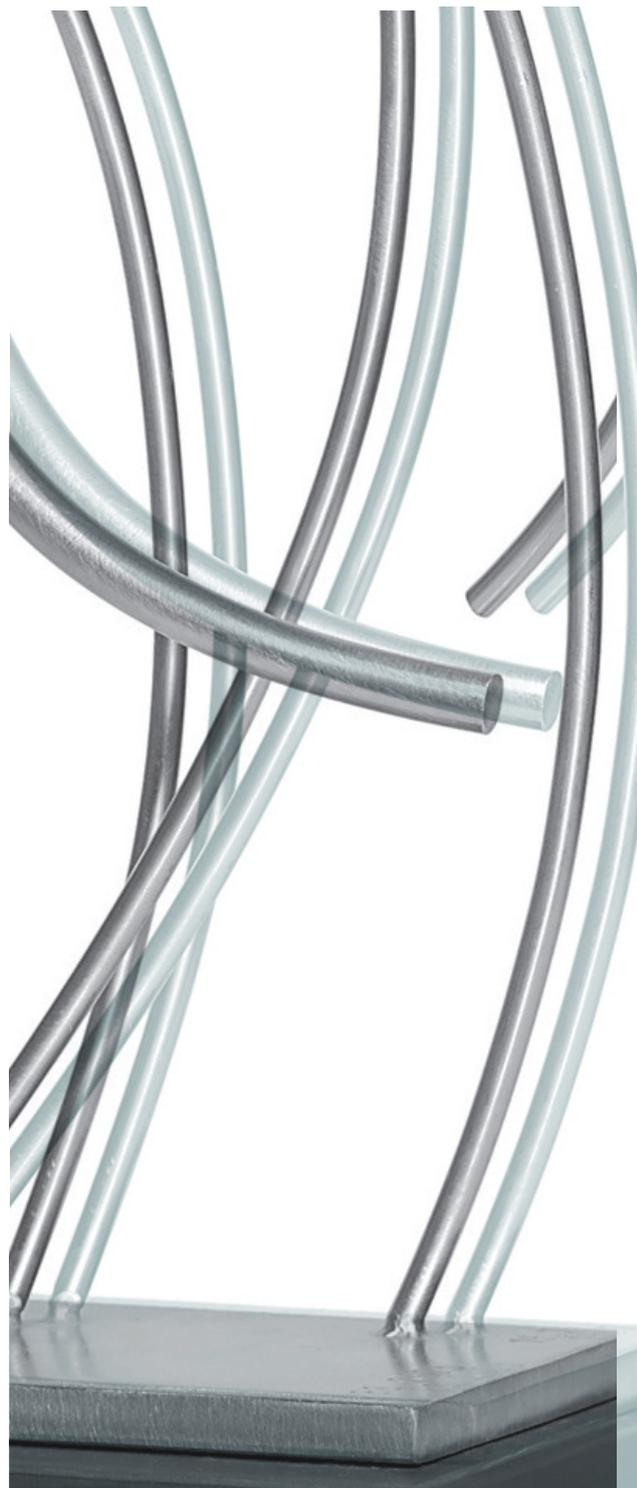




WUPPERTALER
WIRTSCHAFTSPREIS
2023



PREISTRÄGER
2023

IMPRESSUM

Herausgeber:

Wuppertal Marketing GmbH
www.wuppertal-marketing.de

Text:

Bernhard Romanowski, Westdeutsche Zeitung,
Wuppertal Marketing

Corporate Design + Umsetzung

oundmdesign
www.oundmdesign.de

Druck:

Offset Company Druckereigesellschaft mbH
www.offset-company.de

Fotos:

Die Fotos stammen von den beteiligten Institutionen
sowie von Günter Lintl

GRUSSWORT
OBERBÜRGERMEISTER
DER STADT WUPPERTAL

Liebe Wuppertalerinnen und Wuppertaler,
sehr geehrte Preisträgerinnen und Preisträger
des Wuppertaler Wirtschaftspreises 2023,

der Wuppertaler Wirtschaftspreis feiert seine 20.
Preisverleihung. Wer hätte 2003, bei der ersten
Auflage je gedacht, dass wir zwei Dekaden lang
faszinierende Unternehmen, Jungunternehmen
und Institutionen finden würden, die das Prädi-
kat „auszeichnungswürdig“ verdienen? Wir fin-
den sie...

Und darum laden wir Sie alle wieder herzlich zur
feierlichen Preisverleihung in die Glashalle der
Stadtsparkasse ein, um besondere Unterneh-
mungen unserer Stadt zu ehren.

Das Unternehmen des Jahres ist ein Unterneh-
men, das kaum besser zur traditionellen Wup-
pertaler Industriegeschichte passen könnte,
weil es zu seinen lokalen Wurzeln steht und
gleichzeitig global agiert. Neue Wege denkt und
geht unser Jungunternehmen-Preisträger, der
sein Thema innovativ vorantreibt und dabei die
Arbeitswelt sicherer macht. Den Stadtmarke-
tingpreis erhält eine Vision, die Wuppertal noch
interessanter, noch attraktiver und noch erle-
benswerter macht.

Wieder einmal decken unsere Preisträgerinnen
und Preisträger die Vielfalt der Wuppertaler
Wirtschaft ab. Mein Dank gilt allen Akteuren für
ihr herausragendes Engagement, die die zahlrei-
chen Facetten Wuppertaler Wirtschaft jeden Tag
aufs Neue leben.

Mit herzlichen Grüßen



Ihr Uwe Schneidewind, Oberbürgermeister



WUPPERTALER WIRTSCHAFTSPREIS 2023

ZWEI DEKADEN WIRTSCHAFTSPREIS

Zum 20. Mal wird der Wuppertaler Wirtschaftspreis dieses Jahr verliehen. Die Preisverleihung in der Glashalle der Wuppertaler Stadtparkasse hat sich als jährliche Tradition etabliert. Dort treffen sich die Akteurinnen und Akteure aus Institutionen, Politik und Wirtschaft regelmäßig, um die Preisträgerinnen und Preisträger zu ehren, um netzwerken zu können und um zu feiern.

Jahr für Jahr überraschen uns die Bewerberinnen und Bewerber. Jungunternehmen, die mit völlig neuen Ansätzen auf die Anforderungen unserer Zeit reagieren, traditionelle Unternehmen, die ihr Betätigungsfeld nach 100 Jahren neu definieren und sich zeitangepasst aufstellen oder Institutionen, die uns alle mit auf ihre Reise nehmen. Die Preisträgerinnen und Preisträger zeigen, wie vielfältig Wuppertaler Wirtschaft ist:

Das Unternehmen des Jahres „HUEHOCO“ blickt auf eine über 90-jährige Erfahrung zurück, agiert mit 17 Produktionsstandorten in 8 Ländern und entwickelt sich auch jetzt noch weiter. Insbesondere mit umweltschonenden Produktionsverfahren zeigt HUEHOCO, was heute machbar ist. So werden mit der neuen Gummi-Extrusionsanlage ca. 96 Prozent an Lösemitteln im Beschichtungsprozess eingespart. Schon jetzt konnte hiermit der CO₂-Fußabdruck um bis zu 80 Prozent reduziert werden.

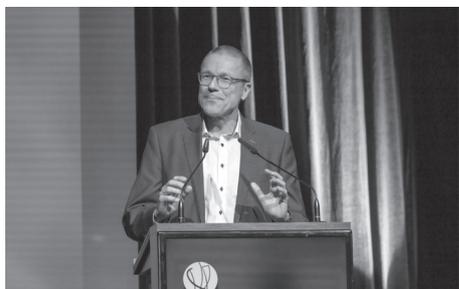
Die Jungunternehmen-Preisträger „WandelWerker“ denken Arbeitsschutz neu. Sie optimieren die Organisation des Arbeitsschutzes und sprechen die Menschen dort an, wo Arbeitsunfälle passieren: im Kopf. Hierfür verwenden sie zeitgemäße Methoden: Arbeitsschutzreport, WandelWerker-Podcast, YouTube-Videos, virtuelle Events oder ihren Sicherheitskongress.

Der Stadtmarketingpreisträger „Visiodrom“ hat mit dem Gaskessel eine neue Wuppertaler Landmarke gesetzt. Als Veranstaltungsort mit herausragenden Shows haben sie es innerhalb kurzer Zeit geschafft, weit über Wuppertal hinaus als Kulturstandort wahrgenommen zu werden. Mehr noch: Das größte europäische 360°-Kino hat mit seiner Monet-Show über 170.000 Menschen begeistert und mit „Leonardo da Vinci“ präsentieren sie bereits ein neues Highlight.

So unterschiedlich die Preisträgerinnen und Preisträger immer sind – sie stehen stellvertretend für die Wuppertaler Wirtschaft und Institutionen. Gemeinsam verbindet alle Akteurinnen und Akteure das Ziel, Wuppertal lebenswert, attraktiv und nachhaltig für die Zukunft zu machen.

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

RÜCKBLICK WIRTSCHAFTSPREIS 2022





**Fragen an Ina Brandes,
Ministerin für Kultur
und Wissenschaft des Landes
Nordrhein-Westfalen,
anlässlich der diesjährigen
Verleihung des
Wirtschaftspreises Wuppertal**

Die Fragen stellte
Bernhard Romanowski

WZ: Sehr geehrte Frau Ministerin Brandes, der Schwerpunkt des Wuppertaler Wirtschaftspreises liegt in diesem Jahr auf der Kultur, die zumeist als weicher Standortfaktor betrachtet wird. Ist das immer noch und zurecht so?

Die Unterscheidung in hart und weich fällt mir schwer und hilft uns auch nicht weiter. Fest steht doch: Kultur ist Lebensqualität. Deshalb ist das kulturelle Angebot einer Stadt, einer Region mitentscheidend dafür, ob sich Menschen dort wohlfühlen, sich niederlassen und heimisch werden wollen. Gerade in Zeiten, in denen Fachkräfte dringend gesucht werden, macht es einen Unterschied, ob ich in meiner Region kulturelle Bildung für Kinder und Jugendliche und ein ansprechendes Kunst- und Kultur-Programm anbieten kann. Da hat Wuppertal und das Bergische Land eine Menge zu bieten.

WZ: Können Sie Beispiele für kulturelle Bildung nennen?

Wir konnten mit den Programmen „Kulturrucksack“ und „Kulturscouts Bergisches Land“ Schulen und Kultureinrichtungen vernetzen, da sind sehr erfolgreiche Kooperationen entstanden. Allein 15 Grundschulen nehmen teil an unserem „Jekits“-Programm, in dem Grundschulkindern singen, tanzen und musizieren lernen. Noch früher setzt das Programm „Künstlerinnen und Künstler in der Kita“ an, das den Kleinsten künstlerische Erfahrungen ermöglicht. Besonders freut es mich, dass wir künftig an der Pina-Bausch-Gesamtschule mit einem eigenen Tanz-Konzept einen starken Schwerpunkt setzen.

WZ: Neben 15 Weltmarktführern im Wirtschaftsbereich hat Wuppertal eine sehr lebendige Kulturszene vorzuweisen. Welchen Stellenwert messen sie Wuppertal im nordrhein-westfälischen Vergleich oder auch mit Blick auf die bundesdeutsche Kulturszene bei?

Vergleiche mit anderen Regionen sind immer schief. Erfolgreich ist, wer sich auf die Bedürfnisse und die Erwartungen der Menschen in seiner Stadt und seiner Region einstellt und ein passendes Angebot macht. In Wuppertal gelingt das ganz wunderbar. Um nur ein paar Beispiele zu nennen: Einer meiner ganz persönlichen

Lieblingssorte ist der Skulpturenpark Waldfrieden, den der Künstler Tony Cragg geschaffen hat – ein echtes Geschenk für Menschen, die in der Natur beeindruckende Kunstwerke erleben wollen. Das Tanztheater Pina Bausch ist weltweit bekannt und geschätzt. Das Von der Heydt-Museum ist eines der großen Ausstellungshäuser unseres Landes. Das NRW Kultursekretariat ist ein wichtiger kultureller Motor der Stadt und setzt Impulse, oft spartenübergreifend und experimentell, die weit über Wuppertal hinaus wirken. Die Wuppertaler Bühnen und das Sinfonieorchester haben sich enorm entwickelt und sind völlig verdient vor zwei Jahren mit dem Theaterpreis des Bundes ausgezeichnet worden. Bei den Wuppertaler Bühnen engagieren wir uns als Ministerium schon seit 2019 im Rahmen unseres Programms Neue Wege beim Inklusiven Schauspielstudio, einem Projekt, bei dem Schauspielerinnen und Schauspieler mit Handicap ausgebildet werden. Im Visiodrom ist eine wunderbare Multimedia-Ausstellung entstanden, die mit beeindruckenden Besucherzahlen zeigt, dass wir mit kreativen Ideen auch Menschen für Kunst und Kultur begeistern können, die nicht zum Stammpublikum in Museen, Konzerthäusern, Theatern und der Oper gehören. Bei diesem vielfältigen Kulturangebot kann ich gut verstehen, dass die Wochenzeitung „Die Zeit“ schreibt, „das neue Berlin heißt Wuppertal“ – das „Kraftzentrum der Künste“.

WZ: Hat sich die Kulturszene nach Corona vollständig erholt?

Mit unseren Corona-Hilfen konnten viele Kunstschaffende ihre Existenz sichern. Jetzt ist wichtig, dass die Häuser weiter daran arbeiten, ihr Stammpublikum zurückzuholen und mit frischen Ideen möglichst viele Menschen neu als Publikum zu gewinnen. Dazu haben wir zum Beispiel mit dem Büro der Landestheater und dem Software Innovation Campus Paderborn in einer landesweiten Befragung die Wünsche von Theaterfans und Nicht-Besuchern ermittelt. Das Institut für Kulturelle Teilhabeforschung in Berlin wurde beauftragt, in einer Studie herauszufinden, wie Kulturstätten auf eine Stadtgesellschaft einwirken. Und bei der Kulturkonferenz haben wir uns intensiv mit Ideen für erfolgreiches Audience Development von Museen beschäftigt. Besonders wichtig ist mir, dass wir Kulturpolitik für Kinder und Jugendliche machen. Viele Kinder haben

durch die Pandemie zweieinhalb Jahre lang zu wenig Kultur erlebt. Umso intensiver müssen wir uns anstrengen, junge Menschen für die Kultur zu begeistern – sowohl als Publikum als auch als aktive Akteurinnen und Akteure. Deshalb setzen wir einen Schwerpunkt bei der kulturellen Bildung von Kindern und Jugendlichen.

WZ: Die Auswirkungen des Ukraine-Kriegs haben der Wirtschaft weltweit, somit auch in NRW und Wuppertal arge Probleme bereitet. Wie ist der Kulturbereich davon betroffen?

Die deutlich gestiegenen Energiekosten betreffen auch Kultureinrichtungen und Veranstalter. Bund und Land unterstützen dabei, diese Mehrkosten aufzufangen. Zum einen stehen im Kulturfonds Energie des Bundes eine Milliarde Euro zur Verfügung. Das Land Nordrhein-Westfalen füllt mit weiteren Hilfen die Lücken, die das Bundesprogramm nicht abdeckt. Außerdem haben wir mit den Landschaftsverbänden eine Plattform geschaffen, die Kultureinrichtungen hilft, sich bei Fragen rund um den Klimaschutz auszutauschen und mit Best-Practice-Beispielen zu unterstützen. Im Juni haben zudem 21 Kulturschaffende den Lehrgang „Transformationsmanagement Nachhaltige Kultur“ erfolgreich abgeschlossen. Ich bin sicher, dass die Vernetzung und das Teilen von Wissen dabei helfen wird, die großen Herausforderungen von effizienter Klimatisierung bis zu klimafreundlichen Mobilitätskonzepten für Kulturstätten zu meistern.

WZ: Mit dem geplanten Pina Bausch Zentrum verzeichnet Wuppertal ein strahlkräftiges Alleinstellungsmerkmal kultureller Art. Ist das in Ihrem Ministerium ein Thema?

Das Tanztheater Wuppertal Pina Bausch ist seit vielen Jahren eine Institution von Weltruf, deshalb fördern wir nicht nur die Compagnie, sondern unterstützen gemeinsam mit Stadt und Bund intensiv das gerade entstehende Pina Bausch Zentrum mit 12,5 Millionen Euro. Schon jetzt zieht das neue Zentrum mit dem Festival-Format „under construction“ viele Menschen an und bindet sie mit ein, etwa mit Sommerworkshops für Jugendliche und Gastspielen moderner, experimenteller Tanzproduktionen.



„Das Preisträgerunternehmen ist das Stammwerk einer in dritter Generation familiengeführten multinationalen Unternehmensgruppe. Von einer einfachen Tafellackiererei hat sich das Unternehmen durch mutige Entwicklungsschritte über einhundert Jahre zum technologisch führenden Metallbandbeschichter entwickelt. Ein bedeutender Erfolgsfaktor ist der ausgeprägte gemeinsame Wille verantwortlich handelnder Mitarbeitender beste Qualität zu erzeugen. Respekt und Wertschätzung prägen die Unternehmenskultur und stärken die Arbeitgeberattraktivität. Mit seiner frühzeitig begonnenen nachhaltigen Transformation ist das Unternehmen excellent für die Zukunft aufgestellt. Schließlich zeichnet die Unternehmerfamilie ihr gesellschaftliches Engagement aus, insbesondere im Bereich der Bildung. Herzlichen Glückwunsch dem Unternehmen des Jahres 2023, der Huehoco GmbH, einem Unternehmen der Huehoco Group.“

Gunther Wölfges

Vorstandsvorsitzender

der Stadtsparkasse Wuppertal

DIE NICHE ALS ERFOLGSMODELL

Wie man weltweit Spitzenleistungen erbringt und Produkte mit höchster Spezialisierung und Expertise herstellt

Womit die HUEHOCO GmbH ihr Geld verdient, lässt sich nur schwer in einen Begriff pressen. Denn den wenigsten dürfte es etwas sagen, wenn von der Metallbeschichtung im Coil-Coating-Verfahren die Rede ist.

Dabei bestimmt das, was das Unternehmen produziert, den Alltag vieler Menschen und ist etwa aus dem Berufsalltag oder im Straßenverkehr nicht wegzudenken. Denn die Beschichtung von Metallbändern jeglicher Art mit sogenannten funktionalen Lacken kommt beispielsweise auch bei den Metalllitzen in den Schnellheftern im Büro oder zur Geräuschreduzierung von Autobremsen zum Einsatz. Das ist aber nur ein Ausschnitt dessen, was die Produkte von HUEHOCO leisten, wie Dr. Mark Herriger als Geschäftsführer der HUEHOCO GmbH in Wuppertal-Nächstebreck erläutert.

„Bei uns geht’s ums Kleine“, so Herriger, der damit auch den Nischencharakter der Produktpalette aus Wuppertaler Fertigung meint. Es geht also nicht um Massenproduktion, sondern darum, mit kleinen Mengen eines qualitativ hochwertigen Produkts am Markt zu punkten. Der Wuppertaler Standort ist der Gründungsstandort der Unternehmensgruppe und somit quasi eine der Schwestern in der HUEHOCO GROUP Holding.

„Angefangen bei der Herstellung von Kaltbändern, eigener Beschichtungsstoffentwicklung und -produktion über das Beschichtungsverfahren von Metallbändern unterschiedlichster Anforderungen hin zu dem Rollschneid- und Stanzverfahren von Gerüstbändern sowie der Herstellung von Teilen im Stanz- und Stanzbiegeverfahren“ – so liest sich die Beschreibung der ganzen Produktpalette der HUEHOCO GROUP. Der von Iris Bovenkamp und ihrem Gatten André Bovenkamp geführte Konzern ist mit seinen 14 Standorten mittlerweile nicht nur in Deutschland, sondern auch in den USA, Brasilien, Indien und China und somit auf vier Kontinenten vertreten.

70 Prozent der Produkte aus der Fertigung des Wuppertaler Standorts gehen in die Automobilindustrie, etwa in Form von Dichtungen oder zur hitzebeständigen Beschichtung von Strahlblenden in Scheinwerfern. Die Medizintechnik und der Bereich Dekoratives werden aber ebenfalls bedient, wie Mark Herriger es schildert. In

Nächstebreck ist man auch in der Lage, beidseitige Beschichtungen unter anderem mit festem Gummi auf unterschiedlichen Stahlsorten, Aluminium oder auch Buntmetallen in der Stärke von bis zu 2000 Mikrometern aufzutragen.

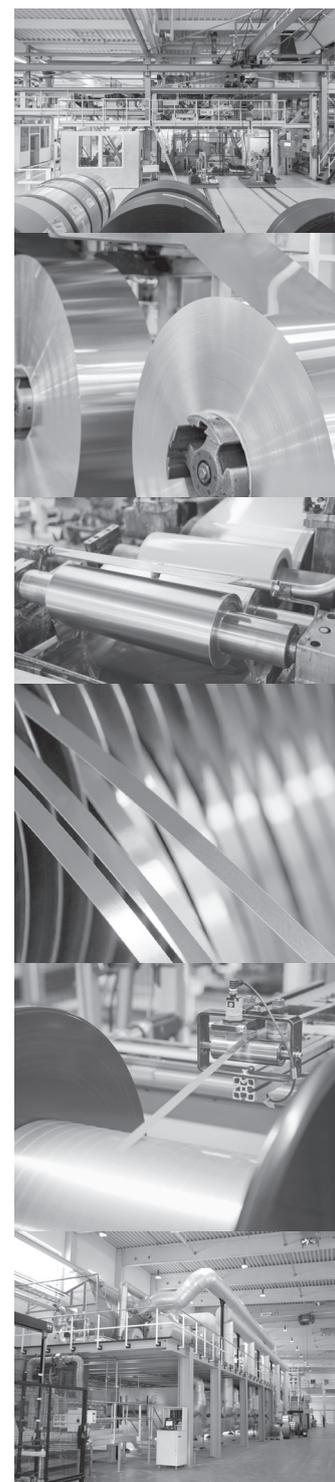
Hierbei macht HUEHOCO auch aus ökologischer Sicht eine gute Figur: Diese Form der Produktion geht in Nächstebreck mit einer Energieersparnis und einem verminderten CO₂-Ausstoß einher. Im Vergleich zu herkömmlichen Verfahren werden dabei bis zu 96 Prozent weniger Lösemittel eingesetzt, wie Mark Herriger erklärt. Es werden wasserbasierte Lacke benutzt und eine eigene Energieversorgung: Die Abluft aus den Bandbeschichtungsanlagen wird durch thermische Nachverbrennung gereinigt, mittels Wärmerückgewinnung wiederverwendet und ~75 Prozent des Energiebedarfs können durch grüne Energien gedeckt werden. Dafür hat HUEHOCO eigens die seinerzeit weltweit erste Gummi-Extrusion-Beschichtungsanlage in Wuppertal gebaut. Nicht das Wort-Ungetüm, aber die ausgeklügelte Technik brachte dem Unternehmen 2017 denn auch eine Förderung durch das Umweltministerium ein, wie Herriger erzählt.

Aber bei HUEHOCO wird nicht nur viel für die Kunden, sondern auch für die eigenen Mitarbeiter getan. Eine weitere Besonderheit der Produktionsanlagen ist nämlich das Farbkonzept der Maschinen. „Dank ihrer unterschiedlichen, durchaus auffälligen Lackierungen wird die Produktionsumgebung aufgewertet und das Arbeitsumfeld für unsere Mitarbeiter angenehmer gestaltet“, berichtet der Geschäftsführer Herriger, der auch von einem sicherheitstechnischen Nutzen des Farbkonzepts spricht. Als besonderen Service gibt es bei HUEHOCO zum Beispiel auch einen Familienservice: Es wird Be-

ratung und Unterstützung in familiären Angelegenheiten geboten, etwa auch im Pflegefall von Angehörigen. Anders als Unternehmen in Köln und Düsseldorf bietet HUEHOCO seinen Mitarbeitern in Wuppertal kostenlose Parkplätze sowie Ladestellen für deren Elektrofahrzeuge an. Nicht wenige Mitarbeiter kommen nämlich mit dem JobRad zur Arbeit. „Und wir haben die beste betriebliche Altersversorgung“, ist Mark Herriger überzeugt: „So eine Verzinsung bekommen sie sonst höchstens am Aktienmarkt.“ So überrascht es nicht, dass die Wuppertaler im März vom Deutschen Innovationsinstitut für Nachhaltigkeit und Digitalisierung als „Arbeitgeber der Zukunft“ ausgezeichnet wurden.

Seit der Gründung der Firma C. Wiegand OHG im Jahre 1893, die am Eckstein in Nächstebreck als Kaltband- und Tafellackiererei firmierte, hat die Wuppertaler Firma also eine unternehmerisch und technisch beachtliche Geschichte hinter sich. Der heutige Name HUEHOCO geht zurück auf die Firma Hüsecken, Holzrichter & Co., die den Wiegandschen Betrieb 1927 übernahm und zudem ein Kaltwalzwerk in Mählersbeck aufbaute. Am Standort Möddinghofe 31 in Wuppertal werden mittlerweile über 190 Mitarbeiter beschäftigt. „Nicht wenige sind schon seit über 40 Jahren bei uns tätig“, wie Mark Herriger mit Blick auf die gute Mitarbeiterbindung mitteilt. Es werden über 30 Branchen mit mehr als 90 Produkten aus Wuppertaler Fertigung beliefert. Als Teil der weltweit agierenden HUEHOCO GROUP Holding sind die Wuppertaler also mit Fug und Recht als Global Player zu bezeichnen.

www.huehoco.com





SICHERHEIT ANDERS DENKEN

Wie das wichtige Thema Arbeitsschutz in die Köpfe der Beteiligten gelangt und dort für mehr Sicherheit sorgt.

Wenn jemand weiß, wie man auf Nummer Sicher geht, dann sind das Anna und Stefan Ganzke. Seit dreieinhalb Jahren betreiben sie ihre Firma WandelWerker Consulting GmbH in Wuppertal und unterstützen Unternehmen dabei, systematisch eine Sicherheitskultur aufzubauen, die nicht nur allen Beschäftigten, sondern auch der Firmenbilanz zugutekommt.



„Arbeitsschutz ist für jedes Unternehmen relevant. Aber auch wenn viele Mitarbeitende und Führungskräfte Sicherheit am Arbeitsplatz für wichtig halten, gerät das Thema im täglichen Job leider oft etwas in Vergessenheit. Ein neuer Ansatz, das Bewusstsein für Unfallrisiken zu schärfen, kann helfen. Die WandelWerker haben sich „Arbeitsschutz mit Herz und Verstand“ auf die Fahnen geschrieben, denn die nachhaltige Motivation der Betroffenen ist das A und O bei der Unfallvermeidung. Dieses Konzept kann in vielen Betrieben Probleme lösen und die Arbeitssicherheit erhöhen. Ein Gewinn für alle. Ich wünsche dem Jungunternehmen des Jahres 2023 viel Erfolg!“

Markus Hilkenbach,
Vorstandsvorsitzender
der Wuppertaler Stadtwerke

„Arbeitsschutz mit Herz und Verstand“, so lautet ihr Motto in der Beratung, um für ihre Kunden einen Weg hin zu weniger Arbeitsunfällen und unsicheren Situationen aufzuzeigen. „Eine Grundlage dafür ist, die Akzeptanz und Motivation bei Führungskräften und Mitarbeitern für den Arbeitsschutz zu erhöhen“, erklärt Stefan Ganzke. „Eine hervorragende Ausbildung im Arbeitsschutz stellt eine der sinnvollsten Investitionen dar, die Unternehmen ihren Mitarbeitern auf den Weg geben können. Sie arbeiten dadurch sicherer und verursachen deutlich weniger Unfälle – und somit auch weniger Ausfälle“, sagt Anna Ganzke und verweist auf das systematische Konzept der WandelWerker. „Indem vorwiegend an den Prozessen arbeiten und die Menschen im Unternehmen für den Arbeitsschutz gewinnen, weil sie die eigenen Vorteile sehen und zur Umsetzung befähigt werden.“

Die Idee, sich auf diesen Sektor zu spezialisieren, kam den beiden, nachdem sich ein schwerer Arbeitsunfall bei seinem früheren Arbeitgeber ereignet hatte, als ein Mann zwischen zwei große Walzen geraten war. Quasi am Esstisch wurde dann ein Konzept erarbeitet, mit etlichen Weiterbildungen untermauert und mit eigenen Methoden ergänzt.

Und wie gehen die WandelWerker vor, wenn ein Unternehmen Sie konsultiert? „Wir erstellen erst einmal eine firmenspezifische Analyse: „Wir schauen uns die aktuellen Kennzahlen, Prozesse und Verhaltensweisen an um die Probleme herauszuarbeiten“, skizziert Stefan Ganzke kurz den Auftakt eines Consultings. „Weiter geht es dann mit der Entwicklung einer Strategie eigens für das Unternehmen. Hier spielen verschiedene Fragen zur Zielsetzung der verantwortlichen eine zentrale Rolle: Wo stehen wir, wo wollen wir hin“, führt Anna Ganzke weiter aus.

Führungskräfte sowie oft auch Sicherheitsingenieure und Fachkräfte für Arbeitssicherheit treffen die sicherheitsrelevanten Entscheidungen. „Leider mitunter auch über den Kopf der Mitarbeiter hinweg“, wie die Ganzkes wissen. „Doch sind es gerade die Mitarbeiter, die am besten wissen, welche Gefahren an ihren Ar-

beitsplätzen vorhanden sind.“ Die Wünsche und Ideen der Mitarbeiter sollten also gehört und beachtet werden, um vernünftige Maßnahmen zu planen und umzusetzen, mit denen das Unfallrisiko minimiert und die Zahl der Fälle, wo etwas schiefläuft, reduziert werden können.

„Die Mitarbeiter sollten daher unbedingt in die Entscheidungen zum Thema Arbeitsschutz mit einbezogen werden“, so die WandelWerker. „Dazu kommt, dass bei den Führungskräften und Mitarbeitern oftmals eine skeptische Einstellung gegenüber dem Arbeitsschutz vorliegt.“ Umso wichtiger sei es, dass die Unternehmensspitze mit gutem Beispiel vorangeht, indem sie der Sicherheit ihrer Belegschaft die höchste Priorität beimisst. Das zahle sich insgesamt ganz deutlich aus. „Für jeden investierten Euro in den Arbeitsschutz auf unterschiedlichen Wegen fließen 2,20 Euro zurück in das Unternehmen“, zitieren Anna und Stefan Ganzke eine internationale Studie.

Dass sie das Thema Sicherheit auch wissenschaftlich fundiert angehen, garantiert ihr beruflicher Hintergrund. Beide haben an der Bergischen Universität Wuppertal Sicherheitstechnik studiert. Anna Ganzke ist eine gebürtige Wuppertalerin, hat in Sprockhövel gelebt und arbeitet derzeit nebenher an ihrer Promotion. Als leitende Angestellte für eine Unternehmensgruppe der chemischen Industrie hat sie jahrelang den strategischen Arbeitsschutz verantwortet und vor Ort mitgeprägt. Für WandelWerker Consulting hat sie sich auf die Themen Safety Mindset und Sicherheitskultur in Unternehmen spezialisiert.

Sie zeigt, wie Führungskräfte und Mitarbeiter die richtige Einstellung zum Arbeitsschutz er-

halten und wie nachhaltig sicheres Verhalten entwickelt wird.

Stefan Ganzke stammt aus Brandenburg und war zuletzt zehn Jahre in einem mittelständischen Unternehmen der Chemieindustrie tätig, darunter viele Jahre als Head of Health, Safety & Environment. In dieser Rolle hat er mit seinem Team den Arbeitsschutz im Unternehmen für die Zukunft ausgerichtet. Als WandelWerker vermittelt er nun, wie nahezu jeder Mensch im Unternehmen durch Kommunikation für den Arbeitsschutz motiviert werden kann und warum „Arbeitsschutz mit Herz und Verstand“ der Schlüssel zum Erfolg ist.

Eine besondere Auszeichnung haben die WandelWerker auch schon gewonnen. 2021 erhielten sie den deutschen Arbeitsschutzpreis. Zu ihrer Kundschaft zählen namhafte Unternehmen wie Nestlé, Lindt oder MAN Truck & Bus. Auch für das Deutsche Zentrum für Luft- und Weltraum DLR sind sie schon tätig geworden. Mit ins All fliegen durften sie aber noch nicht, wie das Paar augenzwinkernd berichtet. Sie sind gerade dabei, ihren Kundenstamm mit Firmen aus Österreich und der Schweiz zu erweitern. Nach einem erfolgreichen Kongress, den die Ganzkes in Wuppertal mit rund 130 Besuchern veranstaltet haben, wollen sie im kommenden Jahr wieder ein solches Event auf die Beine stellen – diesmal aber größer, wie sie bereits ankündigen.

www.wandelwerker.com





visiodrom
360° EMOTION

EINE VISION ERLEBBAR GEMACHT

Vom alten Gaskessel, der als Umbauidee begann und mit dem Visiodrom eine Landmarke setzt, die mit spektakulären Shows viele Blicke auf Wuppertal richtet.

Alles begann mit einer Vision, die Thomas Drescher vor einigen Jahren umtrieb. Den alten Gaskessel in Heckinghausen in ein fünfstöckiges Gebäude umbauen? Die beiden Architekten Marcello Groß und Daniel Mai dürften es erst einmal für eine verrückte Idee gehalten haben, ließen sich dann aber mit ihrem Architekturstudio GKM dafür gewinnen und teilten den Glauben Dreschers, dass ein solches Projekt nicht nur ungewöhnlich, sondern auch lohnenswert ist.

Im Sommer 2016 bekam der Gaskessel dann ein Betonherz eingesetzt, das nun innerhalb seiner metallenen Außenhaut pulsiert. Doch bei dieser spektakulären baulichen Umwandlung blieb es nicht: Das Industriedenkmal an der Mohrenstraße ist mittlerweile ein Anziehungspunkt weit über die Grenzen Wuppertals hinaus. Seitdem das Visiodrom dort seinen Betrieb aufgenommen hat, können Besucher dort eine Art der Wissensvermittlung erleben, die ebenso unterhaltsam wie lehrreich ist. Dort werden unter dem Stichwort Immersive Storytelling durch eine außergewöhnliche Darbietung Themen jeglicher Art als ganz besondere Erlebnisse erfahrbar.

Vom Dach des inneren Neubaus, also von über 25 Meter über Grund, erhebt sich ein säulenloser Raum 47 Meter in die Höhe. Er ist mit einem Durchmesser von 38 Metern nahezu kreisrund und komplett mit Leinwänden und 33 Laserprojektoren ausgestattet. Zusammen mit einem Kubus in der Mitte, auf dem der mittlerweile ausrangierte Umbaukran liegt, stehen nunmehr auf sechs Leinwänden über 6500 Quadratmeter Projektionsfläche für die Visualisierung von Traumwelten zur Verfügung – darunter die größte 360-Grad-Projektionsfläche Europas.

„Egal ob Produktwelten, Events, Naturwissenschaft oder Unterhaltung – unabhängig von Ziel und Inhalt ist der Gast im Visiodrom stets vom Thema umgeben“, so beschreibt Christian Höher, Kurator der Visiodrom GmbH, diesen besonderen Ort. „Wir bringen Inhalte jenseits des Verstands direkt in die Herzen der Besucher. Die Ausstellungsflächen im Erdgeschoss ergänzen das Erlebnis um Hintergrundwissen und weitere Erlebnisse“, so bringt Christian Höher das Konzept auf den Punkt.



„Kunstaustellung und Museum waren gestern – Visiodrom ist die Zukunft!“

Früher Speicherort für Ferngas, ist der Scheibengasbehälter – kurz: Gaskessel – in Heckinghausen heute ein Ort für faszinierende Unterhaltung aus Licht, Ton und moderner Multimediatechnik. Auf Europas größter zylindrischer 360°-Leinwand entstehen emotional berührende Welten, die den Besucher mit allen Sinnen eintauchen lassen in berühmte Kunstwerke, zum Beispiel von Monet oder Leonardo da Vinci. Das Visiodrom macht Kunst erlebbar – und das über die Grenzen der Stadt hinaus.“

Dietmar Schwabe-Werner
Mercedes-Benz
Vertriebsdirektion West
Mitglied der Geschäftsleitung

Im gelungenen Dreiklang mit dem ebenfalls dort ansässigen Fitnessstudio der Sport-Park-Gruppe und dem Restaurant Aposto ist die Einrichtung zum echten Publikumsmagneten avanciert. Das war seit der Eröffnung 2019 aber nicht durchgängig so: Corona hat auch dem Visiodrom als Kultureinrichtung seinerzeit arg zu schaffen gemacht.

Im Sommer 2019 machte die immersive Show „Wundermaschine“ von Urban Screen, einem Produktionsstudio für interdisziplinäre Medienkunst aus Bremen, den Anfang im Wuppertaler Visiodrom. Bei der Wiedereröffnung nach dem ersten Lockdown kam 2020 zu der neuen Zusatz-Show „Engels2020“ von Gregor Eisenmann dann nur rund ein Drittel der Besucher gemessen an dem Vorkrisengeschäft. Die Führungen in Kombination mit einem Essen im Restaurant Aposto waren sehr beliebt, aber coronabedingt eben nicht mehr machbar.

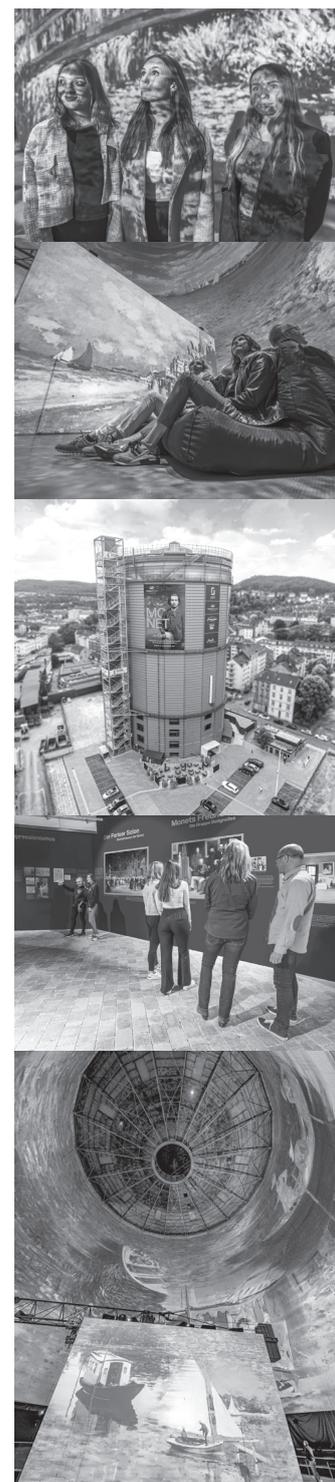
Die Zeiten der Lockdowns und die bis dahin gemachten Erfahrungen wurden genutzt, um sich neu aufzustellen. Das Team wurde deutlich erweitert. Über den SPD-Bundestagsabgeordneten Helge Lindh wurde zudem eine Förderung aus einem Bundestopf möglich. „Ein ganz wichtiger, substanzieller Beitrag für die Zukunft des Gaskessels“, wie Christian Höher damals sagte und heute noch meint. Auch die Wuppertaler Stadtparkasse war ein generöser Spender und hat geholfen.

Im Dezember 2021 gingen dann zwei auf den ersten Blick sehr ähnliche Industriedenkmäler eine Kooperation ein: Das Gasometer Oberhau-

sen und das Visiodrom in Heckinghausen boten ein Kombiticket für beide Locations an. Im Gasometer lief die Ausstellung „Das zerbrechliche Paradies“ mit großformatigen Fotografien, Hologrammen und Exponaten zu 180 Millionen Jahren Geschichte des brasilianischen Regenwaldes. Im Wuppertaler Visiodrom war indessen die Ausstellung „Humans“ zu sehen – eine faszinierende visuelle Reise zu Kulturen und Völkern, die seit Jahrhunderten nachhaltig im Einklang mit ihrer Umwelt leben.

Das neue Programm im Herbst 2021 beinhaltete die Show „Monet – Rebell und Genie“ als ein immersives Erlebnis der Extraklasse. Die Show zum Leben und Werk des impressionistischen Malers Claude Monet bestach mit ihren vielen Details und den gekonnten Arrangements berühmter Gemälde. Derzeit läuft die Show „Leonardo da Vinci – Uomo universale“ zum Schaffen des berühmten Florentiner Künstlers und Wissenschaftlers der Renaissancezeit flankiert von einer sehr aufschlussreichen Ausstellung mit zahlreichen Modellen auch zum Ausprobieren im Visiodrom. „Für jeden zugänglich und ohne ein strenges pädagogisches Konzept tragen wir wie eine Erzählmaschine auch schwierige Themen in die breite Masse. das ist unsere Stärke“, so formuliert Dirk Emde das Erfolgsrezept des Visiodroms und seiner überregionalen Strahlkraft.

www.visiodrom.de



PREISTRÄGER DER VERGANGENEN JAHRE

2022

Jungunternehmen des Jahres:

PREVENCY

Stadtmarketingpreis:

Circular Valley

Unternehmen des Jahres:

Policks Backstube

2021

Jungunternehmen des Jahres:

verpackmeinnicht UG

Stadtmarketingpreis:

Gregor Eisenmann

Unternehmen des Jahres:

APTIV Service Deutschland GmbH

2019

Jungunternehmen des Jahres:

Creme Eis

Stadtmarketingpreis:

Schwebbahn-Lauf e.V.

Unternehmen des Jahres:

AiCuris Anti-infective Cures AG

2018

Jungunternehmen des Jahres:

ENTRANCE – Gesellschaft

für Künstliche Intelligenz und Robotik mbH

Stadtmarketingpreis:

Historische Stadthalle Wuppertal

Unternehmen des Jahres:

Radprax – Gesellschaft für

medizinische Versorgungszentren mbH

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

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:

KitalConcept

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

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

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:

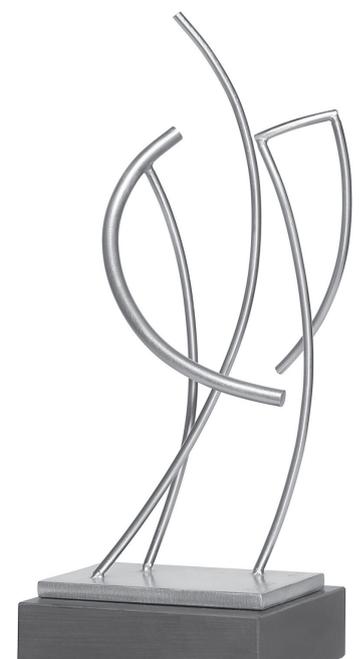
Steuratech GmbH

Stadtmarketingpreis:

Dinnebier Licht GmbH

Unternehmen des Jahres:

RIEDEL Communications GmbH



KONTAKT

Wuppertal Marketing GmbH
Werth 96
42275 Wuppertal

Telefon 02 02 . 5 63 40 97
Telefax 02 02 . 5 63 80 14
info@wuppertal-marketing.de
www.wuppertal-marketing.de

VERANSTALTER

WUPPERTAL  MARKETING

 Stadtsparkasse
Wuppertal

 wuppertalaktiv!
ideen - impulse - initiativen

CO-VERANSTALTER

 WSW.



MERCEDES-BENZ WUPPERTAL
WUPPERTAL • SOLINGEN • REMSCHEID



Wirtschaftsförderung
Wuppertal

SPONSORING-PARTNER

 Barmenia
BEFUG. VERSICHER.

 ETL

 RINKE

oundmdesign

 OFFSET COMPANY
Druckproduktion

 tant.

MEDIENPARTNER

 WZ

 102.4
RADIO WUPPERTAL