

Wuppertal-Botschafter engagieren sich für den Standort - nun soll die Buga unterstützt werden

Für die Stadt werben und sie bekannter machen

Von Michael Bosse

So unterschiedlich der berufliche Hintergrund bei den Wuppertal-Botschaftern im Einzelfall auch ist, in diesem und den kommenden Jahren wollen die Fürsprecher der Stadt vor allem ein Thema nach vorne bringen und in der Öffentlichkeit bewerben: die Bundesgartenschau (Buga) 2031. „Wir wollen die Zeit bis zur Buga nutzen und Überzeugungsarbeit leisten“, sagt Markus von Blomberg, geschäftsführender Gesellschafter der Beteiligungs- und Beratungsgesellschaft Mello sowie Gründer der Initiative „(M)eine Stunde für Wuppertal“. Durch den Einsatz der prominenten Unterstützer solle der Stadtgesellschaft und dem skeptischen Teil der Bevölkerung deutlich gemacht werden, dass die im Rahmen der Bundesgartenschau zur Verfügung stehenden Mittel nur für diesen Anlass bereitstehen - und ansonsten eben verfallen.

Das Werben für Projekte, die die Stadt voranbringen, Ideen und Impulse an die Verwaltung herantragen oder den Standort Wuppertal im In- und Ausland bekannter machen - so in etwa liest sich das Anforderungsprofil für einen Wuppertal-Botschafter. Schon mehr als 15 Jahre gibt es die ehrenamtliche Tätigkeit zum Wohle der Stadt. Derzeit finden sich im Reigen der „Botschafter“ neun Persönlichkeiten - zwei Frauen und sieben Männer.

Üblicherweise erfüllt ein Botschafter im Ausland viele repräsentative und auch öffentliche Auftritte und hat einen größeren Mitarbeiterstab. Die Arbeit der Wuppertal-Botschafter setzt dagegen etwas mehr auf Diskretion und das Wirken im Hintergrund. Die dort vertretenen Unternehmer, Führungskräfte und Wissenschaftler sollen ihre in der Regel umfangreichen Netzwerke dafür nutzen, um für den Standort Wuppertal zu werben, dabei kann jeder



Anke Düsterloh Foto: WTG



Thomas Riedel Foto: Riedel Corn.



Josef Beutelmann Foto: Universität



Bernd Bigge Foto: Andreas Fischer



Vok Dams Foto: Stefan Fries



Lambert T. Koch Foto: Anna Schwartz



Andreas Martin Foto: Andreas Fischer



Helga Rübsamen-Schaeff Foto: S. Fries



Markus von Blomberg Foto: A. Fischer

und jede nach eigenem Ermessen Schwerpunkte setzen und Themen verfolgen. Zugleich verstehe man sich als „Impulsgeber für den Oberbürgermeister und die Stadtverwaltung“, sagt von

Blomberg, der schon bei der Gründung der Initiative mit dabei war.

Initiiert wurde die Gruppe der Wuppertal-Botschafter im Jahr 2006 von der Stadtverwal-

tung und der Wuppertal-Marketing GmbH. „Es ging damals darum, eine zuverlässige und einflussreiche Gruppe zu gründen, die Wuppertaler Themen einordnen und durch ihr be-

Botschafter

Das sind die Botschafterinnen und Botschafter: Anke Düsterloh (WTG Wirtschaftstreuhand Dr. Grüber GmbH & Co. KG), Thomas Riedel (Riedel Communications GmbH & Co. KG), Josef Beutelmann (Barmenia Versicherungen), Bernd Bigge

(Hako), Vok Dams (Vok-Dams-Gruppe), Lambert T. Koch (ehemaliger Rektor der Bergischen Universität), Andreas Martin (Radprax), Helga Rübsamen-Schaeff (Aicuris GmbH & Co. KG) und Markus von Blomberg (Mello GmbH)

rufliches Wirken das Bild der Stadt nach außen tragen kann“, erklärt der Geschäftsführer der Marketinggesellschaft, Martin Bang.

Viele Unternehmer seien regelmäßig unterwegs und könnten dort ein positives Bild von Wuppertal verbreiten. Auf nationaler und internationaler Bühne sei Wuppertal bislang einfach noch zu wenig bekannt. „Das geht aber auch anderen Städten wie Bielefeld oder Bochum so“, berichtet Bang.

„Wir müssen Wuppertal erzählbar machen.“

Martin Bang Geschäftsführer Wuppertal-Marketing

Gerade für mittelgroße Großstädte gehe es darum, „ein Narrativ“ für sich zu finden, das in der Öffentlichkeit präsentiert werden kann. Das könne in Wuppertal über Attraktionen wie die Bergische Universität, die Junior Uni, das Von der Heydt-Museum, den Grünen Zoo oder das Visiodrom geschehen, betont er. „Wir müssen Wuppertal erzählbar machen.“

Und auch gegen den bisweilen in der Öffentlichkeit anzutreffenden lokalen Defätismus müsse angekämpft werden. Viele Bürger würden in der Stadt oft nur das sehen und kritisieren, was gerade schief laufe, sagt Bang. Das sei aber

ein Phänomen, das auch in anderen Kommunen anzutreffen ist - kein Indiz für einen besonderen Hang zum Moppeln in Wuppertal.

Über die Attraktivität einer Stadt entscheiden auch die Verkehrsknotenpunkte. Deshalb hätten sich die Wuppertal-Botschafter zu Zeiten des damaligen Oberbürgermeisters Peter Jung vor allem für den Umbau des Döppersbergs eingesetzt, berichtet von Blomberg. Zudem wurde für die Stadt ein Papier erarbeitet, das diverse Punkte auflistet, um Wuppertal „ein stärkeres Profil“ zu geben. Mehr lokales Selbstbewusstsein - wie es etwa in Köln kultiviert wird - wünscht sich von Blomberg auch in und für Wuppertal. Der Blick von außen auf die Stadt sei oft deutlich positiver als die Einschätzung der einheimischen Bevölkerung. In diesem Sinne sei auch die „Sympathie für die Stadt“ unter den Ortsansässigen mitunter noch ausbaufähig.

In der Regel treffen sich die Wuppertal-Botschafter dreibis viermal pro Jahr mit Vertretern der Stadt - darunter auch dem Oberbürgermeister -, um Ideen und Vorschläge auszutauschen. Dabei sollen die Treffen nach Angaben von Marketing-Geschäftsführer Bang immer wieder an anderen Orten in Wuppertal stattfinden. Der Austausch mit „den tollen Unternehmen“ sei ein wichtiger Baustein zur weiteren Entwicklung und einer besseren Profilierung der Stadt.

Das Start-up Rhinopaq hat eine nachhaltige Versandverpackung entwickelt - Gründer kommen ins Circular Valley

Das Mehrwegsystem für Pakete im Onlinehandel

Von Nina Mützelburg

Onlineshopping gehört für viele zum Alltag. Fast 30 Prozent der Deutschen kauft einmal pro Woche etwas im Internet. Als während der Lockdowns die Geschäfte geschlossen und viele Menschen über Wochen fast ausschließlich zu Hause waren, wurde noch mehr im Netz geschoppelt. In dieser Zeit haben sich auch im Hausflur von Matthias Thesing - wie wohl in vielen Mehrfamilienhäusern - die Kartons gestapelt. Der Essener und seine Frau haben ebenfalls mehr bestellt, als sie es sonst gemacht haben. „Anschließend mussten wir richtig suchen, um noch ein freies Plätzchen in einem Altpapiercontainer zu finden, damit wir die Kartons wieder los wurden“, erinnert er sich.

Kunden senden die Pakete zurück. Absoluter Wahnsinn. wie viel

nachhaltigen Alternative zum Einweg-Pappkarton basteln. Mit Pappe und Schere machten sich die beiden Ingenieure ans Werk.

Entwickelt haben sie schließlich eine Mehrweg-Versandbox aus Kunststoff. 2021 gründeten die beiden das Unternehmen Rhinopaq. Die Idee des Start-ups: Die Onlinehändler versenden ihre Ware in der entwickelten Versandbox, genauso wie bisher im Pappkarton, an den Kunden. Dieser entnimmt seine Bestellung und faltet die Box einfach zusammen. Anschließend kann der Kunde sie dann in jeden Briefkasten der Post werfen, die sie zurück zu Rhinopaq bringt. Das Porto wurde bereits durch das Start-up bezahlt. In Essen werden die Boxen dann für den weiteren Einsatz auf Schäden geprüft und Klebereste werden entfernt. Dann kann die Box in die nächste Runde gehen. „Diese Pav-per-Use-Variante



Matthias Thesing (links) und Marc Diefenbach mit ihren Mehrweg-Paketen.

Foto: rhinopaq

können die Kunden sich anzeigen lassen, von welchen Unter-

wir unter anderem die Produktionskosten“, so der Gründer.

noch nachhaltiger und könnte noch mehr Zyklen absolvieren“.

Werksfeuerwehr bei Prysmian

Der Firma Prysmian Kabel und Systeme GmbH wurde die Betriebsfeuerwehr durch die Stadt Wuppertal anerkannt. Feierlich überreichte Ulrich Zander den Vertretern des Unternehmens hierfür die Urkunde. Die neu eingerichtete Betriebsfeuerwehr, die aus der ehemaligen Werksfeuerwehr hervorgeht, dient dem Schutz des Geländes und damit auch der Sicherung von Arbeitsplätzen am Standort. Die Betriebsfeuerwehr ist 24 Stunden rund um die Uhr einsatzbereit und unterstützt die Feuerwehr Wuppertal bei ihren Maßnahmen im Einsatzfall auf dem Betriebsgelände.

Macher und Märkte

Studienberatung der Fernuniversität

Egal ob mit oder ohne Abitur - wer sich für ein berufsbegleitendes Studium interessiert, kann sich am Donnerstag, 26. Januar, von 18 bis 20 Uhr in