



Wuppertaler
Wirtschaftspreis 2011

Die Preisträger

ausgezeichnet[®]
Keiner wie wir.

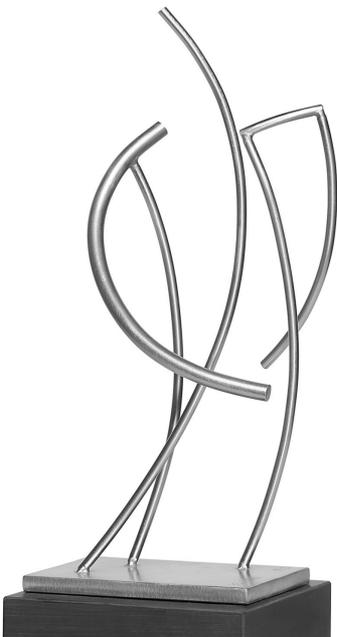
ERFOLGSWEG WUPPERTAL

Wenn sich das eine herausragende Merkmal der Wuppertaler Wirtschaft benennen lässt, so ist es die Stärke des Mittelstandes. Aus dieser Besonderheit ergibt sich eine Stadt der kurzen Wege, in der das Klima des Miteinanders und des offenen Austauschs eine Selbstverständlichkeit darstellt. Diese prägende Qualität bedeutet zugleich, dass Wuppertaler Unternehmen einander in ihrem innovativen Denken beflügeln und so zu Lösungen von weltumspannender Bedeutung gelangen. Mit dem Wuppertaler Wirtschaftspreis geben wir Ansporn, den eingeschlagenen Kurs noch bewusster zu gehen und der Stadt ihren markanten Charakter zu bewahren. Auch 2011 erhalten drei Unternehmen den Preis als Anerkennung dafür, dass sie den Wuppertaler Erfolgsweg auf ebenso kreative wie zuverlässige Weise beschreiten. Die renommierte Auszeichnung wird traditionell in drei Kategorien vergeben:

Als „Jungunternehmen des Jahres“ kommen solche in Frage, die seit höchstens fünf Jahren bestehen und in



Wuppertaler Wirtschaftspreis 2011



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

Wuppertal ansässig sind; zudem sollten sie mit ihrem innovativen Konzept erste Erfolge nachweisen können. Das „Unternehmen des Jahres“ zeichnet sich durch besondere Managementleistungen, neuartige Produkte und soziales Engagement aus. Für den „Stadtmarketingpreis“ können neben Unternehmen auch Initiativen, Vereine oder einzelne Personen vorgeschlagen werden. Sie sollen zur Steigerung der Bekanntheit Wuppertals beigetragen haben.

Über 40 Experten haben sich in drei unabhängigen Jurys der schwierigen Aufgabe gewidmet, die Preisträger zu ermitteln. Seit 2006 wird der Wuppertaler Wirtschaftspreis von der Wuppertal Marketing GmbH betreut; initiiert wurde er 2003 vom Stadtmarketingverein Wuppertal aktiv e.V. Der Preis wird jährlich unter der Schirmherrschaft des Oberbürgermeisters verliehen.

PREIS MIT STRAHLKRAFT

Zum neunten Mal wird der Wuppertaler Wirtschaftspreis in diesem Jahr vergeben. Diese Kontinuität spricht für den Preis und seine Attraktivität. Auch 2011 zeichnen sich Wuppertaler Unternehmen durch mutige Ideen und wegweisende Innovationen aus. Dies möchten die Wuppertal Marketing Gesellschaft, die Sparkasse Wuppertal sowie Wuppertal aktiv mit der Vergabe dieses Preises würdigen. Nur allzu gern übernehme ich dafür die Schirmherrschaft.

Innovation, wörtlich also Neuerung oder Erneuerung, kann zufällig entstehen – denn auch dem Zufall sind bedeutende Innovationen der Menschheitsgeschichte zu verdanken – oder systematisch gesucht werden. Ideen werden dabei in neue Verfahren oder Produkte umgesetzt.

An Ideen und guten Konzepten mangelt es unseren Wuppertaler Unternehmen – großen wie kleinen – wahrlich nicht. Nur fehlt manchmal eine Plattform, ein Forum, um diese auch der Öffentlichkeit zu präsentieren und sie in entsprechender Form zu honorieren. Mit dem Wuppertaler Wirtschaftspreis

Ich danke allen, die diesen Preis ermöglichen, allen, die Nominierungen eingereicht haben und der Jury für ihre wohl überlegten Entscheidungen!



Peter Jung
Oberbürgermeister

Oberbürgermeister
Peter Jung



wurde 2003 eine hervorragende Möglichkeit geschaffen, frische Ideen, besondere Leistungen und unternehmerisches Geschick zu prämiieren.

Ich freue mich darauf, den neuen Preisträgern der einzelnen Kategorien gratulieren zu können: dem Jungunternehmen des Jahres, dem Unternehmen des Jahres und dem Preisträger des Stadtmarketingpreises.

Dieser Preis strahlt nach innen und nach außen! Er zeichnet ein positives Bild des Wirtschaftsstandortes Wuppertal und lenkt den Blick auf Leistungen, die nicht selten zu Unrecht im Verborgenen bleiben.



JUNGUNTERNEHMEN 2011

Lärm ist eine ernsthafte Belastung geworden, für die Menschen in Deutschland wird er sogar als eine der stärksten Umweltbeeinträchtigungen empfunden. In erster Linie denkt man dabei natürlich an Verkehrslärm. In wachsendem Maße sind es aber auch Geräte und Anlagen, die das Ohr belasten. Und Lärm ist nicht nur lästig, sondern kann auf Dauer zu Schlafstörungen, Herz-Kreislaufkrankungen, psychischen Störungen und vielen weiteren Krankheitsbildern führen. Damit ist Lärm auch teuer. Milliarden Euro verschlingen lärmbedingte Arbeitsausfälle und Krankheiten. Die World Health Organization (WHO) forderte erst kürzlich erneut Regierungen und Kommunen auf, etwas gegen den Lärm zu tun.

Die Lösung des Problems Lärm kommt aus – Wuppertal! „Aktiv gegen Lärm“ lautet das Credo des Unternehmens, das in diesem Jahr den Wirtschaftspreis in der Kategorie „Jungunternehmen“ mit nach Hause nehmen wird.



„Ein lebendiger Wirtschaftsstandort braucht nicht nur erfahrene Unternehmer, sondern auch neue Ideen und mutige Menschen, die im Wirtschaftsleben Verantwortung übernehmen.“

Andreas Feicht,

Vorstandsvorsitzender WSW Energie und Wasser AG

WaveScape Technologies entwickelt, produziert und vertreibt Gegenschallsysteme zur Lärmreduktion.

Das zugrunde liegende Verfahren wird Active Noise Control (ANC) genannt. Hierbei wird einem vorhandenen Lärmschall ein entsprechender Gegenschall hinzugefügt, so dass sich beide Schallwellen durch Überlagerung dämpfen. Bei exakter Übereinstimmung löscht sich der Lärm sogar quasi selbst aus. Die Vorteile gegenüber passiven Maßnahmen, wie zum Beispiel Schallschutzwänden, überwiegen, ist ANC doch gerade im Bereich besonders tiefer Frequenzen, wie denen eines Kompressors, deutlich überlegen – und braucht weniger Raum.

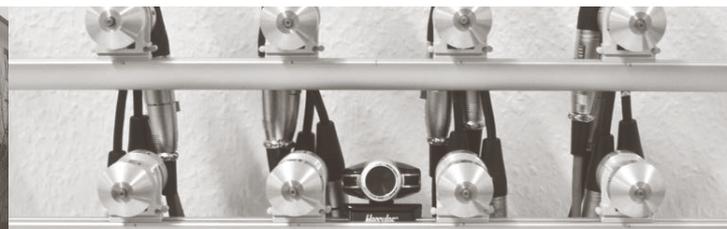
Bis dato war das kaum möglich. Zwar gab es das erste Patent zu ANC bereits 1934, in den 80ern wurde es mit Kopfhörern der Firma Bose vermarktet. WaveScape ist aber das erste Unternehmen, welches das ANC-Verfahren im Industriebereich anwendet. Im nächsten Jahr steht schon die Markteinführung des ersten Flüsterkompressors mit ANC von WaveScape an. Ein Zukunftsprodukt wird auch der WaveGuard, der im privaten Haushalt Straßen- und Nachbarschaftslärm dämpfen soll.

Schon jetzt bietet WaveScape mit der WaveCam, der Eigenentwicklung einer akustischen Kamera, Schallanalysen. Damit ist die bildliche Darstellung von tiefen Frequenzen möglich und so werden Lärmquellen visuell sichtbar gemacht. Dadurch ist eine exakte Bestimmung des Lärmstehungsorts möglich. Des Weiteren bietet das Unternehmen Schwingungsmessungen und Schallleistungsmessungen als Dienstleistungen an. WaveScape Technologies wurde im August 2007 als Spin-off aus der Bergischen Universität Wuppertal von Arndt Niepenberg und Dr. Carsten Winkler gegründet. Seit diesem Zeitpunkt ist der Sitz des Unternehmens das Wuppertaler Gründer- und

Entwicklungsaufträge von namhaften Unternehmen zeigen die branchenübergreifende Akzeptanz und den Erfolg des Geschäftskonzeptes. Welche Kunden das sind, unterliegt noch der Geheimhaltung, denn im nächsten Jahr sollen ja gleich zwei Produkte auf den Markt gebracht werden, die aufgrund der ANC-Technologie konkurrenzlos leise sind und den Kunden Wettbewerbsvorteile verschaffen werden.

Wenn eine der größten Belastungen unserer Zeit durch die Innovation von WaveScape Technologies gemindert, oder sogar im Laufe der Jahre ganz beseitigt wird, wenn ein Unternehmen sich in so kurzer Zeit auf dem Markt einen Namen verschafft hat, dann hat es zurecht den Wirtschaftspreis als Jungunternehmen verdient. Lärm hin oder her, hier darf der Applaus auch laut ausfallen. Und danach kommt die wohlverdiente Ruhe.

www.wavescape-technologies.com



Technologiezentrum (W-tec). Schon einige Gründer aus diesem „Innovationsnukleus“ konnten den Wirtschaftspreis erringen.

Mittlerweile hat das Unternehmen 11 Mitarbeiter – Tendenz steigend – und macht bereits in den Medien von sich reden, so im Manager Magazin, der Welt am Sonntag oder dem Fachmagazin Drucklufttechnik.

Kein Wunder, mit dieser technologischen Innovation, die weltweit erstmalig für zahlreiche Anwendungsgebiete einsetzbar ist, können heute beispielsweise schon Industrieanlagen, Kompressoren oder auch Haushaltsgeräte gedämpft werden. Zukünftig will man die Technologie auch für Verkehrslärm einsetzbar machen und somit privaten Haushalten eine Lärminderung ermöglichen. An diese Vision glauben auch ihre Investoren. Und nicht nur die, denn zahlreiche



UNTERNEHMEN 2011

Die Verbreitung von Informationen gehört zu den wichtigsten Aufgaben von Wirtschaft und Gesellschaft. Druckprodukte sind Träger von Informationen und trotz Zunahme elektronischer Medien verlieren sie nicht an Einfluss. Die Bedeutung der Druckindustrie ist also höher, als so manches Zahlenwerk ausdrücken kann.

Auf der anderen Seite herrscht in diesem Bereich Druck im wahrsten Sinne des Wortes. Kaum eine andere Branche ist solch einem fortschreitenden Strukturwandel unterworfen. Der Industriezweig ist von kleinen und mittleren Unternehmen geprägt und unzählige konnten dem permanenten Kostendruck, zunehmenden Investitionskosten und konjunkturellen Schwankungen nicht standhalten. Wer sich also auf diesem hart umkämpften Markt seit fast 100 Jahren nach wie vor erfolgreich behauptet, der muss schon besonders sein.



„Die Gründerfamilien und die Familien der Mitarbeiter sind die Erfolgssäulen des Preisträgers – ausgezeichnet!“

Direktor Norbert Brenken,

Vorstandsmitglied der Stadtsparkasse Wuppertal

Ley + Wiegandt ist besonders: 1913 von Paul Ley und Emil Wiegandt gegründet, wurde das Unternehmen stets durch die Inhaberfamilie geführt. Mit Silke Jungmann und Jan Vetter steht nach einem reibungslosen Generationswechsel im Jahr 2006 die dritte bzw. vierte Generation an der Firmenspitze. Ein Familienunternehmen ist Ley + Wiegandt aber gleich in mehrfacher Hinsicht: Auch unter der fast 50köpfigen Belegschaft gibt es gleich mehrere Familienverbände. Angehörige werden schon frühzeitig durch Praktika und Ferienjobs integriert. Man denkt immer den Nachwuchs mit, bildet seit Gründung jedes Jahr aus und bietet zudem vielerlei Möglichkeiten der Weiterbildung.

Wo es so familiär zugeht, wird gerne zusammengearbeitet und natürlich auch gefeiert. Anlässe gibt es zuhauf, so gehört man auch in diesem Jahr zu den Finalisten des begehrten „Druck & Medien Awards“, einer der bedeutendsten Auszeichnungen der Branche. Das Druckhaus Ley + Wiegandt konnte sich, wie schon in 2009 und 2010, erneut gegen zahlreiche Firmen durchsetzen und wurde als „Familiendruckerei des Jahres 2011“ nominiert. Ebenfalls vorgeschlagen wurde Ley + Wiegandt für die Auszeichnung „Soziales Print-Projekt des Jahres 2011“ mit der Aktion „114 Kindergärten“. Ein Projekt, das zeigt, wie besonders hier gedacht wird. Beim sozialen Engagement für die Stadt und ihre Bürger wird nämlich schon bei den Kleinsten angesetzt: Kinder malen und basteln gerne, und was braucht man dazu? Papier natürlich! Und so haben die Mitarbeiter 30.000 Bogen DIN A3-Papier ehrenamtlich geschnitten und verpackt, Ley + Wiegandt hat diese an 114 Wuppertaler Kindergärten gespendet. Sachspenden sowie finanzielle Unterstützung durch Ley + Wiegandt gibt es auch für zahlreiche Vereine, Institutionen und Projekte wie Junior Uni, Wuppertal Bewegung, Freiwillige Feuerwehr Uel-

lion, tauscht mit ihm die Mitarbeiter auf Zeit und ist auch in den Verbandsgremien an oberster Stelle aktiv.

In Sachen Innovationen hat das Druckunternehmen die Nase immer ganz weit vorn. Mit vielen Produkten und Dienstleistungen waren und sind Ley + Wiegandt die ersten Anbieter am Markt. Ob es ein NRW-weit einzigartiges Sicherheitskonzept für vertrauliche Drucksachen ist, ob es um Klimaneutralität und konsequentes Öko-Management geht, um neue Fertigungsverfahren, mit denen noch kunstvollere Gestaltungen oder spezielle Druckanforderungen möglich sind – Ley + Wiegandt ist stets auf dem allerneuesten Stand.

Das erfordert stetige Investitionen in Maschinen und Software. Und dafür reichte der Standort in der Fichtenstraße irgendwann einfach nicht mehr aus. Dass man Wuppertal treu blieb, stand außer Frage und so verdreifachte man die Produktionsfläche mit dem Umzug 2008 in die Nächstebreck. Der neue Standort um-



lendahl, Barmer Bürgerverein und ganz aktuell das ambitionierte Filmprojekt, der Wupper Krimi „King Ping“. Und das sind nur einige Beispiele. Zudem ist die Geschäftsführung mit viel Engagement selbst aktiv, so bei den Wirtschaftsjuvenen oder dem Marketing-Club.

Bei all diesen Belegen für eine lebendige Unternehmenskultur, der eine Stärkung des Standorts Wuppertal zu verdanken ist, soll und darf man aber auch das eigentliche Geschäft in den Vordergrund rücken. Nicht umsonst pflegt man zum Teil bereits Jahrzehnte währende Kundenbeziehungen – die Liste liest sich wie das „Who is who“ der bergischen Wirtschaft. Qualität, Service und Kundenbetreuung zählen eben noch etwas. Dabei sitzt man nicht auf dem hohen Ross, sondern pflegt auch ein gutes Verhältnis zum Wettbewerb in der Re-

fasst neben drei Fertigungshallen für Druck, Verarbeitung und Lager auch einen neuen Verwaltungsbau für Druckvorstufe und Vertriebsbüros. Das räumliche Wachstum hat man damit erst mal abgeschlossen, personell will man sich aber weiter verstärken.

Dass Ley + Wiegandt in wörtlichem und übertragenem Sinne druckfähig ist, hat das Unternehmen hinlänglich bewiesen. Dass es mit seinem großen unternehmerischen und sozialen Engagement für den Standort Wuppertal den Preis für das „Unternehmen des Jahres 2011“ zweifellos verdient hat, steht nun auch schwarz auf weiß gedruckt fest.

www.ley-wiegandt.de

VONDERHEYDT MUSEUM

STADTMARKETINGPREIS 2011

Das Von der Heydt-Museum im Herzen der Elberfelder Innenstadt ist eine der bedeutendsten kulturellen Institutionen des Bergischen Landes. Verwurzelt in Wuppertal, wo Kunstförderung – insbesondere seitens der Unternehmen – Tradition hat. Es ist daher kein Zufall, dass das seinerzeit städtische Museum seinen Platz im wichtigsten Gebäude von Elberfeld fand – im ursprünglichen Rathaus am Turmhof.

Ein weiterer Beleg ist auch der Kunstverein, der mit 1.400 Mitgliedern einer der größten Deutschlands ist. „Die öffentliche Wertschätzung des Museums wird insbesondere durch seine publikumswirksamen Präsentationen in Dauer- und Sonderausstellungen bestimmt. Dies sind jedoch nicht die alleinigen Kennzeichen der professionellen Museumsarbeit. Ein erheblicher Teil der originären Aufgaben der Museen bleibt dem Besucher in der Regel verborgen: das Sammeln, Bewahren und Forschen. Die Ergebnisse der Arbeit in diesen Bereichen sind die Grundlage für das Aus-



„Das Von der Heydt-Museum ist durch die vielseitigen Ausstellungen von Werken international bekannter Größen ein wichtiger Publikumsmagnet für unsere Stadt Wuppertal.“

Stefan Heinz

Direktor der Niederlassung Daimler AG

Mercedes-Benz Niederlassung

Wuppertal/Solingen/Remscheid

stellen und Vermitteln – und damit das öffentliche Erleben der Museumssammlungen (...).“ So definiert der Deutsche Museumsbund die Aufgabe eines Museums. Der Museumsbegriff ist in Deutschland nicht geschützt, Auftrag und Aufgaben der Museen sind nicht gesetzlich geregelt. Umso dankbarer darf man sein, ein Museum in seiner Stadt zu haben, das nicht nur auf regionales Interesse stößt, sondern Beachtung im gesamten In- und Ausland findet.

Wer denkt, hinter den Mauern der Kunsthallen herrsche eine beklemmende, staubig riechende Stille und ein Museumsbesuch sei allein charakterisiert durch das schweigsame Wandeln vorbei an Relikten

vergangener Epochen, der wird bei einem Besuch des Von der Heydt-Museums eines Besseren belehrt. Sofort wird hier deutlich, dass ein Museum als öffentlicher und lebendiger Ort des Diskurses mit einer publikumsorientierten Infrastruktur zur aktiven Kunst- und Kulturvermittlung zu verstehen ist.

Der engagierten Arbeit von Direktor Dr. Gerhard Finckh und seinem Team ist es hoch anzurechnen, dass Wuppertal und seine Besucher stets wechselnde kulturelle Errungenschaften aus der ganzen Welt zu sehen bekommen. Mit viel Charme, Sachverständnis und umfangreicher planerisch-organisatorischer Arbeit gelingt es Finckh immer wieder, zahlreiche Werke nach Wuppertal zu holen, die entweder bis dato für die Öffentlichkeit nicht verfügbar waren, da sie sich in Privatbesitz befinden oder die weltberühmt ihr Zuhause in den Museen der größten Metropolen haben.

Auch die Art und Weise der Präsentation ist im Von der Heydt-Museum beachtenswert. Besucherstimmen loben die schönen Hängungen und die Abstimmung der Werke unter-

einander. 2009/2010 hier in Wuppertal im Rahmen der bisher größten Monet-Ausstellung viele Werke aus Museen und Sammlungen aus aller Welt erstmals zusammen. Darunter Werke aus Häusern wie dem Metropolitan Museum of Art in New York, der Tate Gallery in London, dem Musée d'Orsay und dem Musée Marmottan Monet in Paris.

Diese Monet-Werkschau hat mit fast 300.000 Besuchern alle Rekorde gebrochen und ist damit die erfolgreichste Sonderausstellung des Bergischen Landes gewesen. Schon lange spricht man nicht nur von einer Kunstkammer für das Volk, denn das Museum wird auch dem Erkenntnisdrang der Experten gerecht. Und so führte auch die breit angelegte Retrospektive zu dem Spätimpressionisten Pierre Bonnard zu positiven Besprechungen in den einschlägigen Kulturreports. Auch zur Zeit macht das Von der Heydt-Museum wieder von sich und Wuppertal reden, wird doch mit „Alfred Sisley – der wahre Impressionist“ die erste Einzelausstellung Deutschlands dieses bedeutenden Künstlers des französischen Impressionismus präsentiert.



einander. Wer das Museum einmal besucht, wird gern zum Wiederholungstäter.

Die eigene Sammlung umfasst allein 3.000 hochkarätige Gemälde, 400 Skulpturen und 30.000 grafische Blätter. Weltbekannte Werke vom 16. Jahrhundert bis in die Gegenwart sind hier zu bewundern, insbesondere die Sammlung Moderner Kunst sucht ihresgleichen.

Darüber hinaus gibt es immer wieder aufsehenerregende Wechselausstellungen in zum Teil einzigartiger, nie dagewesener Kombination. So knüpfte das Von der Heydt-Museum an seinen Erfolg der über die nationalen Grenzen besprochenen Renoir-Ausstellung von 2007/2008 an und führte

nist“ die erste Einzelausstellung Deutschlands dieses bedeutenden Künstlers des französischen Impressionismus präsentiert.

Die Würdigung durch den Stadtmarketingpreis war somit fast schon überfällig. Schließlich verbindet das Von der Heydt-Museum durch seine großartige Arbeit den Namen der Stadt mit den größten Kostbarkeiten der Kultur.

www.von-der-heydt-museum.de

PREISTRÄGER DER VERGANGENEN JAHRE

2010

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

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



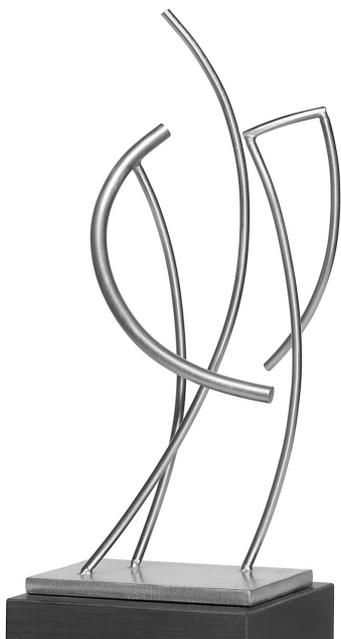
Wuppertaler Wirtschaftspreis

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: Steuritech 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 Von der Heyd-Museum:

Antje Zeis-Loi, Medienzentrum Wuppertal

Fotos WaveScape:

WaveScape Technologies GmbH

Fotos Druckhaus Ley + Wiegand GmbH + Co.:

Bettina Osswald
Druckhaus Ley + Wiegand GmbH + Co.

Veranstalter

WUPPERTAL  MARKETING

 Stadtparkasse
Wuppertal

 wuppertalaktiv!
ideen · impulse · initiativen

Co-Veranstalter

 WSW



Mercedes-Benz
Niederlassung Wuppertal



Wirtschaftsförderung
Wuppertal

Sponsoringpartner

 Barmenia
Versicherungen

 RINKE

oundmdesign



OFFSET COMPANY

 tant®

Medienpartner

 WZ

 **107.4**
RADIO WUPPERTAL