



Wettbewerbsbeitrag

Unternehmen:  
ORG.BERATUNG Schulten & Weyland GBR, Wuppertal

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

Partner:  
Stadtbetrieb Jugend & Freizeit, Stadt Wuppertal

### 1. Titel / Kurzbezeichnung des Engagements

Stadtteilentwicklung Nordstadt/Wuppertal-Elberfeld - Aktivitäten rund um die Neugestaltung des Schusterplatz (Umbau vom Kinderspielplatz zu einem Generationenplatz)

### 2. Ziele

Imageverbesserung des Quartiers  
Initiierung des bürgerschaftlichen Engagements der BewohnerInnen (z.B. in Bezug auf die Nutzung des neugestalteten Schusterplatz)  
Leerstand von Ladenlokalen und Wohnungen entgegenwirken  
Nachbarschaftliche Netzwerke initiieren, pflegen und ausbauen  
Anforderungen des demografischen Wandels begegnen - attraktiv bleiben/werden sowohl für Alte wie Junge

### 3. Charakter

Der Verein „Unternehmer/innen für die Nordstadt e.V.“ hat sich der aktiven Stadtteolförderung verschrieben. Mitmachen kann jeder, egal ob selbstständig oder nicht. So sind im Verein neben Selbstständigen viele Hausbesitzer und interessierte Einzelpersonen aktiv.

[www.unternehmen-nordstadt.de](http://www.unternehmen-nordstadt.de)

Wir wollen die Attraktivität unseres Stadtteils erhöhen und das Image nach innen und außen verbessern.

Der Verein stellt im Marketingbereich der Stadt ein Novum dar. Er ist keine Interessengemeinschaft, die im Wesentlichen Werbung für einen bestimmten Bereich macht und der Verein ist auch kein Bürgerverein im klassischen Sinne. Vielmehr arbeitet er mit einem Konzept eines „ganzheitlichen“ Marketingverständnisses und bezieht Aspekte von Stadtteilentwicklung in seine Arbeit ein.

Ziel des Vereins ist, den Beitrag der Nordstadt zum Profil der Stadt Wuppertal zu definieren, zu verbessern und nach außen erkennbar zu machen, denn Stadtteilmaking ist Standortmarketing auf der Stadtteilebene. Ein erkennbares, scharfes Profil der Stadt ist ohne die Stadtteile Wuppertals nicht zu denken – die Lebensqualität einer Stadt realisiert sich eben dort in großen Teilen.

Über eine Imagekampagne, die der Verein seit 2002 betreibt, wird die Identifikation der BewohnerInnen mit „ihrem“ Stadtteil gestärkt, die Stärken und Potenziale des Viertels werden ins Bewusstsein gerückt und die verschiedenen Bewohnergruppen lernen sich über die Aktionen und Veranstaltungen kennen.

Auch die Erfahrung, große und erfolgreiche Veranstaltungen wie das Ölbergfest, aus eigener

Initiative und eigenen Ressourcen „zu stemmen“ stärkt das Selbstbewusstsein und das Wir-Gefühl au-Berordentlich.

Nach außen hin präsentieren die BewohnerInnen selbst über die Aktionen und Veranstaltungen das Viertel als einen lebenswerten und liebenswerten Ort. Sie zeigen, dass in den Wohnquartieren der Charakter einer Stadt lebendig und fühlbar bleibt: Hier schlägt das Herz jeder Stadt; im Zentrum des Lebensalltags ihrer BewohnerInnen. Die Stadtteile sind die Orte, an denen sozialer Austausch und Interaktion noch funktionieren und Nachbarschaft gelebt wird. Dort entstehen Bindungen zu Nachbarn, die zu Freunden werden. Die Bindungen der Menschen zueinander und ihr Zugehörigkeitsgefühl zu ihrem Stadtteil und damit auch zu ihrer Stadt.

Die Stadt Wuppertal hat die Initiative der Unternehmer/innen hinsichtlich der Belebung der leerstehenden Ladenlokale (siehe unter Aktionen) im Quartier positiv aufgegriffen und in einer leerstehenden Gaststätte eine städtische Altentagesstätte eingerichtet.

Unsere Projekte:

### 1. NordstadtKunst

Mit "kunst statt leere" im Sommer 2003, "fischwärts" im Dezember 2003, "Schön warm" im April 2004 und "stadtlandfluss" im Oktober 2004 sollte der Versuch unternommen werden, die Ladenlokale wenigstens temporär wiederzubeleben. Im Sommer 2003 stellten zunächst 24 KünstlerInnen in 9 unvermieteten Räumen aus. Das war der Auftakt. Mit "fischwärts" wurde der ehemalige Fischladen wiederbelebt. "Schön warm" begleitete die Eröffnung eines Büros für energieoptimierte Architektur und mit "stadtlandfluss" wurde der ehemalige Trekking-Laden "Pegasos" bespielt. Die Aktionen wurden ein voller Erfolg und fanden großen Anklang. Mittlerweile sind einige Ladenlokale wieder vermietet, z.B. an Künstler/innen, Architekten oder Gastronomen.

Ein Aufwind ist im Viertel spürbar und die NordstadtKünstler wollen weiter daran mitarbeiten, das Selbstbewusstsein und die Eigenverantwortlichkeit der BewohnerInnen zu fördern und das kulturelle Zusammenleben der vielen verschiedenen Menschen und Altersgruppen mitzugestalten.

In einem weiteren Projekt wurden über 100, von Bewohner/innen – Kindern, Jugendlichen, Erwachsenen, Künstlern, Schulklassen - der Nordstadt gestaltete Fahnen über der Marienstraße aufgehängt. Diese Installation mit dem Titel "fahnenmeer marienstraße" wurde gleichzeitig mit dem jährlich stattfindenden Nordstadtfest am 10. Juli 2004 eröffnet.

### 2. Nordstadtbroschüre

Seit 2002 erscheint einmal im Jahr die Nordstadtbroschüre "alles auf unserem berg" in einer Auflage von 15.000 Exemplaren. Nicht selbst gestaltete Anzeigen, sondern ein Redaktionskonzept, in dem die Selbstständigen sich selbst und ihre Produkte und Dienstleistungen vorstellen können, bestimmen das Bild der Broschüre. Sie soll dazu beitragen, die Infrastruktur und die Lebensqualität im Stadtteil zu erhalten und zu fördern. Sie ist Teil eines Werbekonzepts für den Stadtteil und setzt ein deutliches Zeichen für einen attraktiven Stadtteil, für eine Nahversorgung der Bewohner/innen und ein unternehmerisches Engagement in wirtschaftlich schlechten Zeiten.

### 3. Nordstadtlogo

Am Anfang unserer Aktivitäten stand die Erstellung eines Logos für den Stadtteil. Es soll die

Identifikation der Bewohner/innen mit ihrer Nordstadt erhöhen und dieses Selbstbewusstsein auch nach außen darstellen. Das Logo stilisiert die Berglage der Nordstadt und vermittelt graphisch die historische Architektur wie auch den höchsten Punkt der Nordstadt, die Friedhofskirche. Das Logo ist beim Verein gegen eine Spende zu bekommen. Es kann für alle Werbemaßnahmen, die sich auf den Standort Nordstadt oder Ölberg beziehen verwendet werden.

#### 4. Ölbergfest [www.dasoelbergfest.de](http://www.dasoelbergfest.de)

2005 gelang dem Verein ein besonderer Höhepunkt: Das 1. Große Ölbergfest – ein Fest der Bewohner/innen für sich selbst, aber auch, um nach außen hin das Viertel als einen lebenswerten und liebenswerten Ort zu präsentieren.

Über drei Monate hinweg wurden die Bewohner/innen aufgerufen, sich kleine und große Beiträge für das Fest auszudenken und sich damit anzumelden. Wichtig war uns bei der Konzeption der Charakter des Nachbarschaftsfests, es sollten keine kommerziellen Angebote aufgenommen werden. Außerdem wurden die anfallenden organisatorischen Arbeiten vollständig ehrenamtlich durchgeführt. Es ist uns gelungen, die im Viertel ansässigen Vereine der Migrant/innen vollständig in die Vorbereitung und Durchführung des Festes mit einzubeziehen.

Die Resonanz war überwältigend groß, es wurde zu bergischen Waffeln und Kaffee, eritreischer Kaffeetafel, Bratwurst und türkischem Kebab genauso eingeladen wie zu der Bergpredigt auf dem Klettergerüst und in den Garten des Seniorenstifts zu einem Konzert bei Fackelschein. Am Abend blieb die Straßenbeleuchtung aus und die Bewohner/innen waren aufgerufen, mit Kerzen, Öllampen, Fackeln die Straße in ein romantisches Licht zu tauchen – kleine Reminiszenz an "die alten Zeiten". Das Viertel wurde als eines der letzten in Wuppertal elektrifiziert und lange gab es in den Wohnungen noch Öllämpchen – daher der Name Ölberg im Volksmund. Um 21 Uhr wurde auf der ganzen Festmeile das extra getextete Ölberglied gesungen. Schließlich kamen über 10.000 Menschen zu dem Fest. Es wurde gefeiert und getanzt bis in die späte Nacht.

Am nächsten Tag machten sich dann viele Bewohner/innen auf, die Festmeile wieder zu säubern und aufzuräumen – auch hier funktionierte die Selbstorganisation.

Am 30. April 2006 fand das nächste Ölbergfest statt. In Zukunft wird das Fest in einem 2-Jahresrhythmus stattfinden.

#### 5. Wuppertal-Kampagne

Die Unternehmer/innen für die Nordstadt sind natürlich auch überzeugte Wuppertaler/innen und stehen zu Wuppertal. Deshalb haben wir uns entschlossen, an der Wuppertal-Kampagne teilzunehmen. Wir möchten dies über die Adjektive "nachbarschaftlich" und "ölbergisch" zum Ausdruck bringen. Diese Begriffe charakterisieren wie keine anderen unseren Stadtteil. Zugleich kennzeichnen sie die Einmaligkeit unseres Viertels, eben "Keiner wie wir".

#### 6. Ölbergmarkt

Auf dem Otto-Böhne-Platz findet regelmäßig alle 14 Tage freitagnachmittags ein Erzeuger-Markt statt, den der Verein initiiert hat und organisiert. Wuppertaler Bauern [www.bauern-in-wuppertal.de](http://www.bauern-in-wuppertal.de) bieten Käse, Gemüse, Blumen, Obst, Wurst und Fleisch, Steinofenbrot u.v.m. an. Im Quartier finden sich nicht mehr viele Geschäfte, die die Nahversorgung gewährleisten. So stellt dieser Erzeugermarkt gerade auch für die älteren BewohnerInnen ein wichtiges Angebot dar, frische und günstige Lebensmittel zu kaufen.

Ab September 2006 findet auch regelmäßig ein Kunst- und Kulturmarkt statt.

#### 7. Schusterplatz

Der zentrale Platz im Quartier ist der Schusterplatz. Im Sommer 2007 beginnen die Bauarbeiten zu einem Mehrgenerationenplatz. [www.schusterplatz.de](http://www.schusterplatz.de)

Viele Dinge werden auf dem „Neuen Schusterplatz“ zu tun sein. Dafür wird das Engagement der NutzerInnen, der AnwohnerInnen, der Kinder und der Erwachsenen benötigt.

Es ist daran gedacht, eine Toilette einzurichten. Die muss ebenso gepflegt, gewartet werden wie die Wasserstelle zum Spielen. Verbrauchskosten müssen aufgebracht werden, die durch Sponso-ring oder andere Beiträge abzudecken sind. Der Platz soll in Zukunft auch ein kulturelles Programm haben mit Kinovorstellungen, Theater und Festen.

Um die Kommunikation der NutzerInnen auch während der Bauzeit aufrecht zu erhalten, hat sich der Verein für ein interkulturelles Begleitprogramm für die Bauphase eingesetzt (Fördermittel bean-tragt z.B.) [www.geruechtekueche.de](http://www.geruechtekueche.de)

Handwerker im Verein werden Spielhäuser als neues Mobiliar für den Platz bauen. Ein Künstler wird in der Bauphase ein Mitbauprojekt für Schulklassen, Kindergärten und als offene Baustelle organi-sieren.

Um all diese Aktivitäten zu planen und zu koordinieren veranstaltet der Verein in Zusammenarbeit mit der AWO regelmäßig ein „Schusterplatzcafé“, wo sich die NutzerInnen oder Interessierte treffen können.

#### 4. Ressourcen

Wir engagieren uns ehrenamtlich im Verein "Unternehmer/innen für die Nordstadt". Wir bringen dort unsere Kompetenzen ein wie Methoden der Organisationsentwicklung, Projektmanagement, Moderation von Prozessen, Marketing, Fundraising, Netzwerkbildung

Beide Inhaber stellen zusammen rund 800 Stunden zur Verfügung

#### 5. Partner

Unsere aktuellen Aktionen rund um den Schusterplatz werden unterstützt durch den Stadtbetrieb Jugend und Freizeit und durch die Projektmanagerin für Stadtteilarbeit. Wege in die Verwaltung werden dadurch geebnet und vereinfacht (Genehmigungen usw.). Außerdem werden Logistik und Infrastruktur zur Verfügung gestellt.

Wir kooperieren auch mit der AWO. Dort werden Einladungsplakate für das Schusterplatzcafé erstellt und verteilt. Auch der Raum wird von der AWO zur Verfügung gestellt. Die AWO betreibt einen Stadtteilservice mit Langzeitarbeitslosen. Diese helfen bei Veranstaltungen mit.

Einzelne Unternehmer des Vereins stellen ihre Arbeitskraft für die Möblisierung des neuen Platzes und den Ausbau einer Toilette zur Verfügung.

Der Impuls für die Aktivitäten ging von uns aus.

#### 6. Beteiligte aus dem Unternehmen

beide Inhaber engagieren sich, wir haben keine Mitarbeiter

#### 7. Bedeutung des Engagements für das Unternehmen

Das Thema ist in unserem Leitbild verankert. Für uns das gesellschaftliche Engagement Teil unserer Glaubwürdigkeit - auch gegenüber unseren Kunden. Verantwortung zu übernehmen ist für uns persönlich wie auch als Unternehmen nicht nur ein Muss, sondern selbstverständlich.

## 8. Motivation

Wir leben und arbeiten in dem Quartier, für das wir uns engagieren und sind mit ihm seit 20 Jahren verbunden. Angesichts negativer Entwicklungen im Quartier wollten wir etwas bewegen, um dem entgegenzuwirken.

## 9. Wirkung

Erhalt der urbanen Strukturen, Erhalt der nachbarschaftlichen Netzwerke  
Bürgerschaftliches Engagement der BewohnerInnen für ihre Angelegenheiten  
Höheres Verantwortungsbewusstsein der BewohnerInnen für ihren Stadtteil (z.B. Sauberkeit der Straßen, Verhinderung von Vandalismus oder "wie geht es der alten Frau X, wer hat sie gesehen, braucht sie vielleicht Hilfe?"  
Imageverbesserung und -pflege / Darstellung des Quartiers als lebendig, attraktiv und multikulturell  
Gegenmaßnahme zu Leerstand von Wohnungen und Ladenlokalen  
Interkulturelle Kommunikation / zwischen den Generationen, zwischen den verschiedenen Nationalitäten, zwischen verschiedenen sozialen Schichten  
Stärkung der lokalen Ökonomie  
Innovative Lösungen für anstehende Problemlagen (z.B. "Alt werden im Quartier" mithilfe von neuen Technologien oder "Nachbarschaftliche Dienste" über neue Technologien)

## 10. Dauerhaftigkeit

Das Engagement ist

längerfristig bzw. unbefristet angelegt.

## 11. Verhältnis zum Kerngeschäft und der Kernkompetenz

Im Bereich der Organisationsentwicklung ist die Konzeption und Organisation von Beteiligungsprozessen eines unserer Standbeine. Unser Engagement steht damit in direkter Verbindung mit unserem Kerngeschäft und unseren Kernkompetenzen.  
Im Rahmen unserer Unternehmensberatung bieten wir Gründungs- und Festigungsberatung an. Wichtiger Bestandteil sind hier auch Marketingkonzepte. Es gibt also auch eine enge Verbindung.

## 12. Veröffentlichte Informationen zum Engagement

[www.orgberatung.de](http://www.orgberatung.de)  
[www.unternehmen-nordstadt.de](http://www.unternehmen-nordstadt.de)  
[www.dasoelbergfest.de](http://www.dasoelbergfest.de)  
[www.schusterplatz.de](http://www.schusterplatz.de)  
[www.geruechtekueche.de](http://www.geruechtekueche.de)  
[http://www.freiheit-und-verantwortung.de/4\\_5.htm](http://www.freiheit-und-verantwortung.de/4_5.htm)  
wir waren 2005 Preisträger "Kleine Unternehmen". Auf der Internetseite befindet sich ein Film-Kurzportrait  
<http://www.regionale2006.eu/index.php?id=261>  
"Lebendige Unternehmenskultur" war ein Projekt der Regionale 2006. Wir wurden 2004 für unser Engagement geehrt.  
[www.wuppertal.de](http://www.wuppertal.de) / Leben in Wuppertal / Stadtteilprojekte / Nordstadt

[www.corporate-citizenship.nrw.de](http://www.corporate-citizenship.nrw.de)

Corporate Citizenship NRW Nr. 2 Dezember 2003