg. Wer möchte, dass sein Handy über eine bestimmte Funktion, wie Navigieren, Überweisen oder Sternenbeobachtung verfügt, lädt sich einfach die entsprechende App herunter. Wer möchte, dass sein Roboter Spiele, Konversation, Sprachen oder andere Fähigkeiten „erlernt“, lässt sich bei Entrance in Wup-

pertal ein entsprechendes App programmieren. Im Grunde ist das so einfach.

Entrance ist heute einer der wenigen zertifizierten Vertragspartner der Hersteller von Companion Robotern in Europa. Diese Roboter sollen, im Gegensatz zu hart arbeitenden Industrierobotern, ein Gefährte für den Menschen sein. Daher sehen sie allesamt niedlich aus und sprechen mit kindlicher Stimmlage. Ihre Hauptaufgaben sind Unterhaltung, gemeinsames Lernen und leichte sowie repräsentative Aufgaben in Hotel-Lobbys, Supermärkten und Firmenzentralen.

### **Der Roboter schafft digitalen Durchblick**

Ein Blick auf die Komplexität im Internet der Dinge oder im smart Home, macht die Bedeutung eines Roboters, als zentraler Ansprechpartner des Menschen deutlich. Denn er kann Sprachbefehle umsetzen und Szenarien steuern. Bleibt man morgens krank im Bett liegen, reicht ein Sprachbefehl wie

grammierungen 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.

Die Wuppertaler lassen Szenarien, die manche noch für Science-Fiction halten, Realität werden. So ist es längst Alltag, wenn ein Roboter die Kunden im Foyer einer Firma begrüßt und nach ihren Kaffeewünschen fragt. Diese an die vernetzte Maschine weitergibt, um wenig später das gewünschte Heißgetränk zu servieren. Dabei lässt er es sich natürlich nicht nehmen, in nettesten Plauderton Firmenneuigkeiten oder wichtige Informationen für das anstehende Meeting mitzuteilen. Ob sich Pepper den Kunden via Gesichtserkennung „merkt“, dessen Alter schätzt, die Gäste in fließendem italienisch begrüßt oder seine Getränke-



„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 zum persönlichen Assistenten.

### **Nahezu unbegrenzte Möglichkeiten**

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, ist der Bedarf an Anwendungspro-

wünsche speichert, kann der Besitzer des Roboters frei wählen – in Wuppertal, bei dem Jungunternehmen 2018 Entrance.

**[www.entrance-robotics.de](http://www.entrance-robotics.de)**



## UNTERNEHMEN 2018

### Die Zukunft gestaltet

Das Unternehmen des Jahres kommt aus einer, auf den ersten Blick für Wuppertal etwas untypischen Branche. Der Preisträger ermöglicht hochpräzise Einblicke in den menschlichen Körper, in einer Qualität und Quantität, die noch vor wenigen Jahren unmöglich erschien. Zum ersten Mal wird der wirtschaftliche Erfolg eines Medizinunternehmens gewürdigt. 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.

### Wirtschaft von der Medizin her denken

Dabei war der nun preisgekrönte ökonomische Erfolg von Radprax eher eine Begleiterscheinung der Konsequenz und Leidenschaft des unternehmerischen Han-



*„Das Unternehmen Radprax Medizinische Versorgungszentren GmbH besticht durch seine auf Innovationsführerschaft angelegte Unternehmensentwicklung und ist so zu einem der größten und modernsten Unternehmen seiner Art in Deutschland geworden. Die Philosophie, das Unternehmen konsequent von der Medizin her zu denken und die Betriebswirtschaft als Hilfswissenschaft heranzuziehen, dauerhaft seine Patienten bestmöglich versorgen zu können, hat es erfolgreich gemacht. Mit einem mutigen und weitsichtigen Zukauf eines Krankenhauses konnte das Unternehmen seine Zukunftsfähigkeit sichern und sich mit einer vorbildlichen Managementleistung neu aufstellen.“*

*Direktor Gunther Wölfges,*

*Vorstandsvorsitzender der Sparkasse Wuppertal*

delns. Immer 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 lediglich die wichtigste Hilfswissenschaft, die das Erreichte sichert und Neues ermöglicht. Oberstes Credo des Unternehmens ist es, den Ärzten die bestmögliche Diagnose zu ermöglichen. Dafür benötigen diese den optimalen Befund, erzeugt von den modernsten verfügbaren Geräten. Marktführerschaft durch Qualitätsführerschaft, würden die bei Radprax eher selten gefragten Ökonomen dazu sagen. 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.

## Der Fachwelt wohl bekannt

Unweit des Geburtshauses von Wilhelm Conrad Röntgen hat das Engagement von Radprax erneut dafür gesorgt, dass Wuppertal heute 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 und medizinische Fortschritt in einer neuen Geräte-Generation manifestierte, investierten die Wuppertaler. Heute treibt Radprax mit bundesweiten Kooperationen den technologischen Fortschritt selbst mit an. Als Entwicklungspartner der Gerätehersteller könnten auch zukünftige Fortschritte, wie die stereotaktische Bestrahlung oder der Einsatz von künstlicher Intelligenz zur Bildinterpre-

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.

[www.radprax.de](http://www.radprax.de)



tation ihre Anwendung zuerst in Wuppertal finden. Dieses Konzept modernster Qualität überzeugte nach und nach die lokalen Krankenhäuser, für die Radprax heute einen großen Teil der radiologischen Untersuchungen durchführt. Aus dem Zusammenschluss von Röntgenpraxen wurde damit endgültig ein Verbund medizinischer Versorgungszentren.

## Man trifft sich im Tal

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, sein Companion, Dr. Heiner Steffens aus Ostfriesland. Beide sind heute im bergischen fest verwurzelt, was jedoch

# Historische Stadthalle Wuppertal

## STADTMARKETINGPREIS 2018

### Erlesenheit in zeitlosem Stil

Es gibt viele gute Gründe um auf Wuppertal neidisch zu sein. Mit zuverlässiger Regelmäßigkeit ist der Stadtmaking 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 diesjährige Preisträgerin ruft, wo auch immer Bilder von ihr gezeigt werden, verwundert anerkennende Stimmen hervor: „Hätten wir so ein Haus in unserer Stadt, wir wären alle Probleme los!“

### Das Kronjuwel der Stadt

Nahezu majestätisch thront die Historische Stadthalle Wuppertal als das Kronjuwel einer goldenen Zeit der städtischen Baukunst, auf dem Johannisberg. Der Repräsentationsbau im Stil der Neorenaissance, der damals noch eigenständigen Stadt Elberfeld, wurde 1900 fertiggestellt. Sie ist also im wahrsten Sinne des Wortes ein steinerner Zeuge der gesamten Wupper-



*„Die Historische Stadthalle Wuppertal steht für prächtige Architektur, perfekte Akustik und Tradition. Sie ist eine der bedeutendsten Sehenswürdigkeiten der Stadt und erlangt wegen ihrer einzigartigen Akustik weltweite Anerkennung.“*

*Uwe Kleist,*

*Centerleiter der Mercedes-Benz Niederlassung*

*Wuppertal/Solingen/Remscheid*

taler Stadtgeschichte ab 1927. Im zweiten Weltkrieg blieb sie als einziges Kulturhaus nahezu unbeschadet, was sie übergangsweise zur Opern- und Theater-Spielstätte machte. Von 1992 bis 1995 wurde die Halle der Stadt aufwändig in ihren Originalzustand versetzt, auch um die baulichen Verirrungen aus den 50er Jahren rückgängig zu machen. Seitdem ist der Bau mit seinen inneren Werten absolut einzigartig. 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 begeistern, 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. Sie ist einer der zentralen Kulturträger der Stadt und damit auch ein prägendes Stück Heimat, zu dessen Erhalt die gesamte Stadt verpflichtet ist. 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 Valetta auf Malta gehören.

### **Menschen machen Heimat**

Mit der Stadthalle wird auch das unermüdliche Engagement der Menschen hinter den Sälen ausgezeichnet. Das Team um Silke Asbeck, die seit 2000 zur Stadthalle gehört und deren Geschicke 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.

Das geht oft schon bei der Infrastruktur los. Kaum ein Veranstaltungsort ist so gut angebunden. Fußläuferiger kann ein Bahnhof nicht sein, Parkplätze sind reichlich vorhanden und von zwei Flughäfen aus, ist man innerhalb von 30 Minuten auf dem Johannisberg. Zum interkontinentalen Drehkreuz Frankfurt braucht man nur zwei Stunden. Gleiches gilt für die exzellente geografische Lage der Stadt in Europa. Und kaum eine Großstadt ist so grün und verfügt über ein solch umfassendes Angebot ... das alles sind Inhalte die gebetsmühlenartig immer und immer wieder erklärt werden müssen. Das tut das Team der Stadthalle unermüdlich. Diese tägliche Missionsarbeit für den Standort Wuppertal ist daher auch fester Bestandteil der heutigen Auszeichnung! Denn es sind immer die Menschen, die Orte und Gebäude prägen, mit Leben erfüllen und so ein Stück Heimat gestalten.

[www.stadthalle.de](http://www.stadthalle.de)



Die Stadthalle ist als Veranstaltungsort über all die Zweifel erhaben, mit denen der Standort insgesamt vielleicht noch etwas zu kämpfen hat. So müssen die Mitarbeiter der Stadthalle manchmal Imageeinschränkungen und fehlerhafte Einschätzungen zur Stadt bei potentiellen Kunden korrigieren und die Blicke auf die bestimmenden Fakten lenken. Denn: Schwebebahn, Tuffi, Stadthalle – das ist meist der geringe Kenntnisstand auswärtiger Interessenten zu Wuppertal. Die Stadthalle benötigt für ihre Kunden jedoch zwangsläufig auch eine hohe Bekanntheit anderer Stärken, wie gute Einkaufsmöglichkeiten oder interessante Aktivitäten für Rahmenprogramme. Hier sind Stadt und Halle symbiotisch auf einander angewiesen und gemeinsam aufgefordert, die vorhandenen Stärken besser nach außen zu kommunizieren.

## **PREISTRÄGER DER VERGANGENEN JAHRE**

### **2017**

Jungunternehmen des Jahres: Outside the Club GmbH

Stadtmarketingpreis: Wuppertaler Schwebbahn

Unternehmen des Jahres:

K.A. Schmersal GmbH & Co. KG

### **2016**

Jungunternehmen des Jahres:

International Education Centers

Stadtmarketingpreis: UTOPIASTADT e.V.

Unternehmen des Jahres: Gebr. Becker GmbH

### **2015**

Jungunternehmen des Jahres:

Institut für Qualitäts- und

Zuverlässigkeitsmanagement GmbH (IQZ)

Stadtmarketingpreis: Bergischer Handball-Club (BHC)

Unternehmen des Jahres:

Heinz Berger Maschinenfabrik GmbH & Co. KG



## **Wuppertaler Wirtschaftspreis**

### **2014**

Jungunternehmen des Jahres: MyCocktail Taxi

Stadtmarketingpreis: Bergische Universität Wuppertal

Unternehmen des Jahres:

Coroplast, Fritz Müller GmbH & Co. KG

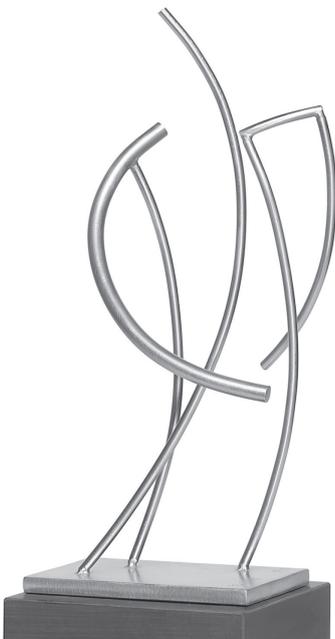
### **2013**

Jungunternehmen des Jahres:

TFI /Talention

Stadtmarketingpreis: Sinfonie Orchester Wuppertal

Unternehmen des Jahres: Bayer AG



**2012**

Jungunternehmen des Jahres:  
crossboccia GmbH  
Stadtmarketingpreis: Junior Uni Wuppertal  
Unternehmen des Jahres: netzkern AG

**2011**

Jungunternehmen des Jahres:  
WaveScape Technologies GmbH  
Stadtmarketingpreis: Von der Heydt-Museum  
Unternehmen des Jahres:  
Druckhaus Ley + Wiegandt GmbH + Co.

**2010**

Jungunternehmen des Jahres: Kita|Concept  
Stadtmarketingpreis:  
Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie GmbH  
Unternehmen des Jahres:  
E/D/E- Einkaufsbüro Deutscher Eisenhändler GmbH

**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 Löbberth GmbH & Co. KG

**2005**

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

**2009**

Jungunternehmen des Jahres: annos GmbH  
Stadtmarketingpreis: Skulpturenpark Waldfrieden  
Unternehmen des Jahres:  
GEPA - The Fair Trade Company

**2008**

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

**2004**

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

**2003**

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

Veranstalter

WUPPERTAL  MARKETING

 **Stadtsparkasse  
Wuppertal**

 **wuppertalaktiv!**  
*ideen · impulse · initiativen*

Co-Veranstalter

 **WSW**

 **Mercedes-Benz**  
Niederlassung Wuppertal

 **Wirtschaftsförderung  
Wuppertal**

Sponsoringpartner

**Barmenia**  
Versicherungen  
Leben | Kranken | Unfall | Sach

 **RINKE**  
oundmdesign

 **OFFSET COMPANY**

 **tant**<sup>®</sup>

Medienpartner

 **WZ**

 **107.4**  
RADIO WUPPERTAL