



Wuppertaler  
Wirtschaftspreis 2015

Die Preisträger

## IMPRESSUM

**Herausgeber:**

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

**Text:**

Lothar Leuschen, Westdeutsche Zeitung  
Andreas Boller, Westdeutsche Zeitung

**Corporate Design Konzeption seit 2008:**

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

**Druck:**

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

**Fotos:**

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



Wuppertaler  
Wirtschaftspreis 2015

Liebe Wuppertalerinnen und Wuppertaler,

es ist mir eine große Freude, die Gewinner des inzwischen 13. Wuppertaler Wirtschaftspreises würdigen zu dürfen!

Wir in Wuppertal haben einen großartigen Mix bei unseren Unternehmen: Es gibt innovative Start-ups, die – oft als Ausgründung aus unserer wachsenden Universität – mit neuen Produkten und Dienstleistungen einen Markt suchen und finden. Es gibt die traditionellen mittelständischen Wuppertaler Unternehmen, denen wir hier in der Stadt viel zu verdanken haben und die sich mit ihren Qualitätsprodukten auch im modernen Markt behaupten. Schließlich haben wir die Global Player, die Wuppertals Namen in alle Welt tragen und deren Angebote Maßstäbe setzen. Dieser Mix macht Wuppertal zukunftsfähig.

Dass das auch andere so sehen, erleben wir bei unseren Investoren-Touren, die auf reges Interesse stoßen und wir sehen es im Moment überall in der Stadt. Nicht nur auf dem

Umso wichtiger ist die Rolle unserer Unternehmen, die sich verantwortlich zum Standort bekennen, Menschen hier Arbeit und jungen Leuten eine solide Ausbildung bieten. Dafür den allerherzlichsten Dank und Anerkennung!

Natürlich möchte ich an dieser Stelle nicht nur den Wirtschaftspreis-Gewinnern gratulieren, sondern auch den Organisatoren des Wirtschaftspreises und der Jury für ihre Arbeit.



Andreas Mucke  
Oberbürgermeister

Döppersberg, unserem großen und ehrgeizigen Bauprojekt in der Mitte der Stadt, drehen sich die Baukräne, auch an vielen anderen Orten in Wuppertal wird sichtbar, dass an der Zukunft tüchtig gearbeitet wird: Der Wall verändert sein Gesicht, Bayer hat am Standort aktuell 60 Millionen Euro investiert, die Universität baut, in vielen Stadtteilen und an vielen Standorten entstehen neue Eigenheime für junge Familien.



## VERGANGENHEIT UND ZUKUNFT: IM TAL DER WUPPER LIEGEN SIE ENG ZUSAMMEN

Während das Bewusstsein, in einer Universitätsstadt zu leben, bei vielen Wuppertaler Bürgern gerade erst reift, ist die Existenz der Bergischen Universität für die Unternehmerschaft der Stadt längst ein wesentlicher Planungsfaktor. Immer wieder gibt es Kooperationen, Beratungen mit bilateralem Nutzen, wegweisende Ausgründungen der Uni mit tiefgreifendem Einfluss auf das bergische Wirtschaftsgeschehen. Zugleich stellt die Institution auf dem Berg eine Kaderschmiede für den Nachwuchs dar, die solide Ausbildung garantiert und damit zur Zukunftssicherung für Wuppertal beiträgt.

In diesem Jahr, da die Bergische Universität bereits ihren 43. Geburtstag feiert und der Wuppertaler Wirtschaftspreis zum 13. Mal vergeben wird, dürfen wir ein „Jungunternehmen des Jahres“ ehren, das ohne den wissenschaftlichen Rückhalt der Uni nicht denkbar wäre. Qualität, Sicherheit und Zuverlässigkeit zu gewährleisten und dabei Risiken zu mindern – das sind die Kompetenzen des diesjährigen Preisträgers, der seinen Sitz wie viele erfolgreiche oder erfolgver-

sprechende Start-ups im Wuppertaler Technologiezentrum W-tec hat.

Die kurzen Wege, soeben aufgezeigt am Beispiel Universität und W-tec, sind ein Faktor für das Gelingen kühner Visionen, die in der Stadt Wuppertal entwickelt wurden. Traditionsbewusstsein zählt nicht minder zu den Faktoren, die Erfolg garantieren. Auf der Basis einer jahrhundertealten Werkzeugindustrie, deren Qualitätsansprüche weltweit Maßstäbe setzten, entstand unser „Unternehmen des Jahres 2015“. Es ist trotz rasanten Wachstums mit Verbindungen nach Übersee seinem beschaulichen Standort Kohlfurth an der Wupper treu geblieben. Dabei sorgt dieses Unternehmen mit seinen Ausbildungsplätzen auf unermüdliche Weise für die Nachwuchsförderung.

Seinen Platz in der 1. Handballbundesliga hat sich unser Stadtmarketingpreisträger 2015 hart erarbeitet. Mit



## Wuppertaler Wirtschaftspreis 2015



*„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.*

dem Verein identifizieren sich viele im Bergischen, auch solche, die sich erst durch die Erfolge der Mannschaft mit der Sportart Handball beschäftigen. Die Jugendarbeit genießt einen exzellenten Ruf, weit über Stadtgrenzen hinaus. Der Verein ist ein wichtiger Imageträger der Region, wirbt für das Bergische und sendet eine wichtige Botschaft gerade auch an die junge Generation aus.

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.





WZ-INTERVIEW MIT GARRELT DUIN  
NRW-MINISTER FÜR WIRTSCHAFT, ENERGIE,  
INDUSTRIE, MITTELSTAND UND HANDWERK  
von Lothar Leuschen

Herr Duin, das Bergische Land befindet sich seit Jahrzehnten in einem schwierigen Strukturwandel. Wie können Sie als NRW-Wirtschaftsminister der Region helfen?

Duin: Wir müssen neue Strukturen in der Region schaffen, besser vernetzen. Die digitale Transformation spielt dabei jetzt und künftig eine große Rolle.

Und wie helfen Sie dabei?

Duin: Wir haben eine ganze Reihe von Fördermöglichkeiten, zum Beispiel die NRW Leitmarkt-Wettbewerbe im laufenden EFRE-Programm. Der Wettbewerbsgedanke steht bei unserer Förderung im Vordergrund. Unabhängige Jurys wählen die besten Projektideen aus. Unsere Mittel gehen nicht an den, der am lautesten ‚hier‘ ruft.

Und gefällt das jedem?

Duin: Es gab auch mal Forderungen nach einem festen Verteilungsschlüssel. Aber Pro-Kopf-Verteilung hat meiner Meinung nach mit Innovationsförderung nichts zu tun.

Welche Chancen räumen Sie dem Bergischen Land ein?

Duin: Die Region ist im Wandel begriffen, diesen Wandel gilt es zu unterstützen. Das muss in einem engen Dialog von Wirtschaft, Unternehmen und Handelskammern geschehen.

Gibt es aus Ihrer Sicht da schon Ansätze?

Duin: Ja, Wuppertal zum Beispiel ist schon in einer guten Position. Die Universität ist hervorragend und sie sorgt dafür, dass junge Leute nicht nur nach Wuppertal kommen, sondern auch dort bleiben. Projekte wie Utopiastadt oder die Nordbahntrasse tun ein Übriges. Das sind Projekte, die wir fördern können. Dadurch entsteht ein neues Klima für Firmengründungen. Wir sind froh, wenn ein Unternehmen sein 150-jähriges Bestehen feiern kann. Wir brauchen aber auch solche, die in 50 Jahren ihr 50-Jähriges feiern.

Haben Regionen wie das Bergische Land überhaupt noch Chancen im Wettbewerb mit Ballungszentren wie etwa Düsseldorf und Köln?

Duin: Kooperation heißt das Zauberwort, sich zusammenzutun. Schauen Sie sich das Bergische Städtedreieck mit Remscheid, Solingen und Wuppertal an. Dass beispielsweise Bayer in Wuppertal und nicht in den USA investiert, spricht für die Stadt, die Region und das Land. Und das fahrerlose Auto fällt auch nicht vom Himmel, sondern wird in einem Unternehmen in der Region entwickelt.

Stadtwerke gehören eher zu den alten Unternehmen. Wie sehen Sie angesichts von Strompreisverfall einerseits und defizitärem Personennahverkehr andererseits deren Zukunftschancen?

Duin: Stadtwerke spielen als Akteure eine wichtige Rolle, weil sie die Nähe zu ihren Kunden haben.

Dennoch haben sie mit geringeren Einnahmen aus dem Verkauf von Energie zu kämpfen.

Duin: Aber die Energiewende wird die Rolle der Unternehmen letztlich massiv aufwerten, die uns versorgen. Und da werden sich diejenigen durchsetzen, die ihre Region kennen.

Warum glauben Sie das?

Duin: Weil Service und Lieferung von auf die Kunden abgestimmten Produkten aus einer Hand Erfolg haben werden. Unternehmen von der Größe beispielsweise der Wuppertaler Stadtwerke haben eine Riesenchance. Davon bin ich überzeugt.

Dafür müssten Sie aber erst einmal die Strompreise erhöhen.

Duin: Ich lege doch die Strompreise nicht staatlich fest. Das ist nicht Aufgabe des Staates, sondern des Wettbewerbs. Wenn wir diesen Wettbewerb wirken lassen, wird es zu einem Abbau der Überkapazitäten in der Stromerzeugung kommen, was aber nicht die Versorgungssicherheit gefährden darf. Darüber müssen wir mit der Bundesregierung reden und Lösungen finden.



## JUNGUNTERNEHMEN 2015

Vier Musketiere im Dienst der Sicherheit

Das Institut für Qualitäts- und Zuverlässigkeitsmanagement (IQZ) ist erfolgreich durchgestartet.

Im November 2012 ging das Institut für Qualitäts- und Zuverlässigkeitsmanagement (IQZ) im Technologiezentrum an der Lise-Meitner-Straße an den Start. Knapp drei Jahre und einen Umzug in das Haus 5 des W-Tec später stellt Dirk Althaus mit dem für die Unternehmensgründer typischen Understatement fest: „Wir haben jetzt 16 Mitarbeiter und sind ganz ordentlich gewachsen.“ In Hamburg wurde außerdem eine Geschäftsstelle mit den Schwerpunkten Erneuerbare Energien, Medizintechnik und Luftfahrt eröffnet.

Vier Väter hat das aufstrebende Unternehmen, das bei seiner Gründung zunächst einmal an die eigene Absicherung denken musste. Es war schwierig, einen Versicherer zu finden. Schließlich arbeitet man in einer Branche und mit Branchen zusammen, in denen



*„Das IQZ ist ein Paradebeispiel dafür, wie der Wissenstransfer zwischen Universität und Wirtschaft funktionieren kann und funktionieren sollte: Junge Wissenschaftler stellen Industrieunternehmen mit einem innovativen Konzept relevantes Spezialwissen zur Verfügung und speisen umgekehrt Praxiswissen in die wissenschaftliche Forschung zurück.“*

*Andreas Feicht,*

*Vorstandsvorsitzender der Wuppertaler Stadtwerke*

Fehler extrem teuer sein können. Doch Fehler passieren, und so bietet das IQZ zum Beispiel Beratung bei Rückrufaktionen und Serienfehlern in der Autoproduktion. IQZ ist aus dem Institut für Sicherheitstechnik an der Bergischen Universität hervorgegangen. Professor Arno Meyna bringt 40 Jahre Berufserfahrung mit, die er an seine früheren Studenten Dirk Althaus, Andreas Braasch und Marco Schlummer weitergibt. Das IQZ steht für Kompetenz im Qualitätsmanagement, Risikomanagement, Sicherheitsmanagement und Zuverlässigkeitsmanagement.

Zum Kundenkreis zählen weniger die Unternehmen aus dem Bergischen Raum. Vielmehr hat sich das IQZ bereits unter Herstellern von Nutzfahrzeugen und Personenkraftwagen einen großen Kundenkreis aufgebaut. „Dazu zählen Unternehmen, die im DAX notiert sind“, verrät Dirk Althaus. Das IQZ sei für große Hersteller so attraktiv, weil es von seinen Methoden auf dem neuesten Stand der Technik sei. Ein Beispiel zählt er mit der Risikosimulation beim Betrieb von

Zu welchen Folgen und Fehlern ein zu schnelles Wachstum in einem Unternehmen führen kann, erfahren die Berater schließlich oft genug bei ihren Kunden. Der Wunsch nach Sicherheit, Qualität und Zuverlässigkeit verspricht weitere gute Geschäfte – und das über die Automobilbranche hinaus.

[www.iqz-wuppertal.de](http://www.iqz-wuppertal.de)



Windenergieanlagen auf. „Wir beherrschen viele der anerkannten Methoden und können bei fehlenden Kapazitäten auf vielfältigen Gebieten einspringen oder die zweite Meinung abgeben“, so Althaus.

Die vier Unternehmensgründer sind alle noch im Boot – und keiner wird den Schritt zur Gründung des IQZ bereut haben. Das Wissen und die wissenschaftlichen Methoden, die sie sich an der Bergischen Universität erarbeitet haben, erwiesen sich als tragfähig. Einige große Projekte sowie Langzeitprojekte sorgen für gute Perspektiven. „Wir wollen wachsen, aber nicht um Gedeih und Verderb“, sagt Althaus.

*Text: Andreas Boller, Westdeutsche Zeitung*



## UNTERNEHMEN 2015

Die Scharfmacher aus Wuppertal sind Weltspitze

Die Heinz Berger Maschinenfabrik GmbH & Co. KG stellt Schleif- und Poliermaschinen her.

Maschinen, die weltweit scharf machen, das ist das Metier der Heinz Berger Maschinenfabrik GmbH & Co. KG. Auf Dinge, die mit Berger-Maschinen hergestellt worden sind, stößt man im Alltag ständig: Das sind zum Beispiel Messer, Manikürescheren, Rasierklingen, Rundmesser in Brotschneidemaschinen, Pinzetten, Manikürezangen, Töpfe, Haushaltsscheren und Gartengeräte.

Auf vielen Gebieten der Schleif-, Polier- und Streltechniken ist die Berger-Gruppe Weltmarktführer. Dr. Andreas Groß, der gemeinsam mit Marco Chiesura die Geschäfte führt, nennt nur ein Beispiel: „Als vor kurzem Gartenscheren getestet wurden, da landeten elf Produkte auf den ersten elf Plätzen, die mit unseren Maschinen hergestellt worden sind.“



*„Die Maschinen von Berger schleifen, schärfen und polieren ein umfassendes Portfolio von Produkten, die jedem Menschen tagtäglich begegnen – sei es im privaten Gebrauch oder auch in zahlreichen industriellen Anwendungen.“*

*Direktor Norbert Brenken,*

*Vorstandsmitglied der Stadtparkasse Wuppertal*

Praktisch jede Maschine, die in den Fertigungshallen an der Kohlfurth Brücke 69 entsteht, ist ein Unikat. Die Palette der Produkte, die mit Maschinen aus der Kohlfurth gefertigt werden, reicht von Scheren und Messern jeder Art bis zu Hüftgelenkprothesen aus Titan, die mit einem Roboter-Poliersystem der Berger Gruppe ihren Feinschliff erhalten. Als Beispiel aus dem Bereich der vernetzten Steuerungstechnik mit intelligenter Sensorik hat die Firma Berger eine Roboteranlage mit 33 interagierenden Robotern entwickelt und gebaut, mit denen in Deutschland langfristig die Produktion von Edelstahl-Töpfen gesichert werden kann.

125 Mitarbeiter, darunter 65 Techniker und Ingenieure, kommen mit den Aufträgen kaum der Nachfrage hinterher. 2015 kann der Umsatz um 20 Prozent gesteigert werden. Dazu trägt auch die neue Produktionshalle mit 1000 Quadratmetern Gebäudefläche bei.

Die Verleihung des Wirtschaftspreises wird von Dr. Andreas Groß nicht allein als Würdigung der wirtschaftlichen Erfolge des Unternehmens gewertet. „Wir freuen uns, dass mit diesem Preis unsere gesellschaftliche Funktion gewürdigt wird“, sagt Dr. Andreas Groß. So unterhält die Firma eine Kooperation mit der Friedrich-Bayer-Realschule und dem Bergischen Schultechnikum. Der Junior Uni schenkte das Unternehmen einen Industrieroboter, dessen Einsatzmöglichkeiten zwei Ingenieure als Gastdozenten den jungen Studenten unter dem Titel „Spirit of Robots“ näher bringen.

Kein Wunder, dass das Unternehmen als attraktiver Arbeitgeber gilt. Aktuell gibt es acht Auszubildende in technischen

Das Know-how im Unternehmen hat der Berger-Gruppe weltweit Stammkunden beschert, ohne dass die Wuppertaler Dauergast auf jeder Industrie- und Maschinenbaumesse wären. „Wichtiger für uns ist die Mund-zu-Mund-Propaganda von Kunde zu Kunde. Wir erhalten nicht jeden Auftrag in dieser Branche, aber man kann sagen, jede Auftragsvergabe geht nur über uns.“

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



Berufen. 40 Betriebspraktika für Schüler und sechs bis acht Praktika für Studenten (Maschinenbau und Elektrotechnik) werden pro Jahr angeboten.

„Es gibt Standortvorteile in Wuppertal, die nicht zu unterschätzen sind. Dazu zählt die Bergische Universität mit einem tollen Rektor, der etwas für die Ingenieure tut“, sagt Dr. Groß. Das Bauordnungsamt der Stadt Wuppertal schließt er in das Lob ein. „Wir wollen hier in Wuppertal bleiben. Auf dem Gelände könnten wir noch eine Halle bauen, wahrscheinlich fangen wir damit am Anfang des kommenden Jahres an.“

*Text: Andreas Boller, Westdeutsche Zeitung*



## STADTMARKETINGPREIS 2015

Der BHC ist ein Volltreffer als bergische Marke

Der Handballclub hat sich seit 2006 zu dem sportlichen Aushängeschild der Region entwickelt.

Der Bergische HC hat es geschafft, sich innerhalb von knapp zehn Jahren zur führenden Sportmarke im Bergischen Land zu entwickeln. „Die Region ist nicht gerade gesegnet mit Erfolgsgeschichten zum Thema Leistungssport, deshalb gibt es dazu eine tendenziell negative Haltung“, sagt Beiratsmitglied Jörg Föste, der in seiner früheren Funktion als Geschäftsführer in den zurückliegenden Jahren viele strategische Entscheidungen getroffen hat.

Die Marketingstrategie des BHC beruhe daher darauf, zu vermeiden, was bisher im Leistungssport im Bergischen Land alles falsch gemacht worden sei. Anschauungsmaterial und Negativbeispiele in der Region findet der Handball-Bundesligist vor allem auf dem grünen Rasen. „Nach dieser Matrix sind wir



*„Der Bergische Handballclub ist einer der erfolgreichsten Sportclubs unserer Stadt. Der Kampfgeist des Teams und die großartige Stimmung im Publikum verbinden die Menschen unserer Region und strahlen über die Stadtgrenzen hinaus.“*

*Stefan Heinz,*

*Direktor der Niederlassung Daimler AG*

*Mercedes-Benz Niederlassung*

*Wuppertal/Solingen/Remscheid*

vorgegangen und wollen verlässlich, bodenständig, sympathisch, erfolgreich und ehrgeizig, aber nicht verbittert sein. Das ist kein Marketing-Gag, sondern das ist die Grundhaltung im Bergischen HC“, sagt Föste.

Ziel sei es, ein fester Bestandteil der stärksten Handball-Liga der Welt zu sein, was den Handballern aus Wuppertal und Solingen in den Jahren zuvor im Alleingang nicht gelungen war.

Um die erste sportliche Adresse im Bergischen Land zu bleiben, müsse die bergische Identität konsequent gelebt werden. Vor allem in Wuppertal habe der BHC mit dieser Ausrichtung neue Fans überzeugen können. „Das Produkt ist bergisch. Das führt dazu, dass wir bundesweit wahrgenommen werden und Handball auf diesem Niveau finanzierbar ist. Und das hat wiederum zu Folge, dass die beiden Lager in Wuppertal und Solingen zusammengefunden haben.“

Bundesliga-Handball optimal zu präsentieren ist keine leichte Aufgabe, wenn man wie der BHC weder mit der Uni-Halle noch der Klingenhalle über eine konkurrenzfähige Halle verfügt. Daher setzt der BHC auf die Kraft der Inszenierung. „Spiele wie den Christmas Fight am 27. Dezember in der Lanxess Arena in Köln gegen den THW Kiel brauchen wir, um in Deutschland wahrgenommen zu werden. Mehr als 6200 Karten sind schon verkauft. Es wächst die stille Hoffnung, dass wir die große Halle voll bekommen“, sagt Föste. In der vergangenen Saison hatte sich der BHC beim

„Das sind tolle Highlights. Entscheidend ist, dass das Produkt BHC berechenbar bleibt, es muss über die Jahre wachsen. Das Prinzip Kontinuität, und das gilt auch für die Auswahl neuer Spieler, die charakterlich zu uns passen müssen, ist der Erfolgsfaktor Nummer Eins“, sagt Jörg Föste.

[www.bhco6.de](http://www.bhco6.de)



Derby-Sieg gegen Gummerbach erstmals auf die ganz große Bühne gewagt. Erfreulich ist zudem für den BHC das Interesse an einer Sonderzugfahrt nach Leipzig. Am 22. November geht es mit einem Tanzwagen und toller Stimmung zur Auswärtspartie. In der vergangenen Saison hatte der BHC einen stimmungsvollen Ausflug für mehr als 350 Fans nach Hamburg organisiert – eine ganz spezielle Teambildung für die Fans.

*Text: Andreas Boller, Westdeutsche Zeitung*

## PREISTRÄGER DER VERGANGENEN JAHRE

### 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



Wuppertaler  
Wirtschaftspreis

### 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

**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

**2006**

Start-Up des Jahres: MODEMOBIL  
Stadtmarketingpreis: Zoo-Verein Wuppertal e.V.  
Unternehmen des Jahres:  
akzenta Hans Löbber 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

**2007**

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

**2003**

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

Veranstalter

WUPPERTAL  MARKETING

 Stadtparkasse  
Wuppertal

 wuppertalaktiv!  
*ideen · impulse · initiativen*

Co-Veranstalter



 Mercedes-Benz  
Niederlassung Wuppertal

 Wirtschaftsförderung  
Wuppertal

Sponsoringpartner

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

 RINKE.  
oundmdesign

 OFFSET COMPANY

 tant®

Medienpartner



 107.4  
RADIO WUPPERTAL