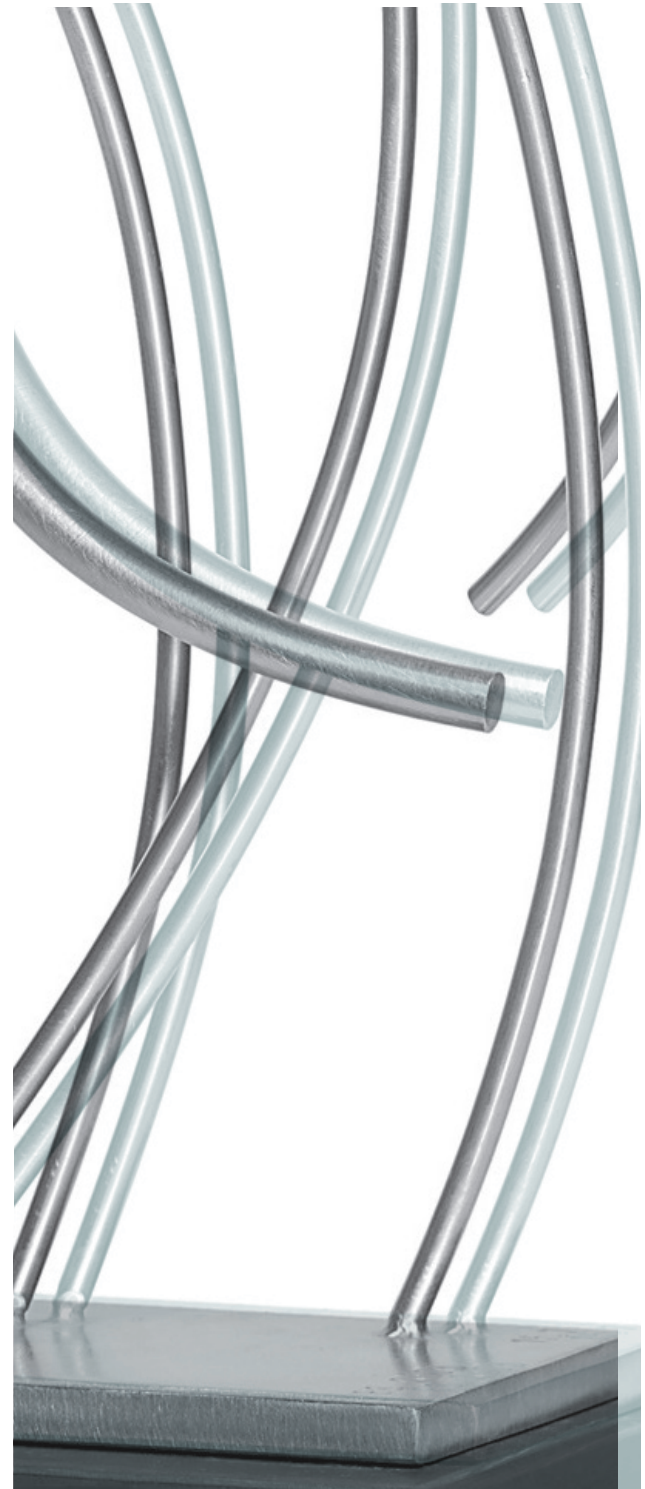




WUPPERTALER
WIRTSCHAFTSPREIS
2022



PREISTRÄGER
2022

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 Andreas Fischer, Stefan Fries, Günter Lintl

GRUSSWORT
**OBERBÜRGERMEISTER
DER STADT WUPPERTAL**

Liebe Wuppertalerinnen und Wuppertaler,
sehr geehrte Preisträgerinnen und Preisträger
des Wuppertaler Wirtschaftspreises 2022,

unsere Zeit verlangt uns Flexibilität und Ein-
schränkungen ab. Umso größer ist die Freude,
dass wir auch in diesem Jahr wieder zu einer
feierlichen Preisverleihung in die Glashalle der
Stadtsparkasse einladen dürfen, um besondere
Unternehmungen unserer Stadt zu ehren.

Das Unternehmen des Jahres ist ein traditioneller
Handwerksbetrieb, der sich neu aufgestellt hat
und mit einem attraktiven Auftritt Kunden be-
geistert. Innovative Methoden verwendet unser
Jungunternehmen-Preisträger, der sich Sicher-
heitsthemen widmet. Den Stadtmarketingpreis
erhält eine Institution, die den Blick der Welt auf
Wuppertal richtet und hier auf internationaler
Ebene den Fokus in die Zukunft richtet.

So unterschiedlich die Preisträgerinnen und
Preisträger auch sein mögen, so stehen sie
stellvertretend für die Vielfalt der Wuppertaler
Wirtschaft. Ich möchte denen Danken, die
diesen Wirtschaftspreis möglich machen, denn
gute Beispiele müssen öffentlich gemacht
werden und die Vergabe des Wuppertaler Wirt-
schaftspreises ist dafür bestens geeignet. Mein
Dank gilt aber vor allem den Unternehmerinnen
und Unternehmern, die mit ihrem herausra-
genden Engagement diese innovativen Impulse
geben und die auf diese Weise über Wuppertals
Stadtgrenzen hinaus strahlen. Danke!

Mit herzlichen Grüßen



Ihr Uwe Schneidewind, Oberbürgermeister



WUPPERTALER WIRTSCHAFTSPREIS 2022

TRADITION BEWAHREN, NEUES ENTWICKELN, DIE WELT EINLADEN

Wir erleben aktuell globale Veränderungen, die vielfaches Umdenken erforderlich machen. Auch in Wuppertal passiert das. Paul Coelho, der brasilianische Bestsellerautor sagte einmal: „Manchmal zeigt sich der Weg erst, wenn man anfängt ihn zu gehen“. Auf einen solchen Weg begibt sich unsere Stadt gerade und ebnet mit zahlreichen neuen Initiativen seinen eigenen Weg in die Zukunft. Wuppertal und seine Wirtschaft reagieren nicht, sondern setzen proaktiv selbst kreative und innovative Zeichen. Das zeigen die Preisträgerinnen und Preisträger des Wirtschaftspreises 2022:

Das Unternehmen des Jahres „Policks Backstube“ musste nach über 80-jähriger Tätigkeit einen Neustart hinlegen, der auf den Erfahrungen der Vergangenheit aufbaute und gleichzeitig Neues wagte. Mit traditionellem Handwerk, regionalen Partnern – beispielsweise bei der Rohstoffversorgung – und innovativen Produkten sowie technischen Erneuerungen begab sich die Bäckerei auf die Erfolgsspur.

Der Jungunternehmen-Preisträger „PREVENCY“ gibt Antworten auf die gegenwärtige Lage unserer digitalisierten und globalisierten Welt. Krisen virtuell bewältigen, bevor sie real entstehen – unter diesem Motto versetzt PREVENCY Unternehmen und Institution durch Befähigung in die Lage, ihre Krisenbereitschaft zu testen, zu messen und gezielt zu verbessern.

Der Stadtmarketingpreisträger „Circular Valley“ verbindet Unternehmen, Start-Ups, Wissenschaft, Politik und Gesellschaft und ermöglicht interdisziplinäre und standortübergreifende kreislaufwirtschaftliche Zusammenarbeit. Das könnte kaum an einem geeigneteren Ort stattfinden, denn das Bergische Land und Wuppertal sind immer noch Heimat globaler Marktführer. Der weltweit erste Circular Economy Accelerator verwandelt Ideen in Unternehmen, unterstützt Jungunternehmen und Entrepreneurs aus der ganzen Welt.

So unterschiedlich die Preisträgerinnen und Preisträger immer sind – sie stehen stellvertretend für die Wuppertaler Wirtschaft und Institutionen und zeigen individuelle Ansätze, wie sie nur im Fokus Wuppertals möglich sind. Im Zusammenspiel aller Akteurinnen und Akteure kann das Ziel, Wuppertal lebenswert, attraktiv und nachhaltig in die Zukunft zu führen, erreicht werden.

Ermittelt wurden die Preisträgerinnen und Preisträger von drei unabhängigen Jurys mit insgesamt fast 40 Expertinnen und 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.

RÜCKBLICK WIRTSCHAFTSPREIS 2021



IM INTERVIEW HENDRIK WÜST



Fragen an Hendrik Wüst, Ministerpräsident des Landes Nordrhein-Westfalen, anlässlich der diesjährigen Verleihung des Wirtschaftspreises Wuppertal

Die Fragen stellte Bernhard Romanowski

WZ: Sehr geehrter Herr Wüst, der Krieg in der Ukraine, die Energiekrise mit stetig steigenden Kosten und die Lieferkrise in der Wirtschaft bestimmen seit geraumer Zeit die Schlagzeilen. Themen wie Umwelt- und Klimaschutz sind in den Hintergrund gerückt. Welche Bedeutung messen Sie dem Klima in ihrem politischen Handeln in NRW bei?

Wüst: Der Schutz unseres Klimas, die Bewahrung der Schöpfung, ist die größte Aufgabe unserer Generation. Unser Ziel ist es, Nordrhein-Westfalen zur ersten klimaneutralen Industrieregion Europas machen. In Zeiten, in der Energie knapp wird, ist diese Aufgabe noch komplexer. Hier stehen wir in Nordrhein-Westfalen als bevölkerungsreiches Land mit sehr energieintensiven Industrien vor besonderen Herausforderungen. Gute Arbeitsplätze, Wohlstand und soziale Sicherheit hängen ganz maßgeblich von einer leistungsstarken Industrie ab. Erfolgreicher Klimaschutz gelingt, wenn wir gleichzeitig die sozialen Errungenschaften unseres Gemeinwesens garantieren: Wohlstand, soziale Sicherheit und soziale Gerechtigkeit. Dann werden andere Länder unserem Beispiel folgen und es uns nachmachen.

WZ: Einer der Preisträger des Wirtschaftspreises Wuppertal ist die Initiative Circular Valley, die eine Vernetzung von Start-ups aus dem Bereich Kreislaufwirtschaft aus aller Welt mit Akteuren aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik aus der Rhein-Ruhr-Region praktiziert. Hat die Region allgemein und das Bergische Land im Besonderen das Potenzial als Hotspot in diesem Bereich?

Wüst: Nordrhein-Westfalen verfügt wie kaum eine andere Industrieregion über die besten Potenziale, durch zirkuläre Wertschöpfung sowohl zum Klima- und Ressourcenschutz, als auch zum Erhalt seiner wirtschaftlichen Wettbewerbsfähigkeit beizutragen. Das gilt insbesondere für die Region Rhein-Ruhr und das Bergische Land. Hier versammeln die verschiedensten Branchen Wertschöpfungsstufen und nicht zuletzt Konsumentinnen und Konsumenten. Die Wissenslandschaft der Region hat einen besonderen Fokus auf Stoffstrom-, Material- und Produktionsfragen. Im weltweit renommierten Wuppertal Institut ist die Kreislaufwirtschaft eine der vier zentralen Forschungssäulen. Als Orte der ersten und zweiten industriellen Revolution haben das Bergische Land und das Ruhrgebiet eine hochrelevante Wirtschaftsgeschichte, die nun noch einmal neu geschrieben werden kann.

WZ: Wie hoch schätzen Sie die Attraktivität des von Ihnen geführten Bundeslandes für Jungunternehmer und Start-ups ein?

Wüst: Nordrhein-Westfalen ist Gründerland. Wir haben ein vitales Start-up-Ökosystem, das vielfältige öffentliche Unterstützung für Gründerinnen und Gründer, starke Netzwerke und wichtige Unternehmenskooperationen bietet.

Die Standortbedingungen sind attraktiv, letztes Jahr sind die Gründungszahlen nochmals um elf Prozent im Vergleich zum Vorjahr gestiegen. Auch in Wuppertal ist der Einfluss der Start-Up-Szene spürbar: Ehemals durch Textilveredelung und Metallverarbeitung geprägt, hat Wuppertal den Wandel zu einer facettenreichen Stadt mit traditionellen, sowie vielen innovativen Branchen geschafft. Die Offenheit der etablierten Unternehmen mit Start-ups zusammenzuarbeiten – etwa im Bereich der Kreislaufwirtschaft und Nachhaltigkeit – ist bedeutender Standortvorteil und sichert die Zukunftsfähigkeit unserer Wirtschaft.

WZ: Wuppertal hat sich für die Ausrichtung der Bundesgartenschau 2031 beworben, eine Kooperation dazu mit den Städten Solingen und Remscheid im Sinne einer Bergischen Buga wurde jüngst angeregt. Wie hoch schätzen Sie die Strahlkraft dieser Veranstaltung für das Bergische Land, für NRW und darüber hinaus ein?

Wüst: Bundesgartenschauen haben als überregionale Großveranstaltungen immer eine über die Region hinausgehende Strahlkraft und langfristige Effekte für die Region. Gute, beispielhafte Projekte wie unter anderem das im Rahmen der Bundesgartenschau angedachte nachhaltige Stadtquartier auf dem Lokschuppenareal in Vohwinkel können wichtige Impulse für die Entwicklung innerhalb von Städten setzen und die Lebensqualität vor Ort verbessern. Andererseits kann die Gartenschau auch besonders innovative Konzepte und Projekte mit Vorbildwirkung weit über Nordrhein-Westfalen hinaus befördern.

WZ: Inwieweit sehen Sie eine Bundesgartenschau am Standort Wuppertal auch als Plattform und Ideenschmiede für Themen wie Klimaschutz und Nachhaltigkeit geeignet?

Wüst: Die Bundesgartenschau bietet immer die Chance, auch Ausgangspunkt für eine nachhaltige Stadtentwicklung und die Umsetzung von Klimaschutzprojekten zu sein. Die Stadt Wuppertal hat jüngst durch den erfolgreichen Solar Decathlon gezeigt, dass sie in der Lage ist, innovative Lösungen für Städte der Zukunft zu präsentieren. Auch eine Bundesgartenschau im Bergischen Land, die Grün- und Stadtentwicklung vorbildhaft mitei-

ander verknüpft, kann Lösungen für eine erfolgreiche und nachhaltige Transformation für andere Städte und Regionen aufzeigen. Die Machbarkeitsstudie der Stadt Wuppertal, mit der sie in die Bewerbung eingestiegen ist, ist eine gute Basis.

WZ: Das Bäckerhandwerk wird beim diesjährigen Wirtschaftspreis Wuppertal besonders gewürdigt. Finden die Handwerksbetriebe im Industrieland NRW die notwendige Berücksichtigung ihrer Belange in der Politik?

Wüst: Das Handwerk bleibt der Problemlöser in der Mitte unserer Gesellschaft. Ohne das Handwerk sind die Herausforderungen unserer Zeit nicht zu lösen. Das lässt sich sehr anschaulich am Beispiel des Klimaschutzes darstellen: Ohne Handwerk wird keine einzige Wärmepumpe eingebaut, ohne das Handwerk erzeugen wir keine Energie aus Sonne und Wind, ohne das Handwerk keine energetische Sanierung. Wir müssen alles dafür tun, dass wir auch weiter ein starkes Handwerk haben.

Gerade im Fall des Bäckerhandwerks zum Beispiel werden die steigenden Energiepreise immer mehr zum Problem. Deshalb müssen wir jetzt runter mit den Energiekosten, um Arbeitsplätze zu sichern. Und dazu muss die Bundesregierung das Problem an der Wurzel packen und die Ursachen der Energieknappheit bekämpfen. Wir müssen die kleinen und mittleren Unternehmen entlasten – die Bäcker, Handwerker und alle, die unser Land am Laufen halten. Einige Maßnahmen kennen wir aus der Pandemie. Wir sollten die Insolvenzantragspflicht erneut aussetzen und auch wieder finanzielle Schutzschirme vorbereiten. Solche Schritte sollten nicht leichtfertig erfolgen, aber wir können in dieser Situation überhaupt nichts ausschließen.



„Wie ein Handwerksbetrieb sich aus einer Existenzkrise heraus erfolgreich neu erfinden kann zeigt uns eindrucksvoll das Preisträgerunternehmen. Mit einer sehr kundenorientierten Neuausrichtung, unternehmerischen Geschick, Produkten mit Pfiff, viel Mut und dem unerschütterlichen Willen gegen den Status Quo zu arbeiten hat sich das Unternehmen ein deutlich spürbares Alleinstellungsmerkmal in seiner das tägliche Leben der Menschen berührenden Branche verschafft. Dadurch hat es sich einen Namen mit einer allseits bekannten Marke gemacht, die neben einer Top-Qualität auch für Regionalität und eine tiefe durch vielfältiges soziales und gesellschaftliches Engagement geprägte Verbundenheit mit der bergischen Heimat steht. Herzlichen Glückwunsch dem Unternehmen des Jahres 2022, der Policks Backstube GmbH.“

Gunther Wölfges

Vorstandsvorsitzender

der Stadtparkasse Wuppertal

TRADITIONELLES NEU ERFINDEN

Vom Bäcker, der sein Handwerk liebt und das auch seinen Kunden zeigen will.

„Retter des guten Geschmacks“: Mit nichts weniger als diesem hehren Anspruch hat Dirk Polick ein Unternehmen geschaffen, das unter dem Namen „Policks Backstube“ für handwerkliche Qualität auch über die Grenzen Wuppertals hinaus steht. Und dass, obwohl es einmal sehr finster für seine berufliche Tätigkeit aussah, als nämlich der Begriff vom „Bäckerei-Sterben“ in Deutschland aufkam. Doch Polick ließ sich damals nicht verdrießen, sondern wagte einen Neustart. Mit großem Erfolg, wie man heute sagen kann. Die Lorbeeren dafür beansprucht er allerdings weniger selbst, wenn er darüber erzählt. Stattdessen betont er immer wieder, wie sehr die Mitarbeiterschaft damals mitgezogen hat und es heute noch tut.

Die Wurzeln der Bäckerei reichen aber schon ein ganzes Stückchen weiter zurück. Mitten in den 1920er-Jahren macht sich Otto-August von den Steinen in Cronenberg mit einer Bäckerei selbstständig. Die Backwaren nach eigenen Rezepten machen das „Cronenberger Backhaus“ bald zu einem Anlaufpunkt für Kunden, die Frische und Qualität schätzen. 1970 übernimmt die zweite Generation: Otto von den Steinen und seine Schwester Marianne Polick, die bereits seit Jahren im elterlichen Betrieb arbeiten, sorgen für frischen Wind. „Dazu gehört neben der neuen Ausstattung für Backstube und Fuhrpark auch die Erweiterung der Produktpalette. In den folgenden Jahren werden die ersten Filialen eröffnet“, erzählt Dirk Polick. Zwischen den Jahren 1998 und 2013 firmiert das Unternehmen in dritter Generation unter dem Namen „Cronenberger Backhaus“ mit Standorten in Wuppertal, Velbert, Haan, und Schwelm und geführt von Dirk Polick sowie seinem Bruder und seinem Cousin. „In insgesamt 18 Bäckereifachgeschäften und Cafés bekam man bei uns beste Qualität mit einem freundlichen Service. 90 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Backstube, Verkauf, Vertrieb und Verwaltung waren ein eingespieltes Team“, erinnert sich Polick immer noch gerne. Doch im Zuge der Bäckerkrise mit dem Aufkommen der modernen Backautomaten in Supermärkten und Discountern gerieten viele Bäckereien ins Trudeln. Auch das Cronenberger Backhaus erwischte es. Es folgte die Insolvenz.

Dirk Polick, der auch Obermeister der Bäckerinnung in der Kreishandwerkerschaft Bergisches Land ist, macht trotzdem weiter, aber sagt nicht einfach: Weiter so. Einige weniger ertragreiche Standorte der Bäckerei muss er erschließen, andere werden dafür gefunden. „Das Konzept für den Neuanfang ergab sich mit der Zeit. Man konnte sich neu erfinden. Wir haben ein neues Logo entwickelt, haben über-

all die Nase reingehalten und Neues gelernt“, so schildert es der gebürtige Wuppertaler. Auch die marketingtechnische Herangehensweise, den Bäckermeister als bodenständigen und qualitätsbedachten Handwerker in den Mittelpunkt zu stellen, gehört dazu. Polick: „Das haben andere eben nicht in der Form gemacht.“

Seine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, so berichtet er stolz, sind alle mit Eifer dabei, wenn es gilt, den Kunden genau zu erklären, was das klassische Bäckerhandwerk ausmacht, warum nicht alle Brote und Brötchen fabrikartig gleich aussehen und welchen Stellenwert die Handarbeit bei Polick hat: „Bei uns gibt es kein Brot, das rein maschinell verarbeitet wurde und nicht durch mindestens eine Hand gegangen ist.“

Die Zusammenarbeit mit regionalen Erzeugern der Grundprodukte ist Dirk Polick ein wichtiges Anliegen und entspricht seiner Devise, die Identität der Region zu stärken. „Wir leben Bergisches Bewusstsein“, sagt der 63-Jährige denn auch selbstbewusst. Auch die Zusammenarbeit mit regionalen Erzeugern gehört dazu, etwa mit dem Geflügelhof Kottsieper aus Remscheid. Als Tausendsassa sieht er sich aber nicht. Es sei nicht sein Fall, alles zu machen. „Ich bin nicht der Feingeist für sechs- oder siebenstöckige Torten. Ich setze mehr auf die Vielfalt unserer Brötchen und Brote.“ Mit seinem Team sei er bemüht, die Dinge voranzutreiben, die ihnen liegen. Dennoch wird der Kontakt deutschlandweit zu anderen Bäckern gehalten, um sich auszutauschen und über neue Trends zu informieren.

Die überregionale Weiterbildung ist Dirk Polick wichtig. Es sei gerade nicht leicht, weiteres Personal zu finden. Derweil befindet sich gerade über ein Dutzend junger Menschen in seinem Unternehmen in der Ausbildung: fünf in der Bäckerei, zwei im Verkauf. Und seit Anfang 2020 ist die fünfte Generation mit in das Unternehmen eingestiegen, in Gestalt von Svenja und ihrem Bruder Tim. Als Tochter und Sohn von Dirk Polick sind sie sozusagen in der Backstube aufgewachsen. Auch wenn beide zunächst eine andere Richtung einschlugen, sind sie nun zum Bäckerhandwerk heimgekehrt. Die 27-jährige und ihr 30-jähriger Bruder arbeiten nun fleißig daran, das Unternehmen in einigen Jahren zu übernehmen.

www.policks-backstube.de





„Durch Corona und den Krieg in der Ukraine ist uns allen bewusst geworden, wie wichtig ein gutes Krisenmanagement für Unternehmen, Behörden und Kommunen ist. Der Bedarf an Know-how und Schulungen zur effektiven Reaktion auf Bedrohungen steigt stetig. Eine interessante Lösung dafür kommt aus Wuppertal. Das Start-up PREVENCY hat sich in kürzester Zeit erfolgreich am Markt positioniert und kann beeindruckende Referenzen vorweisen. Den Kunden wird nicht nur Unterstützung bei klassischen Krisen wie etwa bei Störfällen angeboten, sondern auch Maßnahmen gegen Cyber-Attacken und Kommunikationskrisen in den Sozialen Medien. Die Software-Lösungen von PREVENCY können vielen Unternehmen und Institutionen helfen, die nächste Krise besser zu meistern – ein wichtiger Beitrag zur wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Stabilität in unserem Land, für den PREVENCY zu Recht als Wuppertaler Jungunternehmen des Jahres ausgezeichnet wird. Herzlichen Glückwunsch!“

Markus Hilkenbach,
Vorstandsvorsitzender
der Wuppertaler Stadtwerke

DIGITALE HERAUSFORDERUNGEN MEISTERN – SCHADEN ABWENDEN

Mit der von Lars Niggemann entwickelten Software lassen sich verschiedenste Szenarien im Internet simulieren und trainieren.

Das Internet und die sozialen Medien gehören mittlerweile für Unternehmen und Parteien, für Organisationen wie Feuerwehr und Polizei und auch das Militär zum Alltag. Allerdings ist das mittlerweile mehr als ein Terrain, auf dem man nicht nur die eigene Zielgruppe schnell und ohne umständliche Umwege erreichen kann. Die Kommunikation im virtuellen Raum ist kein immer leichtes Geschäft, sie kann auch ordentlich schiefgehen und einen Shitstorm oder noch üblere Folgen nach sich ziehen – kurzum: sie will geübt sei.

Einer, der sich damit auskennt, ist Lars Niggemann. Er gibt zu verstehen: „Krisen der prädigitalen Epoche waren vor allem analoger Natur. Heutige Zwischenfälle und Krisen ereignen sich nicht mehr nur in der analogen Sphäre.“ Mithilfe von Desinformationskampagnen, sogenannter Dark PR (negativer Öffentlichkeitsarbeit) und fingierten Empörungswellen versuchen Angreifer gezielt, die Wahrnehmungen und das Handeln von Personen, Gruppen oder ganzen Gesellschaften zu beeinflussen, so der Wuppertaler weiter.

Niggemann hat sich beruflich auf den Bereich digitale Krisenkommunikation spezialisiert und eine Software entwickelt, mittels derer sich der Umgang mit verschiedensten Szenarien im Internet simulieren lässt, um im realen Einsatz richtig agieren und reagieren zu können. „Wir schaffen mit der Software einen sicheren Raum für das praktische Training im Umgang mit digitalen Herausforderungen“, so der 38-Jährige zu seinem Produkt, dass er unter dem gleichen Namen wie seine GmbH, nämlich PREVENCY, vertreibt.

„Egal ob Feuerwehr, Polizei oder THW: Digitale Kommunikation spielt im Einsatz wie auch bei der Übung von Schadenslagen eine zunehmend wichtige Rolle“, erklärt Niggemann. Mit seiner Software lernen die Akteure den kompetenten Umgang mit sozialen Medien und stärken ihre kommunikativen Fähigkeiten, wie der Unternehmer weiter ausführt: „Die Nutzer lernen, sich aktiv mit Bürgern und Presse auszutauschen und möglicherweise kursierende Falschmeldungen auch in Katastrophenfällen zu entkräften. und das alles in einem sicheren und abgeschlossenen Raum.“

PREVENCY ist auch im Militärbereich gefragt. Hier geht es dann um das Training in kognitiver Kriegsführung, so der Fachbegriff, beziehungsweise um die Abwehr

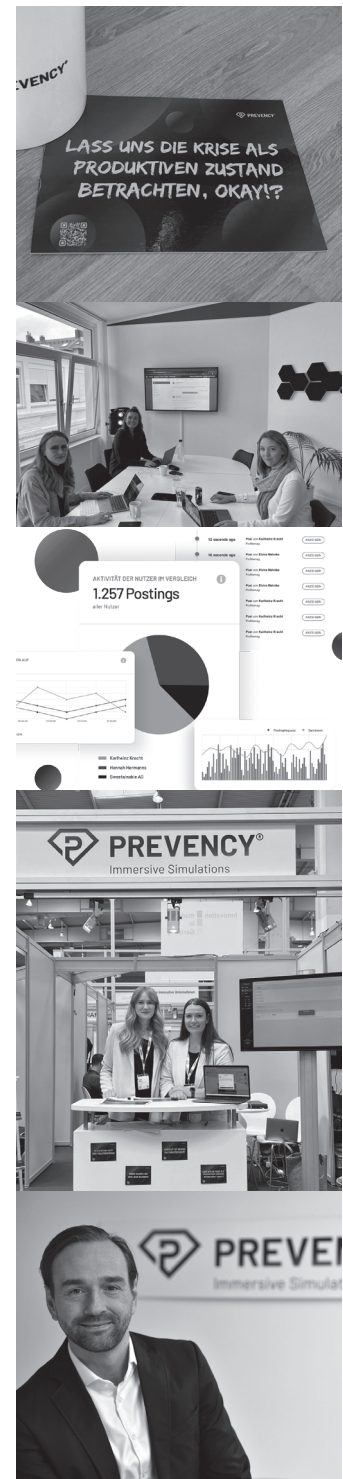
solcher Attacken. Neben internationalen Konzernen, dem Think Tank Nato-Threatcom und der Bundeswehr gehöre auch das kanadische Verteidigungsministerium zur Kundschaft des Wuppertaler Unternehmens, wie Niggemann berichtet. Vom Studium her würde man indes nicht unbedingt vermuten, dass Lars Niggemann im Softwarebereich tätig ist.

Er studierte seinerzeit Film- und Fernsehwirtschaft, kam dann über einen Dozenten zum Online-Reputationsmanagement – hier geht es um die Überwachung und Beeinflussung des Rufs einer Person, einer Organisation oder eines Produkts in den digitalen Medien. Nach Stationen als Berater in diesem Bereich in Essen und Düsseldorf machte er sich 2015 als Berater in der NRW-Landeshauptstadt selbständig. 2016 programmierte er die erste Version seiner Simulationssoftware, die er in seinen Beratungen einsetzte.

„Der Bedarf und das Interesse der Kunden war da und ich merkte bald: Die One-Man-Show reicht nicht mehr“, erinnert sich Niggemann. Er gründete die Firma PREVENCVY, die er 2019 zur GmbH machte. Ein Jahr später machte er dann den Schritt weg vom Beratungsgeschäft ganz hin zum Softwareentwickler. Mittlerweile steht das Unternehmen auch in engem Austausch mit der Bergischen Universität Wuppertal, hier insbesondere mit dem Lehrstuhl Data & Knowledge Engineering. „So wollen wir Innovationen in unserem Arbeitsfeld auf wissenschaftlicher Basis vorantreiben“, erläutert der Kommunika-

tionsexperte. Als Gründer und Geschäftsführer von PREVENCVY führt er die Familientradition des Unternehmertums in Wuppertal weiter, wenn auch in einem anderen Bereich. Seine Eltern betrieben über 30 Jahre lang das Reformhaus Niggemann in Wuppertal. „Ich habe also eine lange unternehmerische Verbindung zur Stadt“, sagt Niggemann. Dass es ihn zurück nach Wuppertal zog, hat neben seinem ausgeprägten Lokalpatriotismus auch ganz praktische Gründe. „Wuppertal hat als Standort viele Vorzüge: bezahlbaren Wohnraum, ein lebenswertes Umfeld, und eine gute Anbindung“, rührt er die Werbetrommel für seine Heimatstadt.

www.PREVENCVY.com





KREISLAUFWIRTSCHAFT MADE IN WUPPERTAL

In Wuppertal treffen sich internationale Startups, Unternehmen, Wissenschaft und Politik. Gemeinsam verbessern sie Wertschöpfungsketten, geben Empfehlungen an die Politik und informieren die Öffentlichkeit.

Die Initialzündung ereignete sich nach mehreren Besuchen im Silicon Valley in Kalifornien. „Alle Welt blickt auf den Landstrich südlich von San Francisco, wenn es um die Entwicklung neuer Technologien und Ideen geht. Aber was kann denn unsere Region besonders gut?“, fragte sich Carsten Gerhardt anschließend, der hauptberuflich als Partner bei der Unternehmensberatung A.T. Kearney tätig und immer viel unterwegs ist. Mit „unsere Region“ umschreibt der promovierte Physiker die Metropolregion Rhein-Ruhr, in der auch seine Geburtsstadt Wuppertal verortet ist.

Vor gut drei Jahren reifte dann die Idee als Antwort auf die Frage, die ihn zuvor umgetrieben hatte: „Wir können Dinge besonders gut bearbeiten“, so sein Resultat. Zu diesem Ergebnis kam Gerhardt mit Blick auch auf die wirtschaftliche Entwicklung der weiteren Rhein-Ruhr-Region, wo die seinerzeit handwerkliche, dann industrielle Bearbeitung verschiedenster Materialien wie Stahl, Kohle und Textilstoffen eine lange und bedeutsame Historie mit großer Strahlkraft über die regionalen Grenzen hinaus hat.

Gemeinsam mit weiteren Akteuren der Wuppertal-Bewegung, deren Vorsitzender er ist, gelang es Gerhardt schließlich, diese Ausgangslage, aus der heraus dann Circular Valley entstand, vernünftig darzustellen und als zukunftssträchtiges Projekt zu formulieren, so dass sich weitere Mitstreiter und Förderer dafür gewinnen ließen. Die hohe Relevanz des Themas Nachhaltigkeit, das insbesondere in den vergangenen zwei Jahrzehnten stetig an Bedeutung gewonnen hat, spiegelt sich in Circular Valley wider.

„In Wuppertal treffen sich internationale Startups, Unternehmen, Wissenschaft und Politik. Über die verschiedenen Branchen und Technologien hinweg arbeiten sie gemeinsam daran, Stoffkreisläufe entlang bestehender Wertschöpfungsketten zu schließen, Empfehlungen an die Politik zu entwickeln und nicht zuletzt die Öffentlichkeit über das Thema zirkuläre Wirtschaft zu informieren“, so fasst Gerhardt die Vision zusammen. Koordiniert und finanziert wird das über die Circular Valley Stiftung, die im Mai 2021 ins Leben gerufen wurde. Die gemeinnützige Stiftung trägt die Idee des Circular Valley von Wuppertal aus in die Welt.



„Angesichts der aktuellen Energie- und Klimathemen kommt der Kreislaufwirtschaft eine immer größere Bedeutung zu. Rohstoffe effizienter einzusetzen oder gar zu ersetzen haben sich zahlreiche etablierte Firmen und Start-ups zum Ziel gesetzt. Sie alle finden ein Forum im „Circular Valley“, das für diese Aktivitäten Gründerzentrum und Beschleuniger zugleich ist. Dr. Carsten Gerhardt und sein Team setzen durch ihr Projekt einen neuen Schwerpunkt am Wirtschaftsstandort Wuppertal und haben gezeigt, dass auf diese Weise die heimische Region zum internationalen Zentrum für zirkuläre Wertschöpfung werden kann – das ist Standortmarketing pur.“

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

Hinter ihr stehen als Stifter regionale Marktführer wie die Stadtsparkasse Wuppertal oder die Stadtwerke sowie national und international führende Unternehmen wie zum Beispiel Bayer, die Barmenia Versicherungsgruppe, Coroplast, die Société Generale und Vorwerk. Sie alle eint der Wunsch, Talente von allen Kontinenten zusammenzuführen, die sich um innovative Konzepte der Kreislaufwirtschaft kümmern. Bei den vergangenen Demo Days stellten die Start-ups von allen fünf Kontinenten ihre Ideen vor, wie man beispielsweise Baustoffe und Textilien aus Abfallstoffen fertigt, wie sich das Plastik aus den Meeren binden und recyceln lässt oder wie man auch in strukturschwachen Weltregionen eine nachhaltige Abfallwirtschaft aufbaut.

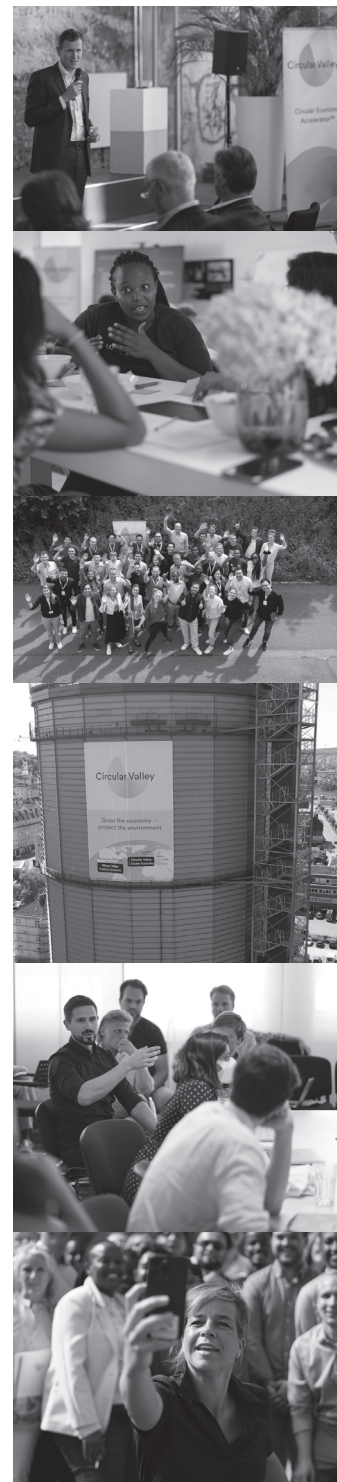
An Ideen mangelt es nicht, auch und gerade aus Deutschland sind tolle Projekte dabei, wie Gerhardt bestätigt. Wichtig für die jungen Unternehmer ist aber eben auch die Vernetzung mit Akteuren aus Wissenschaft und Forschung und mit finanziell potenten Wirtschaftsunternehmen. Welche Technologien zeichnen sich am Horizont ab und wie kann man das kommunizieren – diese beiden Fragen sind zentral in der Arbeit von Circular Valley. Denn es herrsche viel Unsicherheit, sowohl bei den Unternehmen wie auch bei den Verbrauchern, was denn nun nachhaltige Produkte sind und wie die Bedeutung der Kreislaufwirtschaft einzuschätzen ist. „Es wurde schon viel mit Nebelkerzen in diesem Themenbereich operiert“, schildert Carsten Gerhardt seine Beobachtungen und präzisiert:

„Ein generelles Verbot von Plastiktüten beispielsweise ist nicht sinnvoll. Plastikverpackung erfüllt in vielen Bereichen ihren Zweck. Man muss statt zu verbieten, dafür sorgen, dass sie nicht in die Umwelt gelangen, sondern recycelt und zu etwas Neuem gemacht werden können.“

Mit Circular Valley werden also die Weichen gestellt, um die besten Ideen für die Kreislaufwirtschaft zu sammeln und nach vorne zu bringen. Zugleich handelt es sich um eine wirtschaftsfördernde Plattform, auf der Jungunternehmer und etablierte Unternehmen zusammenkommen und möglichst zukunftssträchtige Kooperationen eingehen. Nicht zuletzt hat Circular Valley aber auch einen nicht zu unterschätzenden Marketingeffekt für Wuppertal und die weitere Rhein-Ruhr-Region, indem die Aspekte Technologie, Innovation und Nachhaltigkeit in den Mittelpunkt gestellt werden.

Das Vorgefundene nachhaltig umzugestalten und zu etwas ganz Neuem mir Alleinstellungsmerkmal zu machen, ist im Übrigen eine Herangehensweise, die sich im Engagement von Carsten Gerhardt nicht das erste Mal finden lässt. Auch die Reaktivierung der stillgelegten Wuppertaler Nordbahntrasse als Rad- und Freizeitweg, die dem Verein Wuppertal-Bewegung zu verdanken und ein deutschlandweit einzigartiges Projekt ist, lässt sich dieser Herangehensweise zuordnen.

www.circular-valley.org



PREISTRÄGER DER VERGANGENEN JAHRE

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 Löbberth 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:

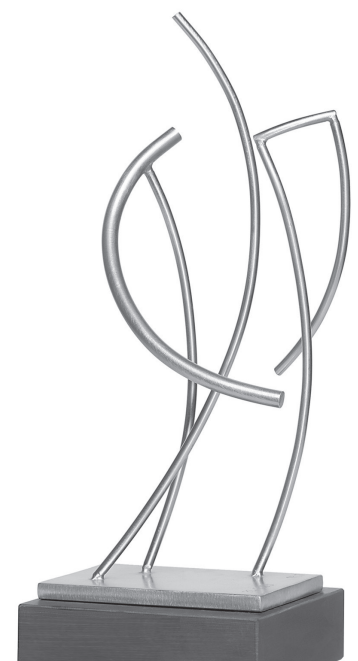
Steuratech GmbH

Stadtmarketingpreis:

Dinnebier Licht GmbH

Unternehmen des Jahres:

RIEDEL Communications GmbH



KONTAKT

Wuppertal Marketing GmbH
Friedrich-Engels-Allee 83
42285 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

 Stadtparkasse
Wuppertal

 wuppertalaktiv!
ideen · impulse · initiativen

CO-VERANSTALTER

 WSW



MERCEDES-BENZ WUPPERTAL
WUPPERTAL • SOLINGEN • REMSCHEID



Wirtschaftsförderung
Wuppertal

SPONSORING-PARTNER

 Barmenia
EINZIG. MENSCHLICH.

 RINKE

oundmdesign

 OFFSET COMPANY
Druckergesellschaft mbH

 tant

MEDIENPARTNER

 WZ

 102.4
RADIO WUPPERTAL