



Wuppertaler
Wirtschaftspreis 2014

Die Preisträger

UNTERNEHMEN ALS MARKENZEICHEN

„Gesucht wird die beste Geschäftsidee des Jahres oder ein bestehendes, maximal drei Jahre altes Unternehmen, das nicht weniger vor hat, als eine ganze Branche umzukrempeln.“

Mit diesem Aufruf forderten „Die Jungen Unternehmer – BJU“ und die überregionale Tageszeitung „Die Welt“ 2014 erstmals deutsche Familienunternehmen auf, sich um den Gründerpreis „invention“ zu bewerben. Wuppertal war nicht nur neben Hamburg und München einer der Austragungsorte der regionalen Wettbewerbe. Die Stadt konnte und kann als besondere Stärke auch ins Feld führen, dass innovative Familienunternehmen gleichsam ihr Markenzeichen sind. Innovation hat in Wuppertal sogar so hohe Bedeutung, dass mit dem Wuppertaler Wirtschaftspreis eine vergleichbare Auszeichnung schon lange vor „invention“ geschaffen wurde. Tatsächlich dürfen wir unseren Preis in diesem Jahr bereits zum zwölften Mal vergeben.

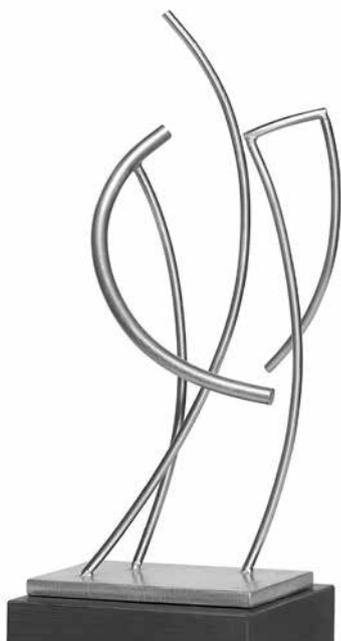
Dabei freuen wir uns ganz besonders, dass unser Unternehmen des Jahres 2014 ein Familienbetrieb mit langer Tradition

ist, in dem zugleich Frauen führende Positionen innehaben. Als glückliche Fügung erweist es sich, dass der Preisträger ein Global Player in der Automotive-Branche ist, die sich längst zum wirtschaftlichen Aushängeschild der Stadt entwickelt hat. Das Jungunternehmen des Jahres 2014 qualifizierte sich derweil mit einer schon jetzt sehr erfolgreichen Idee, die man in jeder Hinsicht als spritzig betrachten kann, während wir den Stadtmarketingpreis an einen guten alten Bekannten überreichen dürfen, der seit mehr als 40 Jahren hoch über der Stadt darüber wacht, dass Forschung und Lehre ihre Heimat in Wuppertal bewahren.

Die Verschiedenheit der Preisträger verdeutlicht, warum der Wirtschaftspreis in drei Kategorien verliehen wird. Das „Unternehmen des Jahres“ zeichnet sich durch besondere Managementleistungen, neuartige Produkte und soziales Engagement aus. Als „Jungunternehmen des Jahres“ kommen solche in Frage, die



Wuppertaler Wirtschaftspreis 2014



„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.

seit höchstens fünf Jahren bestehen und in Wuppertal ansässig sind; zudem sollten sie mit ihrem innovativen Konzept erste Erfolge nachweisen können. Für den „Stadtmarketingpreis“ können neben Unternehmen auch Initiativen, Vereine oder einzelne Personen vorgeschlagen werden. Sie sollen zur Steigerung der Bekanntheit Wuppertals beigetragen haben.

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.

STADT MIT POTENZIAL

Liebe Wuppertalerinnen und Wuppertaler,

bereits zum 12. Mal wird der Wuppertaler Wirtschaftspreis in der Glashalle der Stadtparkasse vergeben!

Mit dieser Veranstaltung, bei der die Vielfalt und Kreativität unserer Unternehmer im wahrsten Sinne des Wortes sichtbar ist, setzen wir auch ein starkes Signal für den Wirtschaftsstandort Wuppertal.

Wir zeigen selbstbewusst unsere unternehmerischen Stärken und machen deutlich, dass wir das unternehmerische Engagement für Arbeits- und Ausbildungsplätze würdigen und öffentlich anerkennen!

Unsere Wuppertaler Unternehmen zeichnen sich durch Ideenreichtum, Flexibilität und wegweisende Innovationen aus. Sie sind damit auch Garant für eine insgesamt positive Entwicklung unserer Stadt, die wir überall spüren können:

Ich danke den Initiatoren dieses Preises – der Wuppertal Marketing Gesellschaft, der Stadtparkasse Wuppertal sowie wuppertalaktiv!.

Ich freue mich, den neuen Preisträgern in den schon bewährten drei Kategorien gratulieren zu können: Dem Jungunternehmen des Jahres, dem Unternehmen des Jahres und dem Gewinner des Stadtmarketingpreises.

Die Jury hat sich auch in diesem Jahr ihre Entscheidung nicht leicht gemacht – auch für ihre Arbeit bedanke ich mich selbstverständlich!

Genießen wir gemeinsam eine glanzvolle Veranstaltung zu Ehren unserer Wuppertaler Wirtschaft!

Die Umgestaltung des Döppersbergs schreitet voran; die Nordbahntrasse wird Ende des Jahres nutzbar sein; unsere Angebote im Wohnungssektor werden hervorragend angenommen; unsere Gewerbeflächen erfreuen sich großer Nachfrage und auch in die Betreuung und Bildung unserer Kinder investieren wir in erheblichem Maße!

Unsere Stadt hat großes Potenzial zu positiver Veränderung!

Unsere Unternehmen sind Motor der wirtschaftlichen Entwicklung – und dies würdigen wir bei der Verleihung des Wuppertaler Wirtschaftspreises.



Peter Jung
Oberbürgermeister





JUNGUNTERNEHMEN 2014

Der eine macht „Lust auf Meer“, der andere ist „nicht von dieser Welt“. Ob Banana Joe, African Dream oder Whirlpool – die Kreationen von My Cocktail Taxi wecken schon über ihre Namen wohlige Gefühle. Neben den Klassikern ist auch die Eigenkreation „Wupper Kiss“ im Angebot, darin brauner Rum, Gin, Mandel, Zitrone, Orange und Blue Curaçao.

2011, ausgerechnet im kalten Monat März, gründete Enyonam Sefouh das Unternehmen, dessen Hauptanliegen Erfrischung ist. Waren zunächst nur drei Taxis am Start, um Wuppertaler daheim oder an einem anderen Wunschstandort mit kühlen Drinks zu versorgen, so hat sich die Zahl der Fahrzeuge inzwischen auf 17 erhöht, die der Mitarbeiter auf 25. Geliefert wird nicht mehr nur innerhalb der Wuppertaler Stadtgrenzen, sondern über Filialen auch in Remscheid, Schwelm, Essen, Düsseldorf und Solingen. Und das bereits ab einer Bestellmenge von zwei Cocktails, die vor Ort aus besten Zutaten frisch zubereitet werden.



„Eine rollende Cocktailbar für Wuppertal? Zunächst kaum vorstellbar, aber Enyonam Sefouh wurde für seinen unternehmerischen Mut belohnt. Nach nicht einmal vier Jahren führt er ein erfolgreiches und expandierendes Unternehmen, dessen Cocktail-Taxis mittlerweile in fünf Städten unterwegs sind. Hut ab vor dieser Leistung!“

Andreas Feicht,

Vorstandsvorsitzender WSW Energie und Wasser AG

Die rollende Bar gehört mittlerweile zum Stadtbild, sie kann telefonisch oder online zum gewünschten Standort bestellt werden. Um diesen Service bieten und die Fahrer mit allen notwendigen Informationen versorgen zu können, hat My Cocktail Taxi eine Software erstellen lassen, die exakt auf die eigenen Bedürfnisse zugeschnitten ist.

Was so sehr technisch klingt, erweist sich vor Ort als regelrechtes „Gute-Laune-Mobil“. Allen Mitarbeitern ist es ein Anliegen, das Summer Feeling, das zum guten Cocktail gehört, authentisch erleben zu lassen. Da wird gescherzt und über neueste Musiktrends geplaudert, gerade so wie im Holiday Resort auf einer karibischen Insel. Wer sich bei der telefonischen Bestellung mal das falsche Mixgetränk ausgesucht hat, der kann völlig unbürokratisch vor Ort auf einen anderen Cocktail umschwenken. Denn Zwanglosigkeit ist oberstes Prinzip bei Enyonam Sefouh.

Mit ihrem Erscheinungsbild setzen die Cocktail-Taxis ein echtes Markenzeichen in die Stadt, ihre gelbe Lackierung

Die Jury ließ sich von dem ungewöhnlich spritzigen Konzept überzeugen und wählte My Cocktail Taxi, das mittlerweile rund 86 000 Drinks verkauft (gegenüber 13 600 im Jahr 2011), zum Jungunternehmen des Jahres 2014. Da bleibt nur ein branchentypischer Gruß: Prost auf weitere erfolgreiche Jahre!

www.mycocktailtaxi.de



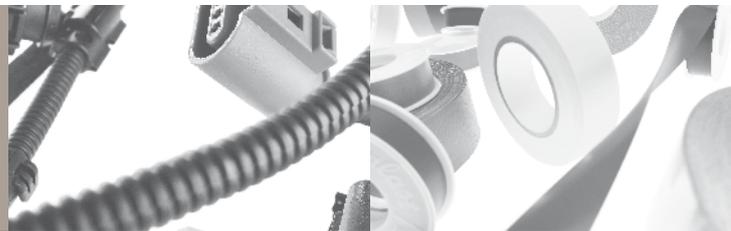
erinnert fast an die Yellow Cabs, die New Yorks Stadtbild prägen. Dabei sind diese Fahrzeuge sogar nachhaltig unterwegs. Umstellung auf LPG Autogas und Elektrobetrieb sind geplant, Leerfahrten können angesichts der Zubereitung vor Ort vermieden werden, durch eine ausgefeilte Logistik lassen sich kurze Lieferwege erzielen. Biologisch abbaubare Becher, Verwendung von Mehrwegflaschen und die Kooperation mit Lieferanten sowie Dienstleistern, die in der Region angesiedelt sind, tragen ebenfalls zu einem „sauberen Drink“ bei.

Coroplast

UNTERNEHMEN 2014

Zwölf Stunden und 57 Minuten soll diese erste Fahrt gedauert haben. Sie führte Bertha Benz und ihre beiden Söhne Eugen und Richard 1888 von Mannheim nach Pforzheim. Die Menschen nannten das damals eine „Fernfahrt“. Mehr als 125 Jahre später ist das Automobil kaum wiederzuerkennen. Die technologische Entwicklung findet kein Ende, mittlerweile ist sie längst bei der Elektro- und Hybridtechnologie angekommen. Ob Volkswagen, Audi, Porsche oder Daimler – alle Qualitätsanbieter machen mit. Genauso wie Coroplast. Denn in fast allen der hochmodernen Antriebe stecken auch Spezial-Hochvoltleitungen für die Bordnetzverkabelung. Coroplast gilt hier als Vorreiter der Branche.

Das Wuppertaler Unternehmen ist ständig in Bewegung. Neu denken, forschen, entwickeln und investieren sind die DNA des Familienunternehmens. „Unsere Auftraggeber erwarten Impulse von uns“, erklärt Natalie Mekelburger, die Vorsitzende der



„In Wuppertal-Nächstebreck, neuerdings liebevoll »tape-town« genannt, unterstreicht Coroplast mit dem neuen Kompetenzzentrum Klebänder weiterhin seine Führungsrolle in diesem Markt. Unter den hidden champions setzt Coroplast die neue benchmark.“

Direktor Norbert Brenken,

Vorstandsmitglied der Stadtsparkasse Wuppertal

Geschäftsführung. „Es ist selbstverständlich, dass wir jeden technologischen Sprung mitmachen. Besser noch: dass wir ihn mit antreiben.“

Doch es gibt auch eine Konstante in der Historie von Coroplast. Wuppertal. „Wuppertal bedeutet für uns drei Dinge“, so Natalie Mekelburger. „Es ist die Leitstelle des Unternehmens, in die wir immer wieder investieren. Es ist unser Zuhause, in dem wir uns gern engagieren. Und es ist die Stadt, die wir in uns tragen, wenn wir unser Geschäft in der ganzen Welt betreiben.“

Als Investor hat sich Coroplast zuletzt besonders hervorgetan. Gut 35 Millionen Euro umfasst die Investition in die neue Klebeband-Fabrikation. Entstanden ist ein echtes Kompetenzzentrum, in dem Entwicklung, Qualitätsprüfung, Vertrieb, Produktion und Logistik in einem Gebäude untergebracht sind. Kurze Wege nicht nur für Warenströme, sondern auch für den intelligenten Informations- und Entwicklungstransfer zwischen den Fachbereichen sind die Folge. Dass solche Entwicklung nicht auf dem Rücken, sondern im Sinne der Mitarbeiter geschieht, beweist, dass Coroplast zum wiederholten Male als „Top-Arbeitgeber“ ausgezeichnet wurde und damit zu den 100 besten Arbeitgebern in Deutschland zählt.

Die Verantwortung für das Unternehmen in der Heimat und für die Heimatstadt trägt Coroplast in die ganze Welt. „Unser Unternehmensleitbild gilt in Deutschland genauso wie an unseren internationalen Standorten“, berichtet Natalie Mekelburger. Allein seit 2011 sind mit Acambaro (Mexiko), Shanghai, Mianyang (China), Hammamet (Tunesien), Strelcze Opolskie (Polen) und Rock Hill (South Carolina/USA) Standorte in fünf Ländern eröffnet worden. „Und an all diesen Standorten“, so Natalie Mekelburger, „schlägt auch unser Wuppertaler Herz“.

www.coroplast.de



Als Corporate Citizen – sprich Unternehmen, das sich als Bürger der Stadt versteht – ist Coroplast in vielerlei Hinsicht engagiert. In der Hauptschule Hügelstraße gibt es ein Wahlpflichtfach Coroplast. Mit dem Carl-Fuhlrott-Gymnasium besteht ein Kooperationsvertrag und an der Junior Uni Wuppertal dozieren Coroplast-Referenten. Der Kunstwettbewerb mit der Bergischen Universität Wuppertal, das Engagement im Von der Heydt-Museum oder die Unterstützung der Freiwilligen Feuerwehr und des Wuppertaler Firmenlaufs sind Beispiele der Aktivitäten im Coroplast-Zuhause.



**BERGISCHE
UNIVERSITÄT
WUPPERTAL**

STADTMARKETINGPREIS 2014

Als Johannes Rau 1970 sein Amt als Oberbürgermeister niederlegte, um in Düsseldorf ein neues Büro als Landesminister für Wissenschaft und Forschung zu beziehen, öffneten sich für Wuppertal einige bislang verschlossene Türen. Bereits 1972 präsentierte Rau seiner alten Heimat eines der nachhaltigsten Geschenke, das Wuppertal in jenen Jahren empfangen hat: die Gesamthochschule auf dem Griffenberg. Seit 2003 wird sie unter dem Namen Bergische Universität Wuppertal geführt.

Was in den ersten Jahren eine kaum wahrgenommene Institution „da oben auf dem Berg“ war, hat sich längst in bedeutendem Maße der Stadt geöffnet. Mit dem Campus Haspel etwa besteht eine wichtige Dependence im Tal, in der Bauingenieurwesen und Verkehrswirtschaftsingenieurwesen unterrichtet werden. Der Fachbereich Kunst- und Designgeschichte betreibt im Kolkmannhaus an der Hofaue eine Galerie.



*„Wuppertal hat eine tolle Universität.
Darauf sollten wir alle stolz sein.“*

Stefan Heinz

Direktor der Niederlassung Daimler AG

Mercedes-Benz Niederlassung

Wuppertal/Solingen/Remscheid

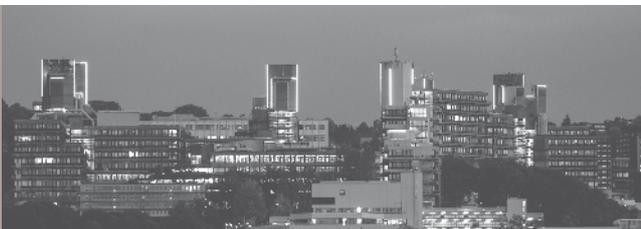
Die Gesellschaft der Freunde der Bergischen Universität lädt regelmäßig im Rahmen der Reihe Unital hochrangige Wuppertaler Wissenschaftler in die Elberfelder City-Kirche ein, wo sie anschaulich und unterhaltsam über ihr Spezialgebiet referieren. Darüber hinaus besteht ein enger Austausch mit der in Unterbarmen beheimateten Junior Uni, nehmen Wuppertaler Schulen das hochwertige Angebot der Mensa des Hochschul-Sozialwerks wahr, besteht für alle Bürgerinnen und Bürger die Möglichkeit, einen sonnigen Nachmittag in der Cafeteria der Uni zu genießen und sich dabei an einem der schönsten Ausblicke auf die Stadt zu erfreuen.

Zu ihrem 40. Geburtstag im Jahr 2012 bekräftigte die Uni ihre Bindung zur Stadt mit der Lichtkunstinstallation „MetaLicht“ des Künstlers Mischa Kuball an den Gebäudetürmen auf dem Campus Griffenberg. „Die Bergische Universität möchte mit MetaLicht ein Zeichen setzen – für die Stadt Wuppertal als Hochschulstandort, das Bergische Land als pulsierende Wissensregion sowie die Universität selbst“, sagte dazu Rektor Prof. Dr. Lambert T. Koch. Vor allem solle

Was allein die Sicherheitstechnik angeht, die 1975 gegründet wurde, so war die Wuppertaler Uni der Zeit weit voraus. Dieser zunehmend bedeutender werdende Studiengang wird bis heute an keiner anderen deutschen Universität in solcher Breite angeboten.

Die Entwicklung des Rechenzentrums „Pleiades“ als Beteiligung am Large Hadron Collider in Genf, die Ausgrabungsprojekte des Biblisch-Archäologischen Instituts im Nahen Osten oder auch die Einrichtung eines innovativen Kompetenzzentrums Reisemedizin bezeugen die Vielfalt und die Bedeutung dessen, was Wuppertaler Wissenschaftler leisten. In Anerkennung dieser verdienstvollen Arbeit, die auch den Ruf der Stadt Wuppertal stärkt, verleiht die Jury der Bergischen Universität den Stadtmarketingpreis 2014.

www.uni-wuppertal.de



die Lichtkunstinstallation dazu beitragen, die Identifikation der Menschen mit ihrer Universität zu stärken.

Die dynamischen Lichtbänder, die in wechselnden Formen die Silhouette der Gebäude betonen, sind inzwischen zum gewohnten Anblick geworden. Wer diesem lockenden Signal auf den Griffenberg folgt, entdeckt dort eine Reihe hochmoderner Gebäudekomplexe, die mittlerweile das Architekturensemble ergänzen: Gebäude K mit einem attraktiven neuen Hörsaalzentrum, den Erweiterungsbau der Bibliothek oder auch den Ersatzneubau für die Fächer Chemie, Biologie, Maschinenbau und Sicherheitstechnik.

PREISTRÄGER DER VERGANGENEN JAHRE

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.

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



Wuppertaler Wirtschaftspreis

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

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

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:

Wuppertal Marketing GmbH
www.wuppertal-marketing.de

Corporate Design Konzeption seit 2008:

oundmdesign
www.oundmdesign.de

Druck:

Offset Company Druckereigesellschaft mbH
www.offset-company.de

Fotos:

Die Aufnahmen stammen von den beteiligten
Institutionen sowie von Andreas Fischer.



Veranstalter

WUPPERTAL  MARKETING

 Stadtparkasse
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®

Medienpartner

 WZ

 107.4
RADIO WUPPERTAL