



Wuppertaler  
Wirtschaftspreis 2008

Die Preisträger

ausgezeichnet<sup>®</sup>  
Keiner wie wir.

Wuppertal ist reich an engagierten Unternehmen, Vereinen und Institutionen. Noch bis vor einigen Jahren wirkte das vielfältige Engagement allerdings weitestgehend im Verborgenen. Der Wuppertaler Wirtschaftspreis rückt die Leistungen nunmehr seit sechs Jahren ins öffentliche Bewusstsein. Einst von Wuppertalaktiv e.V. gegründet, liegt die Projektkoordination seit 2006 in den Händen der Wuppertal Marketing GmbH. Jedes Jahr arbeiten mehr als 40 Experten in den Nominierungskomitees und Jurys mit.

Die renommierteste Auszeichnung für Unternehmen und Organisationen in Wuppertal wird in drei Kategorien verliehen:

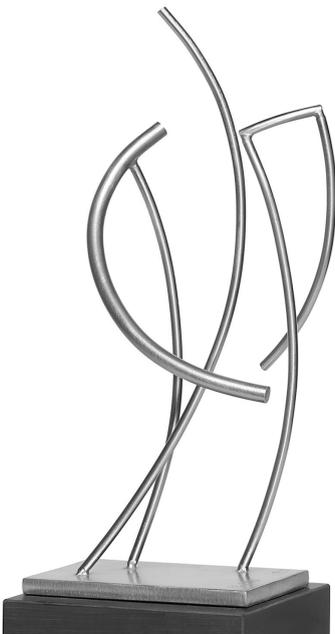
Als „Jungunternehmen 2008“ (bisher Start-Up) kommen Unternehmen in Frage, die ihren Standort in Wuppertal haben und die Unternehmensgründung höchstens fünf Jahre zurückliegt. Das Alter der in Frage kommenden Firmen wurde um zwei Jahre angehoben, um mehr Betrieben die Möglichkeit zu geben, den Erfolg ihres Geschäftskonzeptes sichtbar zu machen.



## Wuppertaler Wirtschaftspreis 2008

Mit dem „Stadtmarketingpreis“ werden Unternehmen, Initiativen, Vereine oder engagierte Privatpersonen ausgezeichnet, deren Engagement zur Steigerung des Bekanntheitsgrades und zur Verbesserung des Images von Wuppertal beiträgt.

Das „Unternehmen 2008“ zeichnet sich zum Beispiel durch besondere Managementleistungen, neuartige Produkte und Dienstleistungen, soziales Engagement oder eine überdurchschnittliche Zahl von Auszubildenden aus. Seit diesem Jahr beschränkt man sich in dieser Kategorie auf einzelne Branchen, so konnten für 2008 einzig Handwerksunternehmen und verwandte Wirtschaftszweige vorgeschlagen werden.



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

## WUPPERTAL – KEINER WIE WIR.

„Wuppertal bewegt. Sich. Mich. Dich.“ Das war das Motto des Nordrhein-Westfalen-Tags 2008. Wir hatten die einzigartige Chance, dem ganzen Land die Vielfalt und Stärken unserer Stadt zu präsentieren. Ich finde, wir haben sie sehr gut genutzt. Es war ein unvergessliches Erlebnis für uns alle. Die Begeisterung wirkt nach und hat auch dazu geführt, dass wir, die Menschen, die hier wohnen, leben und arbeiten, uns einmal mehr bewusst geworden sind, was für eine tolle Stadt Wuppertal doch ist.

Der Landesgeburtstag ist nun vorbei, doch das Motto bleibt. Und der „Wuppertaler Wirtschaftspreis“ macht uns in jedem Jahr aufs Neue bewusst: Wuppertal ist immer in Bewegung. Und das ist nicht zuletzt den vielen Unternehmen zu verdanken, die mit ihren Produkten und Leistungen jeden Tag aufs Neue dazu beitragen, dass unsere Stadt ein starker und bewegter Wirtschaftsstandort ist.

Ich freue mich sehr darüber, dass der diesjährige Wirtschaftspreis in der Kategorie „Unternehmen 2008“ dem Handwerk

Wuppertal bewegt. Sich. Mich. Dich.

Ich freue mich – nicht nur als Schirmherr – auf bewegende Momente bei der diesjährigen Verleihung des Wuppertaler Wirtschaftspreises, der das unternehmerische und gesellschaftliche Engagement in und für unsere Stadt einmal mehr würdigt.



Peter Jung  
Oberbürgermeister

Oberbürgermeister  
Peter Jung



vorbehalten ist, denn das Handwerk hat den Erfolg Wuppertals als Wirtschaftsstandort nachhaltig geprägt und tut es noch heute.

Dass sich Wuppertal auch vielversprechend in Richtung Zukunft bewegt, beweisen die zahlreichen von Erfolg gekrönten Unternehmensgründungen. Es zeigt sich immer wieder: Gute Ideen finden hier einen fruchtbaren Boden.

Unternehmerisches Handeln ist in Wuppertal aber nicht nur auf das eigentliche Geschäft beschränkt, hier wird schon fast mit einer Selbstverständlichkeit gemeinsam mit Organisationen, Vereinen und auch großem privaten Engagement auf vielen Ebenen dazu beigetragen, dass Wuppertal eine familienfreundliche und lebensfrohe Stadt zum Wohlfühlen ist.

## JUNGUNTERNEHMEN 2008

Ganz schön aufgeblasen sind die Produkte des diesjährigen Preisträgers. Und das gilt im wahrsten Sinne des Wortes, denn die rentapneu GmbH bedient sich einer neuartigen Technik zur Produktion aufblasbarer Räume und Objekte.

Angefangen hat alles 2002 mit einem Studentenwettbewerb, den die Bergische Universität gemeinsam mit der Regionale 2006 Agentur auslobte. Aufgabe war die Entwicklung eines mobilen Präsentationspavillons, der überall im Bergischen Städtedreieck schnell und unproblematisch aufzubauen ist.

Das Ergebnis der damaligen Preisträger Volker Hofmann und Mohamed Fezazi überzeugte und so hat der weiße, amorphe Pavillon der Regionale 2006 unzählige Male die Blicke auf sich gezogen – teilweise an ein und demselben Tag an verschiedenen Orten. Denn dank der findigen Idee des aufblasbaren „Info-Pneu“ war ein müheloser Auf- und Abbau von ein bis zwei

lobbennob  
**rentapneu**



Personen schnell zu bewältigen. Ein Ventilator blies Luft zwischen zwei mit Bändern stabilisierten Nylon-schichten und innerhalb von fünf Minuten stand das vier mal sechs Meter große, drei Meter hohe Wahrzeichen der Regionale 2006 an der gewünschten Stelle. Wenn die Luft wieder raus war, passte das Ganze auch noch mühelos in den Kofferraum eines Pkws.

Die Regionale ging mit dem Präsentationsjahr 2006 zu Ende, doch dem Ergebnis des Studentenwettbewerbs ging danach keineswegs die Luft aus. Vielmehr war der „Info-Pneu“ Grundstein für eine unternehmerische Erfolgsgeschichte.

Nach erfolgreichem Abschluss des Architekturstudiums gründeten Volker Hofmann und Mohamed Fezazi gemeinsam mit Antonio Pinca vor drei Jahren das Unternehmen rentapneu.

Die ersten zwei Jahre dienten dem Aufbau und der Entwicklung der Produkte zur Marktreife, jetzt blicken die Firmengründer optimistisch in die Zukunft.

Sie haben allen Grund dazu, denn ihre originellen aufblasbaren Räume und Objekte werden schon jetzt auf vielen Veranstaltungen eingesetzt, ob als Messe- oder Promotionstand, als Ausstellungspavillon, als pneumatische Trennwand, als Sonnensegel, als Kunstinstallation oder als dekoratives Lichtobjekt.

Sie werden nicht nur geplant, sondern mittlerweile auch in eigener Produktion gefertigt. rentapneu bietet individuell auf den Kunden zugeschnittene Produkte, genauso wie Vermietung und Verkauf von standardisierten Objekten. Pflege,

Dass diese Geschäftsidee keine heiße Luft ist, sondern ganz im Gegenteil, dank einer innovativen Produktidee eine Erfolgsstory mit Fortsetzung, hat die Jury überzeugt und daher die rentapneu GmbH für den Wirtschaftspreis in der Kategorie „Jungunternehmen 2008“ ausgewählt.

[www.rentapn.eu](http://www.rentapn.eu)



Lagerung und auf Wunsch auch Auf- und Abbau runden den Service ab.

Besonders im Segment für Messestände und Standausstattung will man sich als Spezialanbieter etablieren. Im Eventbereich ist man bereits gut im Geschäft. Wuppertal hat sich hier als optimaler Standort erwiesen, schließlich sitzen hier und in den Nachbarstädten die Größen der Eventbranche und die zählen bereits zu den begeisterten Kunden. Zudem stehen weitere Investitionen in Maschinen und Arbeitskräfte bereits an und so wird sich rentapneu wohl weiter ganz schön aufblasen.

## UNTERNEHMEN 2008

„Brot essen ist keine Kunst, aber Brot backen“, heißt ein deutsches Sprichwort. Leider wird die echte Kunst des Brotbackens immer weniger gepflegt, doch in Wuppertal gibt es zum Glück noch echte Künstler, die das Handwerk des Brotbackens verstehen. Wer bei Freunden zum Frühstück eingeladen ist und für die Brötchen zuständig ist, der fährt – auch sonntags – na klar, zu myska.

Gegründet vor mehr als fünfzig Jahren von seinen Eltern, sorgt mittlerweile Detlef Myska dafür, dass in den Backwaren der Bäckerei und Vollkornmühle myska nur das drin ist, was auch drin sein muss. Deshalb sind sie ja auch so lecker. Handwerkliche Qualität ist hier oberstes Gebot. Wer wirklich gutes Brot backen will, der benutzt Sauerteig. Die Herstellung dieses fehleranfälligen Teiges ist allerdings sehr arbeitsaufwendig und setzt viel Erfahrung voraus, schließlich müssen sich genügend Hefepilze zur Lockerung sowie Milch- und Essigsäurebakterien zum Säuern des Bro-

**myska**  
einfach/klasse



tes bilden; und dies auch noch im richtigen Verhältnis zueinander, damit auch der Geschmack der Beste wird. Die damit verbundene Mehrarbeit, das Fehlen fachkundiger Bäcker und der Zeitdruck in der Produktion haben dazu geführt, dass der Sauerteig aus den meisten Backstuben verschwunden ist. Stattdessen werden industrielle Vormischungen verwendet, deren Zusammensetzung nicht nur für den Verbraucher kaum nachvollziehbar ist. Nicht so bei myska, hier wird auf alle Zusatzstoffe verzichtet und auch auf standardisierte Massenware. Jedes Brot und jedes Brötchen wird noch individuell per Hand geformt.

Das Konzept kommt gut an. Das beweisen nicht nur diverse Auszeichnungen, sondern auch die stets stark

frequentierten fünf myska-Bäckereien im Großraum Elberfeld. Wer keine Lust hat, das Frühstück selbst zu machen, der geht einfach ins Café Crème gleich neben dem myska-Stammsitz an der Briller Straße. Nachtschwärmer und Frühaufsteher können hier am Wochenende sogar schon ab 3 Uhr morgens frühstücken – natürlich mit frischen Brötchen, aus der Backstube nebenan. Der beliebte Treffpunkt wird von Detlef Myska gemeinsam mit einem Partner geführt. Die Qualität ist entsprechend und wurde schon in der Zeitschrift „Feinschmecker“ gewürdigt.

Werbung von myska in Zeitungen, Radio oder Flyern sucht man vergeblich – warum auch, schließlich ist die Mund-zu-Mund-Propaganda zufriedener Kunden die beste Werbung. Einzig die Papiertüten – in manchen Haushalten schon zum Sammlerobjekt geworden – informieren über Produkte, Herstellung oder Ernährungstipps. Und nicht nur das, regelmäßig werden sie auch sozialen und ökologischen Initiativen als Kommunikationsplattform zur Verfügung gestellt – natürlich kostenlos.



Der Umzug von Backstube, Laden und Café steht Anfang nächsten Jahres an und zwar dorthin, wo eine richtige Handwerksbäckerei traditionsgemäß hingehört: mitten in die City. An der Aue 14 wird ein offen zugängliches und doch klar abgegrenztes Areal ähnlich einem Gehöft entstehen, in dem auch noch der Verkauf anderer Frischprodukte, aber auch Ausstellungen, Trödelmärkte und ähnliches Platz finden sollen. Wie die leckeren Backwaren bei myska entstehen, wird man dann in der gläsernen Backstube verfolgen können.

Besonders beeindruckt hat die Jury, dass myska seiner Tradition und Philosophie als Qualitätshandwerksbetrieb über all die Jahre treu geblieben ist. Nicht zuletzt auch mit dem Standortbekenntnis des Projektes Aue gebührt der Bäckerei und Vollkornmühle myska der Wirtschaftspreis 2008 in der Kategorie „Unternehmen 2008“.

Nicht das einzige soziale Engagement: Die Schüler von den Gymnasien St.-Anna und Wilhelm-Dörpfeld kommen täglich in den Genuss der myska-Leckereien, denn die Cafétérien werden zu einem Preis beliefert, der knapp über dem Deckungsbeitrag liegt, um die Arbeit der dort ehrenamtlich tätigen Mütter für ein gesundes Frühstück der Schüler zu unterstützen. Soziale Initiativen wie die „Wuppertaler Tafel“ und viele mehr werden sogar kostenfrei mit Backwaren versorgt.

Es ist also bei diesem unternehmerischen und sozialen Engagement kaum verwunderlich, dass sich myska im Wettbewerb mit überregionalen Ketten bestens behaupten kann. Jetzt steht sogar weiteres Wachstum auf dem Plan, denn der Hauptstandort in der Briller Straße platzt aus allen Nähten.

## STADTMARKETINGPREIS 2008

„Schon ein ganz kleines Lied kann viel Dunkel erhel-  
len“, wusste schon Franz von Assisi.

Da kann Wuppertal ja nur hell erstrahlen, denn schließlich hat die Wuppertaler Kurrende seit ihrer Gründung 1924 mit unzähligen Liedern die Zuhörer begeistert. Nach nunmehr fast 85 Jahren gehört die Wuppertaler Kurrende in Sachen Kulturbotschafter Wuppertals in die erste Reihe – musikalisch. Keiner wie wir.

Mit anspruchsvollen Konzerten und oratorischen Auf-  
führungen, Gastkonzertreihen und Kooperationen zie-  
hen die Sänger der Knaben- und Männerchöre nicht  
nur musik- und kulturinteressiertes Publikum aus  
der Region nach Wuppertal. Dank Tourneen im In-  
und Ausland, Wettbewerbserfolgen auf Landes- und  
Bundesebene – wie 2006 der Gewinn der Deutschen  
Meisterschaft / des 7. Deutschen Chorwettbewerbs in  
Kiel – strahlt Wuppertals musikalischer Ruf auch weit



über die Stadtgrenzen hinaus. Und das bei 60 bis 80  
Auftritten in jedem Jahr.

Kern des Erfolges ist die breit gefächerte und kontinu-  
ierliche musikalische Ausbildung von Kindern und Ju-  
gendlichen. Diese reicht von musikalischer Früherzie-  
hung für Jungen und Mädchen ab vier Jahren über die  
Ausbildungsklassen des Knabenchors (Spatzengruppe,  
Sing- und Chorschule für Jungen ab sechs Jahren)  
bis zum Konzertchor (Knabenchor ab neun Jahren,  
Jungmännerchor ab 14 Jahren und Männerchor ab 16  
Jahren).

Ergänzt wird dieses Angebot durch Kooperationen mit  
Kindergärten und Schulen in der Stadt, Instrumental-

unterricht sowie Einzelstimmführung für alle Konzertsänger. Die Wuppertaler Kurrende steht zudem für eine lebendige evangelische Kirche, so werden Gottesdienste gestaltet und mit Gesang Altenheimen und Krankenhäusern erhellt. Kinder und Jugendliche werden engagiert an die Gemeinschaft, an kulturelle Werte und an die christliche Botschaft herangeführt.

Es ist aber ein Irrtum, dass bei den Kurrendanern nur gesungen wird. Auch wenn sie das natürlich sehr gut können! Kinder berufstätiger oder alleinerziehender Eltern werden im Tagesheim ganztags betreut – mit Mittagessen, Hausaufgabenbetreuung, aber auch in eigenen Freizeiteinrichtungen, Spiel-, Sport- und Grünanlagen zum Toben. Schließlich sind es keine sprichwörtlichen Chorknaben, sondern richtige – und damit ganz normale Jungs. Gemeinschaftsfördernde Freizeitangebote, dreiwöchige Sommerfreizeiten, Konzerttourneen und Wochenendausflüge runden die weitreichende Jugendarbeit ab.

Möglich wird all dies einzig über eine in der Geschichte der Kurrende beispiellose Spendenaktion – dem „Kurrendetaler“. Der große Zuspruch aus Wirtschaft, Politik, Kirche und Kultur, vor allem aber aus der Bevölkerung stellt eindrucksvoll unter Beweis, wie sehr den Menschen dieser Stadt eine nachhaltige Musik- und Kulturförderung und der Ausbau von familienfreundlichen Angeboten am Herzen liegt.

Die Jury vergibt für dieses Engagement Bestnoten und würdigt die Wuppertaler Kurrende und ihre „Kurrendetaler“-Spendeninitiative mit dem „Stadtmakingpreis 2008“. Möge er dazu beitragen, dass sich die „Kurrendetaler“ weiter mehren für die Arbeit der Wuppertaler Kurrende e.V., der ein besonderes Loblied gebührt.

[www.wuppertaler-kurrende.com](http://www.wuppertaler-kurrende.com)



Durch Patenschaften der kurrendeeigenen Erich vom Baur-Stiftung wird Kindern im Bedarfsfall das Ganztagsangebot auch einkommensunabhängig ermöglicht.

2005 hat die Wuppertaler Kurrende e.V. zur Kostenentlastung des Kirchenkreises das musikalische Ausbildungszentrum an der Mozartstraße übernommen. Derzeit investiert man hier die unglaubliche Summe von 450.000 Euro für den Ausbau des Ganztagsangebotes. In den ersten beiden Bauabschnitten wurden die Spiel- und Sport-, Grün- und Parkanlagen im Außenbereich neu gestaltet. Maßnahmen zur ökologischen Energiegewinnung und -einsparung wurden darüber hinaus am und im Gebäude umgesetzt. In den kommenden zwei Jahren soll mit dem dritten Bauabschnitt die grundlegende Renovierung des großen Probensaals erfolgen.

## STIMMEN DES VORJAHRES

### Start-Up des Jahres: MAYWERK GmbH (vorm. mayerundthiele)

„Damit aus einer kleinen Pflanze ein großer Baum wird, braucht es den richtigen Nährboden – Wuppertal.“

(Geschäftsführer Hannes Mayer)

### Stadtmarketingpreis: Wuppertalbewegung e.V.

„In Zeiten knapper Kassen liegt das größte Potenzial zur Gestaltung der Umwelt in den Köpfen und Herzen der Bürger.

Wir freuen uns sehr über die Anerkennung des bürgerschaftlichen Engagements für die Nordbahntrasse/Jackstädt-Weg.“

(Vorstandsvorsitzender Dr. Carsten Gerhardt)

### Unternehmen des Jahres: WKW Walter Klein GmbH & Co. KG

„Angesichts der wirtschaftlichen Dynamik von Ländern wie China und Indien verliert Deutschland auch für den Mittelstand Zusehens an Attraktivität. Dennoch: Aus meiner Sicht ist unsere Region, und hier meine ich besonders die Stadt Wuppertal, weiterhin prädestiniert, im weltweiten Standortwettbewerb in der ersten Liga mitzuspielen.“

(Geschäftsführer Walter Klein)

## PREISTRÄGER DER LETZTEN JAHRE

### 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



## Wuppertaler Wirtschaftspreis

### 2004

Start-Up des Jahres: CETEQ GmbH & Co. KG

Stadtmarketingpreis:

Dr. Werner Jackstädt, Jackstädt-Stiftung

Unternehmen des Jahres:

Brose Schließsysteme GmbH

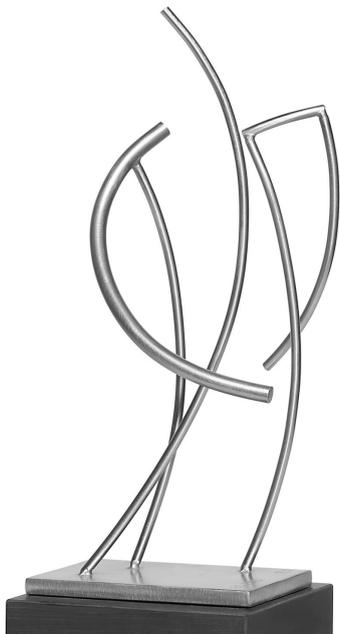
### 2003

Start-Up des Jahres: Steuratech GmbH

Stadtmarketingpreis: Dinnebier Licht GmbH

Unternehmen des Jahres:

RIEDEL Communications GmbH



## IMPRESSUM

**Herausgeber:**

Wuppertal Marketing GmbH  
[www.wuppertal-marketing.de](http://www.wuppertal-marketing.de)

**Text:**

Christiane ten Eicken  
[www.teneicken.com](http://www.teneicken.com)

**Corporate Design Konzeption 2008:**

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

**Druck:**

Offset Company  
[www.offset-company.de](http://www.offset-company.de)

**Corporate Design Konzeption 2003 – 2007:**

Rothkopf Design, Köln  
[www.rothkopf-design.de](http://www.rothkopf-design.de)

Veranstalter

WUPPERTAL  MARKETING

 Stadtparkasse  
Wuppertal

Wuppertal*aktiv* e.V.  
ideen impulse initiativen

Co-Veranstalter



versatel

Mercedes-Benz

Niederlassung Wuppertal  
der Daimler AG

Sponsoringpartner

Barmenia  
Versicherungen



WSW  oundmdesign

Medienpartner

