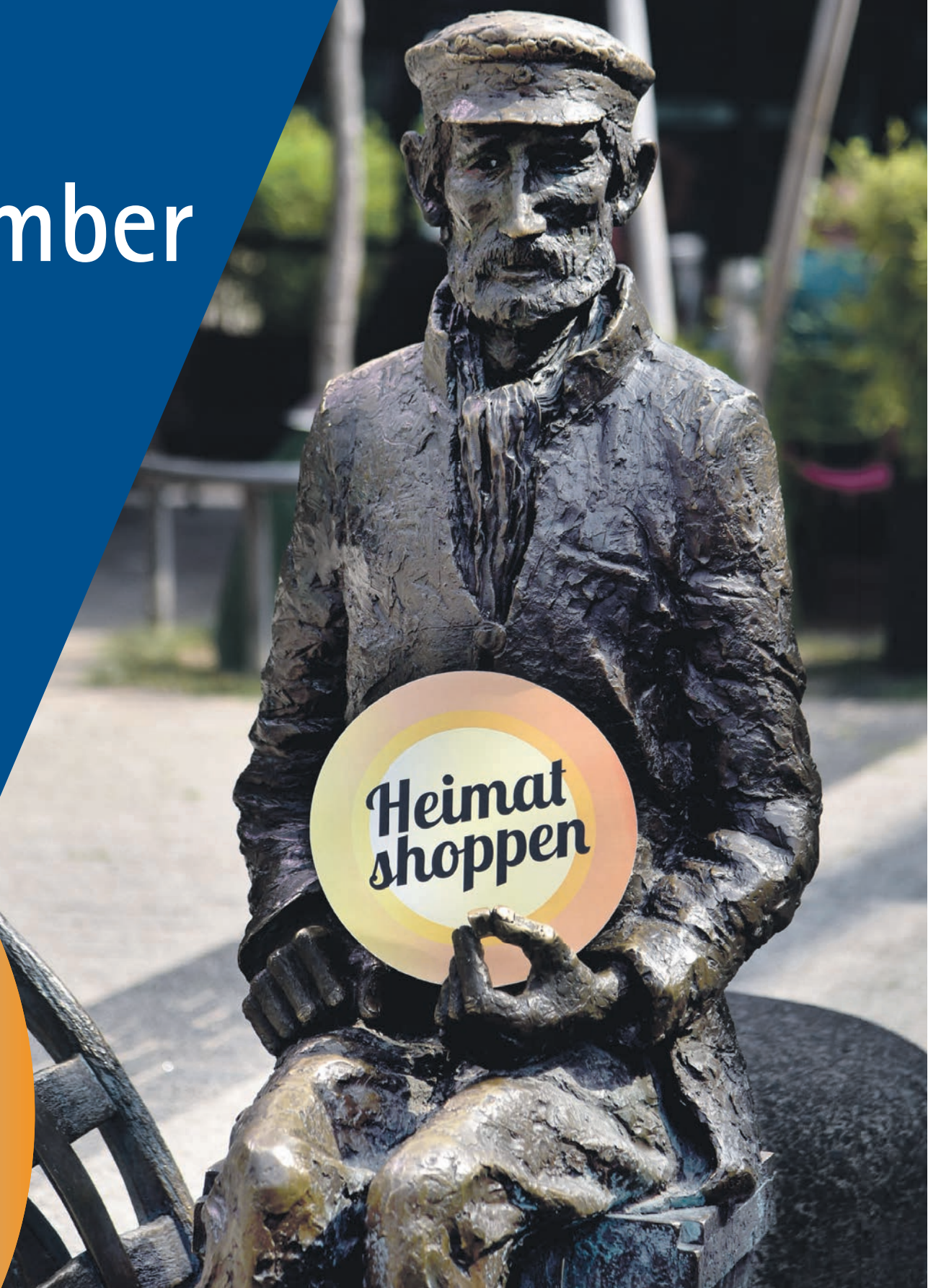


Aktionstage am
13. und 14. September

*Heimat
shoppen*



ANZEIGENVERÖFFENTLICHUNG



SEITE 3

Die Kampagne „Heimat shoppen“ lockt
am nächsten Freitag und Samstag
mit vielen tollen Aktionen in allen Stadtteilen.

SEITE 16

Verschenken Sie doch mal Wuppertal:
Mit den „Talwaren“ wurden Industrieprodukte
aus der Stadt verschenkbar gemacht.

Grußwort

Wissenswertes zum „Heimat shoppen“

Liebe Leserinnen, liebe Leser, vor Ihnen liegt die Sonderveröffentlichung zur zweiten Auflage der Aktion „Heimat shoppen“, einer Initiative der IHK, Wuppertal Marketing und der Westdeutschen Zeitung, die in diesem Jahr erstmals im gesamten Bergischen Städtedreieck stattfindet. In unserem Heft erfahren Sie alles Wissenswerte über die Kampagne in Wuppertal.

Es gibt eine Teilnehmerliste, aber auch viele Interviews und Berichte, in denen Organisatoren und Vertreter der Stadt zu Wort kommen. Die fünf Bezirksbürgermeister der teilnehmenden Stadtteile erzählen, wie sie ihr Quartier sehen und was „Heimat shoppen“ für ihren Standort bedeutet. Aber



Werbemarktleiter Daniel Poerschke. Archivfoto: Dirk Jochmann

ohne attraktive und sichere Innenstädte hat kaum einer Spaß am Shoppingbummel. Daher kommen Vertreter von Stadtentwicklung, Polizei und Marketing ebenfalls zu Wort. Denn sie alle sorgen dafür, dass Wuppertal eine lebens- und liebenswerte Stadt ist, in der einkaufen Spaß macht.

Welches Potenzial heimatkommunikative Souvenirs für eine Stadt bedeuten, erzählt der Geschäftsführer von Wuppertal Marketing. Darüber hinaus stellen wir Ihnen eines der ältesten Geschäfte vor, das an der Aktion teilnimmt und inzwischen seit mehr als 100 Jahren das Stadtbild prägt.

Ich wünsche Ihnen viel Spaß beim Lesen und natürlich in der kommenden Woche zwei spannende Einkaufstage in Wuppertal. Bummeln Sie durch ihr Quartier oder schauen Sie über die Grenzen hinaus: zum Beispiel von Elberfeld nach Vohwinkel oder von Barmen auf die Südhöhen nach Ronsdorf oder Cronenberg. Ihre Einkäufe bekommen Sie in die passenden Tüten gepackt. Damit erklären Sie sich offiziell zum „Heimat Shopper“ – und machen gleich noch viel mehr auf den Wuppertaler Einzelhandel und seine Vielfalt aufmerksam.

Ihr Daniel Poerschke, Leiter Werbemarkt, Westdeutsche Zeitung

Grußwort II

Lassen Sie uns gemeinsam Heimat shoppen!

Der Besuch in der Innenstadt kann zu einem Erlebnis werden.

Heimat shoppen ist viel mehr als nur der Name unserer stationären Handels- und Dienstleistungskampagne. Gemeinsam mit Handel, Gastronomie und Dienstleistung stehen wir als Bergische IHK mit der Aktion für lebendige Innenstädte. Und weil nach der Wuppertaler Premiere des vergangenen Jahres dieses Jahr auch Solingen und Remscheid dazugestossen sind und wir die Kräfte im Bergischen Städtedreieck bündeln, unterstreichen wir das Gemeinsame nun auch im Namen: „Gemeinsam Heimat shoppen“.

Handel macht die Städte lebenswert

Einkaufen, zum Frisör gehen und danach gemütlich einen Kaffee trinken – der Besuch in der Innenstadt kann zu einem Erlebnis werden. Doch Einzelhändler, Dienstleister und Gastronomen leisten noch mehr für die Gesellschaft: Sie unterstützen durch ihre Gewerbesteuern die Stadt, in der wir leben, sichern Arbeits- und Ausbildungsplätze und tragen durch ein vielseitiges Engagement dazu bei, dass unsere Städte lebenswert bleiben. Sie unterstützen Festen und Märkten, oder spenden für karitative Einrichtungen wie Hospize. Mit der investierten Zeit und dem Geld tragen sie so zur Stärkung des Standortes bei.

Zeit für den „Plausch an der Ladentheke“

Viele Unternehmerinnen und Unternehmer nehmen sich mehrere Stunden täglich Zeit für den „Plausch an der Ladentheke“. Diese Gespräche mit den Kunden haben mit der eigentlichen Kaufberatung gar nichts zu tun – und erzeugen somit scheinbar keinen wirtschaftlichen Mehrwert. Doch ihr Wert ist nicht hoch genug einzuschätzen. Denn diese persönlichen Begegnungen bereichern unseren alltäglichen Einkauf. Damit wird Einkaufen zu Heimat shoppen.

Die Bergische IHK rückt mit der Kampagne „Gemeinsam Heimat shoppen“ die vielen Vorteile der örtlich aktiven Handels- und Dienstleistungsunternehmen in den Fokus. Mit den Interessengemeinschaften und den Kampagnenpartnern Westdeutsche Zeitung, Solinger Tageblatt und Remscheider General-Anzeiger möchten wir Ihre Aufmerksamkeit auf die Vielfältigkeit der bergischen Handelsunternehmen lenken, die sich hier engagieren. Unterstützt von den Sponsoren der Kampagne.



Michael Wenge ist Geschäftsführer der IHK. Foto: IHK/Malte Reiter

Machen Sie mit, werden Sie Heimat Shopper und stärken Sie unsere Region. Gehen Sie in der Nachbarschaft einkaufen und lernen Sie Ihre Heimat Shops kennen. Viel Spaß dabei wünscht Ihre Bergische IHK

INHALTSVERZEICHNIS

Das ist die Kampagne „Heimat shoppen“ S. 2

Das Teilnehmerverzeichnis aller Geschäfte S. 3

Vertreter von IHK und Wuppertal Marketing erklären „Heimat shoppen“ S. 4

Gespräch zur Stadtentwicklung S. 6

Bezirksbürgermeister Jürgen Vitenius im Gespräch S. 7

Bezirksbürgermeister Hans-Hermann Lücke über die Handlungssituation in Barmen S. 8

Interview mit Oberbürgermeister Andreas Mücke S. 9

Bezirksbürgermeister Harald Scheuermann-Giskes spricht über Ronsdorfs Einzelhandel S. 10

Augen auf und Tasche zu: Kampagne der Polizei NRW gegen Taschendiebstahl S. 11

Parken in Wuppertal – bald gibt es eine App S. 11

Bezirksbürgermeister Heiner Fragemann stellt Vohwinkel, die freundliche Ecke Wuppertals, vor S. 12

Die neue ISG Alte Freiheit/Poststraße hat viele Pläne S. 13

Historischer Rückblick: Bürobedarf Illert ist eines der ältesten Teilnehmergehäfte S. 14

Bezirksbürgermeisterin Ursula Abé über den Handel „em Dorpe“ S. 15

Souvenirs, Souvenirs: Talwaren und Schwupperepräsentieren Wuppertal S. 16

IMPRESSUM

Heimatshoppen

Westdeutsche Zeitung
Westdeutsche Zeitung GmbH & Co. KG,
Wuppertal

Geschäftsführung
Oliver Moll

Chefredaktion
Lothar Leuschen, Annette Ludwig

Redaktion
Büro text-projekte.net/Julia Klinskusch
(verantwortlich)

Verantwortlich für Anzeigen
Daniel Poerschke

Projektkoordination
Sandra Kelleher

Titelfotos
Stefan Fries

Druck
Rheinisch-Bergische Druckerei GmbH,
Düsseldorf

Heimat shoppen Die Kampagne findet nach der Premiere 2018 in Wuppertal nun im gesamten Städtedreieck statt



Am Freitag, 13., und Samstag, 14. September, werden viele Passanten in Elberfeld, Barmen, Vohwinkel, Ronsdorf und Cronenberg mit auffälligen Papiertüten unterwegs sein. Der Aufdruck „Ich bin Heimat Shopper“ ist das Symbol der gleichnamigen Kampagne „Heimat shoppen“, die auf die Bedeutung des Einzelhandels für die Lebensqualität in Wuppertal hinweisen soll. Wer also an diesen beiden Tagen mit der speziellen Einkaufstüte unterwegs ist, setzt allein schon damit ein Zeichen zur Stärkung des Wuppertaler Einzelhandels (Symbolfoto: Joana Lopes – stock.adobe.com). Le-

bendige Innenstädte und Fußgängerzonen mit Flair, in denen das Shoppen und Bummeln Spaß macht – das wünschen sich sicher viele Wuppertaler. Doch die Konkurrenz für den inhabergeführten Einzelhandel sowie die Filialisten großer Ketten wächst vor allem durch den Online-Handel. Dabei gibt es viele gute Gründe, beim Einkaufen die Händler aus der eigenen Stadt nicht aus den Augen zu verlieren. Heimat shoppen reduziert zum Beispiel die Umweltbelastung, da größere Einkaufstouren ins Umland wegfallen. Heimat shoppen erspart Wuppertal die eine oder andere

Runde der Paketdienste, die täglich die online bestellte Ware herankarren und dabei die Straßen verstopfen. Heimat shoppen sorgt für Steuereinnahmen, die in der Stadt bleiben, weil der Einzelhandel in Wuppertal Gewerbesteuer zahlt. Heimat shoppen hilft, Arbeitsplätze in Wuppertal zu sichern und Ausbildungsplätze zu schaffen. Einzelhandel und Gastronomie zählen zu den größten Arbeitgebern in der Stadt. Heimat shoppen stärkt vor allem auch die Attraktivität und Eigenständigkeit der Stadtteile Cronenberg, Ronsdorf und Vohwinkel. An beiden Tagen werden die Ge-

schaftsleute und Interessengemeinschaften der Einzelhändler die Aktion „Heimat shoppen“ unterstützen und einige Überraschungen für Passanten und Kunden bereithalten. Die ganz persönliche Beratung ist ein weiteres starkes Argument für den stationären Einzelhandel. Flyer und Plakate weisen seit einigen Wochen auf die beiden Aktionstage im September hinweisen. Parallel dazu hat die Stadt am 13. und 14. September mit Wuppertal 24h live weitere Attraktionen zu bieten, wenn zahlreiche Unternehmen ihre Türen für Besucher öffnen. Die Resonanz bei der Premi-

ere im vergangenen Jahr fiel bei allen Beteiligten positiv aus. Viele Händler beobachteten einen Umdenkprozess bei den Kunden. „Bei den Menschen ist mittlerweile das Bewusstsein angekommen, dass sie durch ihr eigenes Einkaufsverhalten die Situation des Einzelhandels direkt beeinflussen“, hieß es seitens der Händler. Und auch die Werbegemeinschaften waren sich einig: Den Bürgern müsse allerdings auch klar sein, dass es den stationären Einzelhandel langfristig nur geben könne, wenn er auch genutzt werde. Red

www.heimat-shoppen.de

Tanz Flashmob am Döppersberg

Am 14. September wird um 15 Uhr getanzt. Jeder kann mitmachen.

Tänzer Ben Wichert und Filmemacher Lukas Zecher haben den Imagefilm für die „Gemeinsam Heimat shoppen“-Kampagne der Bergischen IHK konzipiert und erstellt. Darüber hinaus hatte Westdeutsche Zeitung als Medienpartner der Bergischen IHK beim „Heimat shoppen“-Projekt die Idee, am Aktionstag des 14. September zu einem Flashmob einzuladen. Es wird an diesem Tag einen Tanz-Flashmob geben. Es gibt verschiedene Videos zur Kampagne. Eines davon ist der Haupt-Teaser, dazu gibt es kurze Bewerbungsvideos. In einem der Kurzvideos, die Wichert und Zecher erstellt haben, wird die Choreografie des Flashmobs erklärt. Dabei kann jeder mitmachen, man braucht keinerlei Vorkenntnisse.

Für das Imagevideo wurde unter anderem in der Produktionsabteilung der Firma Carl Mertens, an der Uni Wuppertal und auf Schloss Burg getanzt. Die Filmemacher liefen durch die Vorwerk-Ausstellung und waren in den Einkaufszentren der Region unterwegs. In nur drei Drehtagen besuchten sie 25 verschiedene Orte im Bergischen Städtedreieck und haben dort gefilmt. An jeder Location hatten das Team nur etwa eine halbe Stunde Dreizeit. Die vorher einstudierten Choreografien mussten also an Ort und Stelle funktionieren.

Den Imagefilm zur Kampagne Heimat shoppen gibt es unter www.youtube.de/bergischeIHK sowie auf der Facebookseite www.facebook.com/gemeinsamheimatshoppen.

Der Flashmob zum Video findet am 14. September um 15 Uhr am Wuppertaler Döppersberg statt. Jeder ist eingeladen mitzutanzten. Red

Wo kann ich einkaufen?

„Heimat shoppen“: Teilnehmer und Aktionen

Auf dieser Seite finden Sie eine nach Stadtteilen – und gegebenenfalls noch nach Quartieren – sortierte Liste aller teilnehmenden Geschäfte in Wuppertal. Falls die Händler besondere Aktionen anbieten und diese vorab bekanntgegeben haben, stehen die Angebote in Klammern.

Vohwinkel

Dampffuchs Vohwinkel, Bahnstraße 1
Der Bürowinkel B.I.C. Vertriebs GmbH, Bahnstraße 5
Naschkatzenparadies Markus Kuhnke, Bahnstraße 7
Tescher Treff, Bahnstraße 75
Futterbuddy, Bahnstraße 118
Gut zur Linden, Gruitener Straße 308
Le Corsage, Gustavstraße 3 (neben Sekt und Knabereien für die Kunden gibt es ein kleines Giveaway zu jedem Einkauf)
Blumen Faust, Gustavstraße 4 Apotheke am Kaiserplatz, Kaiserstraße 4
Lotus Textilreinigung, Kaiserstraße 8
Sport Hedtke, Inh. Frank Herkenrath, Kaiserstraße 9
Rutten Parfums, Cosmetics, Accessoires, Kaiserstraße 10
Foto Lammer, Kaiserstraße 12
Juwelier R. Landi, Kaiserstraße 13
Kochchef Meyer, Kaiserstraße 18
W & W Systemhaus, Kaiserstraße 24
Gisi's Boutique, Kaiserstraße 32 (jeder Käufer/jede Käuferin erhält einen Schal als Geschenk)
Optik Tiedemann, Kaiserstraße 34
K-D-W e.K. kaufm. Dienst Wuppertal, Kaiserstraße 40
Juwelier Rehmann, Kaiserstraße 62
Gesundheitszentrum Bakker, Kaiserstraße 64
West-Apotheke, Kaiserstraße 102
Martin Ohl Steuerberater, Kaiserstraße 123
Buchhandlung Jürgensen am Kaiserplatz, Vohwinkeler Straße 1
Augenoptik Gamers, Vohwinkeler Straße 5
Wuppertaler Wochenmärkte Vohwinkel, Lienhardplatz

Barmen

Hutzel Vollkornbäckerei mit Bioladen, Am Diek 9 (am 13. und 14.09. dürfen die Kunden einen Rabatt auf ihre Einkäufe auswürfeln (1 bis 6 %). Zusätzlich erhält jeder Kunde eine Tüte Brot-Kostproben geschenkt und im Laden gibt es Leckereien; geöffnet Fr. 08.30-18 Uhr, Sa. 8.30-13 Uhr)
Musikhaus Landsiedel-Becker, Höhe/Ecke Werther Hof
Dorma Vita, Höhe 85

Im Trend, Johannes-Rau-Platz 7
Genusskunst Eventküche und Weber Grillakademie Wuppertal, Kohlgarten 11 (am 13. und 14.09. 10% Rabatt auf alle Kochkurse)
Anton Brocker GmbH, Schuchardstraße 3 (am 13. und 14.09. 10% Rabatt auf Uhren und Schmuck)
J.&E.Strasmann GmbH & Co. KG, Schuchardstraße 8-12
Optik Ziehm GmbH, Schuchardstraße 14
Juwelier Fritz Brune, Werth 31 (Überraschungsgeschenk für den Käufer eines kompletten Armbandes)
Haschi – Hans Schirp GmbH & Co KG, Werth 36
Cinderella Braut- und Abendmode, Werth 42 (am 13.09. Late-Night-Shopping bis 22 Uhr, nur mit Termin, Telefon 0202/57 20 58. Am 13. und 14.09. gibt es beim Kauf eines Brautkleides einen Schleier im Wert von 149 Euro geschenkt)
Mayersche Buchhandlung, Werth 54
Schuhhaus Klausner, Werth 56-58
Baumer & Co. GmbH & Co. KG, Werth 60
Rundschau Reisen, Abteilung der Rundschau Verlagsgesellschaft mbH, Werth 94
EinFach Kreativ, Mauerstraße 14/Wicküler City, 5. OG (am 13. und 14.09. 15% auf alle Stoffe vom Ballen. Ausstellung von Bildern zum Malwettbewerb „Unsere Stadt“. Teilnahmeblätter sind vorher im Geschäft abzuholen. Am 14.09. zwischen 10 und 13 Uhr ein Workshop zum „Upcycling“ – aus Tetrapacks werden Geldbörsen gebastelt)

Quartier Friedrich-Ebert-Straße

Hosen-Sacco Etage, Neumarktstraße 36
Coco & Co, Neumarktstraße 46
Pretty Woman Brautmode, Aue 18
PalimPalim, Auer Schulstraße 5 (am 13. und 14.09. findet eine Rallye statt. Dazu sammeln Kunden Stempel in den teilnehmenden Geschäften. Ab zehn Stempeln nimmt man an einer Verlosung teil. Es gibt unter anderem Karten für Stadtführungen zu gewinnen. Am 14.09. sind die Öffnungszeiten bis 18 Uhr verlängert)
Strick & Stick, Auer Schulstraße 5
Blumen Haase, Laurentiusplatz 1 (am 13. und 14.09. findet eine Rallye statt. Dazu sammeln Kunden Stempel in den teilnehmenden Geschäften. Ab zehn Stempeln nimmt man an einer Verlosung teil. Es gibt unter anderem Karten für Stadtführungen zu gewinnen. Am 14.09. sind die Öffnungszeiten bis 18 Uhr verlängert)
Tisch und Bett, Friedrich-Ebert-Straße 30 (am 13. und 14.09. findet eine Rallye statt. Ab zehn Stempeln nimmt man an einer Verlosung teil. Es gibt unter anderem Karten für Stadtführungen zu gewinnen. Am 14.09. sind die Öffnungszeiten bis 18 Uhr verlängert)

Anton Brocker GmbH, Friedrich-Ebert-Straße 4 (am 13. und 14.09. 10% Rabatt auf Uhren und Schmuck)
Sabine Much Schuhe und (!)..., Friedrich-Ebert-Straße 6 (am 14.09. verlängerte Öffnungszeiten bis 18 Uhr)
Augenoptik Schäfer GmbH, Friedrich-Ebert-Straße 10
Buchhandlung von Mackensen, Friedrich-Ebert-Straße/Ecke Laurentiusstraße (am 13. und 14.09. findet eine Rallye statt. Dazu sammeln Kunden Stempel in den teilnehmenden Geschäften. Ab zehn Stempeln nimmt man an einer Verlosung teil. Es gibt unter anderem Karten für Stadtführungen zu gewinnen. Am 14.09. sind die Öff-

nungszeiten bis 18 Uhr verlängert)
Stafford-Ireland, Friedrich-Ebert-Straße 34 (Gewinnspiel um klassischen irischen Merino-Pullover; im Schaufenster zusätzliche Angebote auf verschiedene Waren; am 13. und 14.09. findet eine Rallye statt. Dazu sammeln Kunden Stempel in den teilnehmenden

Geschäften. Ab zehn Stempeln nimmt man an einer Verlosung teil. Es gibt unter anderem Karten für Stadtführungen zu gewinnen. Am 14.09. sind die Öffnungszeiten bis 18 Uhr verlängert)
Buchhandlung Baedeker, Friedrich-Ebert-Straße 31 (am 13. und 14.09. findet eine Rallye statt. Dazu sammeln Kunden Stempel in den teilnehmenden Geschäften. Ab zehn Stempeln nimmt man an einer Verlosung teil. Es gibt unter anderem Karten für Stadtführungen zu gewinnen. Am 14.09. sind die Öffnungszeiten bis 18 Uhr verlängert)
BODA-Weinhaus, Friedrich-Ebert-Straße 71 (am 13. und 14.09. findet eine Rallye statt. Dazu sammeln Kunden Stempel in den teilnehmenden Geschäften. Ab zehn Stempeln nimmt man an einer Verlosung teil. Es gibt unter anderem Karten für Stadtführungen zu gewinnen. Am 14.09. sind die Öffnungszeiten bis 18 Uhr verlängert)
Carnaby Street, Friedrich-Ebert-Straße 76 (am 14.09. verlängerte Öffnungszeiten bis

18 Uhr)
Kerle by Carnaby Street, Friedrich-Ebert-Straße 76 (am 14.09. verlängerte Öffnungszeiten bis 18 Uhr)
First Class Secondhand, Friedrich-Ebert-Straße 79 (am 13. und 14.09. findet eine Rallye statt. Ab zehn Stempeln nimmt man an einer Verlosung teil. Es gibt unter anderem Karten für Stadtführungen zu gewinnen. Am 14.09. sind die Öffnungszeiten bis 18 Uhr verlängert)
Laufsport Bunert, Friedrich-Ebert-Straße 87
Curt Beuthel GmbH & Co. KG, Friedrich-Ebert-Straße 87a
Weinhandlung Fahreheit 64, Obergrenwalder Straße 13
Blancakikka, Obergrenwalder Straße 3 (am 13. und 14.09. exklusive Hundekeks-Verkostung; jeder vierbeinige Besucher erhält ein Mitbringsel; Verlosung einer erlesenen Auswahl an Hundekeks unter Freunden & Fans, die Blancakikka ein Bild von ihrem Hund mit der Einkauftasche „Heimat shoppen“ senden. Alle Bilder werden zusätzlich auf den Instagram- und Facebook-Seiten von Blancakikka gepostet)
schön & gut, Obergrenwalder Straße 6 (am 13. und 14.09. Verkostungen im Laden; Öffnungszeiten am 13.09. ab 13 Uhr, am 14.09. von 11 bis 14 Uhr)
Bertha's, Sophienstraße 1 (am 14.09. von 11 bis 14 Uhr „Tunke & Öl“-Tasting)

Elberfeld

City-Arkaden, Alte Freiheit 9 (die ersten 100 Kunden, die am 13.09. und die ersten 100 Kunden, die am 14.09. mittels eines Kassenbons vorweisen, dass sie für 25 Euro Einkaufswert im Center eingekauft haben, bekommen je einen 5-Euro-Einkaufsgutschein der City-Arkaden geschenkt; es gelten ausschließlich Kassenzettel des aktuellen Tages aus einem Geschäft der City-Arkaden Wuppertal.
Anton Brocker GmbH, Alte Freiheit 9 (am 13. und 14.09. 10% Rabatt auf Uhren und Schmuck)
Nähscene, Morianstraße 25 (am 13.09. bis 22 Uhr geöffnet; Ausstellung der interessantesten Stücke aus den Nähkursen; stündliche Vorführung von Drapage-Kunst; Mini-Workshops zu Scrunchies und kleinen Taschen mit individueller Stickerei)
Orthmann Weine GmbH, Friedrichstraße 48 (jeder Kunde erhält ein Glas federweißer)
Mulligan's est.1995 Marcel Trapp, Friedrichstraße 51
Glücksbuchladen Kerstin Hardenburg, Friedrichstraße 52 (Bühne frei für (Hobby-)Autoren: „Jede Viertelstunde ein anderer Autor“ am Freitag, 13.09., von 18:45 Uhr bis 22 Uhr. Anmeldung als Autor ist erforderlich, Zuschauer haben jederzeit freien Eintritt)
Udo Holzhüter Goldschmiedemeister, Friedrichstraße 65 (am 14.09. gibt es Waffeln und Kaffee)
George's LifeStyle Leder, Inh. Georgios Moraidis, Friedrichstraße 65
Freaky&Nuts Style GmbH, Willy-Brandt-Platz 15
Optik Overhage, Inh. Optik Ziehm GmbH, Neumarktstraße 4
De Kaaskoerier Neumarkt/Marktplatz (am 13. und 14.09. wird für jedes verkaufte Kilo Käse 50 Cent an einen guten Zweck gespendet)
Früchtemagier Bettina und

Frank Schmitz GbR, Neumarkt/Marktplatz
Bürobedarf Wilhelm Illert, Grabenstraße 4 (kostenlose Gravur auf bei Illert an den Aktionstagen gekauften Schreibgeräten)
Mundo Fair-Weltladen Wuppertal UG(hb), Kirchplatz 1
Bilder Brinkmann GmbH, Schwanenstraße 13
Brillen Arlt GmbH, Turmhof 15
Nuts Style GmbH, Wall 3
Kochshop Solingen GmbH, Herzogstraße 28
Last Season by COCO&CO, Herzogstraße 44
Dorma Vita, Hofkamp 1-3
Sparkasse Wuppertal, Johannisberg 1 (2 % Extra-Cashback für alle Sparkassen-Kunden bei über 140 Partnern in Wuppertal; alle Regio-Cashback-Partner unter: https://cashback.sparkasse-wuppertal.de/user_city)
Melanie's Catwalk, Karlsplatz 3/Rathaus-Galerie (selbstgebackener Kuchen mit Beyenburger Äpfeln, dazu Sekt und Kaffee. Im Schaufenster sind Wuppertaler Motive zu sehen)
TOP Reisen, Abteilung der Rundschau Verlagsgesellschaft mbH, Klotzbahn 1/Rathaus-Galerie
isle of dogs DESIGN GmbH & Co. KG, Treppenstraße 17-18

Ronsdorf

gebeana Cornelia Geppert Mode-Accessoires GmbH, Lüttringhauser Straße 7
Hirsch-Apotheke, Marktstraße 22
Ronsdorfer Bücherstube, Staatsstraße 11 („cross-over-Schaufenster“ mit Ronsdorfer Reform- und Naturkost
Albert-Schweitzer-Apotheke, Staatsstraße 19
Parfümerie Franke, Staatsstraße 35
Wintermeier Tee Wein Wohnaccessoires, Staatsstraße 43
Kopiercenter Schatz, Staatsstraße 44
Ronsdorfer Reform- und Naturkost, Staatsstraße 46 („cross-over-Schaufenster“ mit Ronsdorfer Bücherstube)

Cronenberg

Mode Reiss GbR Dr. Inge Elsing und Claudia Land, Hauptstraße 8
Herrenmode Micha, Hauptstraße 8
ANZIEHEND Jolanta-Anna Smoniewska u. Jörg Noé GbR, Hauptstraße 23 (am 13./14.09. S³ = Super Summer Sale! ANZIEHEND räumt das Lager und bietet viele Mode-Schnäppchen)
Weinhandlung Lapinski, Hauptstraße 89
EXQUISIT new and second hand, Schorfer Straße 3



Wirkung

Sechs gute Gründe, warum „Heimat shoppen“ sinnvoll ist

Ob Ausbildungsplatz, Unterstützung für Vereine oder reduzierte Umweltbelastung – der Einzelhandel ist mehr als nur Geschäfte.

Unter dem Motto „Innenstadt bewegt (sich)“ wollen Werbegemeinschaften, Händler, Dienstleister und Gastronomen auch in diesem Jahr mit zahlreichen Aktionen darauf aufmerksam machen, dass die Kunden durch ihren Einkauf vor Ort ihr eigenes Lebensumfeld selbst mitgestalten. Die „Heimat shoppen“-Aktions-tage finden am 7. und 8. September statt. Zum ersten Mal auch in Wuppertal. Warum „Heimat shoppen“ Spaß macht – hier sind sechs gute Gründe für den Einkaufsbummel vor der eigenen Haustür:

1. „Heimat shoppen“ bedeutet einkaufen bei Nachbarn und Freunden

Gute Beratung und Service steigern die Kundenzufriedenheit.

Wer kann Sie besser beraten als jemand der weiß, was Sie wünschen, weil er Sie persönlich kennt, weil er dort lebt, wo Sie leben.

2. „Heimat shoppen“ unterstützt Veranstaltungen, Vereine und Initiativen

Vereinsleben braucht lokale Geschäfte, denn die Organisatoren von Veranstaltungen und Gemeindefesten erhalten oft finanzielle Unterstützung von lokalen Unternehmen. Das bedeutet: Mit jedem Einkauf und mit jedem Gaststättenbesuch vor Ort unterstützen Sie gleichzeitig auch Brauchtum und Bürgerengagement in Ihrer Heimat.

3. „Heimat shoppen“ sichert Arbeit und Ausbildung

Gemeinsam sind Geschäfte und Gastronomiebetriebe einer der größten Arbeitgeber vor Ort und einer der größten Berufsausbilder. Mit jedem Einkauf tragen Sie dazu bei, dass es auch so bleibt und jungen Menschen eine wirtschaftliche Perspektive in der Heimat geboten wird. So bleibt Ihre Gemeinde jung und lebendig.

4. „Heimat shoppen“ macht Ihre Gemeinde lebenswert

Nicht nur Gebäude und Geschichte machen einen Ort besonders. Auch die Vielfalt der Einkaufsmöglichkeiten und die Besonderheit der Gastronomie prägen Ihre Gemeinde. Je mehr Sie diese Angebote nutzen, desto attraktiver und lebendiger wird Ihre Stadt.

5. „Heimat shoppen“ reduziert die Umweltbelastung

Je weiter Sie für Ihren Einkauf fahren, desto mehr belasten Sie die Umwelt – und Ihren Geldbeutel. Ein Einkauf vor Ort bedeutet weniger Energieverbrauch, weniger Staus und mehr Zeit und Geld für andere schöne Dinge.

6. „Heimat shoppen“ stärkt Ihre Gemeinde

Jeder Euro, den Sie innerhalb der Gemeindegrenzen ausgeben, nutzt Ihrer Heimat, denn Einzelhändler und Gastronomen zahlen Gewerbesteuer. Diese Steuer ist die wichtigste Einnahmequelle der Kommunen. Somit stärken Sie mit jedem Einkauf oder Restaurantbesuch die wirtschaftliche Grundlage Ihres Ortes.



Die Aktion „Heimat shoppen“ lädt vor allem zum gemütlichen Bummeln ein.

Foto: Martin Gerten/dpa

Industrie- und Handelskammer

„Heimat shoppen“ geht in die zweite Runde

Daria Stottrop von der IHK spricht über die Kampagne, die in diesem Jahr im ganzen Städtedreieck stattfindet.

Von Julia Klinkusch

In diesem Jahr findet die seit 2014 bestehende Image-Kampagne „Heimat shoppen“ zum zweiten Mal in Wuppertal statt. Die teilnehmenden Händler und Geschäfte aus den Stadtteilen Elberfeld, Barmen, Vohwinkel, Ronsdorf und Cronenberg machen darauf aufmerksam, dass die Kunden durch ihren Einkauf vor Ort ihr eigenes Lebensumfeld selbst mitgestalten können. Natürlich werden auch die auffällig bedruckten Papiertüten wieder unterwegs sein. In Wuppertal wird die Kampagne von der IHK, Wuppertal Marketing und der Westdeutschen Zeitung getragen. Den Blick wieder zurücklenken auf das Angebot vor der eigenen Haustür, das ist das Ziel von „Heimat shoppen“.

Erfolgreiche Premiere im vergangenen Jahr

„Die Premiere im vergangenen Jahr ist gut gelaufen. Nur vereinzelt haben wir die Rückmeldung bekommen, dass es nichts bringen würde“, erklärt Daria Stottrop von der IHK. „Aber grundsätzlich ist auch nicht das Ziel der Sache, an diesen Tagen mehr Umsatz zu haben. Das kann man auch durch selbstorganisierte Rabattaktionen erreichen“, sagt die Expertin der IHK. Stattdessen ginge es darum, den Einzelhandel wieder ins Bewusstsein der Menschen zu rücken. Einzelhändler, Dienstleister und Gastronomen leisten mehr für die Stadtgesellschaft, als „nur“ ein Einkaufserlebnis zu bieten. „Der Einzelhandel bietet Arbeits- und Ausbildungsplätze. Wer vor Ort kauft, hilft dabei mit, diese Ar-

beitsplätze zu sichern.“

Für die Händler hingegen sind die „Heimat-shoppen-Tage“ am 13. und 14. September die Möglichkeit, speziell zu diesem Thema mit den Kunden ins Gespräch zu kommen und darüber aufzuklären, warum der Handel vor Ort gut und wichtig ist.

Shoppen in Wuppertal, Remscheid und Solingen

Das Projekt wird von mehreren Sponsoren unterstützt. Das gesamte Material für „Heimat shoppen“ sponsert jedoch die IHK. Dazu gehören Tüten sowie Aufkleber für die Schaufenster. „Die Geschäfte konnten uns mitteilen, wie viele Tüten sie haben wollen, entsprechend haben wir dann Pakete geschnürt.“ Überwiegend nehmen inhabergeführten Geschäfte an der Kampagne teil, aber auch zwei große überregionale Filialisten. „Einer von ihnen hat uns erzählt, dass sie Heimat shoppen als Projekt an den Auszubildenden gegeben haben“, sagt Daria Stottrop. „Das finden wir schön, da es für die jungen Leute die Ausbildung mit etwas Besonderem bereichert.“

In diesem Jahr findet Heimat shoppen erstmals im gesamten Bergischen Städtedreieck statt. Remscheid und Solingen hatten sich im vergangenen Jahr noch entschieden, nicht mitzumachen, weil beide Städte andere Projekte im Blick hatten. „Eigentlich machen wir grundsätzlich keine singulären Projekte für eine Stadt, weil wir eben eine bergische IHK sind“, erklärt Daria Stottrop. Weil man die einmal angestoßene Kampa-



Daria Stottrop von der Industrie- und Handelskammer organisiert die Kampagne im Bergischen Städtedreieck federführend.

Archivfoto: Stefan Fries

gne nicht absagen wollte, fand die Erstauflage nur in Wuppertal statt.

„In diesem Jahr haben wir das Signal bekommen, dass sich auch Remscheid und Solingen beteiligen wollen, sodass jetzt alle drei Städte im September zum Heimat shoppen einladen.“ Deshalb wurde die Aktion auch von „Heimat shoppen Wuppertal“ in „Gemeinsam Heimat shoppen“ umbenannt. Auch der Facebook-Kanal wurde diesbezüglich angepasst. Dort informiert das Organisatoren-Team regelmäßig über die Fortschritte der Kampagne. „Wir informieren auf Facebook natürlich

auch über das Ziel von Heimat shoppen“, sagt Daria Stottrop.

Das Selbstverständliche wieder in den Blick rücken

„Wir wollen wieder ein Bewusstsein dafür schaffen, was die Menschen vor Ort am Handel haben und was gut daran ist.“ Man könne natürlich trefflich darüber streiten, dass der Handel vor Ort nicht die gleiche Vielfalt böte wie das Internet. Aber spätestens wenn die Läden dann geschlossen seien, sei das Wehklagen groß. „Das erlebt man ja nicht nur beim Einzelhandel, sondern beispielsweise auch bei städtischen Thea-

tern. Sobald diese geschlossen werden, regen sich auch diejenigen auf, die nie dort waren.“

Letztlich sei diese Reaktion aber nur menschlich. „Das nennt man Optionsnutzen. Man will die Möglichkeit haben und ist enttäuscht, wenn sie wegfällt. Aber nur von der Option können Unternehmen nicht leben“, sagt Stottrop. Für Theater oder Bäder könnten die Städte unter Umständen noch eine gewisse öffentliche Förderung leisten, aber eben nicht für Unternehmen.

„Die Stadt muss nicht dafür sorgen, dass es Tante-Emma-Läden in den Stadtvierteln gibt.

■ ICH BIN HEIMAT SHOPPER WEIL...

Gewinnspiel In diesem Jahr wurde die Aktion „Heimat shoppen“ von einem Gewinnspiel begleitet. Wer auf einer Onlineseite den Satz „Ich bin Heimat Shopper weil...“ vervollständigte, hatte die Chance, beispielsweise einen Thermomix oder einen Werkzeugkoffer für Heimwerker zu gewinnen. Ausschlaggebend für die Wahl der Jury waren neben Kreativität auch die Authentizität der Aussage. Einsendeschluss war am 31. August – in der kommenden Woche gibt die Jury den Gewinner bekannt. Sie hat die Möglichkeit, unter 112 Einsendungen zu wählen.

Dafür sorgen können einzig und allein engagierte Unternehmen und kaufbereite Kunden. Wir wollen eine Lanze dafür brechen, was Unternehmen vor Ort leisten und das vermeint-

lich Selbstverständliche in den Blick rücken. Die Menschen haben einen Einfluss darauf, wie ihre Städte aussehen.“

www.facebook.com/gemeinsamheimatshoppen/

Wuppertal Marketing

Den Fokus wieder auf den Einzelhandel legen

Wuppertal Marketing unterstützt auch in diesem Jahr die Kampagne „Heimat shoppen“. Das Unternehmen lädt ein, Wuppertal beim Bummeln und Shoppen zu entdecken.

Von Julia Klinkusch

Die „Heimat shoppen“-Tage am Freitag, 13., und Samstag, 14. September, werden neben der IHK und der Westdeutschen Zeitung auch von Wuppertal Marketing unterstützt. „Die Premiere 2018 war ein guter Ansatz. Wir müssen den Fokus wieder mehr auf den Einzelhandel legen. Und das Heimat shoppen ist die einfachste Art, den Bürger daran zu beteiligen. Er kann den Handel unterstützen – durch den Einkauf vor Ort“, erklärt Martin Bang, Geschäftsführer von Wuppertal Marketing.

Er ist selbst erklärter Heimatshopper. „Ich habe früher sämtliches Spielzeug für meine Kinder bei Willy Müller & Söhne gekauft“, erzählt er. „Wie auch nicht – schließlich war ich selbst dort als Kind schon Kunde.“ Würde gar nicht mehr vor Ort gekauft, dann veränderten sich die Städte zum Negativen. Heimat shoppen ist daher für Martin Bang auch eine Aktion, die Bewusstsein für den Handel vor Ort schaffen soll. „Insbesondere der Respekt für die Dienstleistung ist wichtig. Indem die Menschen mit dem Geldbeutel abstimmen, zeigen sie, dass ihnen die Händler in der Stadt etwas wert sind – im wahrsten Wortsinn“, sagt Bang.

„Denn nur dann können die Geschäfte auch überleben.“ Und je mehr die Kunden in die Stadt strömen, desto eher verändert sich auch das Angebot zum Positiven.

„Für das zufällige Erleben, das Bummeln und spontane Shoppen fahnen die Menschen in die Städte.“

Martin Bang
Wuppertal-Marketing-Geschäftsführer

„Wichtig ist es, eine gesunde Mischung zu haben. Kaufhäuser gehören ebenso in eine Innenstadt, wie kleine inhabergeführte Geschäfte. Sie geben der Stadt ihr Gesicht“, erklärt Bang. „Auch die City-Arkaden sind wichtig. Wuppertal ist die 17. größte Stadt Deutschlands. Wir brauchen hier einfach einen gut sortierten Einzelhandel.“ Die Erlebnisqualität der Innenstädte habe gerade für junge Leute große Bedeutung. „Sie wollen bummeln, gucken, Kaffeetrinken, nett Essen gehen“, weiß Martin Bang. „Und sie tun es ja auch. Jugendliche verabreden sich auch heutzutage noch gern zum Shoppen

in der Stadt und nicht vor dem Computer. Und solange das der Fall ist, wird auch der Einzelhandel weiter bestehen.“

Wuppertal sei auf einem guten Weg: „Elberfeld bekommt ein neues Pflaster in der Fußgängerzone – damit lassen wir dann endlich die Waschbetonplatten-Ästhetik hinter uns. Und die Immobilien-Standort-Gemeinschaften Barmen-Werth sowie Alte Freiheit/Poststraße sorgen unter anderem über Fassadenprogramme für eine feine Optik in den Einkaufsstrassen.“

Das sei wichtig, weil man so potenzielle Käufer locken könne. „Wenn Hausbesitzer im Innenstadtbereich ihre Objekte verschönern, ist das eine Investition für das gesamte Stadtbild.“ Denn schöne Innenstädte laden auch zum zufälligen Erleben ein. „Das ist auch wichtig, denn die Gründe warum die Innenstädte besucht werden, werden sich weiter ändern“, sagt Bang. „Wer etwas ganz bestimmtes zwingend am nächsten Tag benötigt, wird das heutzutage online bestellen. Aber für das zufällige Erleben, das Bummeln und spontane Shoppen fahnen die Menschen in die Städte.“

Auch das sei ein wichtiger Aspekt beim Heimat shoppen: „Gerade jetzt, in der Phase der „Fridays for Future“-Demonstrationen, sollte man sich dreimal überlegen, wie sinnvoll es ist, Ware unnötig durch die Gegend fahren zu lassen“, erklärt Bang. Das allergrößte Problem dabei seien die vielen Retouren: „Die ganzen Extratransporte, der Verpackungsmüll, das ist



Martin Bang, Geschäftsführer von Wuppertal Marketing, sieht im Handel auch die soziale Komponente.

Foto: Stefan Fries

doch Wahnsinn.“

Das Projekt Heimat shoppen sei die ideale Gelegenheit, sich wieder einmal in den Stadtteilen umzusehen und zu schauen, was man tatsächlich alles vor Ort kaufen könne. Einen ähnlichen Hintergrund haben die Lifestyle-Stadtführungen von Wuppertal Marketing. Die letzte Tour dieser Art führte durchs Luisenviertel, dabei werden zahlreiche Händler vorgestellt und Lust aufs Shoppen im Quartier gemacht.

„Wichtig ist dabei, dass der

Einzelhandel einer Stadt jeden potenziellen Käufer abholt. Das bedeutet, es muss von preiswert bis gehoben eine Vielzahl an Produkten im Angebot sein.“ In Wuppertal gelingt das, obwohl es viele Bürger gar nicht sehen. Vor allem kleinere inhabergeführte Läden, wie es sie viel im Luisenviertel gibt, bieten oftmals seltene Marken und ein ungewöhnliches Sortiment.

„Das wird auch von auswärtigen Gästen bemerkt“, sagt Bang. „Ein Besucher hat mir einmal erzählt, dass er in Wuppertal

Marken kaufen konnte, die es nicht einmal in New York gibt. Es gibt eine große Markenvielfalt, man muss sie nur entdecken.“ Das bedeute nicht, dass man sich mit Städten wie Düsseldorf, Köln oder Hamburg vergleichen müsse. Aber: „Auch nach Wuppertal kommen Touristen. Und die wollen auch einkaufen“, erklärt Martin Bang. „Das setzt spannende Schaufenster voraus. Und in denen sollten nicht nur Brötchen zu sehen sein.“

Für Martin Bang selbst hat

die Kampagne Heimat shoppen auch eine soziale Komponente. „Nahversorgung in den Innenstädten und Nebenzentren bedeutet nicht nur Nahversorgung mit Waren, sondern auch im sozialen Kontext.“ Als Beispiel nennt er den Cap-Markt am Eckbusch. „Die Leute kaufen dort nicht nur ein, sondern sie treffen sich, schwatzen und klönen. Der Einzelhandel ist also auch wichtig, um Kontakte zu pflegen. Denn beim Onlineeinkauf vor dem Rechner bleibt man allein.“

2%
Extra-Cashback



Geld zurück ist einfach.

VAPIANO®

3,0%
Cashback



1,0%
Cashback

Kaufmann
...die gute Metzgerei!

2,0%
Cashback

Weicken & Schmidt
CMS-GRUPPE IHR FACHHANDEL WAND · BODEN · DECKE

3,0%
Cashback



5,0%
Cashback

SKODA

WOLLMAR & BECKER
SKODA SERVICE PARTNER FÜR
NEU & GEBRAUCHTWAGEN

5,0%
Cashback

**Shoppen, zahlen,
Geld zurück –
bei diesen und 140
weiteren Partnern
in der Region.**



Zahlen Sie am 13. und 14.09.2019
bei allen Partnern in Wuppertal mit
der Sparkassen-Card (Debitkarte) und
erhalten Sie 2% Extra-Cashback.

**Stadtsparkasse
Wuppertal**

GROßER Abverkauf von div. BADZUBEHÖR ALLES RUND UMS BAD.
 Kleine Auswahl vorab auf **ONLINE-CITY-WUPPERTAL**
 Nutzen Sie die Chance und kaufen Sie hochwertige Badartikel zu günstigen Preisen!

GROTEBAD
 Bäderstudio - Entwurf - Planung - Montage

BÄDER ZUM WOHLFÜHLEN - Ihr Badspezialist
 Hochstraße 77 | Wuppertal | Tel. 30 60 50 | www.grote-bad.de

Udo Holzthüter
 goldschmiedemeister

Samstags, den 14.09.2019 zum Heimatshoppen

Waffeln & Kaffee
 in der Friedrichstr. 65, Wpt.-Elberfeld
 Kreativität mit Charme

Ihr Hörgeräte-Spezialist in Wuppertal-Elberfeld
 Ihr Hörgeräte-Spezialist in Wuppertal-Elberfeld

Gutschein für einen kostenlosen Hörtest

Hörbar

Friedrich-Ebert-Str. 47 · 42103 Wuppertal
 www.hoerbar-hoergeraete.de · 0202-37 27 22 0



Der Döppersberg ist fertig - und hat auch Auswirkung auf die nähere Umgebung. Archivfoto: Andreas Fischer

Interview

Wuppertal entwickelt sich

Frank Meyer, Bau- und Verkehrsdezernent der Stadt, spricht im Interview über das Potenzial der Innenstädte der einzelnen Stadtteile.

Das Gespräch führte Julia Klinskusch

Herr Meyer, wie muss ein Stadtzentrum aussehen, damit sich die Menschen dort wohlfühlen und Lust haben Zeit dort zu verbringen?

Meyer: Handel ist Wandel, heißt es so schön. Dem muss auch die Stadtentwicklung Rechnung tragen. Städte müssen heute mehr können, aber sie sind auch so angelegt, mehr zu können. Zum Beispiel bieten die Innenstädte Wohnraum, was eine Weile vernachlässigt wurde, sich jetzt aber wieder entwickelt. Allgemein kann man sagen, Wuppertal holt auf. Veränderungen, vor allem bezüglich des Einzelhandels, gibt es in allen Städten.

Welche Auswirkungen hat die Umgestaltung des Döppersbergs auf die weitere Entwicklung von Elberfeld?

Meyer: Der Döppersberg ist ein Quantensprung, das muss man einfach so sagen. Es ist klar, dass die Bauweise nicht jedem gefallen kann. Den Anspruch kann zeitgenössische Architektur aber auch nicht erfüllen. Allen

kann man es schließlich nicht recht machen. In Sachen Entwicklung wird der Döppersberg wohl die größte Auswirkung auf die Poststraße haben. Das ist auch eine der Straßen und Plätze, die im Zuge unserer „Qualitätsoffensive Innenstadt“ berücksichtigt werden. Die anderen beiden sind der Wall mit dem Neumarkt sowie der Platz am Kolk. Das wird die Elberfelder City ganz sicher nachhaltig verändern und aufwerten. Auch für die Verwaltung wird das ein Kraftakt.

Welche Pläne gibt es für Barmen?

Meyer: Für Barmen wird der Punkt „Wohnen in der Innenstadt“ sehr wichtig werden. Hat man die Menschen früher aus den Innenstädten herausgedrängt, wollen wir das heute besonders in Barmen wieder etablieren. Handel ist die eine Sache, aber zwei gleichwertige Zentren sind heute so nicht mehr in Gänze durchsetzbar. Das bedeutet natürlich nicht, dass wir den Handel aus Barmen verdrängen wollen, im Gegen-

teil, aber die Schwerpunkte sollen anders gesetzt werden. Kultur ist ein Pfund, mit dem der Stadtteil wuchern kann: Opernhaus, Theater am Engelsgarten, Historisches Zentrum, Haus der Jugend. An der Münzstraße, auf dem Gelände des ehemaligen Güterbahnhofs Heubruch entsteht außerdem ein völlig neues Stadtquartier mit ungefähr 350 Wohneinheiten. Das wird sich sicher auch positiv auf den Handel in Barmen auswirken. Gerade ältere Menschen zieht es wieder in die Städte. Die Einfamilienhäuser am Stadtrand werden zu groß, sobald die Kinder ausgezogen sind.

„Wuppertal ist nicht perfekt. Aber es gibt in der Stadt viel Potenzial.“

Frank Meyer
 Bau- und Verkehrsdezernent

Wie sehen die weiteren Pläne und der Zeitplan für die Pflasterarbeiten in den Innenstädten von Barmen und Elberfeld aus?

Meyer: Für den Barmer Werth gibt es einen schönen Entwurf aus einem Wettbewerb. Den sogenannten „Kulturteppich Barmen“. Dort wird sich sicht-

bar etwas tun. Nicht von jetzt auf gleich. Und ohne Beeinträchtigungen lässt sich eine solche neue Pflasterung auch nicht umsetzen. Man muss immer zu sehen, dass die Geschäfte während der Bauzeit erreichbar bleiben und Wege für den Lieferverkehr und die Feuerwehr frei sind. Das führt zu sehr kleinteiligen Arbeiten, die länger dauern und teurer sind. Am Ende steht aber eine qualitativvolle Bepflanzung der Straßen und Plätze, die dafür sorgen, dass der Stadtteil erlebbar wird. In Elberfeld werden die Pflasterarbeiten in der City ebenfalls fortgeführt. Pläne gibt es auch für Alte Freiheit und Poststraße. Dort wird man sicher den Belag, der aus Richtung Döppersberg kommt, fortführen. Wie weit, muss man sehen. Auf jeden Fall soll mit den beiden Materialien gearbeitet werden, die bereits am Wall, vor dem von der Heydt-Museum und am Döppersberg zum Einsatz gekommen sind.

Welche Rolle spielen die Immobilien-Standort-Gemeinschaften (ISG) bei den städtischen Planungen?

Meyer: In Barmen hat die ISG bereits viel bewegt, was sicher auch mit dafür gesorgt hat, dass dort richtig viel Geld in die Innenstadt investiert wird. Die

ISG Alte Freiheit/Poststraße ist noch deutlich jünger und in der Findungsphase. Aber inzwischen werden auch dort erste Projekte angegangen. Es ist nicht selbstverständlich, dass man so aktive Ansprechpartner hat. Das macht die Arbeit auch für uns als Stadt einfacher.

Wie versucht die Stadt, Investoren nach Wuppertal zu holen?

Meyer: Leider hat Wuppertal nach außen hin nach wie vor kein gutes Ansehen. Viele Immobilien in den Innenstädten gehören auswärtigen Investoren. Wenn es uns aber gelingt, die Entscheider nach Wuppertal zu holen, sind diese oft völlig erstaunt, wie sich die Stadt entwickelt hat. Wichtig ist, auch diejenigen Eigentümer, die nicht in Wuppertal sitzen, zu sensibilisieren. Wuppertal ist nicht perfekt, aber es gibt viel Potenzial. Nach meiner Erfahrung sind auswärtige Immobilienbesitzer in der Regel positiv überrascht. Und dann auch bereit, ihre Investitionsentscheidungen zu überdenken. Ich gehe davon aus, dass das sich abzeichnende Ende des FOC-Projektes dazu führen wird, dass auch die Elberfelder Immobilienbesitzer wieder bereit sind, mehr in ihre Gebäude zu investieren.

Wuppertal ist aufgrund seiner Historie und Lage polyzentrisch - neben Elberfeld und Barmen gibt es die kleineren Zentren in Ronsdorf, Cronenberg und Vohwinkel. Wie bewerten Sie die Lage dort?

Meyer: Wuppertal ist die Summe mehrerer kleiner Mikrokosmen. In allen Stadtbezirken herrscht ein hohes Maß an lokaler Identität und Bindung. Die Menschen lieben ihre heimischen Quartiere. Das ist auch für die Stadt als Ganzes sehr wertvoll, weshalb man diese Identitätsfindung unterstützen sollte. Ronsdorf ist wie eine eigene Kleinstadt, was sich auch in der dortigen Innenstadt bemerkbar macht. Cronenberg und Vohwinkel haben zwar den Durchgangsverkehr in ihren Innenstädten, es funktioniert aber dennoch. Cronenberg hat so gut wie keinen Leerstand bei den Ladenlokalen und Vohwinkel ist ein interessanter und attraktiver Standort, weil er am nächsten an der Rheinschiene liegt. Auch da wird sich deshalb sicher noch viel tun.



So könnte der Werth nach der Neugestaltung aussehen. Archivfoto: Greenbox Landschaftsarchitekten

Mehr geht nicht!

SKS-MEDIA

Bis zu 20 % Rabatt auf LED/OLED Fernseher, Hifi-/Heimkino-Systeme und TV-/Hifi-Möbel!!!
 gültig bis zum 30.09.2019

Hofkamp 19, 42103 Wuppertal
 Tel.: 0202/45 11 55, Fax: 45 26 01
 www.sks-media.de, info@sks-media.de

Familientradition seit 1935 in Wuppertal

ORTHMANN
 Weine

Am Rathaus Elberfeld - www.orthmann-weine.de

www.calida.com

CALIDA

FEINE TAG- UND NACHTWÄSCHE FÜR SIE & IHN

WÄSCHE KLAMMER

Friedrich-Ebert-Str. 17 | 42103 Wuppertal | Tel. 0202-269 230 14

Elberfeld

Der Mittelpunkt von Wuppertal

Bezirksbürgermeister Jürgen Vitenius spricht über das Potenzial der Elberfelder Innenstadt sowie möglichen Verbesserungsbedarf.

Das Gespräch führte Julia Klinkusch

Herr Vitenius, wie würden Sie Ihren Stadtteil mit Blick auf den Einzelhandel beschreiben?

Jürgen Vitenius: Es ist grundsätzlich schön, dass wir so eine gute Mischung der Flächen haben. In Elberfeld gibt es eigentlich alles, was man anbieten kann. Ich bin froh, dass wir hier ein stabiles Zentrum haben und mit Friedrich-Ebert-Straße und Luisenstraße zusätzliche Pluspunkte. Auch der Ölberg ist meines Erachtens ein tolles Beispiel dafür, was sich mit Ausdauer, viel Mut und speziellen Ideen in einem Stadtteil entwickeln kann. Kurz und knapp kann man sagen: Wir sind mit einer guten Innenstadt ausgestattet.

„Die BV äußert ihre Wünsche für den Stadtteil gegenüber der Verwaltung und hofft, dass diese berücksichtigt werden.“

Jürgen Vitenius
Bezirksbürgermeister

Was bedeutet die Initiative „Heimatshoppen“ für Elberfeld und was halten Sie persönlich davon?

Vitenius: Eine solche Initiative ist grundsätzlich gut für die Innenstädte. Nicht nur für Elberfeld. Nur leider findet man immer wieder einen klassischen Widerspruch: Jeder bejaht immer gern, dass es einen vielfältigen Handel in der Innenstadt geben müsse. Aber dieselben Leute bestellen abends viele Sachen doch online. Für das Heimatshoppen muss man ein Gefühl entwickeln können. Bleibt die Frage, wer das entwickeln muss: die Händler oder die Kunden?

In Ihrem Stadtteil gibt es die Werbegemeinschaft IG1. Wie sieht die Zusammenarbeit zwischen BV und Werbegemeinschaft aus?

Vitenius: Zwischen IG1 und Bezirksvertretung besteht kein intensiver Kontakt, aber über die wichtigen Dinge wird gesprochen. Zum Beispiel über die Weihnachtsbeleuchtung. Diesbezüglich kann die BV zwar keine Entscheidung treffen, ist aber dennoch beratender An-

sprechpartner für die Werbegemeinschaft.

Was kann die Stadtteil-Politik direkt zur Unterstützung des Einzelhandels tun?

Vitenius: Wir können für ein positives Stimmungsbild in der Stadt sorgen. Und ich hoffe, dass uns das noch viele Jahre gelingt. Direkten politischen Einfluss können wir in Sachen Einzelhandel nicht ausüben.

Wo sehen Sie Verbesserungsbedarf bezüglich des Handels und der Gastronomie in Ihrem Stadtteil?

Vitenius: Der Döppersberg ist fertig, das bringt den Händlern und auch Immobilienbesitzern in der Umgebung eine gewisse Planungssicherheit. Auch, weil das FOC nach jetzigem Kenntnisstand wohl nicht kommen wird. Ein wenig bedauerlich ist, dass der Neumarkt in Elberfeld ungewollt zu einer Grenze wird. Darüber hinaus in Richtung Willy-Brandt-Platz bewegen sich nur wenige. Für die Rathaus-Galerie ist das nicht gut, sie blutet langsam aus. Beginnend, seit der Supermarkt ausgezogen ist. In dieser Hinsicht muss sich etwas tun, damit diese Barriere verschwindet. Inwieweit das funktioniert ist offen, es gibt verschiedene Ideen für dieses Problem. Eine davon wäre, den Wall wieder direkt vor der Commerzbank verlaufen zu lassen, damit der Neumarkt dann Vorplatz des Verwaltungshauses würde. Spruchreif ist aber bislang nichts.

„Der Stadtteil bietet kurze Strecken, auf denen sich immer wieder Neues entdecken lässt.“

Jürgen Vitenius

Was kaufen Sie persönlich in Ihrem Stadtteil und wofür fahren Sie in andere Stadtteile/Städte und wohnen?

Vitenius: Ich bekomme in Wuppertal alles, was ich benötige. Vieles kaufe ich in Elberfeld. Wenn ich in Barmen unterwegs bin, nutze ich auch die Geschäfte auf dem Werth, insbesondere die Buchhandlung. Eine andere Stadt muss ich nicht aufsuchen, um meine Bedürfnisse zu erfüllen.



Bezirksbürgermeister Jürgen Vitenius vor zwei Jahren bei der Vorstellung des neuen Pflasters für die Elberfelder Innenstadt. Archivfoto: Andreas Fischer

len. Im Bereich Modellbau kaufe ich manches auch im Internet, das sind dann allerdings gebrauchte Modelle, die im Handel so nicht mehr erhältlich sind.

Welche Strategie verfolgt die BV, um Elberfeld als Einkaufsstandort weiter nach vorn zu bringen?

Vitenius: Eine direkte Strategie verfolgt die BV nicht. Denn das würde langfristige Planungen bedeuten. Planungen sind allerdings nicht der Job der Bezirksvertretung, sondern der Verwaltung. Wir sind als Gesprächspartner dabei, äußern Wünsche für unseren Stadtteil und hoffen, dass diese berücksichtigt werden. Dabei wird die BV durchaus auch einmal etwas drängelnd – zum Beispiel in Sachen Wall, wo wir uns zeitnah eine Verbesserung der Situation erhoffen.

Was glauben Sie, ist nötig, um die Kaufbereitschaft der Kunden zu fördern?

Vitenius: Wenn ich von mir selbst ausgehe, dann sind das originell dekorierte Schaufenster. Denn davor bleibe ich gern stehen. Früher war es selbstverständlich, dass man sonntags einen Schaufensterbummel gemacht hat, um sich über das Angebot in der Stadt zu informieren. Der Einzelhandel muss die Menschen anregen, auch heute wieder einmal stehenzubleiben und sich über das Angebot zu informieren. Dass das funktioniert, zeigen beispielsweise die weihnachtlichen dekorierten Fenster im Kaufhof. Die Frage ist natürlich, wie viele Menschen erreiche ich. So viele wie vor 20 Jahren sicher nicht. Wer regelmäßig nur noch online einkauft, ist für diese Maßnahme wohl dauerhaft verloren.

Was erwarten Sie von den Bürgern?

Vitenius: Ich würde mir wünschen, dass die Bürger ehrlich zu sich selbst und zu den Händlern sind. Nicht nur sagen „Ich kaufe doch in der Stadt“, sondern es auch wirklich tun.

Beim Gang durch den Stadtteil sieht man auch leerstehende Geschäfte. Kann die Politik da gegensteuern?

Vitenius: Die Leerstände in Elberfeld sind derzeit relativ überschaubar. Aber auch wenn es anders wäre, könnte die Bezirksvertretung in dieser Hinsicht nicht viel unternehmen. Letzten Endes ist das Sache der Immobilienbesitzer, dort können wir nicht eingreifen.

Wie wird die Elberfelder Innenstadt in fünf Jahren aussehen?

Vitenius: Baulich wird sich vermutlich nicht allzu viel verändern. Die neue Pflasterung in der Fußgängerzone wird dann sicher fertig sein und Elberfeld noch einmal optisch aufwerten. Der Platz am Kolk soll eine kleine grüne Oase werden und sich zu einem Erholungsort entwickeln.

Was macht Elberfeld ganz besonders attraktiv zum Bummeln und Heimatshoppen?

Vitenius: Anders als in Barmen, wo es mit dem Werth eine Haupteinkaufsstraße gibt, sind die kleinen Straßen Elberfelds viel stärker vernetzt. Sie laden ein, sie zu entdecken und spannen sich durch die gesamte Fußgängerzone. Der Stadtteil bietet kurze Strecken, auf denen sich immer wieder Neues entdecken lässt.



Auch der Zuckerfritz freut sich schon aufs „Heimatshoppen“.

Foto: Stefan Fries

Wir

Wuppertal

Englisch, Französisch, Italienisch und Spanisch 3-mal schneller lernen mit der LUH-Methode. Spanischkurse zusätzlich mit eigenem Skript. Wir lieben Sprachen.

LANGUAGE UNIVERSE HALSCHEIDT • Funckstr. 49 • Tel. 454992

WIR BIETEN EIN STÜCK HEIMAT IN JEDEM HAFEN



Fremde Länder, faszinierende Metropolen und jederzeit das gute Gefühl, Zuhause zu sein – auf den Kreuzfahrten der Lufthansa City Center steht Ihr Wohlbefinden im Mittelpunkt. Dafür sorgen unsere führenden Kreuzfahrt-Spezialisten mit exklusivem Know-how sowie bester Beratungs- und Servicequalität. Denn wir möchten, dass Ihr Urlaub auf allen Weltmeeren zu einem einzigartigen Erlebnis wird.

Kommen Sie an Bord!

Witte Flugdienst

Friedrich-Ebert-Str. 69 | 42103 Wuppertal
Tel.: + 49 202/9312121 | Fax: + 49 202/9312139
info@witte-flugdienst.de | www.witte-flugdienst.de

Lufthansa City Center
Ihr Reisebüro. Weltweit.

SALZGROTTE

„Seit 10 Jahren“

Salina del Carmeli

NEU bei uns: Elektrolyse-Fußbad (zum Entgiften des Körpers) 30 Min. Einführungspreis nur 21,- €!!!

Eine stressfreie Stunde in der ersten „Saline in Wuppertal“

1 Einzelkarte für die Salzgrotte	nur 11,00 €
1 Einzelkarte für die Salzverneblungskabine	nur 14,00 €
Klangschalen-Sitzung (Meditative Klangreise)	nur 19,00 €
Gutscheine	ab 11,00 €

Die oben aufgeführten Anwendungen sind auch als Gutscheine und/oder 5er/10er Karten zu erwerben.

www.salzgrotte-wuppertal.de

Karlsplatz 16 • 42105 Wuppertal • Tel.: 02 02/28 32 09 30

SUULIN

J u w e l i e r

Heimatshoppen-Aktion

13. & 14. September

Kette mit echter Perle 29,90 € nur **19,00 €**

Bei einem Einkauf ab 199,00 € erhalten Sie ein **hochwertiges Überraschungsgeschenk.**

Suulin Juwelier
Friedrich-Ebert-Str. 12
42103 Wuppertal
www.suulin.de



Bezirksbürgermeister Hans-Hermann Lücke kauft nicht im Internet, sondern unterstützt gern den lokalen Handel. Foto: Stefan Fries

Barmen

„Was man liebt, das pflegt man“

Barmens Bezirksbürgermeister Hans-Hermann Lücke spricht im Interview über den Handel im Stadtteil, Zukunftsaussichten und die Entwicklung der Innenstadt.

Das Gespräch führte Julia Klinkusch

Herr Lücke, wie würden Sie Ihren Stadtteil mit Blick auf den Einzelhandel beschreiben?

Hans-Hermann Lücke: Chancenvoll. Dieser Stadtbezirk hat Chancen auf die Entwicklung des Einzelhandels, so schwierig das derzeit auch sein mag.

Was bedeutet die Initiative „Heimat shoppen“ für Barmen?

Lücke: Die Initiative ist sehr, sehr wichtig. Das kann man gar nicht hoch genug einschätzen. Im Hinblick auf eine schwierige Zukunft ist es erforderlich,

die Gründe dafür aufzuzeigen, warum der Einzelhandel so bedeutsam für die Urbanität der Innenstädte ist.

Was halten Sie persönlich von dieser Initiative?

Lücke: Ich finde die Idee sehr gut. Nicht nur für Barmen, sondern für alle Städte. Denn überall wird es schwieriger, weil sich die Menschen vom stationären Handel abwenden hin zum Onlinehandel. Die Kampagne ist die richtige Maßnahme, um den Kunden darzulegen, dass sie allein entscheiden wie ihre Umgebung künftig aussehen wird.

Man kann nur hoffen, dass die Konsumenten das aufgreifen und auch begreifen, dass sie zur Vielfalt des Handels beitragen.

In Ihrem Stadtteil gibt es eine Werbegemeinschaft und die ISG Barmen-Werth. Wie sieht die Zusammenarbeit zwischen BV, ISG und Werbegemeinschaft aus?

Lücke: Sehr gut. Weil die Dinge miteinander vernetzt sind. Die Bezirksvertretung muss den gesamten Stadtteil bedenken, nicht nur die Einzelhandelsflächen. Aber dafür gibt es die ISG und die IG. Die ISG hat drei Vorstandsmitglieder, die auch in der IG Barmen im Vorstand aktiv sind. Ich selbst bin Mitglied im Vorstand der IG Barmen und somit Bindeglied zur Bezirksvertretung. Alle bemühen sich, die Stadt mit Leben zu füllen. Ich kann mich an keine Initiative der ISG erinnern, die die Bezirksvertretung nicht mitgetragen hätte.

Was kann die Stadtteilpolitik direkt zur Unterstützung des Einzelhandels tun?

Lücke: In erster Linie für das passende Umfeld sorgen. In Barmen hat sich in den vergangenen Jahren viel getan. Der Werth wurde schon vor einigen Jahren einmal erneuert. Und unter dem Motto „KULTUR Teppich BARMEN“ wird sich die Einkaufsstraße in den kommenden Jahren noch einmal verändern. Darüber hinaus darf man nicht vergessen, dass Barmen mit dem Opernhaus und dem

Theater im Engelsgarten sowie dem Skulpturenpark von Tony Cragg weitere attraktive Ziele für Kulturinteressierte hat. Auch der Barmer Bahnhof wurde wieder belebt und die Junior-Uni hat ihren Standort in Barmen. Das alles hat zu einer Aufwertung Barmens geführt. Und je mehr Lebens- und Aufenthaltsqualität ein Stadtteil hat, desto eher profitiert auch der Handel davon.

„Barmen hat Chancen auf die Entwicklung des Einzelhandels, so schwierig das derzeit auch sein mag.“

Hans-Hermann Lücke
Bezirksbürgermeister

Wo sehen Sie Verbesserungsbedarf bezüglich des Handels und der Gastronomie in Ihrem Stadtteil?

Lücke: Das lässt sich am besten erklären, wenn man einen Blick auf die Veränderungen der vergangenen Jahrzehnte wirft. Früher gab es auf dem Weihnachtsmarkt Christbaumkugeln zu kaufen, außerdem Kerzen und Holzspielwaren. Heute gibt es das nicht mehr. Dafür gibt es zahlreiche Shops, die diese Waren ebenfalls führen, allerdings als billige Fernimporte. Gekauft werden die Sachen trotzdem. Zudem gab es Zeiten, da wurde sonn-

tags noch ein schöner Kaffeetisch eingedeckt. Mit edlem Porzellan, schönen Gläsern und Besteck. Barmen hatte gleich drei Geschäfte, die diesen Bedarf gedeckt haben: Sticher, Berns und Sträter. Zwei gibt es nicht mehr, eines hat sich auf Hausgeräte und Küchen spezialisiert. Denn heute findet man auf den Kaffeetischen Tetrapacks und Plastik-Geschirr. Diese Entwicklung ist einfach da, man muss sie nicht schön finden, aber erkennen. Die Politik kann die Vielfalt von Geschäften natürlich nicht einfach verordnen. Sie muss aber ein neues Profil für die Innenstädte entwickeln. Sonst steht es schlecht um die Entwicklung auch des Einzelhandelsstandortes Barmen.

Wie wird die Barmer Innenstadt denn in fünf Jahren aussehen?

Lücke: Wenn man das vor dem Hintergrund eines neuen Innenstadtpfils sieht, dann könnte ich mir vorstellen, Barmen als Standort für Gesundheit, Kultur und Bildung zu entwickeln. Der Punkt Gesundheit trägt schon heute stark zur Urbanität einer Innenstadt bei. Die Menschen gehen vormittags zum Arzt, dann in die Apotheke – welche ja auch Einzelhändler sind – und im Anschluss trinken sie vielleicht einen Kaffee und kaufen noch ein wenig ein. Wir haben in Barmen zahlreiche Ärzte in der Innenstadt und ich möchte, dass dies so bleibt. Der Stadtteil bietet auch beste Voraussetzungen für kulturelle Aktivitäten. Das Haus der Jugend spricht auch junge Leute an. Wir haben die Sinfoniker, das Opernhaus und die Schauspielsparte. Alles Dinge, die Menschen in eine Stadt locken. In Sachen Bildung ist Barmen der einzige Stadtbezirk Deutschlands, der über vier Hochschulen verfügt: die Musikhochschule, die kirchliche Hochschule, den Campus Haspel und die Junior-Uni. Ich würde mir wünschen, dass die Studierenden mehr im Stadtbild zu sehen sind. Also müssen wir sie abholen. Man könnte die leeren Kinosäle, die sich im hinteren

Bereich des Concordia-Komplexes befinden, zu Hörsälen umbauen. Eine Stadtentwicklungsvision wäre eine gläserne Dachkonstruktion für den Rathausvorplatz – mit einer Galerie auf Höhe des ersten Rathausobergeschosses, über die man kleine Läden und Gastronomie erreichen kann, die sich im Innern befinden. Ausweichmöglichkeiten für die Büros gäbe es. Dazu im Zentrum einen gläsernen Vorbau mit Tribüne für die Ratsitzungen um eine noch stärkere Verbindung zwischen Bürgern und Politik herzustellen.

Was kaufen Sie persönlich in Ihrem Stadtteil und wofür fahren Sie in andere Städte und wohin?

Lücke: Ich kaufe in Barmen ein, nicht im Internet. Allenfalls, wenn ich meine Kinder besuche, die außerhalb Wuppertals leben, nutze ich mal den dortigen Einzelhandel.

Haben Sie ein Lieblingsgeschäft in Ihrem Stadtteil und wenn ja, welches und warum?

Lücke: Ich bin Stammkunde in vielen Barmer Geschäften, ein direktes Lieblingsgeschäft habe ich nicht. Ich kann aber eine Achse aus Geschäften nennen, in denen ich alles für den täglichen Bedarf bekomme: akzentra, Strasmann, Bocker, Haschi, Klausner und Sträter.

Welche Strategie verfolgt die BV, um Barmen als Einkaufsstandort weiter nach vorn zu bringen?

Lücke: Durch gemeinsame Aktivitäten aller Verantwortlichen die Attraktivität und die Aufenthaltsqualität in Barmen verbessern.

Was glauben Sie, ist nötig, um die Kaufbereitschaft der Kunden zu fördern?

Lücke: Das ist sicher nicht ganz einfach. Das Internet bietet heute jedem die Möglichkeit, Qualitäts- und Preisvergleiche anzustellen sowie außerdem jedweden Händler ausfindig zu machen. Diese Globalität bringt jedoch nicht nur Vorteile, sondern auch Nachteile. Die Urbanität der Städte steht auf dem

Spiel. Nicht nur in Wuppertal.

Was erwarten Sie von den Bürgern?
Lücke: Wer weiterhin Leben in seinem Wohnumfeld haben will, der muss durch sein Kaufverhalten die Innenstädte stützen. Der Konsument hat es in der Hand, wie belebt sein Stadtteil künftig ist.

Beim Gang durch den Stadtteil sieht man manchmal leerstehende Geschäfte. Kann die Politik da gegensteuern?

Lücke: Wir können für ein attraktives Umfeld sorgen, können aber keinen Einfluss darauf nehmen, dass und an wen ein Ladenlokal vermietet wird.

„Wer weiterhin Leben in seinem Wohnumfeld haben will, der muss durch sein Kaufverhalten die Innenstädte stützen.“
Hans-Hermann Lücke

Was macht Barmen ganz besonders attraktiv zum Bummeln und Heimat shoppen?

Lücke: Mit Barmen Live, Barmen karibisch, dem Weinfest und dem Weihnachtsmarkt hat der Stadtteil ein vielfältiges Veranstaltungsangebot, das Menschen in die Stadt lockt. Hinzu kommen Kunstausstellungen im Haus der Jugend sowie die Sammlung des Industriemuseums im Historischen Zentrum. Dass Barmen ein attraktiver Standort bleiben kann, zeigt sich aktuell daran, dass ein größeres Modehaus sein Barmer Geschäft renoviert, statt zu schließen und sich somit zum Standort bekennt.

Zum Schluss vervollständigen Sie bitte folgenden Satz: Ich bin Heimat shopper weil...

Lücke: ...ich dazu beitragen möchte, dass der Einzelhandelsstandort Barmen lebendig bleibt. Was man liebt, das pflegt man.



Barmen karibisch ist eine der vielen Veranstaltungen. Archivfoto: Stefan Fries

Eine Liebe, zwei Ringe, fünf Filialen.
Finden Sie Ihre ganz persönlichen Trauringe bei uns in unseren Filialen oder stellen Sie sich zu Hause Ihre individuellen Trauringe zusammen: www.brocker-shop.de/trauring-konfigurator

-15%*
AKTIONSRABATT
für bis zum 30.08.2019

Ihr Trauringspezialist!

Brocker
Seit 1873

Telefon 0202 557624 | www.brocker-shop.de
Wuppertal-Barmen, Schuchardstr. 3 | Wuppertal-Elberfeld, Friedrich-Ebert-Str. 4 | City-Arkaden Wuppertal-Elberfeld | Hagen, Elberfelder Str. 44 | Solingen, Mummstr. 31

Interview

Bekennender Heimat-Shopper

Oberbürgermeister Andreas Mucke erzählt, warum Wuppertal nach wie vor unterschätzt wird und was die Stadt dagegen tun kann.

Herr Mucke, waren Sie im vergangenen Jahr bei den Heimat-Shopping-Tagen dabei und wie haben Sie die Aktion wahrgenommen?

Andreas Mucke: Selbstverständlich habe ich die Aktion bereits im vergangenen Jahr unterstützt und war an dem Wochenende auch in der Stadt unterwegs. Ich bin bekennender Heimat-Shopper und die Heimat-Shopping-Tage sind eine tolle Idee. Von daher freue ich mich, dass die Aktion in diesem Jahr erneut stattfindet. Die Kampagne ist wichtig, um den Menschen zu zeigen, dass der Einzelhandel mehr ist, als eine Möglichkeit zum Einkaufen. Er hat Tradition, macht Städte lebendig, schafft Arbeitsplätze und bringt Steuern, von denen auch die Bürgerinnen und Bürger wieder profitieren.

„Innenstädte sind heute nicht mehr nur zum Einkaufen da, sondern zum Erleben.“

Andreas Mucke
Oberbürgermeister

Nach all den Veränderungen in den Innenstädten in den vergangenen Jahren: Warum ist Wuppertal heute eine schöne Einkaufsstadt?

Mucke: Was viele nicht wissen: Elberfeld und Barmen haben mit die ältesten und größten Fußgängerzonen in Deutschland. Und das inzwischen hohe Alter hat man ihnen lange Zeit auch angesehen. Doch unsere Stadt ist im positiven Wandel. Wir investieren kräftig in unsere Innenstädte, um sie weiter attraktiv zu gestalten. Dazu leisten die Qualitäts-offensiven für Barmen und Elberfeld einen wichtigen Beitrag. Hier sind unter Beteiligung der Bürgerinnen und Bürger und selbstverständlich gemeinsam mit den Vertretern des Einzelhandels und der Industrie- und Handelskammer Ideen entwickelt worden, die jetzt umgesetzt werden. Das neue Pflaster in Elberfeld sowie die Umgestaltung von Wall, Von der Heydt-Platz, Platz am Kolk und Neumarkt gehören dazu. Auch der Werth in Barmen profitiert davon: Die Fußgängerzone wird in den kommenden Jahren komplett umgestaltet und erhält ein völlig neues attraktives Bild. Zu einer schönen Einkaufsstadt gehören aber vor allem auch ein breites Angebot an Geschäften und eine vielfältige Gastronomie. Die Menschen müssen gerne in die Innenstädte kommen und sich dort wohlfühlen.

Wie beurteilen Sie die Mischung der Fachgeschäfte in der Stadt? Gibt es eine Branche, die Sie gern in Wuppertal vertreten wüssten?

Mucke: In den Innenstädten siedeln sich immer mehr Einzelhandelsketten an, alteingesessene inhabergeführte Fachgeschäfte gibt es immer weniger. Das finde ich persönlich sehr schade. Das ist leider eine Entwicklung, die nicht nur ganz Wuppertal betrifft, sondern die sich bundesweit bemerkbar macht. Dazu muss man auch fragen, warum die Geschäfte überhaupt schließen: Einige haben keine Nachfolger, einige ganz wenige gehen nicht mit der Zeit. Aber die meisten schließen, weil die Leute nicht dort einkaufen, sondern sich für den Online-Handel entscheiden. Das heißt, jeder trägt auch selbst Verantwortung für einen lebendigen Einzelhandel. Ich persönlich wünsche mir ein breiteres Angebot an Herrenbekleidung und Schuhen.

Was glauben Sie - wie sehen Auswärtige das Image von Wuppertal als Einkaufsstadt?

Mucke: Wuppertal wird meiner Meinung nach noch immer unterschätzt. Daher arbeiten wir daran, die Innenstädte nicht nur für die Wuppertalerinnen und Wuppertaler attraktiver zu gestalten, sondern auch für die Gäste und Besucher der Stadt. Dabei ist ein Faktor entscheidend: Innenstädte sind heute nicht mehr nur zum Einkaufen da, sondern zum Erleben. Die Menschen wollen und sollen sich dort aufhalten. Daher gehören heute zum Beispiel auch Spielgelegenheiten für Kinder und Bänke zum Verweilen zu einem gelungenen Konzept.

„Das größte Problem aus meiner Sicht ist, dass viele Menschen im Online-Einkauf den scheinbar einfachsten Weg sehen.“

Andreas Mucke

Worin sehen Sie die größere Konkurrenz für den lokalen Fachhandel: Im Onlinegeschäft oder der starken Nähe zu Großstädten wie Düsseldorf und Köln sowie dem Ruhrgebiet?

Mucke: Sicherlich wirken sich beide Faktoren auf den lokalen Einzelhandel in Wuppertal aus. Das größte Problem aus meiner Sicht ist allerdings, dass



Oberbürgermeister Andreas Mucke kauft gern in Wuppertal ein.

Archivfoto: Stefan Fries

viele Menschen im Online-Einkauf den scheinbar einfachsten Weg sehen. Immer mehr lassen sich im Fachgeschäft beraten, um dann online vermeintlich günstiger zu bestellen. Von dieser Unsitte halte ich überhaupt nichts. Wenn es irgendwann keine Fachgeschäfte mehr gibt, wird es auch online teurer. Und Beratung gibt es dann auch nicht mehr. Ganz zu schweigen von den verlorenen Arbeitsplätzen.

Wie kann die Stadt den lokalen Handel im Tal unterstützen? Geht das überhaupt?

Mucke: Die Stadt unterstützt den Handel, indem sie die Innenstädte attraktiv macht. Dazu gehören auch die Umgestaltungsmaßnahmen in Barmen und Elberfeld. Die Menschen sollen Spaß daran haben, in die Innenstädte zu kommen und dort einzukaufen. Dies er-

reichen wir durch ein attraktives Umfeld, durch Sauberkeit und Sicherheit sowie durch eine gute Erreichbarkeit, sowohl mit dem Öffentlichen Personennahverkehr, mit dem Fahrrad, zu Fuß oder aber auch mit dem Auto. Ebenso gehören Veranstaltungen dazu. Dies alles zu gewährleisten, ist Aufgabe der Stadt - gemeinsam mit dem Einzelhandel und seinen Vertretern. Um alle Belange des Einzelhandels zu berücksichtigen und die Beteiligten zu vernetzen, habe ich vor rund zwei Jahren den „Steuerungskreis Einzelhandel“ ins Leben gerufen. Ihm gehören Einzelhandelsverband, IHK, Arbeitgeber und Gewerkschaften, Interessengemeinschaften, Wirtschaftsförderung, Stadtmarketing und unsere Verwaltungsfachleute an. Hier informieren wir uns gegenseitig über alle wichtigen Entwicklungen und stim-

men auch gemeinsame Projekte und Aktivitäten ab.

Was und wo kaufen Sie selbst in Wuppertal ein?

Mucke: Ich kaufe in meiner Heimatstadt eigentlich alles, was ich hier bekommen kann. Denn ich bin ein großer Freund des lokalen Fachhandels und ein bekennender Offline- und Heimat-Shopper. In Elberfeld und Barmen kaufe ich überwiegend ein, was in der Natur der Sache liegt, denn da halte ich mich öfter auf. Meine Onlinebestellungen kann man übrigens an einer Hand abzählen. Denn online einkaufen finde ich zu stressig: Ich muss mir eine Auswahl kommen lassen, behalte nur, was passt und muss den Rest zurückschicken. Im Laden lasse ich mich beraten, probiere etwas an, gehe zur Kasse und bezahle. Stressfreier geht es doch nicht.

Rundfahrt

Zum Abschluss des „Heimat shoppens“: Mit dem Oldtimerbus durch Wuppertal

Von April bis Oktober bietet Wuppertal Marketing immer samstags um 14 Uhr eine Stadtrundfahrt mit dem Oldtimerbus durch Wuppertal an. Der perfekte Abschluss für einen schönen Heimat-Shopping-Bummel am Vormittag. Die Abfahrt ist um 14 Uhr an der Bushaltestelle Historisches Zentrum/Engels-Haus, der Ausstieg um 15.30 Uhr an gleicher Stelle oder um 15.35 Uhr am Brauhaus Barmen.

Die Kosten betragen pro Person 16,50 Euro, Kinder zahlen 8 Euro. Im Preis enthalten sind die Oldtimerbus-Rundfahrt, Eintritt ins Historische Zentrum, ein Brauhaus-Gutschein für wahlweise ein Bier, einen Softdrink oder eine Brezel und ein VRR KombiTicket. Anmeldung unter Telefon 0202/ 563 21 80 oder 563 22 70.

www.kaiserwagenticket.de

Aktion

Wuppertal 24-Stunden-live lockt parallel zu den Heimat-shoppentagen

Wuppertal 24-Stunden-live, der große Event-Marathon, geht in die nächste Runde. Von Freitag, 13. September, 15 Uhr, bis Samstag, 14. September, 15 Uhr werden auch 2019 wieder Zehntausende von Wuppertalern auf den Beinen sein, um spannende Firmen zu besichtigen, unbekannte Orte zu entdecken oder interessante Menschen kennenzulernen. Die Stadt hat sich die Lebendigkeit und den Ideenreichtum ihrer Gründerzeit bewahrt, auch heute ge-

hen Ideen und Produkte in die ganze Welt. Wuppertal 24-Stunden-live setzt sich mittlerweile aus mehr als 150 Einzelveranstaltungen an 100 Orten zusammen, die über das gesamte Stadtgebiet verteilt sind. Und die sich perfekt mit einem Bummel in den Innenstädten an den Heimat-shoppentagen verbinden lassen. Weitere Informationen sowie eine Liste der Veranstaltungen gibt es im Internet unter

www.w24live.de

STRESSLESS? WELTEKE!
Preis-Reduzierungs-Wochen nur bis zum 30.09.2019

statt ~~1.645,00~~ (UVP)
nur 995,00

Stressless-Modell CLASSIC (M) mit dem Classic-Untergestell und mit Hocker, in Leder Batock

Möbelhaus WELTEKE

Das richtig gute Möbelhaus in Wuppertal-Langerfeld
Jesinghauser Str. · Tel. 0202 260 86 33 · www.welteke.de

Ab Oktober Start der „Barmer Illuminationen“

Genießen Sie Ihr Einkaufserlebnis im Herbst unter dem leuchtenden Barmer Lichterzauber!

B Die Gemeinschaft der Hauseigentümer
www.isgbarmen.de

Einladung zum kleinen Mode-Event

- Exklusiv und mitten in Barmen.
- 11. und 12. Sept. 2019**
- Mittwoch und Donnerstag jeweils von 11.30 Uhr bis 18.00 Uhr in HASCHIS Mode-Etage.
- Zwei Models zeigen Ihnen die neue Mode für Herbst und Winter 2019/2020.

■ Sie sind herzlich willkommen.

HASCHI mo. bis fr.: 9.30 bis 18.30 Uhr
sa.: 10.00 bis 16.00 Uhr

Werth 36, Wuppertal-Barmen · Telefon 0202 550916



Bezirksbürgermeister Harald Scheuermann-Giskes mag besonders, dass der Einkauf in Ronsdorf auch soziale Kontakte fördert. Foto: Stefan Fries

Südhöhen

„Weil Ronsdorf einfach schön ist“

Bezirksbürgermeister Harald Scheuermann-Giskes erzählt im Interview, warum Ronsdorf ein guter Einkaufsstandort ist.

Das Gespräch führte Julia Klinskuch

Herr Scheuermann-Giskes, wie würden Sie Ihren Stadtteil mit Blick auf den Einzelhandel beschreiben?

Harald Scheuermann-Giskes: Gut und voller Vielfalt. Meine Frau und auch ich selbst kaufen viel hier ein. Die Lebensmittelsparte ist hervorragend auf-

gestellt, gleiches gilt für Bäckereien und Friseure. Aber auch viele andere Dinge des täglichen Bedarfs gibt es in Ronsdorf. Es kommen viele gern her, auch aus den umliegenden Stadtteilen und Nachbarstädten: aus Lüttringhausen, Hahnenberg, Hochbarmen und Cronenberg. Und sie wissen ja, was hier gilt. Wenn die Ronsdorfer in die Stadt fahren, bedeutet das nach Ronsdorf. Sonst würde man ja sagen „Ich fahre nach Wuppertal“.

Was bedeutet die Initiative „Heimat shoppen“ für Ronsdorf?

Scheuermann-Giskes: Grundsätzlich denke ich, dass es für kleine Städte wichtig und nötig ist, die Leute abzuholen und darauf aufmerksam zu machen, mehr in den eigenen Bezirken einzukaufen. Aber das tun ja viele Ronsdorfer. Da ist man hier etwas anders gestrickt – im positiven Sinn.

Was halten Sie persönlich von dieser Initiative?

Scheuermann-Giskes: Ich denke, dass die Initiative richtig ist. Nicht nur für Ronsdorf, sondern für alle Stadtkerne. Damit das Leben dort bleibt oder sie eben wieder lebendig werden.

In Ihrem Stadtteil gibt es die Werbegemeinschaft Wi.R. (Wir in Ronsdorf). Wie sieht die Zusammenarbeit zwischen BV und Werbegemeinschaft aus?

Scheuermann-Giskes: Die Zusammenarbeit ist gut. Früher gab es ja einmal das Forum, zu dem sich Vertreter der Bezirksvertretung, der Werbegemeinschaft und des Bürgervereins regelmäßig getroffen haben, um sich auszutauschen. Das ist ein wenig eingeschlafen. Für die Pläne zur 275-Jahr-Feier von Ronsdorf im kommenden Jahr ist die Zusammenarbeit aber wieder etwas intensiver geworden.

Was kann die Politik direkt zur Unterstützung des Einzelhandels tun?

Scheuermann-Giskes: Hier muss man schon unterscheiden, was die Stadt tun kann und was die Bezirksvertretung tun kann. Die Bezirksvertretung

kann so gesehen wenig tun, allenfalls Anregungen geben und die Zusammenarbeit mit Werbegemeinschaft sowie Heimat- und Bürgervereine pflegen. Selbstverständlich äußern wir gegenüber der Verwaltung unsere Wünsche für den Stadtteil. Wir haben auch grundsätzlich einen guten Draht nach Barmen. Zum Beispiel auch zum Grünflächenamt, was man am Bandwirkerplatz besonders gut sieht. Alles ist schön bepflanzt, selbst die Bienen kommen gern nach Ronsdorf (lacht). Auch für das kostenlose Parken im Stadtteil haben wir uns eingesetzt, was sicher mit dazu beiträgt, dass die Kunden gern herkommen. Allerdings ist es in diesem Punkt ein wenig bedauerlich, dass die Parkplätze von Dauerparkern langfristig besetzt werden und nur die Parkscheibe regelmäßig weitergestellt wird. Die meisten vor Ort wissen, dass das Ordnungsamt nicht stündlich vorbeikommt. Unglücklich ist es natürlich, wenn man sich dann im Gegenzug darüber beschwert, dass die Kunden keine Parkplätze finden.

Was kaufen Sie persönlich in Ihrem Stadtteil und wofür fahren Sie in andere Stadtteile oder auch Städte?

Scheuermann-Giskes: Als Mann muss ich natürlich sagen, dass ich mich in Ronsdorf ein wenig diskriminiert fühle (lacht). Denn Herrenmode findet man hier nicht. Dafür sehr viele Geschäfte für Damenbekleidung. Meine Frau kann vor Ort sehr gut einkaufen und tut das auch, ich selbst muss meine Kleidung auswärts besorgen. Auch Sportartikel sowie hochwertige Coniferie sind in Ronsdorf nicht zu bekommen.

„Ronsdorf ist nicht einfach ein Stadtteil, der nahtlos in den nächsten übergeht, sondern ist die Kleinstadt in der Stadt.“
Harald Scheuermann-Giskes
Bezirksbürgermeister

Wo sehen Sie Verbesserungsbedarf bezüglich des Handels und der Gastronomie in Ihrem Stadtteil?

Scheuermann-Giskes: Richtig großen Verbesserungsbedarf sehe ich nicht. Die Gastronomie ist gut und vielfältig bestückt, gleiches gilt für den Einzelhandel, mit ein paar kleinen Ausnahmen. Ein wenig besorgt sind wir seitens der BV wegen der Leerstände. Aus diesem Grund hat sich die SPD-Fraktion auch mit der Wirtschaftsförderung getroffen und überlegt, was man machen könnte. Aktuell gibt es von deren Seite

Projekte in anderen Stadtteilen. Je nachdem, wie diese laufen, kann man darüber nachdenken, ob sie sich für Ronsdorf umsetzen lassen. Ab und zu ein Leerstand ist nicht das Problem, doch je länger ein Laden nicht genutzt wird, desto unschöner ist es für das Stadtbild. Das Problem, insbesondere rund um den Bandwirkerplatz, ist die Größe der Ladenlokale, die meist sehr klein sind.

Wie wird die Ronsdorfer Innenstadt in fünf Jahren aussehen?

Scheuermann-Giskes: Ich hoffe sehr, dass sie dann noch genauso aussieht wie heute. Idealerweise ohne die jetzigen Leerstände und vielleicht mit Geschäften, die die jetzige Vielfalt des Einzelhandels ideal ergänzen. Zum Beispiel den schon genannten Herrenausstatter oder auch ein Haushaltswarengeschäft.

Was erwarten Sie von den Bürgern?

Scheuermann-Giskes: Dass sie in Ronsdorf einkaufen. Zumindest das, was sie hier auf jeden Fall bekommen können. Und das ist viel. Die Bürger sollten das Angebot vor Ort nutzen. Sie können mit dem Geldbeutel abstimmen, wie ihr Stadtteil in Zukunft aussieht und ihn auf diese Weise unterstützen.

Welche Strategie verfolgt die BV, um Ronsdorf als Einkaufsstandort weiter nach vorn zu bringen?

Scheuermann-Giskes: Wie gesagt ist unser Spielraum nicht sehr groß. Wir können, soweit es in unseren Möglichkeiten liegt, die Vereine unterstützen und dafür sorgen, dass der Stadtteil auch optisch so attraktiv wie möglich bleibt. Was glauben Sie, ist nötig, um die

Kaufbereitschaft der Kunden zu fördern?

Scheuermann-Giskes: Ich glaube, dass die Leute durchaus kaufbereit sind. Man muss eben auch diejenigen, die das nicht regelmäßig machen, dazu bewegen, in Ronsdorf einzukaufen. Das „Wo“ lässt sich wohl beeinflussen, das „Was“ eher weniger. Denn letzten Endes wird keiner etwas kaufen, was er nicht braucht. Den klassischen Schaufensterbummel am Sonntag macht heute kaum einer mehr, die meisten Menschen gehen gezielt in die Stadt, um zu besorgen, was sie benötigen.

Beim Gang durch den Stadtteil sieht man doch das ein oder andere leerstehende Geschäft. Kann die Politik da gegensteuern?

Scheuermann-Giskes: Dass uns das ein wenig Sorgen macht, habe ich ja schon erwähnt. Aber alles in allem hat die Politik keinen Einfluss auf die Vermietung. Das ist Sache der Immobilienbesitzer. Vielleicht müsste auch die BV auswärtsige Geschäfte ansprechen und fragen, ob sie nicht Lust hätten, auch in Ronsdorf eine Niederlassung aufzumachen. Aber wo fängt man da an und wo hört man auf? Mehr Aktivität wünsche ich mir auch für den Markt. In diesem Punkt kann die Politik ebenfalls nicht viel Einfluss nehmen. Ich würde mir allerdings von den Verantwortlichen wünschen, dass der Markt ein bisschen intensiver bestückt würde. Es ist durchaus noch Platz für weitere Stände vorhanden. Denn dass der Markt beliebt ist, kann man jeden Dienstag, Freitag und Samstag feststellen. Dann ist in Ronsdorf nämlich noch etwas mehr los.

Wie wird die Ronsdorfer Innenstadt in fünf Jahren aussehen?

Scheuermann-Giskes: Ich hoffe sehr, dass sie dann noch genauso aussieht wie heute. Idealerweise ohne die jetzigen Leerstände und vielleicht mit Geschäften, die die jetzige Vielfalt des Einzelhandels ideal ergänzen. Zum Beispiel den schon genannten Herrenausstatter oder auch ein Haushaltswarengeschäft.

Was macht Ronsdorf ganz besonders attraktiv zum Bummeln und Heimat shoppen?

Scheuermann-Giskes: Der kleinstädtische Charakter. Ronsdorf ist nicht einfach ein Stadtteil, der nahtlos in den nächsten übergeht, sondern ist die Kleinstadt in der Stadt. Aus diesem Grund bietet der Einkauf in Ronsdorf auch viele soziale Kontakte. Man kennt sich einfach. Das ist gerade für die älteren Menschen wichtig, wenn sie in einem Geschäft noch mit Namen begrüßt werden und ein wenig plaudern können. Das geht heute längst nicht mehr überall. Außerdem ist Ronsdorf der einzige Stadtteil mit einer eigenen Einkaufskarte – das muss man auch einmal erwähnen. Seit 2005 gibt es die Ronsdorfkarte, die in vielen Unternehmen im Stadtteil eingesetzt werden kann, nicht nur im Einzelhandel. Ich weiß nicht genau, wie viele Karten aktuell im Umlauf sind, kann mir aber vorstellen, dass mindestens jeder zweite Haushalt eine Ronsdorfkarte hat, wenn nicht sogar mehr.

Zum Schluss vervollständigen Sie bitte folgenden Satz: Ich bin Heimatschopper weil...

Scheuermann-Giskes: ...ich das Einkaufen in Ronsdorf schätze und weil ich will, dass das Leben im Stadtteil hochgehalten wird. Außerdem sehe ich den Einkauf vor Ort als Unterstützung für die Einzelhändler, die umgekehrt mit ehrenamtlichem Einsatz den Stadtteil unterstützen. Denn es gibt in Ronsdorf ein großes ehrenamtliches Engagement bei den Unternehmen. Und zu guter Letzt: Weil Ronsdorf einfach schön ist.

Marion Kunze
Mode und Wollparadies
Wolle, Strickzubehör, Damenbekleidung & Änderungsschneiderei

42369 Wuppertal In der Krim 9
Öffnungszeiten:
Mo-Fr von 9-13 u. 15-18.30 Uhr
Sa. Von 9-13 Uhr
Tel.: 0202/460800
Fax: 0202/4799592

Homepage: www.mode-wollparadies.de
E-Mail: wollparadies@online.de

C.Beuthel
Das Sanitätshaus

Unsere nächsten Veranstaltungen

11.09 Lipödem, Ronsdorf
Erfahren Sie Wissenswertes rund um den Alltag mit Lipödem und den möglichen Behandlungsmethoden.
Vortrag: Dr. Johannes Hertelendy (Plastische Chirurgie)
Yvonne Matthei (Ernährungsberatung)
(Um Anmeldung wird gebeten, (0202) 430 46 800)

13. & 14.09 Heimat shoppen, Elberfeld & Remscheid
Gesundheitscheck (Venenmessung, Blutdruck, Analyse Waage)

17.09 Rollator Tag, Ronsdorf
Erfahren, testen und holen Sie sich wertvolle Tipps rund um den Rollator

08.10 Rollator Tag, Elberfeld
Erfahren, testen und holen Sie sich wertvolle Tipps rund um den Rollator

Ronsdorf: Erich Hoepner Ring 1, 42369 Wuppertal
Elberfeld: Friedrich-Ebert-Straße 87 a, 42103 Wuppertal
Remscheid: Alleestr. 66, 42853 Remscheid

Weitere Informationen
www.beuthel.de

Prävention

Polizei-Kampagne: „Augen auf und Tasche zu“

Taschendiebe haben immer Saison. Nicht nur im Urlaub und zur Weihnachtszeit. Vor allem im Gedränge kann es ganz schnell gehen.

Von Julia Klinskusch

Taschendiebstahl gehört landesweit zu den am weitesten verbreiteten Straftaten. Überall dort, wo viele Menschen zusammenkommen und Gedränge herrscht, finden Taschendiebe ihre Opfer. Hat man noch beim Einkauf die Bluse bezahlt und will im nächsten Laden das Portemonnaie zücken, der Schreck: Die Geldbörse ist weg.

Unter dem Motto „Augen auf und Tasche zu“, der mehrjährigen, landesweiten Kampagne der Polizei NRW, will die Polizei auf die Tricks der Taschendiebe aufmerksam machen und die Menschen für die Prävention sensibilisieren. „Es geht nicht darum, Angst zu schüren“, erklärt Kriminalhauptkommissarin Mechthild Bach von der Dienststelle Kriminalprävention / Opferschutz der Polizei Wuppertal. „2018 ist die Zahl der Taschendiebstähle zwar gesunken, aber jeder Taschendiebstahl ist noch einer zu viel“, erklärt die erfahrene Kommissarin. „Viele Leute wissen ja, wie man sich schützen könnte, setzen es aber leider nicht um.“

Auch die ehrenamtlichen Seniorensicherheitsberater informieren gern. Einer von ihnen ist Harald Radermacher, der seit 2013 im Team Seniorensicherheit ist. „Unser Vorteil: Wir sind genauso alt, wie diejenigen, die wir beraten. Das ist eine andere Art der Ansprache, eher auf Augenhöhe“, sagt Harald Radermacher. „Wir haben auch die Zeit, in die Seniorenkreise zu gehen und deshalb erreichen wir die Menschen dort, wo sie sich gern treffen. Zum Beispiel in Senioren-Gruppen oder bei

anderen regelmäßigen Angeboten in der Gemeinde, zu denen wir mit unseren Informationen zur Prävention eingeladen werden.“

Doch grundsätzlich ist Taschendiebstahl keine Altersfrage. Opfer werden Menschen jeden Alters. Auch, wer sich sicher ist, aufmerksam genug zu sein, kann zum Betroffenen werden. „Man kann Taschendiebe nicht erkennen“, sagt Mechthild Bach. „Sie sind schnell, organisiert und arbeiten zielgerichtet.“

Taschendiebe sind selten allein unterwegs

In gewisser Weise – und das ist in diesem Fall nicht positiv gemeint – sind das wahre Künstler. Das ist wie deren „Beruf“, erklärt die Kommissarin. „Vor allem im Urlaub sind die Leute immer sehr vorsichtig und gehen sehr achtsam mit ihren Wertsachen um. Die dieselbe Achtsamkeit sollten sie einfach auch daheim an den Tag legen.“ Denn an Orten, an denen man sich auskennen, neigt man dazu weniger aufmerksam zu sein.

Vorsichtig sein sollte man in jedem Fall, wenn man angepöbelt wird oder die Kleidung beispielsweise mit Kaffee oder Eis beschmutzt wird. „Das sind typische Tricks, gern genommen wird auch der Geldwechseltrick“, sagt Mechthild Bach. „Vergessen sollte man auch nicht, dass Taschendiebe selten allein unterwegs sind. Während einer ablenkt, zieht der Zweite die Geldbörse aus der Tasche und gibt sie schnell an einen Dritten weiter der damit verschwindet.“

Sich klarzumachen, dass man Opfer werden könnte, ist der

erste Schritt. „Denn wenn ich vorbereitet bin, kann ich entspannt in die Stadt gehen.“ Doch wie sieht die Vorbereitung aus? „Man sollte sich vorher überlegen, ob ich wirklich alles benötige, was ich in der Tasche oder im Portemonnaie mitnehmen will. Nicht jede Karte ist immer nötig und eine Wiederbeschaffung kann teuer werden.“

Die Geldbörse gehört nicht in die hintere Hosentasche

„Wertsachen sollte man eng am Körper tragen, und vorn im eigenen Blickfeld behalten. Auf keinen Fall gehört die Geldbörse in die hintere Hosentasche oder gar in den Korb des Rollators“, ergänzt Harald Radermacher. „Wenn zum Beispiel der Schlüssel weg ist, kann das sehr teuer werden, wenn dieser zu einer Schließanlage gehört.“ Nicht zu unterschätzen ist auch der Verlust persönlicher Erinnerungsstücke. „Viele Menschen haben heute die meisten Fotos und Kontakte auf ihrem Smartphone gespeichert. Wenn das weg ist, ist mehr weg als nur das Gerät“, sagt Radermacher.

Keine Tatgelegenheiten bieten – so lautet das Credo. „Man kann sich nicht zu 100 Prozent vor Taschendieben schützen, aber man kann es ihnen so schwierig wie möglich machen“, sagt die Kommissarin. Nicht ängstlich in die Stadt gehen, aber auch nicht zu sorglos. Wer ein paar Dinge beachtet, kann den Einkaufsummel genießen. Dazu gehört zum Beispiel, Bargeld, Bankkarten und Ausweise getrennt voneinander aufzubewahren.

Wertsachen, die man unbedingt dabei haben muss, sollte man in verschließbare Innentaschen von Jacke oder Tasche packen. Handtaschen, auch wenn diese Modeobjekte sind, sollte man in der Öffentlichkeit immer verschlossen halten, vor dem Körper oder eingeklemmt unter



Harald Radermacher gehört zum Team der ehrenamtlichen Seniorensicherheitsberater.

Foto: Stefan Fries

dem Arm tragen. „Auch wenn es uncool klingt, ein Brustbeutel kann für wichtige Wertgegenstände wie Bankkarten eine gute Lösung sein“, erklärt Harald Radermacher.

Ist es trotz aller Vorsicht doch einmal passiert und man ist Opfer eines Taschendiebstahls geworden, sollte man immer Anzeige erstatten. Wichtig auch: Denn die Polizei kann das Konto für das Lastschriftverfahren sperren lassen. „Das passiert durch die Sperrung der Bankkarte über die Rufnummer 116 116 nämlich nicht“, erklärt die Kommissarin. Und nicht nur

die Opfer sollten sich bei der Polizei melden. Auch, wer einen Taschendiebstahl beobachtet, sollte umgehend über die 110 die Polizei rufen und sich als Zeuge zur Verfügung stellen.

Wer sich Tipps zum Schutz gegen Taschendiebe holen will, wendet sich im Bergischen Städtedreieck an das Polizeipräsidium Wuppertal, Kommissariat Kriminalprävention/Opferschutz, Telefon 0202/284 1801 oder per E-Mail an k.praevention.wuppertal@polizei.nrw.de. Auch online gibt es Tipps unter

www.nrw-gegen-taschendiebstahl.de

HINWEISE

Versicherung Ein Taschendiebstahl ist nicht nur ärgerlich. Das Wiederbeschaffen wichtiger Dokumente kostet Zeit und Geld; die Verluste werden in der Regel nicht von Versicherungen ersetzt.

Kosten Die Kosten für den Personalausweis (28,80 Euro), Reisepass (59 Euro), Führerschein (40 Euro), für Kreditkarte (25 Euro), ÖPNV-Ticket und sonstige Ausweise liegen schnell bei mehr als 230 Euro.

Zeit Für die Wiederbeschaffung der Krankenkassenkarte, von Sozialversicherungsausweis, Schüler- oder Studentenausweis, Mitgliedsausweisen, Paybackkarte (Cash-Back-Karten) und für die Anzeigenerstattung bei der Polizei fallen zwar keine Kosten, dafür aber zusätzlicher Zeitaufwand an.

Unterwegs

Parkraum: Wuppertal ist gut aufgestellt

In den Innenstädten gibt es ausreichend Parkplätze. Eine Park-App soll die Suche noch vereinfachen.

Dafür, dass die Wuppertaler an den Heimat-Shoppen-Tagen in den Innenstädten nicht lange nach einem Parkplatz suchen müssen, sorgt auch die Technik. Elberfeld und Barmen verfügen je über ein eigenes Parkleitsystem – aber kaum ein Autofahrer macht sich Gedanken, welcher Aufwand dahintersteckt, dass er einfach und schnell einen Parkplatz findet. Im Gegenteil. Es wird geschimpft, wenn das System vermeintlich nicht funktioniert. Dabei ist Wuppertal in Sachen Parkgelegenheiten sehr gut aufgestellt, wie auch Rolf-Peter Kalmbach, Abteilungsleiter Straßenverkehrstechnik im Ressort Straßen und Verkehr, bestätigt: „Die Parksituation im Tal ist positiv. Es gibt ausreichend Parkraum und sehr günstigen Parkraum.“ Ein Großteil der Parkplätze entfällt

auf die Parkhäuser. Zusätzlich gibt es in Elberfeld und Barmen 8700 Parkplätze, davon 1880 mit Parkscheinautomat bewirtschaftet.

Leitsystem für Elberfeld und Barmen

Das Parkleitsystem informiert über die Belegung von bewirtschafteten Parkhäusern und Parkplätzen in Elberfeld und Barmen. „Üblicherweise wird die Anzeige über die Ein- und Ausfahrten gemessen“, erklärt Kalmbach. „Regulär kann es dabei kaum Abweichungen geben.“ Aber: Die Stadt ist darauf angewiesen, dass die Betreiber der Parkflächen ihre Daten regelmäßig aktualisieren. „Nur dann können wir das System und die Anzeige entsprechend anpassen. Hält der Betreiber seine Daten nicht aktuell, kann es

natürlich vorkommen dass die Anzeige nicht stimmt“, sagt der Experte. Dann fahren Autofahrer eine Parkhauseinfahrt und erfahren dort erst an der Schranke, dass kein Platz mehr frei ist – obwohl die Anzeige anderes vermuten ließ. „Das können wir als Stadt dann leider auch (noch) nicht ändern.“

Anders sieht es bei der Technik aus. „Unser Parkleitsystem ist auf einem guten Stand, im vergangenen Jahr wurde die Technik erneuert“, erklärt Kalmbach. „Zuerst in Elberfeld, dann in Barmen. In Elberfeld führte das übergangsweise zu teilweise zu kuriosen Anzeigen, da die Technik so veraltet war, dass es Schwierigkeiten gab, diese mit neuen Rechnern zu verbinden“, erzählt Kalmbach. „Da wurden dann auch schon einmal 33,6 freie Parkplätze angezeigt. In Barmen hatten wir das Problem so nicht.“

Kreisende Autos erhöhen den Schadstoffausstoß

Das Parkleitsystem hat die Aufgabe, Besucher der Innenstädte möglichst schnell zu einem freien Parkplatz zu lotsen. Aber nicht zugunsten der Bequemlichkeit der Autofahrer. „In erster Linie soll auf diesem Weg der Schadstoffausstoß des Parksuchverkehrs reduziert werden“, erzählt der Experte. „Denn mindestens rund 20 Prozent des Verkehrs in Innenstädten sind kreisende Autos auf Parkplatzzuche.“

In Wuppertal soll das Parkleitsystem demnächst noch von

einer Park-App unterstützt werden. „Wenn alles planmäßig läuft, soll diese Ende des Jahres in Betrieb gehen“, sagt Kalmbach. „Die App bezieht nicht nur Parkhäuser und bewirtschaftete Parkplätze ein, sondern soll den gesamten Parkraum in der Stadt anzeigen; zunächst in den Zentren Barmen und Elberfeld, einschließlich der Parkplätze in den Nebenstraßen. Zu einem späteren Zeitpunkt ist auch die Ausweitung auf die Wohnquartiere geplant; dies würde jedoch den Zeitrahmen, den das Projekt „Green City Plan“ (GCP) setzt (Fertigstellung bis Ende 2020), derzeit leider sprengen.“

Die Park-App ist nur ein Puzzleteil des gesamten GCP, der dafür sorgen soll, den Verkehrsfluss in der Stadt so fließend zu gestalten, dass alle Verkehrsteilnehmer davon profitieren; letztlich aber vor allem die Luftqualität zu verbessern. „Es geht derzeit auch darum, Fahrverbote zu verhindern“, erklärt Kalmbach. Die Erfassung der Verkehrsmenge erfolgt auch mittels bereits vorhandener Technik wie Induktionsschleifen, Radar-, Kamera- und Bluetooth-Detektion. Zudem sollen weitere technische Erfassungssysteme installiert werden. Das Gesamtsystem soll dank künstlicher Intelligenz gesteuert werden, um jeweils optimale Prognosen in Echtzeit entwickeln, schalten und prüfen zu können. Dazu gehören auch die Optimierung der „Grünen Welle“ und Etablierung eines Ampelphasenassistenten. Dafür be-

kommt Wuppertal Fördermittel vom Bund. „Wir erwarten eine Stickstoffdioxid-Reduktion in einer Größenordnung von bis zu fünf Mikrogramm pro Kubikmeter Luft“, erklärt Kalmbach. „Bis Ende 2020 sollen die Grundlagen für eine Verbesserung des Verkehrsflusses umgesetzt werden. Das Gesamtprojekt wird voraussichtlich bis 2025 dauern.“

Parken in Wuppertal ist fast zu günstig

„Unter solchen Umweltschutzaspekten gesehen ist das Parken in Wuppertal fast zu günstig. Vor allem, da man sich wünscht, mehr Menschen würden den ÖPNV nutzen“, erklärt Kalmbach. „Umgekehrt muss man aber auch sagen, dass der ÖPNV attraktiver werden muss. Wabensysteme und verschiedene Verkehrsverbünde verkomplizieren das System unnötig.“ Letzten Endes fehle es an der einen großen Stellschraube, damit das gesamte System optimal funktioniere.

„Auf manches hat man einfach auch keinen Einfluss“, sagt Kalmbach. Während die Zentren in Sachen Parkmöglichkeiten gut aufgestellt sind, wird es eng, sobald man sich die Wohngebiete anschaut. „Es gab mal Zeiten, da hatte jede Familie ein Auto. Heute geht der Trend, je nach Anzahl der Kinder, zum Dritt- oder Viertwagen. Dafür sind die Wohnquartiere nicht gemacht. Wie wir damit künftig umgehen, dafür fehlt aktuell noch jede Antwort.“ juk



Hinter den Parkleitsystemen steckt modernste Technik. Archivfoto: Stefan Fries

GOLDANKAUF
... Bargeld für Gold, Platin und Silber.
Vergleichen lohnt sich!

Brocker
Seit 1873

UNSERE EXPERTEN BEWERTEN
SERIÖS ZU TAGESAKTUELLEN
HÖCHSTPREISEN!

Wir kaufen:
HOCHWERTIGE UHREN, BRILLANTSCHMUCK,
ALTGOLD, SCHMUCK, MÜNZEN, BARREN,
BRUCHGOLD, ZAHNGOLD ...

Schuchardstr. 3, W'tal-Barmen | Friedrich-Ebert-Str. 4, W'tal-Elberfeld |
Mummstr. 31, Solingen | Elberfelder Str. 44, Hagen |
Mo bis Fr: 9.30 – 18.00 Uhr, Sa: 10.00 – 14.00 Uhr | www.brocker.de

seemannsgarn
BY Q-SPORTZ

Armbänder aus Segelttau mit
Magnetverschluss ab 29,80 €

Charm oder Bead im
Wuppertal-Design
je 14,90 €

Überraschung beim Kauf
eines kompletten
Armbandes!

Heimat Shop JEWELIER
BRUNNE SEIT 1911

WERTH 31 · 42275 WUPPERTAL · TELEFON 0202 - 255930
WWW.JUWELIER-BRUNE.DE · INFO@JUWELIER-BRUNE.DE
www.facebook.com/JuwelierBrune

André Ribeiro · Boccia · Bruno Söhle · Charlotte · Christian Bauer · Ebel · Gerstner · Jacques Lemans · Jörg Heinz · Pesavento · Schmuckwerk · Schoeffel · Skagen u.m.



Bezirksbürgermeister Heiner Fragemann weiß die Vorzüge Vohwinkels zu schätzen.

Foto: Stefan Fries

Interview

Vohwinkel – Die freundliche Ecke Wuppertals

Heiner Fragemann, Bezirksbürgermeister von Vohwinkel, spricht im Interview über den Einzelhandel im Stadtteil.

Das Gespräch führte Julia Klinkusch

Herr Fragemann, wie würden Sie Ihren Stadtteil mit Blick auf den Einzelhandel beschreiben?

Heiner Fragemann: Vielfältig und lebendig. Wir sind ein Stadtteil mit einer guten Versorgung. Die wirtschaftliche Vielfalt – nicht nur beim Einzelhandel – leistet einen guten Beitrag zur Lebendigkeit des Stadtteils.

„Ich kaufe fast sämtliche Dinge des täglichen Bedarfs hier in Vohwinkel.“

Heiner Fragemann
Bezirksbürgermeister

Was bedeutet die Initiative „Heimat shoppen“ für Vohwinkel?

Fragemann: Die Vohwinkelerinnen und Vohwinkeler leben gern in ihrem Stadtteil und kaufen auch gern dort ein. Sie stärken damit auch den Standort Vohwinkel und unser aller persönliches Lebensumfeld. Das wissen die Einzelhändler. Umso mehr freue ich mich, dass so viele Läden an der Aktion teilnehmen und damit für sich und den Stadtteil werben.

Was halten Sie persönlich von dieser Initiative?

Fragemann: Ich halte sehr viel von der Initiative. Insbesondere, wenn man den modernen Heimatbegriff zugrunde legt. Er bedeutet ein Stück der Identifikation und des Wohlfühlens im persönlichen Umfeld. Es gibt ja die sechs guten Gründe für das Heimat shoppen. Zwei davon finde ich besonders wichtig.

Zum einen die Reduzierung der Umweltbelastung. Und zum anderen die Sicherung von Arbeits- und Ausbildungsplätzen, die der Einzelhandel bietet.

In Ihrem Stadtteil gibt es die Werbegemeinschaft Aktion V. Wie sieht die Zusammenarbeit zwischen BV und Werbegemeinschaft aus?

Fragemann: Die Aktion V ist einer unserer Aktivposten im Stadtteil. Mit ihren zahlreichen Ideen und Initiativen belebt sie unser Zusammenleben. Wann immer es uns möglich ist, wird die Werbegemeinschaft von der Bezirksvertretung entsprechend unterstützt. Zuletzt bei der Fragebogenaktion „5 Minuten für Vohwinkel“, bei der es um die Leerstände im Stadtteil geht. Aber auch beispielsweise in Sachen Weihnachtsbaum auf dem Lienhardplatz haben wir gut zusammengearbeitet. Ob Bezirksvertretung oder Aktion V – wer von beiden ein Anliegen hat, wendet sich an den jeweils anderen. Und zusammen finden wir dann meistens auch eine Lösung.

Was kann die Politik direkt zur Unterstützung des Einzelhandels tun?

Fragemann: Die Stadtpolitik kann direkt relativ wenig tun. Natürlich können wir, wie schon gesagt, die Aktion V unterstützen. Bei größeren Projekten werden wir seitens des Rates und der Verwaltung auch nach unserer Meinung gefragt. So konnten wir beispielsweise gegen die Ansiedlung von noch mehr Spielhallen unser Veto einlegen. Auch wenn wir den Handel nicht direkt unterstützen können, so können wir, auch gegenüber der Stadt, doch Wünsche äußern und Vorschläge machen.

Wo sehen Sie Verbesserungsbedarf bezüglich des Handels und der Gastronomie in Ihrem Stadtteil?

Fragemann: Ich finde es beispielsweise schade, dass es noch immer kein Hotel in Vohwinkel gibt. Dabei ist die Anbindung nach Düsseldorf und Essen, wo viele große Messen stattfinden, hervorragend. Auch in Sachen Gastronomie, wie etwa am Lienhardplatz, besteht nach wie vor Handlungsbedarf. Beim Einzelhandel sind wir breit aufgestellt, leider gibt es aber inzwischen kein Schuhgeschäft mehr, auch der Elektroladen ist mittlerweile geschlossen. Und für Damen gibt es in Sachen Mode doch deutlich mehr Auswahl als für Herren.

Was kaufen Sie persönlich in Ihrem Stadtteil und wofür müssen Sie in andere Stadtteile/Städte fahren und wohin?

Fragemann: Ich kaufe fast sämtliche Dinge des täglichen Bedarfs hier in Vohwinkel. Hauptsächlich Lebensmittel – und dazu zählt für mich auch der Besuch des Wochenmarktes. Aber auch die Apotheken und Optiker vor Ort sind für mich eine Anlaufstelle. Wenn ich etwas im Stadtteil nicht bekommen kann, fahre ich nach Elberfeld oder auch nach Barmen. Dort bin ich als Stadtverordneter ohnehin öfter.

„Vohwinkel bietet kurze Wege, fast alles ist zu Fuß erreichbar.“

Heiner Fragemann

Haben Sie ein Lieblingsgeschäft in Ihrem Stadtteil und wenn ja, welches und warum?

Fragemann: Bücher spielen eine sehr große Rolle in meinem Leben. Aus diesem persönlichen Interesse heraus ist natürlich die Buchhandlung Jürgens mein Lieblingsgeschäft. Ich werde dort immer gut und freundlich beraten und kann nach Herzenslust stöbern.

„Nur, wer den Handel unterstützt, sorgt dafür, dass sein Lebensumfeld auch in Zukunft lebendig bleibt.“

Heiner Fragemann

Welche Strategie verfolgt die BV, um Vohwinkel als Einkaufsstandort weiter nach vorn zu bringen?

Fragemann: Wie gesagt, können wir als Bezirksvertretung nicht direkt auf den Einzelhandel einwirken. Wir können aber im Rahmen unserer Möglichkeiten dafür sorgen, dass Vohwinkel ein attraktiver Standort ist, an dem die Menschen gern einkaufen.

Was glauben Sie, ist nötig, um die Kaufbereitschaft der Kunden zu fördern?

Fragemann: Die Einzelhändler könnten eventuell mit Sonderaktionen noch mehr auf ihre Leistungsfähigkeit aufmerksam machen. Die Beteiligung an der Aktion „Heimat shoppen“ und auch am Vohwinkel-Tag am letzten September-Samstag gehört für viele selbstverständlich dazu. Individuelle Aktionen außerhalb dieser besonderen Tage könnten dafür sorgen, dass die Händler noch mehr Aufmerksamkeit generieren.

Was erwarten Sie von den Bürgern?

Fragemann: Jeder sollte sich vor dem nächsten Einkauf einmal überlegen, welche seiner Besorgungen er in Vohwinkel erledigen kann. Und selbstverständlich sollten die Bürger diese Einkäufe dann auch im Stadtteil erledigen. Denn nur, wer den Handel unterstützt, sorgt dafür, dass sein Lebensumfeld

auch in Zukunft lebendig bleibt.

Beim Gang durch den Stadtteil sieht man manchmal leerstehende Geschäfte. Kann die Politik da gegensteuern?

Fragemann: Privatbesitz und private Wirtschaft sind zurecht ein hohes Gut. Jedem Eigentümer steht es demnach weitgehend frei, was er mit seiner Immobilie macht. Insofern können wir als Politiker in der Regel nur appellieren und die Arbeit der Aktion V unterstützen – wie eben mit der Fragebogenaktion zu genau diesem Thema. Ich würde mir wünschen, dass man die Leerstände zumindest optisch aufwerten würde und die Schaufenster nutzt. Man könnte zum Beispiel historische Fotos dort präsentieren oder Vereinen oder auch Sportvereinen die Möglichkeit geben, dort ihre Arbeit und ihr Angebot vorzu-

stellen. Das wäre optisch deutlich attraktiver als zugewinkelte Schaufenster.

Wie wird die Vohwinkeler Innenstadt in fünf Jahren aussehen?

Fragemann: Das ist natürlich schwer vorherzusagen. Aber ein wenig Wunschenken ist sicher erlaubt. Wenn es danach gehen würde, hätten wir in fünf Jahren noch weniger Leerstände und ein noch breiteres Angebot. Die Bürger bummeln entlang der Schaufenster einer bunten Vielzahl an Fachgeschäften und kehren danach zum Beispiel im Café auf dem Lienhardplatz ein.

Was macht Vohwinkel ganz besonders attraktiv zum Bummeln und Heimat shoppen?

Fragemann: Wir haben schon jetzt eine große Vielfalt auf engstem Raum. Vohwinkel bietet kurze Wege, fast alles ist zu

Fuß erreichbar. Für alle anderen Fälle gibt es eine sehr gute ÖPNV-Anbindung, und wer tatsächlich auf das Auto angewiesen ist, findet bei uns gute Parkmöglichkeiten. Darüber hinaus bietet der Stadtteil regelmäßig Veranstaltungen und Aktionen, wie die Gesundheitsmesse, das Weinfest, das Kinderfest oder den Vohwinkel-Tag, die von der Aktion V organisiert werden, sowie das Nachbarschaftsfest und den Weihnachtsmarkt der Arbeitsgemeinschaft Vohwinkeler Vereine (AGVV). Nicht umsonst sind wir die freundliche Ecke Wuppertals.

Zum Schluss vervollständigen Sie bitte folgenden Satz: Ich bin Heimatshopper weil...

Fragemann: ...einkaufen mehr ist als bestellen im Internet. Es ist Beratung, Begegnung und Wohlfühlen im Stadtteil.



Ein Blick aus der Schwebebahn auf die Vohwinkeler Straße.

Foto: Achim Otto

Immobilien-Standort-Gemeinschaft

Ein ganzer Straßenzug zieht an einem Strang

Die Immobilien-Standort-Gemeinschaft Alte Freiheit/Poststraße will den gesamten Bereich in den kommenden Jahren attraktiver gestalten.

Von Julia Klinskusch

IG oder ISG? Wer für was und gibt es da überhaupt einen Unterschied? In Elberfeld gibt es zwei Vereine, die sich für den Stadtteil einsetzen. Während die IG1 die Einzelhändler vertritt, ist die 2018 gegründete Immobilien-Standort-Gemeinschaft (ISG) Alte Freiheit/Poststraße, als Vertreter der Immobilieneigentümer in diesem Bereich aktiv.

Der zugehörige Verein ISG Poststraße/Alte Freiheit wurde bereits im Juli 2017 gegründet. Ziel der ISG ist es, die Standortqualität durch verschiedene Maßnahmen zu verbessern. Finanziert werden die Verbesserungen aus der Kasse der ISG, in die die Eigentümer zuvor einzahlen. Je nach Größe und Art der Immobilie werden Abgaben pro Jahr fällig. „Die Idee für die ISG gibt es seit Längerem, die Vorbereitungsphase war sehr lang“, erklärt Eleonore Putty, Vorsitzende des Vereins. „Es musste ein Konzept geschrieben werden, ein Vertrag mit der Stadt gemacht werden und vieles mehr.“

Die Immobilien-Standort-Gemeinschaft umfasst den Bereich ab der Wupperbrücke (aber ohne Köbo-Haus) bis zum Kerstenplatz. „Auch dieser gehört noch dazu, auch wenn er im

Namen nicht erwähnt wird“, erklärt Eleonore Putty. Die Grenze zur Grabenstraße bildet das Schreibwarengeschäft Illert, das ebenfalls noch zu ISG gehört. Angelegt ist das Projekt auf fünf Jahre. Besonders der Umbau des Döppersbergs hat neue Impulse für die Stadtentwicklung gebracht. Alte Freiheit, Poststraße und Kerstenplatz sollen auf diesem Weg aktiv in den Gestaltungsprozess der Elberfelder Innenstadt eingebunden werden.

Die ISG Poststraße ist nach Barmen die zweite in Wuppertal „Unterstützung bekommen wir auch von der Stadt“, sagt die Vereinsvorsitzende. „Sie schreibt derzeit in unserem Namen die Besitzer der Immobilien an, und bittet darum, dass wir deren Kontaktdaten bekommen, weil wir aktuell aufgrund des Datenschutzes noch keinen Kontakt aufnehmen dürfen.“

Seit der Aufstellung des Gesetzes über Immobilien- und Standortgemeinschaften im Jahr 2008 haben ISGen sich ein erfolgreiches Instrument der Stadtentwicklung bewiesen: Mehr als 17 ISGen sind seitdem in Nordrhein-Westfalen entstanden. In Wuppertal hat sich bereits 2012 die ISG Barmen-Werth gegründet, die 2017 erfolgreich ihre zwei-

te Laufzeit beantragt hat. Das ISG-Gesetz verhindert darüber hinaus Trittbrettfahrer, also jene, die sich finanziell nicht beteiligen, aber dennoch von den Maßnahmen profitieren wollen. Bei der Gründung einer ISG dürfen nicht mehr als ein Drittel der Eigentümer dagegen sein. Zahlen müssen aber alle.

Lage und Breite der Poststraße machen Veränderungen schwierig Viele ISG-Pläne in ganz Deutschland sind an dieser Quote gescheitert. An der Poststraße hat es geklappt. „Ein Zeichen, dass die Eigentümer sich für die Straße einsetzen wollen“, sagt die Vorsitzende. Der ISG Alte Freiheit/Poststraße stehen über den Zeitraum von fünf Jahren eine Million Euro als Mittel zur Verfügung. „Diese fließen zum Beispiel in ein Lichtkonzept, Umgestaltungen sowie die Bereiche Ordnung und Sauberkeit sowie Flächenmarketing“, erklärt Eleonore Putty. „Für jeden einzelnen Bereich stehen unterschiedlich hohe Summen zur Verfügung. Das Geld wird jedes Jahr anteilig seitens der Stadt von den Eigentümern der anliegenden Immobilien eingezogen.“

Unterstützung erhält die ISG nicht nur von der Stadt, sondern auch von der Werbegemeinschaft IG 1, die die Gründung stark befürwortet hat. Weitere Hilfe gab es von IHK und Wirtschaftsförderung. „Aktuell planen wir eine Vermieterbroschüre, damit wir den Eigentümern etwas an die Hand geben können, was diese wiederum an ih-



Eleonore Putty, hier neben der Mina Knallenfalls am Beginn der Poststraße, ist Vorsitzende des Vereins ISG Alte Freiheit/Poststraße.

Foto: Stefan Fries

re Makler weitergeben können. Diese Broschüre wird professionell gestaltet und soll die Vorzüge des Standortes darlegen“, erläutert die Vereinsvorsitzende.

Einer der größten Vorzüge der Poststraße ist die hohe Passantenfrequenz. „Aufgrund seiner Lage ist der Bereich sehr stark frequentiert“, sagt Putty. Doch die große Masse an Menschen kommt dem Einzelhandel nicht zugute. Denn: „Die Leute verweilen nicht vor Ort. Wir müssen die Menschen dazu bringen, auf der alten Freiheit, der Poststraße dem Kerstenplatz zu verweilen“, sagt die Vorsitzende.

Das ist leichter gesagt als getan. Denn der Bereich ist vor allem entlang der Poststraße sehr schmal. Einfach neues Mobiliar zum Ausruhen aufzustellen, funktioniert nicht. Denn auch der Lieferverkehr muss berücksichtigt werden. „Neues Mobiliar ist zwar geplant, steht aber aktuell nicht an erster Stelle.“ Vorrang hat die neue Pflasterung, die von der Stadt übernommen wird. „Wie diese aussehen wird, wissen wir nicht, würden uns aber wünschen, dass sie an den Bahnhofsbereich angepasst wird, um einen einheitlichen Look zu erzielen“, sagt Eleonore Putty.

Ein weiteres Anliegen der ISG: Die Straße von der Optik her entschleunigen. „Der Bereich muss fürs Auge wieder ruhiger werden, auch das ist schwierig, weil wir hier eine sehr lockere Gestaltungssatzung haben.“ Der Vorstand der ISG hofft, dass das Gestaltungshandbuch für die Vermieter Vorlage zu einer neuen Gestaltungssatzung sein könnte. An der neuen Pflasterung wird sich zeitlich auch das Beleuchtungskonzept für den gesamten Bereich orientieren. „Darüber hinaus ist freies WLAN geplant, aber bis dahin wird es noch eine Weile dauern.“

Die ISG legt Wert darauf, möglichst viele Arbeiten an Wuppertaler Firmen zu vergeben. „So werden sowohl unser Werbekonzept als auch das Lichtkonzept von hiesigen Unternehmen betreut.“ Die ISG hat bislang im Hintergrund schon viel gearbeitet. An der erfolgreichen Arbeit der ISG Barmen konnten die Elberfelder sich insoweit nicht orientieren, da sie ein komplett anderes Konzept verfolgen. „Die Poststraße hat sich schon verändert“, sagt Putty. „Wir stehen derzeit auf der Kippe, aber im positiven Sinn. Die Talsohle haben wir bereits hinter uns gelassen.“

HEIMAT SHOPPEN GENIESSSEN

IN ÜBER 85 SHOPS,
CAFÉS UND RESTAURANTS

GEWINNSPIEL
AM 13.+ 14.9.

Ich bin
Heimat
Shopper



CITY-ARKADEN
W U P P E R T A L

Alte Freiheit 9 | 42103 Wuppertal

Historie

Bürobedarf und Füllhalter-Spezialhaus

Bürobedarf Illert, gegründet im Jahr 1914, gehört mit zu den ältesten Geschäften, die in diesem Jahr an der Aktion „Heimat shoppen“ teilnehmen.

Von Julia Klinskusch

Vor 105 Jahren, im Jahr 1914, gründeten Wilhelm und Else Illert ihr Schreibwarengeschäft. Das ursprüngliche Geschäft befand sich am Kolk 14 (Ecke Kipdorf) in der Elberfelder Innenstadt. Wilhelm Illert konnte sich nicht lange um sein Unternehmen kümmern: Er starb bereits 1916. Else Illert war es, die das Geschäft weiterführte. Für die damaligen Verhältnisse eine ungewöhnliche Situation.

1953 erfolgte der Umzug vom Kolk an die Grabenstraße

Von Gleichberechtigung und Frauenpower war man in den 1910er-Jahren noch weit entfernt. „Else Illert kam dann in den 1930er-Jahren mit Herrn Meulenkamp zusammen, den sie auch heiratete“, erzählt Eleonore Putty, Ehefrau des heutigen Inhabers Rainer Putty. Gemeinsam führten sie den Laden für Bürobedarf weiter und zogen schließlich an den heutigen Standort um.

Eröffnet wurde der Laden an der Grabenstraße 4/Kerstenplatz am 20. Oktober 1953. Für diesen besonderen Anlass wurde sogar extra eine Einladung gedruckt, auf dem nicht nur ein Foto des Hauses zu sehen war, sondern auch der Hinweis, dass es sich neben einem Geschäft für Bürobedarf und technische Zeichenartikel auch um ein Füllhalter-Spezialhaus handelt.

Das ist Illert bis heute geblieben. Und auch der geschwungene Schriftzug über der Tür hat sich nicht verändert. Im Gegenteil: Er ist das traditionelle Logo des Hauses. „Es freut mich schon sehr, dass unsere Kunden nicht nur aus ganz Wuppertal kommen, sondern auch aus dem Ruhrgebiet und sogar aus Düsseldorf“, sagt Eleonore Putty. „Denn selbst dort hat inzwischen der letzte Fachhandel dieser Art geschlossen.“

Der Enkel und heutige Inhaber übernahm in den 60er-Jahren

Else Illert führte den Laden bis in die 1960er-Jahre hinein. Ihre in Wuppertal lebende Tochter wollte das Geschäft nicht übernehmen, also wandte sie sich an ihren Enkel, der damals in Berlin lebte.

„Mein Mann hatte seine Ausbildung in Wuppertal bei Elba gemacht und kannte sich entsprechend mit der Materie aus“, erzählt Eleonore Putty. „Er ist dann als Nachfolger in das Geschäft eingestiegen und hat es nach und nach übernommen. Der Übergang war sehr fließend.“

Das Schreibwarenfachgeschäft hat damit in seiner mehr als 100-jährigen Geschichte bis zum heutigen Tag nur zwei Inhaber gehabt. In all den Jahren ist das Haus immer mit der Zeit gegangen, aber zugleich auch seiner Tradition treu geblieben. „Renoviert wurde über die Jahrzehnte regelmäßig, aber immer mit Augenmaß“, erzählt Eleonore Putty. „Die Einrichtung der 1950er-Jahre musste in den 80ern weichen. Auch 2012 wurde nochmals modernisiert.“

Geblieben sind die traditionellen Holzregale, in denen sich Meter um Meter Schreibgeräte jedweder Art finden. „Schö-

„Generationen von Wuppertaler Schülern haben hier ihren ersten Füller gekauft.“

Eleonore Putty

ne Schreibgeräte, beziehungsweise Füllhalter gelten immer noch als wertige Geschenke“, weiß Eleonore Putty. „Generationen von Wuppertaler Schülern haben hier ihren ersten Füller gekauft.“

Persönlich hat sich Familie Putty auf die Fahne geschrieben, Innovationen, die im Wuppertaler Einzelhandel laufen, mitzumachen und zu unterstützen. Dazu gehört auch die Aktion „Heimat shoppen“. „Es wird für den Handel aber nicht einfacher“, sagt Eleonore Putty. „Wenn uns die Geschäftsräume nicht gehören würden, hätten wir sicher schon lange geschlossen. Die heutigen Innenstadtmieten sind als traditionell geführtes Familienunternehmen so gut wie nicht mehr zu erwirtschaften.“

Von der Lehre bis zur Rente und noch darüber hinaus

Heute beschäftigt das Fachgeschäft fünf Vollzeitkräfte sowie zwei Aushilfen. Sigrid Vaccarella hat mit 14 Jahren ihre Ausbildung bei Illert begonnen und dort bis zur Rente gearbeitet. Heute kommt sie immer noch als Aushilfe. „Auf Mitarbeiter mit solchen Erfahrungen verzichtet man nur ungern. Die Kollegin ist unsere absolute Spezialistin für Schreibgeräte“, sagt Eleonore Putty.

Doch nicht nur Schreibwaren, auch Bastelbedarf ist seit vielen Jahren bei Illert erhältlich. Über die Wendeltreppe geht es in die erste Etage, wo sich nicht nur Schüler, sondern auch Künstler und Zeichner mit allem eindecken können, was



Sigrid Vaccarella, Petra Jansen und Eleonore Putty (v.l.) in der Abteilung für Bastelbedarf.

Foto: Stefan Fries

sie benötigen – spezielle Zeichenstifte, Ölfarben, Aquarellkreide, Karton, Tonpapier und vieles mehr.

„Es hat sich über die Jahre in diesem Markt nicht so viel verändert. Bei den Bastelartikeln gibt es immer wieder Trends, aber bei den Schreibgeräten hat sich wenig getan. Die klassischen Marken sind nach wie vor beliebt. Es gibt zwar immer wieder Wellenbewegungen, das bedeutet mal ist die eine Marke beliebter, mal die andere, aber insgesamt halten sich die Klassiker am Markt“, sagt Eleonore Putty.

Geändert habe sich das Bewusstsein der Kunden. „Die Menschen achten heute darauf, was sie kaufen. Eine umweltfreundliche Herstellung ist ihnen wichtig. Durch das Internet sind die Kunden informierter und kaufen bewusster“, weiß die Fachfrau. „Bei den Pinseln achten die Leute darauf, dass diese aus Naturhaar sind, häufig wird auch nach recycelten Materialien gefragt.“

Die Zukunft des Handels sieht sie im Wandel. Aber Eleonore Putty ist sich sicher, wenn der Handel überleben will, muss man einiges beachten: „Ein Geschäftsinhaber sollte seinen Beruf aus Leidenschaft ausüben und bereit zu sein, über die Zeit hinaus zu arbeiten. Und: Ohne kompetentes Personal geht es nicht.“



Wilhelm Illert und seine Frau Ilse gründeten das Geschäft im Jahr 1914. Bereits 1916 starb der Inhaber.



Repro: Stefan Fries/Foto: Bürobedarf Illert

Betten Näsemann + DORMA VITA

Bettwaren: Kissen & Decken
Matratzen & Topper
Bettgestelle in Komforthöhe
Schlafsysteme und Lattenroste (auch elektr.)
Alpaka Bettwaren

Unverbindliche Hausbesuche
Tel.: 0202-4469044



4. Generation Bettenfachgeschäfte in Wuppertal

DORMA VITA Fam. Näsemann www.dormavita.de
Hofkamp 1-3 (Am Rathaus) • Wuppertal • Tel. 0202-4469044



Das Geschäft kurz nach dem Umzug an die Grabenstraße in den 1950er-Jahren. Von außen hat sich optisch nicht allzu viel verändert.

Foto: Bürobedarf Illert



Bezirksbürgermeisterin Ursula Abé schätzt die vielfältigen Einkaufsmöglichkeiten in Cronenberg.

Foto: Stefan Fries

Südhöhen

Cronenberg: Das Dorf in der Großstadt

Die Cronenberger kaufen „em Dorpe“ ein. Bezirksbürgermeisterin Ursula Abé spricht über die Situation des Handels in ihrem Stadtteil.

Das Gespräch führte Julia Klinskusch

Frau Abé, wie würden Sie Ihren Stadtteil mit Blick auf den Einzelhandel beschreiben?

Ursula Abé: Ich bin mit dem Einzelhandel zufrieden. Wir haben einen guten Mix, aber auch noch Aufbaupotenzial. Vor kurzem gab es einen Rundgang mit der Wirtschaftsförderung. Dabei hieß es, wir müssten uns keine großen Sorgen machen. Ein Wunsch wäre es, wenn bei der Vermietung von Ladenlokalen ein wenig mehr auf Vielfalt geachtet würde.

zement gab es einen Rundgang mit der Wirtschaftsförderung. Dabei hieß es, wir müssten uns keine großen Sorgen machen. Ein Wunsch wäre es, wenn bei der Vermietung von Ladenlokalen ein wenig mehr auf Vielfalt geachtet würde.



Der Blick auf die Reformierte Kirche in Cronenberg – der dörfliche Charakter ist typisch für den Stadtteil. Archivfoto: Stefan Fries

Was bedeutet die Initiative „Heimat shoppen“ für Cronenberg und was halten Sie persönlich von dieser Initiative?

Abé: Ich finde eine solche Initiative wichtig, um das Augenmerk wieder mehr auf lokale Einzelhändler zu lenken. Es wäre schön, wenn aus Cronenberg mehr Händler dabei wären. Denn die Initiative sorgt für Abwechslung. Anders dekorierte Schaufenster fallen auf, gleiches gilt für die bunt bedruckten Tüten. Auf jeden Fall ist es eine gute Gelegenheit, mit den Kunden zum Thema ins Gespräch zu kommen. Auch, wenn an den Heimat-shoppen-Tagen nicht unbedingt mehr Kunden kommen.

„Die Kampagne ist eine gute Gelegenheit um mit den Kunden zum Thema ins Gespräch zu kommen.“

Ursula Abé
Bezirksbürgermeisterin

In Ihrem Stadtteil gibt es seit 2014 keine klassische Werbegemeinschaft mehr. Wie sieht die Zusammenarbeit zwischen Bezirksvertretung (BV) und Einzelhändlern aus?

Abé: Das läuft über die direkte Ansprache. Hier in Cronenberg kennt man sich und man trifft sich auch beim Einkauf. Dabei werden die politischen Vertreter von den Händlern durchaus auf Probleme angesprochen. Der Kontakt ist auf jeden Fall da. Viele sind auch untereinander befreundet, treffen sich privat oder beim Sport.

Was kann die Stadtteil-Politik direkt zur Unterstützung des Einzelhandels tun?

Abé: Wir von der Bezirksvertretung können Wünsche gegenüber der Verwaltung äußern. Inwieweit diese realisiert werden, ist sehr unterschiedlich. Und wir können immer wie-

der im Gespräch mit den Bürgern betonen, dass sie was immer möglich ist, vor Ort kaufen. Man stimmt als Kunde schließlich mit den Füßen ab. Dankbar sind wir auch für die Arbeit des Cronenberger Heimat- und Bürgervereins. Der sorgt zum Beispiel mit für die schöne Bepflanzung im Stadtteil. Das bringt mehr Attraktivität und mehr Attraktivität zieht schließlich auch Kunden an. Wenn wir den Bürgerverein nicht hätten, sähe es schon arg aus. Ich kann nur jedem, dem Cronenberg am Herzen liegt, empfehlen, sich dort zu engagieren. Es muss ja nicht gleich die Vorstandsarbeit sein. Man kann im Kleinen be-ginnen.

Wo sehen Sie Verbesserungsbedarf bezüglich des Handels und der Gastronomie in Ihrem Stadtteil?

Abé: Wir haben hier, wie gesagt, einen guten Branchenmix. Wünsche gibt es natürlich immer. Die Schließung des Kaufhauses Buß Ende 2017 hat eine Lücke gerissen. Ganz früher gab es sogar mal zwei Haushaltswarengeschäfte dieser Größenordnung. So etwas fehlt einfach, zumal das Kaufhaus Buß auch Spielwaren im Angebot hatte. Zudem wäre es schön, wenn es vor Ort auch abends die Möglichkeit gäbe, etwas länger draußen zu sitzen. Wir haben hier eine wunderbare Gastronomie, die von mittags bis abends geöffnet hat. Nach 18.30 Uhr wird es aber schwierig. Ein Bistro oder eine Gaststätte, in der man abends auch draußen gemütlich etwas trinken kann, fehlt. Natürlich ist das in gewisser Weise auch deshalb schwierig, weil es durch die Straße mitten im Stadtteil Platzprobleme für eine Außen-gastronomie gibt. Und die Straße hat überörtliche Bedeutung. Aber vielleicht findet sich dies-bezüglich einmal eine Lösung, zum Beispiel mit einem schönen Biergarten in einem Hinterhof.

Was kaufen Sie persönlich in Cronenberg und wofür fahren Sie in an-

dere Stadtteile/Städte und wohnen?

Abé: Außer Möbel kaufen wir eigentlich alles in Cronenberg. Und Möbel kaufen wir immerhin auch in Wuppertal, im Möbelhaus Welteke, das noch in-habergeführt ist. Grundsätzlich schätzen wir die persönli-che Beratung, was für uns mit ein Grund ist, in traditionellen Geschäften zu kaufen. Was ich in Cronenberg nicht bekomme, bekomme ich in anderen Teilen Wuppertals. Das bedeutet nicht, dass nicht auch wir ab und zu in anderen Städten bummeln gehen. Zum Beispiel in Düsseldorf oder Oberhausen. Aber der all-tägliche Bedarf wird im Stadt-teil gedeckt.

Haben Sie ein Lieblingsgeschäft in Ihrem Stadtteil und wenn ja, welches und warum?

Abé: Das ist Mode Reiss. Das Ge-schäft trifft meinen persönli-chen Modegeschmack und ich bekomme dort eine ehrliche und kompetente Beratung. Man sagt mir auch einmal, wenn mir etwas nicht steht und versucht nicht zwingend, mir etwas zu verkaufen.

„Es wäre schön, wenn es den Händlern wieder gelänge, sich in einer Werbegemeinschaft zusammenzufinden.“
Ursula Abé

Welche Strategie verfolgt die BV, um Cronenberg als Einkaufsstandort weiter nach vorn zu bringen?

Abé: Wann immer es Probleme gibt, gilt es, zu Netzwerken – wie man heute so schön sagt. Jeder, der sich in der Politik engagiert, hat ein Netzwerk und kann bei Problemen auf dem kurzen Dienstweg helfen, eine Lösung zu finden.

Was glauben Sie, ist nötig, um die Kaufbereitschaft der Kunden zu

fördern?

Abé: Für Cronenberg finde ich es wichtig, dass die Einzelhändler ihre Art und Weise der Öffent-lichkeitsarbeit beibehalten. Die „Langen Samstage“ sind zu einer schönen Tradition geworden. Vor allem, weil die Geschäfte nicht nur geöffnet haben, sondern auch immer auf ein gutes Rahmenprogramm geachtet wird. Das lockt die Menschen ins Dorf. Es wäre schön, wenn es den Händlern gelänge, sich wieder zu einer festen Werbegemeinschaft zusammenzufinden. Zumindest die Kommunikation im aktuellen lockeren Verbund sollte beibehalten und intensiviert werden.

Was erwarten Sie von den Bürgern?

Abé: Nicht immer nur Mängel kommunizieren. Wenn man Branchenvielfalt haben will, muss man neue, kleinere Händler, die den Sprung in die Selbstständigkeit wagen, unterstützen. Auch, wenn diese zunächst nicht führen, was ich suche. Darüber kann man ja reden. Mit irgendetwas muss ein Händler ja beginnen. Auch er muss zunächst die Erfahrung machen, was seine Kunden wünschen. Durch eine gute Kommunikation können sich Angebot und Nachfrage aufeinander zu bewegen.

Beim Gang durch Cronenberg sieht man manchmal auch leerstehende Geschäfte. Kann die Politik da gegensteuern?

Abé: Aktuell ist es glücklicherweise nicht viel Leerstand. Aber auch wenn es anders wäre, können wir seitens der Bezirksvertretung nicht viel machen. Die Vermietung ist Sache der Immobilienbesitzer. Natürlich wäre es schön, wenn diese auf mehr Vielfalt achten, aber das ist nicht immer machbar. Man darf nicht vergessen, dass viele die Ladenlokale früher selbst bespielt haben und diese eine Altersvorsorge sind. Da achtet man natürlich darauf, dass man solvente Mieter bekommt.

Ob das nun der fünfte Friseur oder das sechste Nagelstudio ist, ist für den Vermieter verständlicher Weise erst einmal zweit-rangig – auch wenn man sich das vielleicht anders wünscht.

„Eventuell ließe sich durch kleinere Umgestaltungen der Fokus von der Durchfahrtstraße weglenken.“

Ursula Abé

Wie wird die Cronenberger Innenstadt in fünf Jahren aussehen?

Abé: Ich hoffe, dass der Branchenmix so vielfältig bleibt, wie er ist. Außerdem wünsche ich mir eine gesteigerte Aufenthaltsqualität. Eventuell ließe sich durch kleinere Umgestaltungen der Fokus von der Durchfahrtstraße weglenken.

Was macht Cronenberg ganz besonders attraktiv zum Bummeln und Heimat shoppen?

Abé: Die Beratung und die persönlichen Kontakte. Wenn man hier einkauft, geht man nicht schnurstracks von einem Geschäft ins andere. Dafür trifft man viel zu oft Leute, die man kennt. Man bleibt stehen, plaudert. In Cronenberg werden nicht nur die Einkaufsbedürfnisse, sondern auch soziale Bedürfnisse befriedigt. Nicht zu vergessen, dass es möglich ist, zwei Stunden kostenfrei zu parken. Wir sind froh, dass man dem Stadtteil diese Möglichkeit lässt. Und in zwei Stunden kann man hier auch gut alle Einkäufe erledigen.

Zum Schluss vervollständigen Sie bitte folgenden Satz: Ich bin Heimatshopperin weil...

Abé: ...ich möchte, dass Cronenberg der lebens- und liebenswerte Wohnort bleibt, der er ist. Mit genau diesem Branchenmix, wo man sich wohlfühlen kann und alles für den täglichen Bedarf erhält.



Der Schlosserhammer der Firma Joh. Hermann Picard GmbH & Co. KG sowie die Cobra Wasserpumpenzange von Knipex gehören zu den Talwaren der ersten Stunde. Foto: Stefan Fries

Souvenirs, Souvenirs

Verschenken Sie doch mal Wuppertal

In diesem Jahr werden die Talwaren zehn Jahre alt. Inzwischen gibt es eine breite Palette an Produkten. Hinzu kommen zahlreiche Souvenirs.

Von Julia Klinskusch

Ende 2009 kamen die ersten Talwaren auf den Markt. Die Produktsorte zeigt, was in Wuppertal entworfen, erfunden, produziert oder gehandelt wird. Die Idee stammt von Martin Bang, Geschäftsführer von Wuppertal Marketing: „Ich habe 2009 im März hier angefangen und die Idee kam recht schnell auf. Wir haben zügig begonnen, das Konzept umzusetzen, Ende 2009 haben wir das Projekt auf die Straße gebracht.“

Die Talwaren sollen dem Wirtschaftsstandort Wuppertal ein Gesicht geben. Zum Sortiment zählen nicht nur Produkte, die in Wuppertal produziert werden, sondern auch solche, deren Design aus Wuppertal stammt. „Dank der Universität ist Wuppertal auch eine Designhochburg, dem wollten wir damit Rechnung tragen“, erklärt Bang. Das Design Büro Illigen Wolf Partner aus Wuppertal hat das Konzept und die Verpackung entwickelt. Wichtig war es, alle

Produkte in der gleichen Verpackung anbieten zu können, auch um Einheit zu demonstrieren. „Die Kartons sind für diese

„Wir haben Industrieprodukte verschenkbar gemacht.“

Martin Bang
Wuppertal-Marketing-Geschäftsführer

Produkte designt worden. Denn die Produkte sind Wuppertals DNA und stehen für die hochwertige Industrie vor Ort“, erklärt Bang. „Darum war uns eine qualitativ hochwertige Hülle wichtig.“ Der schlichte weiße Karton ist es, der aus einem

Isolierband oder einer Wasserpumpenzange eine besondere „Talware“ macht. „Normalerweise verschenkt man weder Pflanzkelle noch Schraubenzieher-Set“, sagt der Geschäftsführer von Wuppertal Marketing. „Wir haben die Produkte verschenkbar gemacht. Mit der einheitlichen Verpackung und einem beiliegenden Leporello. Auf der einen Seite der Klappbroschüre gibt es Infos über Wuppertal, auf der anderen Seite zum Produkt.“ Dort wird die Historie der Firma vorgestellt. „Historie verbinden die Menschen mit Erfahrung und diese mit Qualität. Das Produkt bekommt ein Gesicht: Wir zeigen zum Beispiel den Gesenkschmied, der die Werkzeuge herstellt. Die Men-

schen können so ein Produkt aus ihrer Heimat verschenken, mit der sie sich identifizieren“, sagt Bang.

Der Renner unter den Talwaren sind nach wie vor die Produkte der ersten Stunde: die Knipex-Wasserpumpenzange und die Pflanzkelle der Firma Hermann Jung. Die Talwaren sind schon bis Australien, aber auch in Nachbarländer wie die Schweiz verschenkt worden. „Wir haben immer häufiger Anfragen von großen Unternehmen oder Agenturen, die unsere Talwaren als Kundengeschenke bestellen. Dann verschicken wir auch mal 100 Hämmer nach Hamburg“, sagt Bang.

Das Sortiment wird stetig erweitert, wächst aber langsam. „Wir wollten beispielsweise einmal Schnürsenkel anbieten“, erzählt Martin Bang. „Aber dafür waren Kartons dann doch zu groß. Wir stoßen des Öfteren an die Grenzen unserer Verpackung. Eine zweite Größe gibt es inzwischen – aber eine individuelle Verpackung für jedes Produkt wäre zu kostspielig.“ Relativ neu dabei sind der Bestecksatz der Engmann und Schally Gbr. Modell Desina.

Grundsätzlich freut sich Martin Bang, wenn sich Unternehmen bei Wuppertal Marketing melden, um ihr Produkt als Talware anzubieten. „Wichtig ist, dass die Produkte end-

verbraucherorientiert sind und die Kernaussage für den Leporello klar definiert ist. Also der Herstellungsweg oder der Weg zur Erfindung, wie bei den Crossboccia-Kugeln, die ja auch im Sortiment sind“, erklärt Bang. Für die Unternehmen sind die Talwaren sicher nichts, was reich macht. „Aber wenn wir 1000 Produkte im Jahr verkaufen, dann sind diese Dinge 1000 mal Markenbotschafter für Wuppertal als Qualitätsstandort.“

Die Talwaren sind keine klassischen Souvenirs

Wichtig: Die Talwaren sind keine Souvenirs. Es sind Wuppertaler Produkte, aber keine Mitbringsel mit Stadtschriftzug oder ähnlichem. Aber auch bei den Souvenirs ist Wuppertal besonders kreativ. „Es gibt in Deutschland nur einige Unternehmen, die sich auf die Herstellung von Städtesouvenirs spezialisiert haben“, erklärt der Geschäftsführer von Wuppertal Marketing. Die kennt wohl jeder, zum Beispiel die Taschen mit dem Stadtschriftzug, die es von Paris bis Prag und von Burg auf Fehmarn bis München gibt.

„Wir wollten weg von den klassischen Werbemitteln und entwickeln alle Wuppertal-Souvenirs selbst“, erzählt Bang. „Damit wollen wir der Stadt ein Gesicht geben.“ Relativ neu ist

eine Souvenirserie zu Friedrich Engels, die vom Magnet über das T-Shirt bis hin zum Gürtel reicht. Echte Wuppertal-Fans bekommen im Tal mehr als das schlichte T-Shirt mit dem Stadtschriftzug. Vom Schirm mit der Aufschrift „Wupperwetter“ über „Schwuppi“, eine kleine Schwebebahn aus Plüsch sowie Geschenkbänder mit eingewebter Schwebebahn bis hin zu Ausstechformen für Plätzchen mit dem Umriss von Tuffi und der Schwebebahn ist alles dabei.

Ein Highlight war im vergangenen Jahr das Wuppertal-Memo, von dem in kürzester Zeit 2000 Stück verkauft wurden. „Ein Teil des Erlöses ist an Kinderdental gegangen, was uns sehr gefreut hat“, erzählt Bang. Auch in diesem Jahr wird es in der Vorweihnachtszeit wieder ein besonderes Wuppertal-Souvenir geben. „Wir sind schon in der Planung, verraten aber noch nicht, was es sein wird.“

Wer an den Heimat-Shopping-Tagen in Wuppertal unterwegs ist, sollte einen Abstecker zu Wuppertal-Touristik an der Kirchstraße 16 machen. Dort bekommt man sowohl die klassischen Wuppertal-Souvenirs, aber auch die Talwaren. Und was würde besser zum Thema Heimat shoppen passen, als sich ein ganz besonderes Stück Heimat für zu Hause zu kaufen? www.wuppertalshop.de



Eine limitierte Elektroisolerband-Edition von Coroplast sowie der Kraftform-Schraubendreher-Satz von Wera sind Talwaren. Archivfotos: Wuppertal Marketing

WZ AUKTION

WZ BLACK DEALS

SICHERN SIE SICH BIS ZU 50 % RABATT.

Jetzt anmelden und kein Schnäppchen verpassen!
Auktionszeitraum: 22.11. bis zum 01.12.2019

Jetzt anmelden unter www.wz-auktion.de

Bis zu **50% Rabatt**