

Aktivitätsbericht



Projekt Rollout Wirtschaftsförderung 4.0 – Vom First Mover zum Early Follower (WF4.0)

Durchgeführt bei der Wirtschaftsförderung Wuppertal AöR

Lise-Meitner-Str. 13

42119 Wuppertal

Vorstand: Dr. Rolf Volmerig

Projektleitung: Theresa Oesterwinter

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung



Dr. Michael Kopatz

Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie
Forschungsgruppe Energie-, Verkehrs- und Klimapolitik
Döppersberg 19
42103 Wuppertal
0202 2492 - 148 Fax: -250

Hans Haake

Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie
Döppersberg 19
42103 Wuppertal
0202 747564-21

hans.haake@wupperinst.org



Dr. Rolf Volmerig

Wirtschaftsförderung Wuppertal AÖR
Lise-Meitner-Str. 13
42119 Wuppertal
0202 24807 – 20 Fax: -27

Antje Lieser

Wirtschaftsförderung Wuppertal AÖR
Lise-Meitner-Str. 13
42119 Wuppertal
0202 24807 – 25 Fax: -27

Inhalt

Einführung und Zusammenfassung	5
Die Grundidee der WF4.0	5
Die WF4.0 Wuppertal in Zahlen – eine Zusammenfassung	6
Die konzeptionellen Grundbausteine für die Arbeit in Wuppertal.....	7
Die Vision	7
Die Mission	8
Die Positionierung	8
Wuppertal und der kontextuelle Rahmen für die WF4.0.....	10
Verstetigung der Stelle in Wuppertal.....	11
Organisation.....	12
Die Datenbank – Erhebung der Projekte vor Ort.....	12
Einstieg in die Recherche am Vorbild Osnabrück.....	12
Das Ergebnis der Recherche	14
KWIS.net – ein Produkt der Gefak.....	15
Leistungskatalog	16
WF4.0 entdecken	16
Wirtschaftsförderung intern.....	17
Gesamtprojekt.....	17
Kommunikation	17
Beratung und Unterstützung der WF4.0-Initiativen	17
Veranstaltungsplanung	18
Die regionalen Kooperationspartner:innen	18
Der Überregionaler Erfahrungsaustausch	19
Das Peer-to-Peer Learning.....	19
Die Gefak	20
Das WandelWerk.....	20
Praxis	20
Der Einstieg in die praktische Arbeit	20
Corona Pandemie	20
Das Netzwerk: agere – gemeinsam wirken.....	21
Die After-Work-Märkte mit regionalen Produkten	21
Die Wanderausstellung: Urbane Produktion Ruhr	23
Die Location.....	23

Die Ausstellung	24
Die Kooperation	25
Das Programm	27
Beispiele aus der Praxis	29
Der vegan-vegetarische Café- und Catering-Betrieb	29
Der Lieferdienst für regionale Lebensmittel	30
Die solidarische Landwirtschaft in Gründung	30
Das Netzwerk	31
Das SoLaWi-Depot	31
Kommunikation	32
Kommunikationsziele	32
Zielgruppen	32
Budget	33
Kommunikationsinstrumente	33
Printmedien	33
Öffentlichkeitsarbeit	33
Interne Kommunikation	34
Digitales Marketing	35
Stimmen zur WF4.0	43
Quellen	44
Anhang	45
Business Model Canvas	45
Marketingmaterialien zur Wanderausstellung Urbane Produktion in Wuppertal	46
Social-Media-Strategie	48
Pressespiegel für Wuppertal	53
Rückblick Kommunikationsmaßnahmen in 2020	56

Einführung und Zusammenfassung

Die Grundidee der WF4.0

Das Anschlussvorhaben „Rollout Wirtschaftsförderung 4.0: Vom First Mover zum Early Follower“ möchte das in und mit der Stadt Osnabrück in den Jahren von 2016 bis 2019 entwickelte Konzept der Wirtschaftsförderung 4.0 (WF4.0) vor Ort verstetigen, auf die Städte Witten, Witzenhausen und Wuppertal übertragen und damit einen Beitrag zur nachhaltigen Stadtentwicklung leisten.

Das Konzept der WF4.0 stärkt und erweitert die regionalen Wirtschaftsstrukturen. Die Ziele sind dabei der Klimaschutz, ein sparsamer Umgang mit Ressourcen und die Steigerung des regionalen Gemeinwohls. Konkret fördert die WF4.0:

- die urbane und regionale Produktion,
- die Bindung von Warenverkehr und Dienstleistungen an die Region,
- das Teilen von Ressourcen, Produkten und/oder Räumen,
- sowie Kooperationen, Eigeninitiative und Selbsthilfe.

Dabei betrachtet die WF4.0 die gesamte regionale Wirtschaftsstruktur und geht damit über die reine Unternehmensförderung hinaus. Sie fördert eine Vielzahl lokaler Initiativen mit ihren innovativen Geschäftsmodellen, die zur ökonomischen, ökologischen und sozialen Stabilität einer Region beitragen.

Wie solche Geschäftsmodelle gestärkt werden können, damit sie wachsen und bekannter werden, sich vernetzen und einen positiven ökologischen, ökonomischen und sozialen Impact erzeugen, wurde im Laufe des Projektes WF4.0 analysiert und modellhaft in Osnabrück erprobt.

Der vorliegende Bericht ist der Abschlussbericht der Rollout-Projektphase in Wuppertal, die von Januar 2020 bis Dezember 2021 durchgeführt worden ist und stellt die Ergebnisse und durchgeführten Maßnahmen des Projektes dar. Bei Fragen oder Anregungen, stehen die o.g. Ansprechpartner:innen gerne zur Verfügung. Die Struktur des Berichtes orientiert sich an dem Leitfaden zum Starten einer WF4.0, der im Pilotprojekt in Osnabrück erarbeitet wurde.



Die WF4.0 Wuppertal in Zahlen – eine Zusammenfassung



In Wuppertal ist startete das Rollout-Projekt WF4.0 im Januar 2020. Kurz danach (im März 2020) brach das Corona-Virus aus und änderte alle Planungen und Voraussetzungen für das Projekt grundlegend. Dennoch wurde viel erreicht, wie ein Blick in die nebenstehende Abbildung „Die WF4.0 in Zahlen“ zeigt.

In Ergänzung zu den anderen Kolleg:innen, wurde die WF4.0-Managerin bei Ausbruch des Corona-Virus auf der Website der Wirtschaftsförderung Wuppertal als Ansprechpartnerin für Vereine und Initiativen aufgenommen, sodass entsprechende Vertreter:innen bei Fragen zur Beantragung der Soforthilfen einen Kontakt hatten. Insgesamt wurden 7 Einzelfälle begleitet und beraten.

Aufgrund der anfänglichen Verwirrungen und anschließenden Einschränkungen, die die weltweite Pandemie mit sich brachte konnten insgesamt natürlich weniger Termine und Pläne umgesetzt werden, als es in der Planung vorgesehen war. Dennoch fanden 76 Beratungs- und Vernetzungstermine mit verschiedenen Initiativen aus Wuppertal statt, gab es 5 Anfragen für Praktika von denen ein Tages- und ein Vollzeitpraktikum durchgeführt wurden, fanden 4 eigene Veranstaltungen statt, wurden 12 Vorträge bei externen Veranstaltungen gehalten um das Projekt nach außen hin zu repräsentieren und wurde das Projekt 18 mal in der lokalen Presse erwähnt. Über die Pressearbeit hinaus wurden 56 Tipps zu regionalem, nachhaltigem und gemeinwohlorientiertem Leben in Wuppertal über die sozialen Medien verteilt und insgesamt 7 neue Formate in der Öffentlichkeitsarbeit für das Projekt eröffnet (Bsp. alternativer Stadtplan, projektbezogene Website, Facebook-Seite, Erklärvideos). Wirtschaftsförderungsintern wurden 10 verschiedene Themen begleitet und angestoßen: Neben der Einführung eines CRM-Systems wurde mittels einer Mitarbeiter:innenbefragung ein Entwurf für ein Onboarding-Dokument neuer Mitarbeiter:innen erarbeitet und ein Übersichtsdokument für alle Corona-Unterstützungsangebote abseits Darlehen entwickelt, das den WF4.0-Initiativen zur Orientierung dienen sollte.

Außerdem wurde die WF4.0-Managerin Teil der Jury für das Sofortprogramm Barmen Werth (Wuppertaler Umsetzung des Sofortprogramms des Landes NRW zur Rettung der Innenstädte).

Andere interne Themen wurden dort begleitet wo es gewollt war und Sinn gemacht hat. Beispiele hierfür sind eine durch die WF4.0-Managerin implementierte interne Runde zum Thema Einzelhandel sowie die Erarbeitung von alternativen Ideen zu Weihnachtsmärkten für den Winter 2020, der im Lockdown eine klassische Öffnung der Weihnachtsmärkte in den Innenstädten nicht zuließ. Und abschließend ergab die Recherche eine Datenbank mit insgesamt 357 Einträgen zum Thema WF4.0.

Die konzeptionellen Grundbausteine für die Arbeit in Wuppertal

Grundlegend ist es wichtig vor Beginn einer (Projekt-) Arbeit die Vision, die Mission und die Positionierung des jeweiligen Projektes zu benennen. Die Vision bezieht sich dabei auf Langzeitziele, gibt eine Richtung vor und beantwortet die Frage nach dem „Wofür?“. Sie ist damit Antwort auf ein konkretes Problem/Misstand. Die Mission leitet sich aus der Vision ab und ist ihre Umsetzung. Eine Mission erklärt den gesellschaftlichen Nutzen der Arbeit und zeigt Alleinstellungsmerkmale. Abschließend ist die Positionierung des Projektes wichtig, damit einer Vielzahl von individuellen Verständnisformen aller Beteiligten über die Bedeutung des Projektes entgegengewirkt werden kann. Mithilfe eines Workshops der im Januar 2020 in Wuppertal durchgeführt wurde, wurden diese drei Vorüberlegungen konkretisiert und festgehalten.

Die Vision

Zur Definition der Vision der WF4.0 in Wuppertal wurden im Workshop folgende Fragen gestellt und mit Hilfe des Projektantrags beantwortet:

1. Welches Problem/welchen Misstand löst die WF4.0?

Sensible Reaktion von städtischen Strukturen auf exogene Veränderungen (konjunkturell, branchenspezifisch, klimatisch, Exportschwankungen).

2. Welches hohe Ziel in der Zukunft soll erreicht werden?

Systematische Stärkung der Regionalwirtschaft um gleichzeitig Klimaschutz, sparsame Ressourcennutzung und Stärkung des Gemeinwohls voranzutreiben.

3. Wofür will die WF4.0 in Wuppertal zukünftig stehen?

WF4.0 ist eine (grüne/soziale) Form der Wirtschaftsförderung.

4. Wie will die WF4.0 dort stehen?

Als freundliche, kompetente, vernetzte Ansprechpartnerin bei allen Fragen zu Gründung, Netzwerk, Urban Produktion, Sharing Economy, etc. (aufsuchender Ansatz, niedrighschwellig zugänglich).

5. Was will die WF4.0 dort tun?

Beraten, verbinden, vermarkten, Impulse geben

6. Wann will die WF4.0 dort sein?

Nach spätestens 2 Jahren Projektlaufzeit.

Auf Basis dieser Antworten wurde folgende **Vision** für die WF4.0 in Wuppertal ausformuliert:

„Eine Wirtschaft in Wuppertal, die sich dauerhaft von innen heraus stärkt und weiterentwickelt und daraus wächst. Eine solche Wirtschaft ist klimafreundlicher, ressourcenschonender und stärkt den Zusammenhalt innerhalb der Gemeinschaft.“

Die Mission

Zur Definition der entsprechenden Mission wurden weitere Fragen gestellt und mithilfe der Informationen des Projektantrags beantwortet:

1. Was tut die WF4.0?

Systematische Förderung der Regionalwirtschaft durch das Fördern von:

- Urbaner Produktion
- Bindung von Warenverkehr an die Region
- Teilen von Ressourcen, Produkten, Räumen
- Kooperationen, Nachbarschaft, Selbsthilfe

2. Warum tut die WF4.0 das?

Um dem, in der Arbeit zur Vision formulierten Problem (Frage 1), entgegenzutreten und die Resilienz in der gesamten Wirtschaftsstruktur zu erhöhen und dadurch:

- Arbeitsplätze im Einzelhandel zu sichern
- Einzelhandel gegenüber dem Online-Handel zu stärken
- Gemeinwohl der Stadt zu fördern

3. Für wen tut die WF4.0 etwas?

Stadt, gesamtes gesellschaftliches Gefüge, Beratung aber vor allem für innovative Initiativen, die mit ihrem Geschäftsmodell zur Erreichung des Ziels beitragen.

4. Was ist der gesellschaftliche Nutzen der WF4.0?

Die WF4.0 wirkt gegen anteilnahmsloses Ohnmachtsgefühl, das nicht selten zu einem Rechtsruck führt, wer mitbestimmt fühlt sich zugehörig und gehört. Die WF4.0 stärkt Gemeinwohl, Gemeinschaft, Sozialkapital, Ehrenamt, soziale Netzwerke, Nachbarschaft (-shilfen), WGs, Engagement → Zusammenhalt in Wuppertal. Die WF4.0 wirkt gegen Armut und für Bildung (erhöht und erhält Wissen), sowie für ein Bewusstsein für regionale und globale Zusammenhänge.

Auf Basis dieser Antworten wurde folgende **Mission** für die WF4.0 in Wuppertal ausformuliert:

„Durch regionales Fördern die wirtschaftliche Zukunft von Wuppertal sichern!“

Die Positionierung

Zur **Positionierung** wurden in diesem Workshop folgende Fragen gestellt und entsprechend beantwortet:

1. Was würden Interessierte tun, wenn es die WF4.0 nicht gäbe? (Konkurrierende, vergleichbare Alternativen setzen hier den Maßstab)

WF4.0 Tätigkeitsfeld „Beratung“:

IHK, HWK, Startercenter, Agentur für Arbeit, Banken, bizeps Gründungsberatung der Uni, Freiraum Innovationslabor, Gründer- und Technologiezentrum Solingen, W-tec, Netzwerke in der Stadt, Steuer- und Finanzberater, etc.

- ➔ Interessierte könnten sich die Beratung bei einem der vielen anderen kostenfreien Anbietern in der Stadt/Region holen.

WF4.0 Tätigkeitsfeld „Stadtmacher:innen & Netzwerk“:

Es gibt unzählbare Initiativen in denen sich Engagierte bereits organisieren, Facebook-Gruppen, Veranstaltungen (auch von allen, die Beratung anbieten) zu Informationen & zur Planung von Neuem, runde Tische, agile Netzwerk, Initiativen untereinander, Wirtschaftsuni, enactus, Stadt Wuppertal, etc.

- ➔ Interessierte würden - und das tun sie auch schon - selbst tätig werden.

WF4.0 Tätigkeitsfeld „Wirtschaftsförderung“:

Bereich Nachhaltigkeit bei der Stadtverwaltung, Osnabrück – Witten – Witzhausen als Ansprechpartner:innen für Informationen rund um die WF4.0 und deren Etablierung in einer Stadt, Wuppertal Institut, Think Tanks, Leuchtturmprojekte als Best Practice aufnehmen, unzählige andere Initiativen in der Stadt (wie Stadtmacher)

- ➔ Wirtschaftsförderungen könnten sich über ähnliche Konzepte (möglicherweise unter anderem Namen aber mit ähnlicher Zielsetzung) auch woanders informieren und Inspiration zur Umsetzung und Implementierung im Stadtgeschehen erhalten. Gerade städtische Institutionen könnten ggf. auch von Externen in die Richtung gedrängt werden (Fridays for Future, Greenpeace, etc. stellen Forderungen, unterschreiben Petitionen, wollen zum Handeln zwingen)

WF4.0 Tätigkeitsfeld „Kommunikation“:

Wuppertal Marketing, eigene Kanäle (Social Media, Print, etc.), eigene Netzwerkarbeit

2. Was sind eindeutige Merkmale der WF4.0? (Merkmale und Fähigkeiten, die andere gar nicht oder schlechter anbieten)

- Verankerung in der Wirtschaftsförderung der Stadt
- Größeren Hebel klassische Wirtschaftsförderung von Anfang an mitzunehmen und WF4.0 zu einem Thema werden zu lassen, dass in die Planung und Förderung des gesamten Wirtschaftsgeschehens in der Stadt einbezogen wird
- Kostenloses Beratungsangebot
- Schnittstelle Stadt/Behörden und nachhaltiger, regionaler Wirtschaft
- Schnittstelle Themen klassischer Wirtschaftsförderung und nachhaltiger, regionaler Wirtschaft (Flächen, Marketing, Förderung, ...)
- Zusammenarbeit mit Forschungsinstitut, das ein allgemeingültiges Handlungskonzept erstellt, um die Anwendung des Konzeptes WF4.0 in anderen Städten zu vereinfachen

3. Was ist der Wert für die Interessierten? (der Mehrwert, der ihnen hilft ihre Ziele zu erreichen)
 - Eine Beraterin, die sich sehr gut mit den Interessierten identifizieren kann und ihre Stelle (und die damit einhergehenden kürzeren Wege zur Bürokratie) gerne dazu nutzt die sperrigen bürokratischen Dinge näherzubringen
 - Eine Beraterin, die ganz neu im Feld ist und daher noch keine vorgeschriebenen Meinungen etc. hat, die offen ist und mit der Interessierte neu denken können (von der Planung eines Projektes, bis hin zur Umsetzung von visionären Ideen)
 - In Zukunft: New Work und Strategie zur Organisation und Führung von UN, Werte und Visionen gemeinsam entwickeln
 - Zielerreichung näherkommen, Hand in Hand mit der Wirtschaftsförderung und damit auch der Stadt
 - Blick der Wirtschaftsförderung hat sich in ihre Richtung geöffnet, jetzt sollen sie als gleichwertige Wirtschaftsformen mit gefördert werden – nicht nur klassisches Gewerbe

4. Welche ist die beste Zielgruppe der WF4.0? (Maßnahmen auf die konzentrieren, die den Wert der WF4.0 sofort verstehen)
 - Gründer:innen
 - alle, die mit ihrem Projekt regional Nachhaltigkeit & Zusammenhalt unterstützen wollen
 - Stadtmacher:innen
 - Wirtschaftsförderungen in anderen Städten
 - Forschungsinstitute und Think Tanks, Zukunftsgestalter:innen

Zusätzlich zu diesen Vorüberlegungen wurde ein Business Model Canvas für die WF4.0 in Wuppertal ausgefüllt und diente so zur weiteren Orientierung (das fertige Modell findet sich im Anhang).

Wuppertal und der kontextuelle Rahmen für die WF4.0

Wuppertal gilt als Hauptstadt des Bergischen Städtedreiecks aus Remscheid, Solingen, Wuppertal. Die Bergische Metropole hat Stand 31.12.2020 rund 362.000 Einwohner:innen, was sie zur 17. größten Stadt in Deutschland macht. Geografisch liegt Wuppertal in der Mitte von

Rhein und Ruhr und somit zentral in einer der wichtigsten Wirtschaftsregionen Europas (Wirtschaftsförderung Wuppertal AÖR, abgerufen am 14.12.2021).

Wuppertal: Statistische Kenndaten

Fläche in km ²	168,4
Wohnbevölkerung	361.157 EinwohnerInnen
Einwohner in km ²	2.140
Beschäftigte am Arbeitsort	125.910
Bruttoinlandsprodukt in Mio. €	13.061
Bruttoinlandsprodukt in € je Erwerbstätigen	76.275
Exportquote	57,5%
Produzierendes Gewerbe	25,64%
Dienstleistungssektor	53,39%
Existenzgründer	2.311
Pendlersaldo	3.477
Gewerbesteuer Hebesatz	490
Grundsteuer B	620



Abbildung 1 Statistische Kenndaten Wuppertal (Quelle: Gewerbemarktreport; Wirtschaftsförderung Wuppertal; 2019/2020)

Auf organisationaler Ebene war die WF4.0 in Wuppertal bei der Wirtschaftsförderung eingegliedert. Die lokale Wirtschaftsförderung ist als „Wirtschaftsförderung Wuppertal AÖR“, also als Anstalt öffentlichen Rechts organisiert. Das bedeutet, dass sie 100% Tochter der Stadt



Abbildung 2 Screenshot Website Wirtschaftsförderung

Wuppertal ist, aber nicht zur Stadtverwaltung im engeren Sinne zählt, wie es in anderen Kommunen oft der Fall ist. Insgesamt arbeiteten während der Projektlaufzeit 22 Mitarbeitende bei der Wirtschaftsförderung in Wuppertal.

Diese beschäftigen sich mit ganz unterschiedlichen Themenfeldern, darunter fallen: die Gewerbeflächenentwicklung, die Investorenbetreuung in den Bereichen Immobilien für Produktion und Logistik, Einzelhandels- & Büroimmobilien sowie Wohnimmobilien, Bauberatung, die Begleitung von Wuppertaler Unternehmen in die Digitalisierung, der Ausbau des Glasfasernetzes in Wuppertal, die Fachkräftesicherung in Wuppertal, Beschäftigungsförderung, Gründungsberatung, Fördermittelberatung und die Digitalisierung des stationären Einzelhandels.

Verstetigung der Stelle in Wuppertal

Die Umsetzung der WF4.0 in Wuppertal war ein voller Erfolg. Das konnte auch über die Interviewreihe, die das Wuppertal Institut zum Ende des Projektes unter den WF4.0-Initiativen

durchgeführt hat bestätigt werden. Aus diesem Grund möchten Stadt und Wirtschaftsförderung die Themen gerne weiterführen, die genaue Ausgestaltung dessen ist aber zum Zeitpunkt der Verfassung des vorliegenden Berichts noch unklar, daher wird die Projektstelle zu diesem Zeitpunkt vorerst nicht verlängert.

Organisation

Die Datenbank – Erhebung der Projekte vor Ort

Einstieg in die Recherche am Vorbild Osnabrück

Wuppertal war die erste Stadt, die im Januar 2020 eine neue Mitarbeiterin zur Umsetzung der WF4.0 eingestellt hat. So konnte die Bearbeitung der WF4.0 direkt zu Jahresbeginn starten. Zu diesem Zeitpunkt also noch ohne Austauschmöglichkeit zu den Mitarbeiter:innen der anderen neuen Partnerstädte, wurde das Vorgehen für den Einstieg stark an der Vorgehensweise aus Osnabrück orientiert. Die im Pilotprojekt erstellten Mindmaps dienten als Orientierungspunkt für eine erste Recherche:

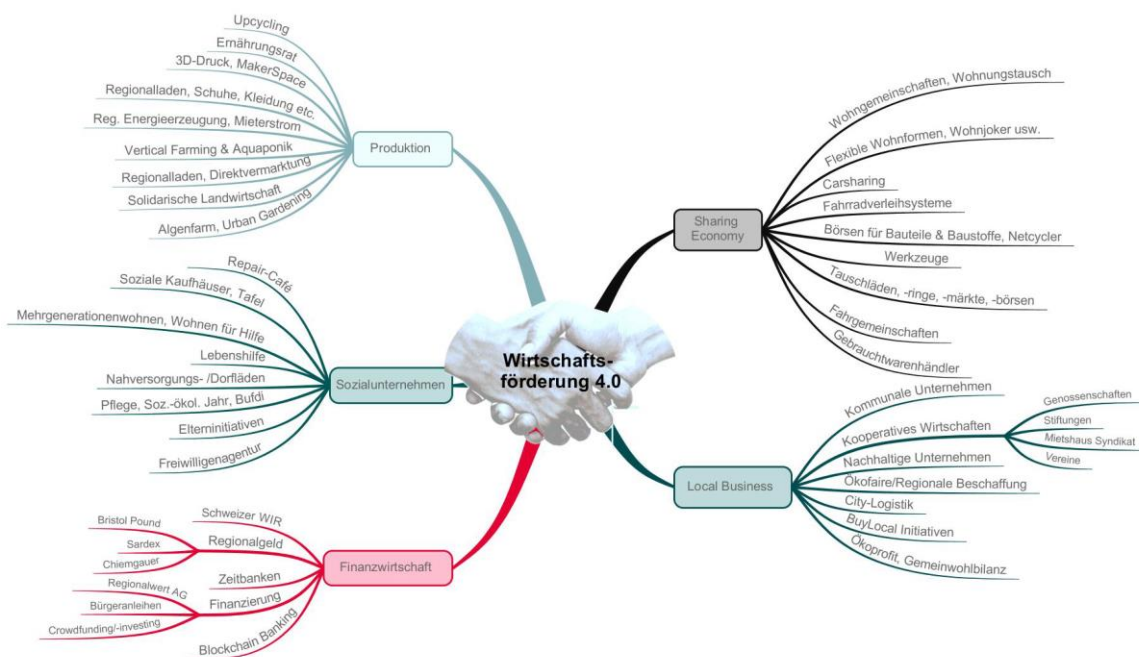


Abbildung 3 Mindmap allgemein (Quelle: Projektantrag Wuppertal Institut)



Abbildung 4 Mindmap Osnabrück spezifisch (Quelle: Abschlussbericht Stadt Osnabrück)

Da bei der Wirtschaftsförderung Wuppertal zu diesem Zeitpunkt kein CRM-System¹ genutzt wurde das eine einheitliche Datenbank für alle Mitarbeitenden zu Verfügung stellt, konnte entlang der übersichtlichen Struktur dieser Mindmaps mittels einer Desktoprecherche ein Einblick in die WF4.0-Landschaft Wuppertals gewonnen werden.

Sämtliche Rechercheergebnisse wurden also in einer für das Projekt angelegten Excel-Tabelle gesammelt und legten so den Grundstein für die Datenbank. Neben den klassischen Kontaktdaten, wie Adresse, Ansprechpartner:in, Öffnungszeiten und Homepage, sind in dieser Datenbank auch weitergehende relevante Informationen, wie z.B. die Follower:innen-Zahlen auf verschiedenen sozialen Medien oder eine geplante Eintragung auf einem alternativen Stadtplan, der die WF4.0-Initiativen abbilden soll, vermerkt worden. Gerade die Follower:innen-Zahlen können natürlich nicht wirklich tagesaktuell gehalten werden, helfen

¹ „Customer Relationship Management (CRM) ist zu verstehen als ein strategischer Ansatz, der zur vollständigen Planung, Steuerung und Durchführung aller interaktiven Prozesse mit den Kunden genutzt wird. CRM umfasst das gesamte Unternehmen und den gesamten Kundenlebenszyklus und beinhaltet das Database Marketing und entsprechende CRM-Software als Steuerungsinstrument.“ (Gabler Wirtschaftslexikon, abgerufen am 16.11.2021)

aber bei der Priorisierung, wenn es bspw. um die Auswahl von ersten Multiplikator:innen geht, die wiederum dabei helfen können das Angebot der WF4.0 unter den aktiven Initiativen zu verbreiten.

Das Ergebnis der Recherche



Kategorisiert nach den vom Wuppertal Institut vorgelegten Kategorien der WF4.0, Produktion, Local Business, Sozialunternehmen, Sharing Economy und Finanzwirtschaft, ergab die Erhebung bestehender Initiativen und Projekte in Wuppertal folgende absolute Zahlen:

- 143 Produktion
- 80 Local Business
- 32 Sozialunternehmen
- 27 Sharing Economy
- 1 Finanzwirtschaft

Zusätzlich:

- 18 Best Practice
- 56 Sonstige (wie z.B. mögliche Raumgeber:innen, engagierte Privatpersonen (sog. Change Agents) aus Wuppertal, Multiplikator:innen, Stadtentwicklungslabore, andere Transformationstreiber, etc.)

[Anmerkung: Es gibt ein weitaus größeres Angebot in Wuppertal und Umgebung, diese Ergebnisse erheben daher keinen Anspruch auf Vollständigkeit, sondern bieten vielmehr einen Einblick in den Wissens-/Dokumentationsstand zum Ende der Projektlaufzeit.]

Bei einer Gesamtzahl von 357 Datenbankeinträgen bedeuten diese Zahlen, dass ca.:

- 40% der Einträge auf den Bereich Produktion,
- 22% der Einträge auf den Bereich Local Business,
- 9% der Einträge auf den Bereich Sozialunternehmen,
- 8% der Einträge auf den Bereich Sharing Economy und
- 0,3% der Einträge auf den Bereich Finanzwirtschaft entfallen.

Zusätzlich:

- 5% der Einträge in die Kategorie Best Practice und
- 16% der Einträge in die Kategorie Sonstige zu zählen sind.

KWIS.net – ein Produkt der Gefak

Status	Unternehmen	Matchcode	Straße	PLZ	Ort	Homepage	Telefon	Beschäftig.	Umsatz	E-Mail	Gemeinde
	- Denn's Biomarkt -	denn's Biomarkt	Hoeffstr. 4	42103	Wuppertal	https://www.denns-biomarkt.de/	+49 202 25 73.				Wuppertal, Stadt
	/devtal e.V.	devtal	Mirkerstr. 48	42105	Wuppertal	https://www.devtal.de/blog/repair...				reparaturcafe@devtal.de	Wuppertal, Stadt
	3F* Werbeagentur GmbH	3F* Werbeagent.	Roonstrasse 12	42115	Wuppertal		+49 202 3150.			info@3f-werbeagentur.de	Wuppertal, Stadt
	52 für 42 e.V. i. G.	52 für 42	Simonsstr. 7	42117	Wuppertal	https://bilo-kuepper.de/52-fuer...	+49 202 49 60.			52fuer42@bilo-kuepper.de	Wuppertal, Stadt
	ach so e.V.	achso e.V. Dinsl.	Duisburger Str. 50	46535	Dinslaken	https://achso-dinslaken.de/				info@achso-dinslaken.de	Dinslaken, Stadt
	agere - gemeinsam wirken	agere	Moritzstr. 14	42117	Wuppertal	https://agere-gw.de/	+49 202 2705.			info@agere-gw.de	Wuppertal, Stadt
	AKTION V Werbeagentsch.	AKTION V Werb.	Kaiserstr. 40	42329	Wuppertal	www.aktion-v.de	+49 202 7582.			info@aktion-v.de	Wuppertal, Stadt
	alpha e.V.	alpha e.V. Frauk.	Heinz-Kluncker-Str. 4	42285	Wuppertal	https://www.alphaev.de/angebot...	+49 202 31 72.	25		mail@alphaev.de	Wuppertal, Stadt
	Alte Feuerwache Wuppertal g.	Alte Feuerwache	Gathe 6	42107	Wuppertal	https://www.altefeuerwache-wu...	+49 202 24 51.				Wuppertal, Stadt
	Andreas Biller	Andreas Biller	Horather Str. 135a	42111	Wuppertal	https://bauern-in-wuppertal.de/a...	+49 202 70 92.			andibiller@fycos.de	Wuppertal, Stadt
	Anja Weidner + Sacha Thung.	Anja Weidner +...	Lilienstr. 39B	42369	Wuppertal	www.efe.de	+49 202 7475.	25	2.530		Wuppertal, Stadt
	Arbeiterwohlfahrt Kreisverband.	Quartierbüro Soz.	Heckinghauser Str. 196	42289	Wuppertal	https://www.qbhh.de/				info@qbhh.de	Wuppertal, Stadt
	Auer Schule	Auer Schule	Friedrich-Engels-Allee 185	42285	Wuppertal	https://www.auerschule.de/	+49 202 61 19.			info@auer-schule.de	Wuppertal, Stadt
	Aufbruch am Arrenberg e.V.	Aufbruch am Ar...	Fröbelstr. 1a	42117	Wuppertal	http://www.aufbruch-am-arrenb...				info@aufbruch-am-arrenb...	Wuppertal, Stadt
	August Bürger Haus	August Bürger H.				keine Seite					- keine Zuordnung
	Avola GmbH	Moretti Caffè	In der Fleute 52	42389	Wuppertal	https://www.avola-coffeeystem...	+49 202 2606.	8	1.324	info@avola-gmbh.de	Wuppertal, Stadt
	AWG Abfallwirtschaftsgesells.	AWG Wuppertal	Korzert 15	42349	Wuppertal	https://www.awg-wuppertal.de/privat...	+49 202 40 42.			awg@awg-wuppertal.de	Wuppertal, Stadt
	Bäckerei + Vollkornmühle My...	Bäcker Myska	Brüller Str. 1 g	42103	Wuppertal	http://www.baecker-myska.de/	+49 202 30 13.			post@baecker-myska.de	Wuppertal, Stadt
	Backstube Hösterey	Backstube Höste...	Friedrich-Ebert-Str. 104	42117	Wuppertal	https://www.facebook.com/Back...	+49 202 30 61.			info@efefe.de	Wuppertal, Stadt
	Backstube Rosales	Backstube Rosal...	Fahrenscheidt 1	42555	Velbert	http://www.oerkhof.de/html/brot...					Velbert, Stadt
	Barmer Bienezuchtverein	Barmer Bienez...	Vereinsheim Insterburger S.	42277	Wuppertal	https://bzv-barmen.de/index.htm...				cz@bzv-barmen.de	Wuppertal, Stadt
	Bauern in Wuppertal	Bauern in Wupp...		42369	Wuppertal	https://bauern-in-wuppertal.de/i...				info@bauern-in-wuppertal.de	Wuppertal, Stadt
	Bauernhof Meinma	Bauernhof Meins...	Wuppertal 367	426R3	Solinooen	https://bauernhof-meinma.de/b...	+49 212 59 14.			knut.meinma@k-online.de	Solinooen, Klimages

Abbildung 5 Screenshot der Daten in KWIS.net (Zugriff: 15.11.2021)

Der Projektantrag sieht vor, dass die Wirtschaftsförderung Osnabrück in Zusammenarbeit mit dem Projektpartner Gefak eine Kartierung der WF4.0-Initiativen erarbeitet und veröffentlicht. Hierzu bietet die Gefak ihr Produkt KWIS.public an, zu dessen Nutzung aber auch das CRM-System KWIS.net benötigt wird. Da in Osnabrück aber ein anderes CRM-System in Gebrauch ist, konnte die Wirtschaftsförderung Osnabrück dieses Angebot nicht wie geplant wahrnehmen. Als Resultat wurde die von der Gefak versprochene Projektbeteiligung auch für die übrigen Partnerstädte geöffnet. Die Städte Witten und Witzenhausen zeigten kein Interesse an der Einführung eines solchen Systems. Lediglich bei der Wirtschaftsförderung Wuppertal standen seit geraumer Zeit Überlegungen zur Implementierung eines CRM-Systems im Raum, sodass Interesse an einer testweisen Einführung von KWIS.net geäußert wurde. Nachdem also alle fördermittelbezogenen Formalitäten und Ersatzangebote geklärt waren, konnte die Einführung des Systems in Wuppertal beginnen. Anfang November wurden dann einige Mitarbeitende aus Wuppertal im Umgang mit dem Programm geschult und 3 Testlizenzen über die Projektmittel erworben. Die bisher in einer Excel-Tabelle organisierten Daten über die WF4.0-Initiativen mussten nach Freigabe der Lizenzen so aufgearbeitet werden, dass sie in das Programm KWIS.net überführt werden konnten, ohne dabei Informationsverlust zu erleiden. Nachdem die

Daten also zum Jahreswechsel in das neue Datenmanagementsystem übertragen waren, konnte erstmals mit dem neuen Produkt gearbeitet werden.

Gleichzeitig zu diesem kurzen Prozess, der mit den vergleichsweise wenigen Daten aus dem Projekt WF4.0 recht zügig von statten ging, hat sich innerhalb der Wirtschaftsförderung Wuppertal um den Vorstand ein Arbeitskreis gebildet, der sich um die Einführung des Programmes für die gesamte Organisation kümmerte. Die WF4.0-Managerin stand für Fragen, externe Termine und interne Besprechungen zur Verfügung und teilte ihre kurzen Erfahrungen mit den Kolleg:innen. Je weiter der Einführungsprozess fortschritt, desto weniger waren die Kolleg:innen auf das Feedback der WF4.0-Managerin angewiesen, vor allem auch weil ganz andere Themen als die Funktionalität wichtig wurden. Das größte Thema war die zeitnahe Kontaktsicherung des aktuellen Vorstands, der am 31.12.2021 in den Ruhestand gehen wird. Die Implementierung von KWIS.net erhielt nochmal einen neuen Schwung, als Anfang August ein neuer Kollege seine Stelle als Digital Transformation Manager bei der Wirtschaftsförderung antrat. Seit diesem Zeitpunkt gibt es einen festen Verantwortlichen, der sich aktiv um die strukturierte Einführung des Programms für alle 22 Mitarbeitenden kümmert.

Fazit:

Aus Sicht der WF4.0 gibt es zwei Betrachtungsweisen auf die Einführung. Zum einen ist eine Nutzung des CRM-Programms als einzelne Person erstmal nicht besonders sinnvoll, wenn die Informationen über Kontakte etc. nicht mit anderen Kolleg:innen, die ein ähnliches Thema bearbeiten, geteilt werden können. Zum anderen ist es natürlich sinnvoll die Themen und Inhalte bereits während der Projektlaufzeit im Programm zu speichern und zu hinterlegen. Vor allem auch mit Blick auf die Unsicherheit über die Verstetigung der Projektstelle ist so dafür gesorgt, dass das was die WF4.0-Managerin mit den Initiativen umgesetzt und besprochen hat auch bei Nicht-Verlängerung für die Kolleg:innen der Wirtschaftsförderung Wuppertal bereitsteht.

Leistungskatalog

Um zu Beginn der Projektlaufzeit ein Leistungsangebot auf der Website festhalten zu können, wurde sich an den Ergebnissen aus Osnabrück orientiert. Gleichzeitig war es der WF4.0-Managerin elementar wichtig den Wuppertaler Initiativen deutlich zu machen, dass das Angebot der WF4.0 sich individuell an IHRE Bedürfnisse anpassen möchte. Weder die Wirtschaftsförderung noch die Wissenschaftler:innen hinter dem Konzept des Projektes können ja vorhersehen was die Initiativen in ihrem Alltag beschäftigt. Daher wurde dieses Angebot in den persönlichen Gesprächen und Terminen immer und immer wieder betont, um die Initiativen dazu zu ermutigen ihre wahren Unterstützungbedarfe zu äußern. Feststellung hier: so ein freies Angebot von Unterstützung kann auch überfordernd wirken, daher die Empfehlung definitiv grundlegende Angebote festzuhalten die in der Kommunikation veröffentlicht und genutzt werden können. Über den Verlauf der Projektzeit hinweg haben sich einige Aufgaben herauskristallisiert, die in Wuppertal in der Retrospektive als Leistungen der WF4.0 definiert werden können:

WF4.0 entdecken

- Recherche der WF4.0-Initiativen in der Stadt
- Aufbau einer Datenbank

Wirtschaftsförderung intern

- Interpretation und Verständnis des WF4.0-Kozeptes auf eigene Lokalspezifika beziehen und laufend anpassen (Theorie – Realitätsabgleich), auf gemeinsames lokales Verständnis einigen
- Interne Themen der Wirtschaftsförderung begleiten, Anknüpfungspunkte zur WF4.0 suchen
- Tätigkeiten dokumentieren und abspeichern um Berichte daraus fertigen zu können, um ggf. Impact der WF4.0 und Veränderungen der Themen im Verlauf der Zeit wahrnehmen zu können, um Anknüpfungspunkte für Kolleg:innen sichtbarer zu machen
- Veranstaltungsbesuche, die mit den Themenfeldern Nachhaltigkeit, regionale Wirtschaft, die Wirtschaft von morgen, Stadtentwicklung, Digitalisierung, Einzelhandel (-entwicklung), Kreislaufwirtschaft, etc. zusammenhängen um das eigene Verständnis und die eigene Vision stetig weiter auszubilden
- Verstetigung und Verankerung der WF4.0-Stelle in der Wirtschaftsförderungsgesellschaft und der Stadtverwaltung voranbringen

Gesamtprojekt

- Kooperation, Austausch mit den anderen Partnerstädten
- P2P-Learning-Prozess mit den beteiligten Projektpartner:innen
- Besuche in den Partnerstädten
- Gemeinsames Aufbereiten von und Lernen aus Erfahrungen
- Reporting an die Projektpartner:innen für wissenschaftliche Begleitforschung

Kommunikation

- Steigerung der Bekanntheit und Präsentation des Projektes, des Projektfortschritts sowie des Beratungsangebotes des Projektbüros in der Stadt und unter den Initiativen
- Kreative Formate zur Sichtbarmachung der Initiativen unter den Bürger:innen einer Stadt konzeptionieren und durchführen
- Betreuung einer Website
- Betreuung einer Facebook-Seite
- Betreuung einer Social-Media-Kampagne
- Präsentation der WF4.0 bei externen Veranstaltungen und Vernetzungstreffen

Beratung und Unterstützung der WF4.0-Initiativen

- Unterstützung und Beratung der Unternehmen und Initiativen zum Thema Kommunikation
- Individuelle persönliche Treffen mit einzelnen Initiativen zum Kennenlernen und Verorten ihrer Unterstützungsbedarfe und entsprechender Unterstützungsmöglichkeiten

- Proaktive Ansprache der Initiativen, wenn Information über Unterstützungsbedarfe über Dritte kommt (z.B. Zeitungsartikel, Besprechungen etc.)
- Unterstützung und Beratung der WF4.0-Initiativen bei ihren alltäglichen Herausforderungen über:
 - o Vernetzung (mit Gleichgesinnten, Stadtverwaltung, Raumgeber:innen, etc.)
 - o Umfragen gestalten, Wissen in Erfahrung bringen
 - o Entwicklung Value Proposition mit Initiativen
 - o Begleitung von Strukturierungsprozessen
 - o Entwicklung neuer Geschäftskonzepte
 - o Suche nach geeigneten Flächen oder Räumen
- Förderprogramme kennen, wenn nötig auch proaktiv ankündigen und bei Beantragung unterstützen
- Entwicklung von Veranstaltungskonzepten sowie Planung und Umsetzung dieser für und mit Initiativen

Veranstaltungsplanung

- Konzeptionierung, Planung und Umsetzung von eigenen Veranstaltungen
 - o Programmplanung
 - o Organisation und Begleitung von Vortragsreihen
 - o Organisation und Begleitung von Workshop-Reihen
- Kooperationspartner finden und gemeinsame Aktionen koordinieren

Die regionalen Kooperationspartner:innen

Über die Arbeit im Projekt WF4.0 sind einige konkrete Kooperationen mit Wuppertaler:innen entstanden (siehe Kapitel „Praxis“), es sind jedoch auch zahlreiche mögliche Multiplikator:innen als Ergebnis der Recherche herausgekommen, die noch nicht aktiv in die Arbeit eingeflossen sind. Die folgende Abbildung soll das Feld der möglichen und aktiven Netzwerk- und Kooperationspartner:innen darstellen. Die Länge der Liste zeigt wie viel im Projekt bereits passiert ist und welche Perspektiven die WF4.0 mit einer entsprechenden Verankerung mit den möglichen Partner:innen noch offenstehen!

NETZWERK- UND KOOPERATIONSPARTNER:INNEN

MÖGLICHE MULTIPLIKATOR:INNEN

Bergische Universität Wuppertal

Interessen- und Standortgemeinschaften (ISGs)
Interessensgemeinschaften (IGs)
Werbegemeinschaften

Industrie- und Handelskammer (IHK)
Handwerkskammer (HWK)
Deutscher Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA)

Stadt Wuppertal

WUPPERTALER NETZWERK MULTIPLIKATOR:INNEN & PRAXISPARTNER:INNEN

Aufbruch am Arrenberg e.V.

BOB CAMPUS

Forum für soziale Innovation

org.Beratung

Unternehmer/innen für die Nordstadt e.V.

Wuppertal Marketing GmbH

Zentrum für gute Taten

agere Netzwerk

Bergische Struktur- und Wirtschaftsförderungsgesellschaft

bliggit

Der Paritätische Wuppertal

Gemeinwohlstipendium // Utopiastadt

Karte von morgen

Lebendige Landwirtschaft

Neue Urbane Produktion // Utopiastadt

Online City Wuppertal

Tag des guten Leben

vernetzte Privatpersonen

Zukunftskreis Nachhaltigkeit hoch 3

Der Überregionaler Erfahrungsaustausch

Das Peer-to-Peer Learning

Im Rahmen des Peer-to-Peer Learnings (P2P)² gab es einen intensiven Erfahrungsaustausch mit den anderen Partnerstädten im Projekt. Anders als im Projektantrag geplant, beschränkte sich das P2P nicht nur auf die jeweils 2 Shadowing- und Mentoring-Besuche zwischen Osnabrück und den Partnerstädten. Stattdessen hat die Corona-Pandemie Deutschland in eine Art Zwangsdigitalisierung katapultiert, sodass plötzlich viele digitale Kommunikationsmöglichkeiten entstanden, die es zuvor so im alltäglichen Gebrauch nicht gab.

Für das Gesamtprojekt und das P2P bedeutete das konkret: ein Jour Fixe mit allen Beteiligten pro Monat und ein informelleres Zusammentreffen mit den Praxispartner:innen (O,WWW) pro Woche. Als die Corona-Zahlen es im Sommer/Herbst 2021 wieder zuließen fanden ergänzend dazu auch persönliche Besuche der Projektbeteiligten in den Städten Witten und Wuppertal statt. Die jeweilige WF4.0-Managerin führte das Projektteam durch die Stadt und zeigte die Arbeit der WF4.0 im realen Leben. Abschließend wurde im November 2021 eine zweitägige Klausurtagung durch das WI in Wuppertal organisiert an der alle Beteiligten teilnahmen. Hier wurden Erfahrungen aus der Praxisarbeit, Forschungsergebnisse und Zukunftsperspektiven ausgetauscht, vorgestellt und diskutiert.

² Das Wuppertal Institut hat zum Thema P2P einen Projektbericht veröffentlicht, der auf der Gesamtprojektseite (<https://www.wirtschaftsfoerderungviernull.de/>) zu finden ist.

Die Gefak

Da die [Gefak](#) ihr Produkt KWIS.net an Wirtschaftsförderungsgesellschaften in ganz Deutschland verkauft, finden unter normalen Umständen jährlich Anwendertreffen statt, die alle Anwender:innen informieren und vernetzen sollen. Auch dieses Treffen brauchte in den Jahren 2020 und 2021 jeweils eine digitale Alternative. Während 2020 die sogenannte Gefak Herbstakademie stattfand, wurde das Anwendertreffen 2021 nach den Bundesländern in 6 einzelnen Online-Veranstaltungen aufgeteilt. Die Praxipartner:innen bekamen die Möglichkeit sich, die WF4.0 und den Projektfortschritt vorzustellen und das Ganze mit Wirtschaftsförder:innen aus ganz Deutschland zu diskutieren.

Das WandelWerk

Das [WandelWerk](#) in Köln ist ein Reallabor für den sozial-ökologischen Wandel, das 15 Monate (September 2020 – November 2021) lang als Zwischennutzung in einem alten Autohaus umgesetzt wurde. Ziel war es Engagierten, Vereinen, Kollektiven und Startups Raum zu geben um nachhaltige Stadtentwicklung zu erforschen. Dabei wurden zivilgesellschaftliches Engagement, gemeinwohlorientiertes Wirtschaften, kreative Entfaltung und soziale Begegnung in zukunftsweisende Konzepte transformiert, die eine menschen- und klimagerechte Stadt von morgen zum Ziel haben. Das WerksFest im September 2021 feierte das Ende von 13 Monaten Zwischennutzung und den Anfang von gemeinwohlorientierter Stadtentwicklung. Im Rahmen dieser Veranstaltung wurde die WF4.0 als Impulsvortrag/Best-Practice-Beispiel vorgestellt und kam dadurch auch mit Akteur:innen in Kontakt, die ähnliche Konzepte in Köln umsetzen.

Praxis

Der Einstieg in die praktische Arbeit

Der praktische Einstieg in die Themenwelt der WF4.0 gelang einerseits über Anfragen, die die Wirtschaftsförderung um den Jahreswechsel erreicht hatten. Diesen konnte von der WF4.0-Managerin direkt nachgegangen werden. Andererseits wurden die 2,5 Monate vor Ausbruch der Covid-19-Pandemie seitens der WF4.0-Managerin ausgiebig für den Besuch von diversen externen Veranstaltungen genutzt. Die Veranstaltungen lieferten sowohl wichtige fachliche Informationen, als auch interessante Kontakte und Einblicke in die Tätigkeiten der Initiativen die im Zusammenhang mit der WF4.0 stehen. Auf diesem Wege konnte die Datenbank auch auf persönlicher Ebene weiter ausgebaut werden.

Corona Pandemie

Im ersten Lockdown, wurden die Tätigkeiten des Projektbüros dann der Not angepasst: Die WF4.0-Managerin wurde auf der Website der Wirtschaftsförderung Wuppertal als Ansprechpartnerin für Initiativen, Projekte und Vereine angegeben und beriet ebendiese bei Fragen, die im Zusammenhang mit der Überbrückungshilfe, Kurzarbeit oder anderen pandemiebedingten Themen standen. Insgesamt 7 verschiedene Anfragen unter anderem aus den Bereichen freischaffende Künstler:innen, Elterninitiativen, Einzelunternehmertum, konnten erfolgreich begleitet und beraten werden.

Zu diesem Zeitpunkt war das Netzwerken und Bekanntmachen der WF4.0 eine ziemlich schwierige Aufgabe. Eine projektbezogene Facebook-Seite sowie eine eigene Microsite auf der

Website der Wirtschaftsförderung Wuppertal sollten zur alternativen Kommunikationsmöglichkeit werden (weitere Informationen dazu im Kapitel Kommunikation).

Nachdem die Auswirkungen der Covid-19-Pandemie im Frühsommer etwas nachließen, konnte auch die WF4.0-Managerin in Wuppertal Treffen mit einzelnen Initiativen wahrnehmen und Kontakte/Akteure persönlich kennenlernen.

Es folgen exemplarische Einblicke in die praktische Arbeit einer WF4.0-Managerin.

Das Netzwerk: agere – gemeinsam wirken

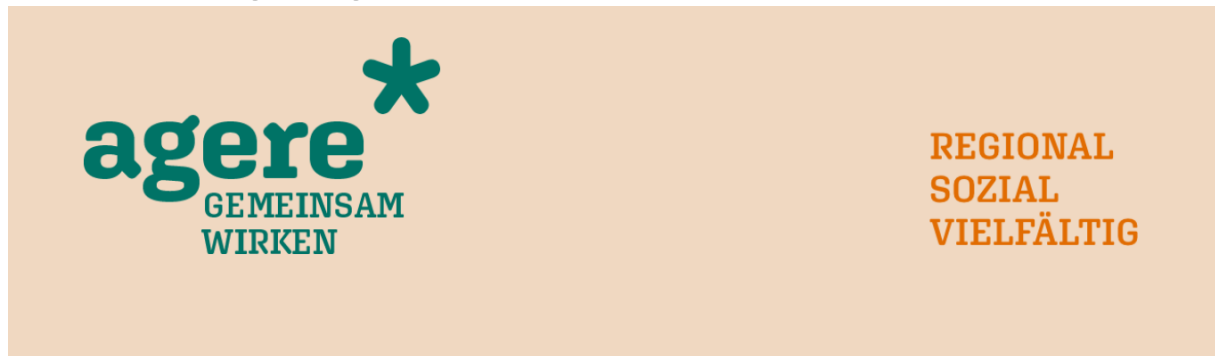


Abbildung 6 Website Header des agere Netzwerks

Der Kontakt zu einem frisch gegründeten Netzwerk für nachhaltige und sozial engagierte Unternehmen ist an dieser Stelle besonders nennenswert, da zu diesem Zeitpunkt bereits rund 30 Mitglieder im Netzwerk vertreten waren, die allesamt beruflich mit den Themen der WF4.0 in Verbindung stehen. Eine Vorstellung des Projektes in einem der Netzwerktreffen erreichte (auch wenn zeitlich nicht immer alle Mitglieder gleichzeitig anwesend sein konnten) also auf direktem Wege die Best-Fit-Zielgruppe des Projektes. Um sich als feste Ansprechpartnerin für die Mitglieder des Netzwerks positionieren zu können und sie dauerhaft dort unterstützen zu können wo sie die Hilfe wirklich benötigen, trat die WF4.0-Managerin umgehend in das Organisationsteam des Netzwerks ein, das den Verteiler bedient und für die Planung von gemeinsamen Aktionen in Wuppertal zuständig ist.

Vor Ausbruch der Pandemie wurde vor allem ein Nachhaltigkeitsfestival für Wuppertal geplant bei dem sich die Netzwerkmitglieder im Mai 2020 der Stadtgesellschaft vorstellen wollten. Hier hat die WF4.0-Managerin bei der Planung und Entwicklung unterstützt. Über das Nachhaltigkeitsfestival hinaus entstanden in dieser Runde noch zahlreiche weitere Ideen für Veranstaltungen und Formate, die Wuppertal auf die lokalen Manufakturen und Sozialunternehmen aufmerksam machen sollten. Beispiele sind hier eine „After Summer“-Party, Versandboxen mit bio-regionalen Inhalten, ein Bio-Weihnachtsmarkt, ein After-Work-Markt mit regionalen Produkten, ein Heimatshoppen Aktionsprogramm, Gutscheine regionaler Anbieter:innen oder der längste Weihnachtsmarkt Deutschlands entlang der Nordbahntrasse.

Die After-Work-Märkte mit regionalen Produkten

Im Herbst 2020 konnten trotz aller Unsicherheiten, die die Corona-Beschränkungen mit sich brachten 2 der vom agere Netzwerk geplanten After-Work-Märkte stattfinden. Bei beiden Veranstaltungen nahmen 15 Produzierende und Sozialunternehmen teil.



Abbildung 7 After-Work-Markt mit regionalen Produkten auf dem Utopiastadt Gelände (Bilder: Figan Sarikaya; Troxler)



Die Wanderausstellung: Urbane Produktion Ruhr



Die Location

Für die Wanderausstellung [Urbane Produktion Ruhr](#) wurde als Location die [Rathaus Galerie Wuppertal](#) gewählt, da sie wie viele andere Shoppingcenter, die in der Vergangenheit konzeptioniert und erbaut worden sind, sehr unter dem Strukturwandel leidet. Das bedeutet in der Rathaus Galerie stehen einige Einzelhandelsflächen leer, die für Events und Aktionen zwischengenutzt werden können. Ziel war es so, nicht nur einen sicheren und schönen Ort für die Wanderausstellung zu finden, sondern gleichzeitig auch aufzuzeigen: Urbane Produktion ist eine alternative Nutzungsmöglichkeit für kleinteilige, innerstädtische Flächen. So sollte die Kreativität jedes einzelnen Besuchers, jeder einzelnen Besucherin dazu angeregt werden sich vorzustellen wie solche leerstehenden Flächen zukünftig eben auch genutzt werden könnten. Bei den übrigen Nutzungen in der Rathaus Galerie handelt es sich um (Lebensmittel-) Einzelhandel, sodass viele Wuppertaler:innen hier in ihrem privaten Leben und Umfeld angetroffen werden. Dadurch entsteht der Vorteil, dass die Ausstellung hier ein Publikum erreichte, das sich nicht zwingend schon beruflich mit gesellschaftlicher Transformation beschäftigt.





Abbildung 8 Dadurch, dass auch (Lebensmittel-) Einzelhandel in der Rathaus Galerie angesiedelt ist, gibt es viel Laufkundschaft mit der Gespräche geführt und deren Interesse geweckt werden konnte.

Die Ausstellung



„Mit der Ausstellung „Urbane Produktion – Produktion zurück in die Stadt?!“ geben wir einen Einblick in das Themenfeld Urbaner Produktion, zeigen Vor- und Nachteile der Herstellung von

Produkten in der Stadt, stellen Unternehmen und Gründungen in diesem Bereich vor.

- Was wäre, wenn wir wieder mehr in der Stadt produzieren?
- Was wäre, wenn wir Arbeiten (bzw. Produzieren), Wohnen und Erholen wieder mehr mischen?
- In welchen Bereichen und Branchen macht Produktion in der Stadt Sinn?“ (Urbane Produktion.Ruhr, abgerufen am 13.09.2021)

Mit diesen Worten wird die Wanderausstellung Urbane Produktion Ruhr auf der offiziellen Website des gleichnamigen Urheberprojektes beschrieben. Die Ausstellung selbst besteht aus 6 Säulen, die sich jeweils aus 2 Informations-, 1 Call-to-Action- und 3 Best-Practice-Seiten zusammensetzen. Die Inhalte sind auf Holzwände gedruckt, die sich entweder als 6-eckige Säulen oder als selbststehende Wände aufbauen lassen.



Die Kooperation

Um die Wanderausstellung nach Wuppertal zu holen, haben verschiedene Organisationen und Blickwinkel kooperiert. Neben der WF4.0, waren auch die regionale Wirtschaftsförderung ([Bergische Struktur- und Wirtschaftsförderungsgesellschaft \(BSW\)](#)), sowie [UtopiaStadt](#), speziell das Projekt [Neue Urbane Produktion/Wirtschaftsförderung 4.0](#), im Organisationsteam vertreten.

UP
URBANE
PRODUKTION

Das Verbundprojekt „Urbane Produktion im Bergischen Städtedreieck“ vereint 7 Teilprojekte in den drei Bergischen Städten, Remscheid, Solingen und Wuppertal, die sich allesamt mit der Förderung von regionaler/urbaner Produktion beschäftigen. Eine Kooperation im Rahmen der Planung des Programms zur Wanderausstellung in Wuppertal lag daher sehr nahe. Die Projektleitung obliegt der Bergischen Struktur- und Wirtschaftsförderungsgesellschaft BSW.

NEUE
URBANE
PRODUKTION

Neben der BSW ist auch der selbsternannte „andauernde Gesellschaftskongress mit Ambitionen und Wirkung“ (UtopiaStadt, abgerufen am 15.11.2021) UtopiaStadt am Verbundprojekt beteiligt. Eines der 7 Teilprojekte wird von und mit den Utopist:innen gestaltet und nennt sich „Neue Urbane Produktion“ (NUP). Hier geht es vor allem darum neue urbane

Produktionsstätten aus dem Bergischen Städtedreieck ausfindig zu machen, auf wissenschaftlicher Ebene nach einer abgrenzenden Definition zu „normalen“ Produktionsstätten zu suchen und sie in der Stadt bekannter zu machen. Dazu werden verschiedene Veranstaltungsformate genutzt, die sehr sinnvoll in die Gestaltung des Rahmenprogramms der Wanderausstellung einfließen konnten.

Die folgende Grafik gibt Übersicht über die Teilprojekte, die unter dem Projektdach „Urbane Produktion“ vorangetrieben werden.

INNOVATION IM VERBUND
DER PROJEKTGEDANKE
**SIEBEN
KOOPERATIVE
PROJEKTE**
DIE BEGLEITFORSCHUNG
TRÄGER DER EINZELPROJEKTE

UP
**URBANE
PRODUKTION**

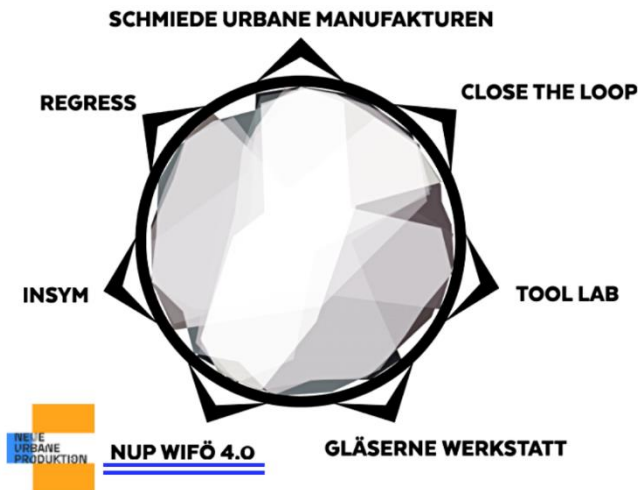


Abbildung 9 Screenshot Projektwebsite (Quelle: <https://bergische-gesellschaft.de/projekte/urbane-produktion/sieben-kooperative-projekte/>)

Das Programm

MONTAG, 23. AUGUST – FREITAG, 03. SEPTEMBER Wanderausstellung „Urbane Produktion - Produktion zurück in die Stadt?!" MONTAG, 23. AUGUST – FREITAG, 03. SEPTEMBER Regionalregal	
DIENSTAG, 24. AUGUST 15:00 – 16:00 Uhr Vorträge: Netzwerke - Welche Initiativen und Projekte bereits heute das Thema „Urbane Produktion“ in der Region treiben 16:30 – 17:30 Uhr Vorträge: Urbane Produktion als Chance - Wie regionale Wertschöpfungsketten und -kreisläufe die Stadt als Produktionsstandort verändern werden	
MITTWOCH, 25. AUGUST 15:00 – 16:35 Uhr Vorträge: Bauernhof 4.0: Wie die moderne ländliche Erzeugerschaft Mitgestalter des urbanen Raums wird 17:00 – 18:00 Uhr Vorträge: Das Quartier als Teilemährer der Stadt von morgen	
DONNERSTAG, 26. AUGUST 15:00 – 16:20 Uhr Vorträge: Wie neue Technologien das Leben und Arbeiten in unseren Städten verändern werden	
FREITAG, 27. AUGUST 16:00 – 19:30 Uhr Workshop: Weg mit dem Fleck oder Sticken auf Kleidung SAMSTAG, 28. AUGUST 11:00 – 14:00 Uhr Workshop: Gestalten mit Ton - vom Klumpen bis zum Kunstwerk 11:00 – 14:00 Uhr Workshop: Näh dir deinen (Turn-)Beutel! 14:00 – 16:00 Uhr Workshop: Pimp your Shirt - Siebdruck für Einsteiger:innen MONTAG, 30. AUGUST 17:00 – 19:00 Uhr Workshop: Zero Waste & DIY – Einfach selber machen DONNERSTAG, 02. SEPTEMBER 18:00 – 20:00 Uhr Impulsabend: Leerstände als Experimentierraum für Urbane Produktion	
Schauensterwerkstatt: Urbane Produktion wird lebendig! Freitag 16:00 - 19:30 Uhr Samstag 11:00 - 18:00 Uhr Montag 17:00 - 19:00 Uhr Kreative Macher:innen bringen das Handwerk zurück in die Innenstadt und laden ein zum Mitwerken! Während der Workshops verwandeln sich die Schauenster im 2. Obergeschoss der Rathaus Galerie in eine lebendige Manufaktur. Werft einen Blick über die Schulter und kommt ins Gespräch.	

Abbildung 9 Das Rahmenprogramm zur Wanderausstellung in Wuppertal

Ein Rahmenprogramm sollte die Inhalte der Ausstellung für alle Wuppertaler:innen greif- und erlebbar machen. Neben einer Vortragsreihe und einem Impulsabend haben Schaufensterwerkstätten die sonst leeren Schaufenster mit Leben gefüllt. Ein Stick-Workshop hat den Teilnehmenden gezeigt wie kleine Löcher oder Flecken in Kleidung ästhetisch repariert oder verdeckt werden können, um der Kleidung ein längeres Leben zu verleihen. Beim Töpferworkshop konnten die Teilnehmenden lernen wie sie Gefäße mit ihren eigenen Händen formen können. Der Nähworkshop zeigte den Teilnehmenden wie sie sich ihren eigenen Turnbeutel nähen können und bei den Siebdrucker:innen konnten Teilnehmende ihr selbstgenähtes Stück anschließend noch bedrucken. Beim Kosmetikworkshop lernten die Teilnehmenden nicht nur wie sie sich ihre eigene bio-vegane Naturkosmetik zu Hause mischen können, sondern zusätzlich wurden auch Rezepte für einige Haushaltsreiniger geteilt. Ein Regionalregal zeigte als Ausstellungserweiterung Wuppertaler Produkte. So wurde deutlich, dass bereits viele Produkte des alltäglichen Lebens (wieder) in Wuppertal hergestellt werden.

IDEEN ZUR ZUKÜNFTIGEN VERANKERUNG DES THEMAS IN WUPPERTAL

- Viele Passant:innen fragten nach speziellen Produkten aus dem Regionalregal und wollten diese kaufen
- Ein dauerhafter (oder eventweiser) Verkauf dieser Produkte in Wuppertal bietet sich an
- Möglicherweise über einen Pop-Up-Store
- Hier könnte als Raumgeber:in bspw. die Rathaus Galerie angesprochen werden
- Projekt NUP: kümmert sich weiter um die Themen Vernetzung, Beratung und Darstellung der neuen urbanen Produzent:innen in Wuppertal

Ein Rahmenprogramm sollte die Inhalte der Ausstellung für alle Wuppertaler:innen greif- und erlebbar machen. Neben einer Vortragsreihe und einem Impulsabend haben Schaufensterwerkstätten die sonst leeren Schaufenster mit Leben gefüllt. Ein Stick-Workshop hat den Teilnehmenden gezeigt wie kleine Löcher oder Flecken in Kleidung ästhetisch repariert oder verdeckt werden können, um der Kleidung ein längeres Leben zu verleihen. Beim Töpferworkshop konnten die Teilnehmenden lernen wie sie Gefäße mit ihren eigenen Händen formen können. Der Nähworkshop zeigte den Teilnehmenden wie sie sich ihren eigenen Turnbeutel nähen können und bei den Siebdrucker:innen konnten Teilnehmende ihr selbstgenähtes Stück anschließend noch bedrucken. Beim Kosmetikworkshop lernten die Teilnehmenden nicht nur wie sie sich ihre eigene bio-vegane Naturkosmetik zu Hause mischen können, sondern zusätzlich wurden auch Rezepte für



Abbildung 10 Die Schaufensterwerkstatt wurde durch verschiedene Produzent:innen mit Wuppertaler:innen zum Leben erweckt



Abbildung 11 Das Regionalregal machte direkt neben Edeka auf Wuppertaler Produkte aufmerksam

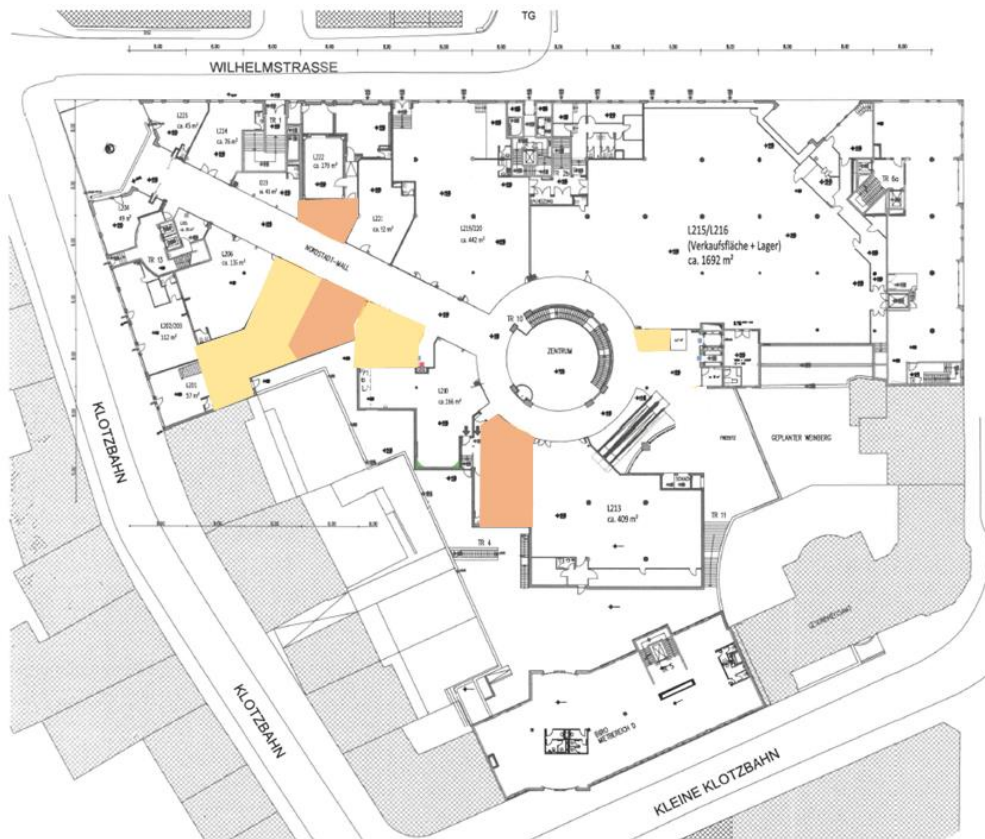


Abbildung 12 Bespielte Leerstände während der Ausstellung

Beispiele aus der Praxis

Neben den großen öffentlichkeitswirksamen Praxisbeispielen besteht die alltägliche Arbeit in der WF4.0 aus Beratung und Unterstützung der WF4.0-Initiativen bei ihren alltäglichen Herausforderungen. Hierunter fallen Aufgaben wie die Vereinbarung von individuellen Terminen mit den Initiativen in denen gemeinsam der Unterstützungsbedarf bestimmt wird. Eine Darstellung aller stattgefundenen Termine würde an dieser Stelle schlicht den Rahmen eines solchen Aktivitätsberichts sprengen, daher werden folgend einige kurze aber repräsentative Beispiele dargestellt.

Der vegan-vegetarische Café- und Catering-Betrieb

Geschäftsfeld: Local Business

Der vegan-vegetarische Café- und Catering-Betrieb musste Ende 2020 aufgrund der Auswirkungen, die die Corona-Pandemie mit sich brachte, schließen. Bei einem digitalen Treffen des agere Netzwerks im März 2021 erfuhr die WF4.0-Managerin von der Schließung und kontaktierte die Betreiberinnen direkt im Anschluss dazu. Diese waren froh über die proaktive Kontaktaufnahme. Es folgten gemeinsame Termine, in denen die Betreiberinnen ihre Situation, ihre Wünsche und Vorstellungen offenlegten, sodass die gemeinsame Suche nach einem neuen Konzept und der geeigneten Fläche für die Umsetzung dieses Konzepts beginnen konnte.

Ideen und Suche:

- Küche ohne Gastraum (optional auch mit, aber kein Muss)

- Vorrangig geplante Nutzung für Catering und Produktion von Lebensmitteln für den lokalen Einzelhandel
- Einrichtung einer integrativen Stelle um einen positiven sozialen Impact zu leisten

Kontaktaufnahmen zu potenziellen Raumgeber:innen aus dem Netzwerk der WF4.0 im April 2021 führten zu einer Baustellenbesichtigung im Juni 2021. Der BOB CAMPUS ist ein Projekt, der Montag Stiftung Urbane Räume, das bezahlbaren Wohnraum, Community-Bildung im Quartier, Räumlichkeiten für Schule & Kita, einen Nachbarschaftspark, eine Gemeinschaftsküche, eine Nachbarschaftsetage, einen Coworking Space, Raum für Ateliers, Büros und Werkstätten sowie Bürolofts unter einem Namen vereint. Die Grundideen und Werte des vegan-vegetarischen Café- und Catering-Betriebes und die des BOB CAMPUS passten sehr gut zusammen. Da der BOB CAMPUS sich zur Zeit der Besichtigung aber noch mitten in der Bauphase befand, konnte vorerst keine überzeugende Vereinbarung getroffen werden. Die unterschiedlichen Zeithorizonte passten leider nicht zusammen. Die Betreiberinnen des vegan-vegetarischen Café- und Catering-Betriebes stehen weiterhin mit der WF4.0 in Verbindung und wissen um die Unterstützung, die sie im Projektbüro jederzeit bekommen könnten.

Der Lieferdienst für regionale Lebensmittel

Geschäftsfeld: Local Business

Als das Förderprogramm des Landes NRW „Stationären und digitalen Handel zusammendenken“ herauskam, haben die Kolleg:innen der Online City Wuppertal im August/September 2020 sämtliche Einzelhändler:innen aus ihrem Verein darauf aufmerksam gemacht, dass Anträge zur Förderung eingereicht werden können. In diesem Rahmen hat die WF4.0-Managerin auch die Initiativen der WF4.0 angeschrieben und sie über die mögliche Förderung informiert.

Ergebnis:

Das zu diesem Zeitpunkt noch ziemlich frisch gegründete Startup konnte erfolgreich bei der Antragstellung begleitet werden. Hier ging es um die konkrete, operative Unterstützung beim Ausfüllen des Antrags, beim Beschreiben der eigenen Tätigkeiten und bei der Ermittlung von finanziellen Bedarfen der Initiative. Die bewilligte Förderung konnte dem Lieferdienst bei der Digitalisierung und Weiterentwicklung der Geschäftsprozesse helfen.

Die solidarische Landwirtschaft in Gründung

Geschäftsfeld: Produktion

Aus dem Netzwerk der WF4.0 erfuhr die WF4.0-Managerin von einer Gruppe Menschen aus Wuppertal, die gerne Teil einer solidarischen Landwirtschaft (SoLaWi) wären. Da die Gruppe selbst keine Erfahrung im Gemüseanbau hatte, war sie auf der Suche nach regionalen Erzeuger:innen, die diesen Wunsch mit ihr verwirklichen konnten. Die beiden Höfe, die in der Region um Wuppertal bereits nach dem Prinzip wirtschaften, waren zu diesem Zeitpunkt keine Option, da sie begrenzte Plätze und jeweils eine lange Warteliste an Interessent:innen haben.

Als die WF4.0-Managerin Ende März 2021 einen Workshop „Gemeinsam aktiv für einen nachhaltigen Wandel Wuppertals – Mitmachen, Vernetzen, Aktiv werden“ vom Forum für

soziale Innovation mitgestaltete, lernte sie einen Wuppertaler Hof kennen, der sich vorstellen konnte zukünftig auch einen Teil seiner Erträge über eine SoLaWi zu verkaufen.

Ergebnis:

Ein vernetzendes Gespräch zwischen beiden Parteien wurde durch die WF4.0 im Mai 2021 organisiert. In diesem Gespräch stellten sich folgende Probleme heraus:

1. Die Gruppe hatte sich inzwischen strukturell verändert, Unsicherheit ob es überhaupt noch eine kritische Maße gäbe
2. Der Hof arbeitet inklusiv und muss immer genau darauf achten ob und wie die Betreuten arbeiten können. Um eine vollversorgende SoLaWi zu etablieren bräuchte der Hof Geld und Arbeitsunterstützung

Das Netzwerk

Geschäftsfeld: Sozialunternehmen & Produktion

Ein Netzwerk, das gleichgesinnte Initiativen und Unternehmen in Wuppertal an einen Tisch bringt, diese verbindet und mit allen gemeinsam Neues in Wuppertal entstehen lässt – das war die Idee der Initiator:innen. Diese Idee wurde von ihnen neben ihrem eigentlichen Hauptberuf initiiert und verfolgt. Da mit diesem Vorhaben in der Wuppertaler WF4.0-Szene ein Nerv getroffen wurde und das Netzwerk in kurzer Zeit großen Zulauf verzeichnete, wurde das gesamte Handling neben einem Vollzeitberuf schnell zu umfangreich. Die Aufgaben der Initiator:innen bestanden zum Zeitpunkt des Kennenlerngesprächs aus folgenden Punkten: das Netzwerk in der Öffentlichkeit repräsentieren, die Anfragen der Mitglieder koordinieren, die Netzwerktreffen organisieren, die Beitrittsanfragen beantworten und die Planung und Organisation von Veranstaltungen und Aktionen vorantreiben. Aus diesem Grund wurde netzwerkitern ein Umstrukturierungsprozess angestoßen, der u.a. von der WF4.0-Managerin begleitet wurde.

Ergebnis:

In einem ersten Termin im Frühjahr 2021 wurde der WF4.0-Managerin das Problem geschildert und eine netzwerkiterne Gruppe gegründet, die den Strukturierungsprozess begleiten sollte. Gemeinsam wurde versucht eine konkrete Value Proposition des Netzwerks zu bestimmen. Hierfür einigten sich die Beteiligten auf eine Abfrage der Bedürfnisse der Netzwerkmitglieder. Die WF4.0-Managerin unterstützte hier durch den Entwurf eines Fragebogens, der an alle Mitglieder versendet werden sollte. Gleichzeitig existiert im Kreis der WF4.0 ein weiteres Netzwerk aus dem Bereich Nachhaltigkeitsförderung, das ebenfalls vor einiger Zeit vor ähnlichen Problemen stand und einen Strukturierungsprozess durchlaufen hat. Dieser Neustrukturierungsprozess war sehr aufwändig und wurde wissenschaftlich begleitet, sodass ein Austausch zwischen beiden Netzwerken sehr sinnvoll erschien. Die WF4.0-Managerin organisierte einen Termin für den entsprechenden Austausch, der jedoch bis zum Zeitpunkt der Berichtverfassung aufgrund von mehrfachem Verschieben noch nicht stattgefunden hat.

Das SoLaWi-Depot

Geschäftsfeld: Produktion

Eine der SoLaWis aus dem Umkreis Wuppertals war zu Beginn der Projektlaufzeit auf der Suche nach einem Raum für ein Gemüse-Depot im Wuppertaler Stadtgebiet. Ein Depot ist in diesem Zusammenhang ein kleiner, kühler, dunkler Raum mit Regalen und wird dazu genutzt das geerntete Gemüse möglichst wohnortnah an die Mitglieder der SoLaWi zu verteilen. Vom Depot aus können die Mitglieder sich das Gemüse, das einmal pro Woche von den Erzeuger:innen angeliefert wird, eigenständig abholen.

Im Namen der SoLaWi, machte sich die WF4.0-Managerin auf die Suche nach einer geeigneten Fläche für so ein Depot.

Ergebnis:

Gerade zu Beginn der Projektlaufzeit war hier das Netzwerk der Wirtschaftsförderung Wuppertal sehr hilfreich. Nach einigen Besichtigungsterminen im Frühjahr 2020, die über die Kontakte der Wirtschaftsförderung zustande kamen, lernte die WF4.0-Managerin bei einer Projektpräsentation im Juni 2020 den Eigentümer einer denkmalgeschützten Fabrikhalle kennen, der sich mit günstigen Mietpreisen und Stadtteilarbeit für das Gemeinwohl seines Quartiers einsetzt. Hier passten die gegenseitigen Vorstellungen gut zusammen und ein gemeinsamer Besichtigungstermin der Räumlichkeiten führte zu einer Einigung. Seit Oktober 2020 können die SoLaWi Mitglieder nun ihr Gemüse in der alten Fabrikhalle abholen. Parallel dazu stand die Idee im Raum einen kleinen Imbiss für die Mieter:innen der Büroflächen in der Fabrikhalle zu etablieren – hier könnten zukünftig zusätzlich Synergien zwischen regionalen Erzeuger:innen und Köch:innen entstehen.

Kommunikation

Mit dem Modellprojekt „Rollout Wirtschaftsförderung 4.0: Vom First Mover zum Early Follower“ erprobte Wuppertal gemeinsam mit dem Wuppertal Institut, der Stadt Witten, der Stadt Witzhausen und der Stadt Osnabrück innovative Wirtschaftsförderungsstrategien. Im Fokus standen dabei insbesondere kooperative Wirtschaftsformen, die zur regionalen Wertschöpfung und zur Gemeinwohlwirtschaft beitragen. Kommunikationsaufgaben im Rahmen des Projektes sind einerseits die diesbezügliche Unterstützung und Beratung der Unternehmen und Initiativen, andererseits die Steigerung der Bekanntheit des Projektes sowie des Beratungsangebotes des Projektbüros.

Kommunikationsziele

Information der Öffentlichkeit über das Projekt WF4.0, Förderung der Bekanntheit verbunden mit einem positiven Image der Strategien der WF4.0, Beeinflussung von Einstellungen/Präferenzen der Zielgruppen bis hin zur Bereitschaft, selbst WF4.0 zu unterstützen/zu betreiben, Steigerung der Bekanntheit der WF4.0-Initiativen bei den Wuppertaler:innen

Zielgruppen

Akteur:innen der regionalen Unternehmen/Initiativen, lokale Entscheider:innen aus Wirtschaft, Politik, Verwaltung; Bürger:innen; Mitarbeiter:innen der kommunalen Verwaltung inkl. Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing. Außerdem themenaffine Personengruppen aus Deutschland und Europa.

Budget

Im Projektbudget waren keine Mittel für Kommunikations-/Marketingmaßnahmen vorgesehen, daher lag der Fokus hier auf der kostenneutralen Kommunikation.

Kommunikationsinstrumente

Im Folgenden werden die geeigneten, ausgewählten Kommunikationsinstrumente beschrieben. Konkrete Maßnahmen wurden, soweit möglich im Voraus geplant. Diese Planung wurde laufend ergänzt, mit den anderen Projektpartner:innen (WI, O, WWW) abgestimmt und angepasst.

Printmedien

**Wirtschafts-
förderung
4.0**



Innovative Wirtschaftsformen in
Kommunen stärken



Der Flyer „Wirtschaftsförderung 4.0 – Innovative Wirtschaftsformen in Kommunen stärken“ wurde im April 2018 vom Wuppertal Institut im Rahmen des Pilotprojektes herausgegeben. Er beinhaltet den Hintergrund, die relevanten Geschäftsfelder und die Ziele des Gesamtvorhabens.

Für das Teilprojekt in Wuppertal wurde dieser Flyer neu aufgelegt und um einen Einleger ergänzt, der speziell auf die Tätigkeiten und die angebotenen Leistungen in Wuppertal hinweist. Vom Layout wurde der Einleger an den Flyer des Wuppertal Instituts angelehnt sodass beide zusammen herausgegeben werden konnten. Zielgruppen des Flyers sind die Öffentlichkeit vor Ort sowie Unternehmen und Initiativen, die das Beratungsangebot des Projektbüros in Anspruch nehmen können. Deshalb wurde der Flyer an öffentlichen Orten bei Veranstaltungen

ausgelegt. Neben Flyern können auch andere Printmedien zur Bewerbung von beispielsweise Veranstaltungen dienlich sein. In Wuppertal wurden hierzu anlassbezogen zusätzlich Plakate, Postkarten und Programmflyer entwickelt.

Öffentlichkeitsarbeit

Öffentlichkeitsarbeit dient dem Aufbau von Verständnis und Vertrauen bei relevanten Zielgruppen. Sie zielt darauf ab, bei diesen Zielgruppen positive Reaktionen gegenüber dem Vorhaben auszulösen. Für die Kommunikationsplanung ausgewählte Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit waren die *Pressearbeit*, der *persönliche Dialog*, z.B. mit regionalen Multiplikator:innen und die Beteiligung an *Veranstaltungen* Dritter bzw. die Durchführung von eigenen Veranstaltungen.³

Pressearbeit

Die regionale Pressearbeit wurde von der Wirtschaftsförderung Wuppertal auf den Praxisteil des Vorhabens bezogen. Die Pressearbeit für das Gesamtvorhaben hat das Wuppertal Institut koordiniert.

Pressemitteilungen wurden bei der Wirtschaftsförderung Wuppertal gemeinsam mit der Kollegin aus der Abteilung „Presse- und Öffentlichkeitsarbeit“ abgestimmt und über ihren Verteiler an die regionalen Medien versandt. So wurde die Öffentlichkeit über das Projekt und seinen Fortschritt informiert. Relevante Medien sind in diesem Zusammenhang

³ Sämtliche Maßnahmen im Bereich Öffentlichkeitsarbeit stehen unter dem Einfluss der Corona-Beschränkungen.

Tageszeitungen, Stadtmagazine, Kundenmagazine wie z.B. der örtlichen Stadtwerke und zielgruppenspezifische Magazine wie z.B. das IHK-Magazin.

Über die Presseverteiler der Wirtschaftsförderung und des Wuppertal Instituts konnten weitere regionale und überregionale Medien erreicht werden.

Highlight in diesem Bereich war die Einladung des Oberbürgermeisters zu seiner wöchentlich stattfindenden Pressekonferenz.

Eine Übersicht über die in der Projektlaufzeit erschienenen Artikel (Pressespiegel) befindet sich im Anhang.

Persönlicher Dialog

Um die Bekanntheit und das Verständnis für das Vorhaben WF4.0 zu fördern waren auch persönliche Gespräche mit Mitgliedern der Zielgruppen sowie mit regionalen Multiplikator:innen eine effektive Maßnahme.

Durch Netzwerkarbeit werden zudem Kontakte zu Akteur:innen geknüpft, die sich ebenfalls mit den Themen der WF4.0 beschäftigen. Aufgrund der Corona-Pandemie, die seit März 2020 erheblichen Einfluss auf Zusammenkünfte im privaten wie auch geschäftlichen Bereichen hatte erfolgte der Erfahrungsaustausch digital, telefonisch oder per Mail. Treffen im Rahmen von Tagungen oder Terminen waren in den Jahren 2020 und 2021 (ausgenommen sind jeweils einige Sommermonate) nicht wie gewohnt möglich.

Veranstaltungen

Die Präsentation auf Veranstaltungen ist grundsätzlich eine weitere Möglichkeit, die Öffentlichkeit über das Projekt zu informieren. Dafür könnten nach Möglichkeit kostenneutrale Beteiligungsmöglichkeiten auf zielgruppenrelevanten Veranstaltungen genutzt werden. Während der Projektlaufzeit des Rollout-Projektes haben Online-Veranstaltungen hier eine gute Alternative geboten. So hat die WF4.0-Managerin das Projekt in 12 Veranstaltungen Dritter präsentiert und über seinen Fortschritt berichtet.

Interne Kommunikation

Die Mitarbeiter:innen der Stadtverwaltung bzw. des gesamten „Konzerns Stadt“ inklusive seiner Beteiligungen und Eigenbetriebe können wichtige Multiplikator:innen für die Bekanntheit und das Image des Projektes sein.

Zu einigen Fachbereichen der Stadt Wuppertal, wie z.B. zur Stabsstelle Bürgerbeteiligung und Bürgerengagement oder zur Stabsstelle Klimaschutz, wurden Schnittstellen zu den Projektthemen der WF4.0 ermittelt. Gemeinsame Kommunikationsmaßnahmen wurden, wenn gewollt, anlassbezogen im bilateralen Austausch abgestimmt.

Aufgrund der Überschneidungen der Zielgruppen ist u.a. auch die Stadtmarketinggesellschaft für das Projekt eine wichtige Partnerin (s.u.). Diese könnte auch zukünftig als Multiplikatorin für die Projektthemen dienen.

Auch zur regionalen Wirtschaftsförderungsgesellschaft bestanden in Wuppertal inhaltliche Schnittstellen – eine, die auch zu einer gemeinsamen Veranstaltung führte, war das Projekt „Urbane Produktion“. Zu anderen Pendanten auf regionaler Ebene, z.B. einem Tourismusverband, einem regionalen Start-Up-Zentrum o.ä. sollte bei Bedarf Kontakt aufgenommen und eine Zusammenarbeit anlassbezogen vorangetrieben werden.

Innerhalb der Wirtschaftsförderung wurde über die WF4.0 ein regelmäßig stattfindender Jour Fixe zum Thema Einzelhandel ins Leben gerufen, der alle Kolleg:innen, die sich mit dem Thema lokaler Einzelhandel und regionale Produkte beschäftigen, an einen Tisch brachte. So konnten gemeinsame Aktionen oder Unterstützungsangebote konzeptioniert werden. Gleichzeitig waren so immer alle auf dem neuesten Stand.

Digitales Marketing

Im Folgenden werden die ausgewählten digitalen Kommunikationsinstrumente und -maßnahmen beschrieben, die aufgrund der schwerwiegenden Änderungen der äußeren Umstände durch die Corona-Beschränkungen eine bedeutendere Rolle spielten, als es in der Planung des Projektes zunächst zu erwarten war.

Internetseiten

Sämtliche Projektpartner:innen informieren auf ihren Internetseiten über die WF4.0. Die, die sich dabei auf Wuppertal oder das Gesamtprojekt beziehen sind:

1. Die sogenannte WF4.0-Projektseite

Das Wuppertal Institut hatte für die WF4.0 bereits in der Pilotphase einen [Internetauftritt](#) inklusive Mediathek eingerichtet. Hier konnten also auch im Rollout-Projekt die Informationen veröffentlicht werden, die sich auf das Gesamtvorhaben bezogen. Zusätzlich informierte ein integrierter Blog über stadtspezifische News aus den Partnerstädten Osnabrück, Witten, Witzenhausen und Wuppertal.

2. Die Website der Wirtschaftsförderung Wuppertal

Auf einer eigenen [Microsite](#) der Website der Wirtschaftsförderung Wuppertal wurden über den gesamten Projektzeitraum detailliertere stadtspezifische Informationen für Wuppertaler:innen veröffentlicht. Hier wurde außerdem über aktuelle operative Maßnahmen sowie das Angebot von regionalen Produkten informiert.

3. Die Internetseite des Wuppertal Instituts

Auf der [Internetseite](#) des Wuppertal Instituts gibt es des Weiteren eine Projektbeschreibung zum Rollout Projekt WF4.0.

Soziale Medien

Das Wuppertal Institut ist in den sozialen Medien ausschließlich auf **Twitter** vertreten (13.000 Follower:innen), dieser Kanal ist für die regionale Arbeit des Projektbüros nicht relevant.

Um für die regionale Arbeit in Wuppertal eine fundierte Entscheidung über die Art und Weise der Nutzung von sozialen Medien treffen zu können, wurde im April 2020 zunächst eine Social-Media-Strategie entlang der allgemeinen Projektziele entworfen, die sich an den lokalen Voraussetzungen orientiert. Die detaillierten Überlegungen können im Anhang nachgelesen werden.



Abbildung 13 Screenshot Facebook-Seite WF4.0 in Wuppertal

Als Resultat dieser Analysen wurde **Facebook** als bevorzugter Kanal für die Kommunikation des Projektes in Wuppertal ausgewählt. Auf der Seite „Wirtschaftsförderung 4.0 Wuppertal“ oder „@wfiernullwupp“ wurde zwischen Mai 2020 und Dezember 2021 über das Projekt informiert.



Im November 2020 kam ein weiteres soziales Medium dazu, welches es in der Form zuvor noch nicht gegeben hat. Die Stadt-App „**bliggit**“ vereint all das was Wuppertaler:innen beschäftigt auf einen „Bligg“ in der Hosentasche: Informationen zu vielfältigen Bereichen des Lebens in der Stadt, Dienstleistungen, Lieferservices, Angebote aus dem Einzelhandel uvm. So können User:innen der App sowohl Busfahrpläne als auch die neuesten Angebote ihrer Lieblingseinzelhändler:innen prüfen. In einer Kooperation mit dem Stadtmarketing hat die WF4.0 passend zum Launch der App eine Kampagne entwickelt, die die WF4.0-Initiativen vorstellte. Über den bliggit-Kanal des Stadtmarketings (@Wuppertal entdecken) wurden auf diesem Wege gleichzeitig Anbieter:innen und auch

Bürger:innen aus Wuppertal angesprochen und mit Tipps zu nachhaltigem und regionalem Konsum versorgt. Die Kampagne trägt den Namen „Therasas Tipp“ und wird weiter unten noch genauer beschrieben.

Das Stadtmarketing ist auch auf **Instagram** vertreten, sodass die Tipps der Kampagne auch dort veröffentlicht werden konnten. Hier wurden die Tipps jede Woche rund 9850 Follower:innen (Stand 24.11.2021) gezeigt.

Ein ausführlicher Rückblick auf alle Kommunikationsmaßnahmen der WF4.0 in Wuppertal kann im Anhang nachgelesen werden.



Gefällt **Personen** **202 weiteren**

wuppertal Therasas Tipp: Verschenktag
@verschenktag_wtal – Wirtschaftsförderung 4.0

Hallo Instagram!

Heute kommt der Tipp mal aus einer ganz neuen Ecke: dem Zoo-Viertel! 🐘 🍌 🍌
Hier wird nämlich am Sonntag der erste Wuppertaler Verschenktag stattfinden.

? Ihr fragt euch was das sein soll?

Der Verschenktag ist quasi wie der Sperrmülltag - nur ohne Müll 🗑️
Alle Anwohner*innen aus dem Viertel, die guterhaltene Sachen abzugeben haben, werden diese am Verschenktag auf die Straße stellen. Interessierte können vorbeikommen, stöbern und den ein oder anderen Schatz mit nach Hause nehmen 🏠 🌟 🎁

Ich finde die Idee super, weil die Aktion auf unser Konsumverhalten aufmerksam macht und uns zum Nachdenken anregt: Müssen wir eigentlich noch mehr produzieren? Können wir nicht viel mehr Dinge gebraucht benutzen? Gebraucht zu nutzen wirkt sich jedenfalls positiv auf unseren Ressourcenverbrauch und damit auf unsere Umwelt aus. Zusätzlich kommt man bei Aktionen wie dem Verschenktag mit Mitmenschen ins Gespräch, lernt vielleicht nette Nachbarn kennen, denen man noch nie zuvor begegnet ist. Das reduziert das Unbekannte und sorgt langfristig für mehr Zusammenhalt in unserer Stadt.

Parallel zum Verschenktag im Quartier findet an der Schwebbahnhaltestelle „Zoo/Stadion“ ein Markt der Möglichkeiten statt, wo sich alles rund um die Themen Müllvermeidung und nachhaltiges Leben in Wuppertal drehen wird. Mit dabei sind: u.a. Greenpeace, Gesa, Wichernhaus, HeckPoint

Wie steht ihr zu Gebrauchtem? Kauft ihr secondhand oder neu? In welchem Verhältnis?

Ich freu mich auf Sonntag. Bis nächste Woche. Bleibt gesund.

Eure Theresa

🌱 #wfviernull #wuppertal #sharingeconomy
#verschenktag #nachhaltigkeit #upcycling
#meinwuppertal #wuppertalmarketing

[** Die Reihe Therasas Tipp entsteht in einer Zusammenarbeit von Wuppertal Marketing GmbH und Wirtschaftsförderung Wuppertal AöR**]

Links:

Website: www.wuppertal.de/rathaus-buergerservice/umweltschutz/abfall/verschenktag.php
Instagram: www.instagram.com/verschenktag_wtal/
Facebook: www.facebook.com/verschenktagwuppertal

Exkurs: Social-Media-Kampagne „Therasas Tipp“

Therasas Tipp ist eine Werbekampagne, die in Kooperation mit dem Wuppertaler Stadtmarketing konzipiert und veröffentlicht wurde. In insgesamt 56 Beiträgen, die zwischen November 2020 und Dezember 2021 gepostet wurden, gibt Theresa Tipps zu regionalen Produkten, nachhaltigem Konsum oder ehrenamtlichen Initiativen in Wuppertal. Der Grundgedanke hinter dieser Reihe war es Sichtbarkeit für die Initiativen, Unternehmen und Projekte zu schaffen, die in Wuppertal in den 5 Geschäftsfeldern der WF4.0 tätig sind. Die wöchentlichen Tipps erschienen in Briefform und stellten den Leser:innen die Themen und Akteur:innen in Wuppertal in Alltagssprache gut verständlich vor.

Erste Gespräche zu Kooperationsmöglichkeiten zwischen Stadtmarketing und WF4.0 fanden gleich zu Anfang der Projektlaufzeit statt. Als Anknüpfungspunkt dienten die sogenannten „Talwaren“, in Wuppertal produzierte Werkzeuge, die das Stadtmarketing ohnehin schon seit Jahren anbietet um Wuppertal anhand der Qualität der vor Ort hergestellten Produkte zu bewerben. Eine Erweiterung dieser Talwaren um andere lokale Produkte kam aus verschiedenen Gründen nicht in Frage, aber der Entschluss die Inhalte der WF4.0 anderweitig gemeinsam sichtbar zu machen war schnell gefasst. Wichtig sei vor allem Kontinuität und Authentizität, so der Geschäftsführer des Stadtmarketings in einem der Planungstermine. Auf Basis dieser Vorüberlegungen entstand letztlich die Kampagne „Therasas Tipp“.

Auf operativer Ebene wurden die Tipps gemeinsam von der WF4.0-Managerin und der Social-Media-Managerin des Stadtmarketings produziert. Dazu wurden entsprechende Initiativen recherchiert und kontaktiert, sie wurden besucht, es wurden Fotos aufgenommen und Gespräche geführt, Texte verfasst und freigegeben gelassen und zuletzt wurden die Tipps dann über die folgenden Social-Media-Kanäle veröffentlicht:

- Facebook-Seite WF4.0 (<https://www.facebook.com/wfviernullwupp>)
- Facebook-Seite Wirtschaftsförderung Wuppertal (<https://www.facebook.com/wirtschaftsfoerderungwuppertal>)
- Facebook-Seite Wuppertal Marketing (<https://www.facebook.com/wuppertal.marketing>)
- Instagram-Seite Wuppertal Marketing (<https://www.instagram.com/wuppertal/>)
- Bliggit-Profil Wuppertal Marketing („Wuppertal entdecken“)

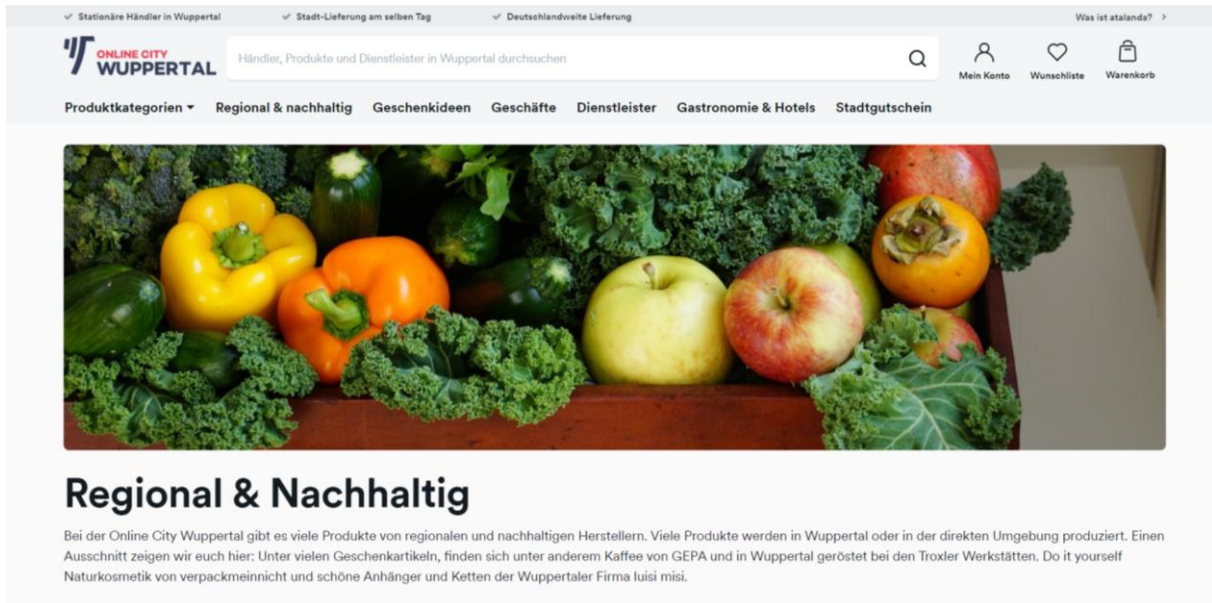


Besonders die Beiträge auf dem Instagram-Profil der Wuppertal Marketing GmbH haben dazu geführt, dass die Tipps von vielen Menschen gelesen worden sind. Die rund 9.850 Follower:innen auf diesem Profil sind sehr aktiv und interagieren mit den Beiträgen. So wurden die Reels durchschnittlich von rund 6000 Menschen gesehen und über alle Beitragsformen hinweg erzielten die Tipps auf diesem Kanal durchschnittlich rund 200 Gefällt-mir-Angaben. Aufgrund dieser Ergebnisse konnten die Tipps im Verlauf der Kampagne nicht nur als Rat für Bürger:innen sondern auch als Recherchemittel für die WF4.0 genutzt werden: Beispielsweise wurden mittels Schwarmwissen 15 weitere Bücherschränke in Wuppertal ermittelt, von denen einige anschließend auf dem alternativen Stadtplan kartiert werden konnten.

Die Resonanz zu den Tipps war also trotz relativ kurzer Laufzeit direkt von Beginn an sehr positiv und führte mit der Zeit sogar dazu, dass die Initiativen von sich aus auf die WF4.0 zukamen, um auch in den Tipps zu erscheinen.

Abbildung 14 Die lebendige Kommentarspalte unter Therasas Tipp zum Verschenktag

Online City Wuppertal



The screenshot shows the top navigation bar of the Online City Wuppertal website. It includes the logo, a search bar, and icons for 'Mein Konto', 'Wunschliste', and 'Warenkorb'. Below the navigation bar, there is a main image of fresh produce, including yellow and orange bell peppers, green leafy vegetables, and red and yellow apples. Below the image, the heading 'Regional & Nachhaltig' is displayed, followed by a short paragraph of text.

Regional & Nachhaltig

Bei der Online City Wuppertal gibt es viele Produkte von regionalen und nachhaltigen Herstellern. Viele Produkte werden in Wuppertal oder in der direkten Umgebung produziert. Einen Ausschnitt zeigen wir euch hier: Unter vielen Geschenkartikeln, finden sich unter anderem Kaffee von GEPA und in Wuppertal geröstet bei den Troxler Werkstätten. Do it yourself Naturkosmetik von verpackmeinnicht und schöne Anhänger und Ketten der Wuppertaler Firma luisi misi.

Die Online City Wuppertal ist eine Plattform für inhabergeführten Einzelhandel in Wuppertal. Das 2014 als Projekt gestartete Angebot war damals bundesweit Vorreiter in der Verknüpfung von stationärem und digitalem Einzelhandel. Der Vorteil, den die Plattform für die Einzelhändler:innen bietet, besteht darin, dass sie einen eigenen Onlineshop betreiben können, dabei aber durch die Koordinator:innen bei der Wirtschaftsförderung Wuppertal betreut und unterstützt werden. Seit Ablauf der Projektphase sind die Händler:innen in einem Verein organisiert, der weiterhin durch die Kolleg:innen bei der Wirtschaftsförderung begleitet wird. Das spart den Einzelhändler:innen, die oft allein oder im kleinen Team tätig sind, Zeit und Kosten und ermöglicht zusätzliche Workshop- und Weiterbildungsangebote, die von der Wirtschaftsförderung angeboten werden.

Für die WF4.0 ist dieses Angebot spannend, weil es eine Menge Initiativen (hier vor allem aus dem Geschäftsbereich Local Business) bündelt und schon in einem Netzwerk/Verein zusammenbringt und organisiert. Die auf der Online City Wuppertal vertretenen Anbieter:innen kommen allesamt aus Wuppertal und Kund:innen, die hier einkaufen unterstützen automatisch die Wuppertaler Wirtschaft. Das zählt auf das Projektziel der WF4.0, die Steigerung der Resilienz Wuppertals durch lokales Einkaufen ein. Die meisten angebotenen Produkte auf der Online City Wuppertal sind Produkte, die die Einzelhändler:innen zukaufen. Es gibt jedoch auch einige Produkte, die vor Ort in Wuppertal produziert werden auf der Plattform. Um den Kund:innen die Suche nach diesen – und damit auch die Entscheidung für ein noch nachhaltigeres Einkaufsverhalten – zu vereinfachen, empfahl die WF4.0 eine Rubrik einzurichten, die diese Produkte auf einen Klick bündelt. Die Kolleg:innen waren begeistert und setzten die Idee mit dem Plattformanbieter in die Tat um. Das Ergebnis: die Rubrik „Regional & Nachhaltig“ auf der Startseite der Online City Wuppertal. Zusätzlich zur neuen Rubrik kamen drei neue Anbieter:innen auf die Plattform, die über die WF4.0 auf die OCW aufmerksam wurden.

IDEEN ZUR ZUKÜNFTIGEN VERANKERUNG DES THEMAS IN WUPPERTAL

- Es sollten neben den lokalen Einzelhändler:innen vermehrt auch lokale Produzent:innen auf der Plattform integriert werden
- OCW ist nicht nur ein Verkaufskanal, sondern bietet den Mitgliedern des Vereins auch zusätzliche Beratung und Vernetzung untereinander, das sollte zukünftig vermehrt auch an WF4.0-Initiativen vermittelt werden
- Stipendien des Vereins für nachhaltige, regionale Startups könnten zu einer vollständigeren Darstellung aller Wuppertaler Produkte auf OCW führen

Alternativer Stadtplan

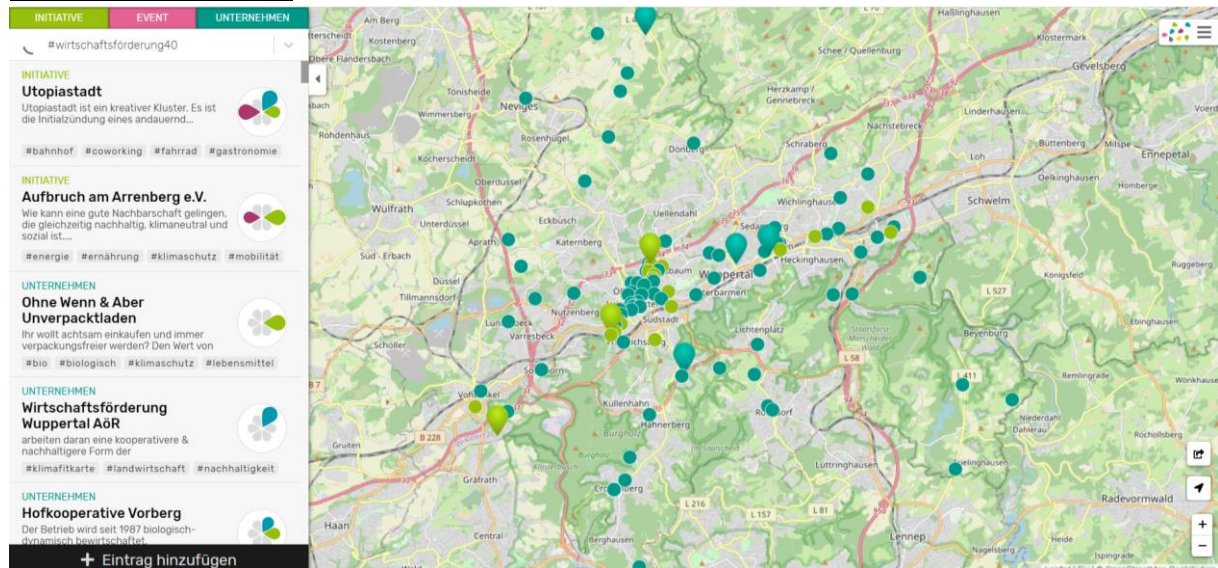


Abbildung 15 Screenshot Karte von morgen zeigt die Initiativen der WF4.0 (Zugriff: 15.11.2021)

Die Ergebnisse der Recherchephase sind umfangreich und sollen mittels einer Kartierung für alle Wuppertaler:innen zugänglich gemacht werden. Mögliche Kooperationspartner:innen für die Umsetzung waren zunächst ein Wuppertaler Unternehmen aus dem Bereich Webentwicklung, das Geodatenzentrum der Stadtverwaltung oder die *Karte von morgen*. Über die Arbeit im Projekt wurden der WF4.0-Managerin weitere Möglichkeiten bekannt: das Wuppertaler *Geoportal des guten Lebens*, die Kartendarstellung *KWIS.public* des Projektpartners GEFAK sowie eine geplante Karte mit dem Fachbereich Klimaschutz aus der Stadtverwaltung.

Dabei hat die Karte von morgen den Vorteil, dass sie von jeder Person bedient werden kann. Das heißt, auch wenn die Projektstelle der WF4.0 nicht verlängert werden sollte, muss der alternative Stadtplan nicht automatisch ungültig werden, weil sich niemand mehr darum kümmern kann. Jede Initiative oder auch sonst jede Person kann auf die Einträge zugreifen und jederzeit Änderungen vornehmen, sollte sich mal etwas ändern.

Neben diesen Argumenten, die für eine Umsetzung mit der Karte von morgen sprachen, gab es auch eine Reihe von Gründen, die gegen die anderen Alternativen sprachen. Diese werden nachfolgend kurz erläutert, weil es diese Angebote möglicherweise so auch in anderen Städten geben kann und andere Wirtschaftsförderungen so auf etwaige Hemmnisse vorbereitet sind:

Wuppertaler Unternehmen → der im Angebot genannte Betrag lag leider über denen im Projekt vorgesehenen Mitteln für eine solche Werbemaßnahme.

Geodatenzentrum der Stadtverwaltung → da die Wirtschaftsförderung Wuppertal als AöR organisiert ist und nicht zur Stadtverwaltung im eigentlichen Sinne zählt, hätte es zur Beauftragung des Geodatenzentrums einen verwaltungsinternen Auftrag gebraucht, um eine Kartierung zu verwirklichen. Hier hätte es trotz enormen finanziellen und zeitlichen Aufwands jedoch nach Projektende keine Garantie für den Weiterbetrieb des alternativen Stadtplans gegeben.

Geoportal des guten Lebens → das Geoportal des guten Lebens ist das Ergebnis eines anderen Forschungsprojektes und wurde nach dessen Ende längere Zeit von Ehrenamtlichen weitergeführt. Da diese Gruppe aber nicht mehr mit dem Betrieb des Portals beschäftigt war, als der alternative Stadtplan umgesetzt werden sollte, schien die Hürde zu hoch das Portal wiederzubeleben. Die WF4.0-Managerin hat zu wenig Programmierungskenntnisse und ansonsten gab es leider keine aktiven Ansprechpartner:innen mehr.

[Sidenote: Das Projekt Neue Urbane Produktion hat mittlerweile eine Kartierung der Produktionsstandorte in Wuppertal mit Hilfe dieses Portals verwirklicht: https://geoportal.neue-urbane-produktion.de/?fbclid=IwAR2AH0RG3oS8BtE0pBa7CzwAKMuTM3GXr_TIKjggwAabQhRdCAWYTOs53OM]

KWIS.public → die Anwendung KWIS.net wurde bei der Wirtschaftsförderung Wuppertal über Projektmittel testweise eingeführt. In Kombination mit der Kartenanwendung wären die Kosten höher gewesen. Ein weiteres Argument sich zur Zeit der Entscheidung gegen die KWIS.public Lösung zu entscheiden war der Wunsch möglichst alle Karten und Stadtpläne in Wuppertal zu verbinden, bzw. die Anzahl an verschiedenen Angeboten, nicht noch weiter zu erhöhen. Mit der KWIS.public Lösung wäre einzig die Wirtschaftsförderung Wuppertal in der Lage gewesen den alternativen Stadtplan zu befüllen. Vor allem auch mit Blick auf die Unsicherheit über die Verstetigung der WF4.0-Stelle, hätte die Situation schnell zu der Frage geführt: „Und wer betreut den alternativen Stadtplan jetzt weiter?“

Gemeinsame Karte mit der Stabsstelle Klimaschutz → die Karte der „Vorbildlichen Klimastandorte Wuppertal“ wurde im Newsletter der Stadt angekündigt. Da, wie oben bereits erwähnt, so wenig Parallelstrukturen wie möglich erstellt werden sollten, entstand die Idee die beiden Kartierungsvorhaben zu verbinden und eine gemeinsame nachhaltige Karte zu erarbeiten. Die Termine zur Abstimmung der Inhalte fanden im Herbst 2020 statt. Nach dem Abgleich der einzelnen Datensätze, die in die beiden Stadtpläne einfließen sollten befand die Stabsstelle Klimaschutz die Initiativen für zu unterschiedlich um sie auf einer Karte zu vereinen. Kompromissvorschläge seitens der WF4.0 (es müssen ja nicht alle 5 Geschäftsfelder auf dieser Karte angezeigt werden) führten zu keinem weiteren Gespräch und die Verhandlungen schiefen ein.

IDEEN ZUR ZUKÜNFTIGEN VERANKERUNG DES THEMAS IN WUPPERTAL

- Alternative Stadtführungen ergänzen den alternativen Stadtplan und machen die Inhalte greif- und erlebbarer für alle interessierten Wuppertaler:innen
- Inspiration und Konzeptinput dazu geben die Stadtrundgänge von Weltbewusst
- Mögliche Projektpartner:innen, die für die Umsetzung der Idee angesprochen werden sollten sind z.B. Students for Future Wuppertal, Fridays for Future Wuppertal, Greenpeace Wuppertal
- Aktualität der Angaben bei den kartierten Initiativen in regelmäßigem Turnus prüfen und wenn nötig anpassen (Empfehlung: alle 6 Monate)

Erklärvideos



Abbildung 16 Screenshot des Videos zum Thema regionale Produkte

Kurze, leicht verständliche Erläuterungen zu den Grundsätzen der WF4.0 waren das Ziel, als im Herbst 2020 die Idee zu den Erklärvideos entstand. Mit der Facebook-Seite zur WF4.0 war ein direkter Kommunikationsweg zu den Bürger:innen, die sich für die Themen der WF4.0 interessieren etabliert worden, den es nun mit Content zu füllen galt. Da lag es nahe nicht nur die WF4.0-Initiativen vorzustellen, die in Wuppertal tätig sind, sondern auch die konzeptionellen Grundlagen des Projektes so aufzuarbeiten, dass die Follower:innen den Hintergrund verstehen und nachvollziehen können. Entstanden sind einminütige Videos zu den Themen regionale Produkte und ehrenamtliches Engagement.

IDEEN ZUR ZUKÜNFTIGEN VERANKERUNG DES THEMAS IN WUPPERTAL

- Ein Entwurf zum Thema "Sharing Economy" liegt noch zur Umsetzung bereit
- Weitere Themen über die Videos erläutern
- Videos auf dem Youtube-Profil der Wirtschaftsförderung hochladen, um auch dort die Vielfalt der in der Wirtschaftsförderung bearbeiteten Themen sichtbar zu machen
- Kooperation mit dem Stadtmarketing zur Kommunikation starten

Stimmen zur WF4.0

„Ich war sehr erstaunt, dass es so jemanden wie Theresa in der Wirtschaftsförderung gibt. Jemanden, der extra dafür da ist und uns hilft sowas wie eine Verteilstelle zu finden. Das hat auch alles total gut geklappt. Dafür bei der Stadt jemanden zu fragen, auf die Idee wären wir gar nicht gekommen.“ (Caronlin Hertler, Solidarische Landwirtschaft)

„Ich freue mich richtig, dass sich Leute darüber Gedanken machen. Uns fehlen dafür die Kapazitäten. Aus diesen Initiativen in der Lebensmittelerzeugung kann ja was Wirtschaftliches entstehen.“ (Caronlin Herzler, Solidarische Landwirtschaft)

„Was ich total klasse fand war, dass Theresa tatsächlich mit einer ganz anderen Grundhaltung aufgetreten ist. Die hat wirklich zugehört, hat sich alles angeschaut und ist dann hinterher an die Projekte herantreten und ist in den Austausch gegangen, um herauszufinden, was die Einzelnen brauchen und hat dann für die richtige Vernetzung gesorgt.“ (Pascal Biesenbach, Quartiersbüro)

„Ich habe mich total gefreut, dass ich direkt eine Ansprechpartnerin seitens der Stadt Wuppertal gefunden habe, die sich so dafür engagiert hat uns bei unserer Ansiedlung in Wuppertal zu begleiten. Das habe ich sehr positiv wahrgenommen – richtig willkommen heißend!“ (Catrin Gockel, ZACAMO)

Quellen

Gabler Wirtschaftslexikon (2021): <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/customer-relationship-management-crm-30809/version-254385> (abgerufen am 16.11.2021)

Urbane Produktion.Ruhr (2021): <https://urbaneproduktion.ruhr/ausstellung/> (abgerufen am 13.09.2021)

UtopiaStadt (2021): <https://clownfisch.eu/utopiastadt/> (abgerufen am 15.11.2021)

Wirtschaftsförderung Wuppertal (2021): <https://www.wf-wuppertal.de/Standort/Standort-Wuppertal.php> (abgerufen am 14.12.2021)

Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie (2019):

BUSINESS MODEL CANVAS

07. JANUAR 2020

SCHLÜSSELPARTNERSCHAFTEN

Wuppertal Institut
 - Forschung + Wissenschaft
 Osnabrück Pilotprojekt
 - Unterstützung
 Partnerstädte + Kooperationsvertrag
 - Informationsaustausch
 Netzwerk der Initiativen in Wuppertal

SCHLÜSSELAKTIVITÄTEN

- lokale Wertschöpfung finden + zu Cluster verbinden
 - Bewusstsein schaffen bei potenziellen Kund:innen
 - Netzwerken + Marketing für einzelne Geschäftsmodelle
 - Kommunikation über Aktivitäten zur Diffusion des Konzeptes WF4.0

KUNDENBEZIEHUNGEN

- Aufbau eines Netzwerks bzw. einklinken in bestehendes
 - persönliche Beratung einzelner Initiativen

KUNDENNUTZEN

Beratung
 - Gründung, Marketing, etc
 Netzwerk
 Stärkung der Initiativen
 - wachsen, bekannter, vernetzter, positiven Impact ermöglichen

KOSTENSTRUKTUR

- Personalkosten
 - Ausstattungskosten
 - Reisekosten
 - Marketingkosten
 - Pop-Up-Store Mietkosten

ZIELGRUPPEN

- kleine Unternehmen
 - lokale Initiativen
 Bereiche:
 - Sharing Economy
 - Urban Production

VERTRIEBSKANÄLE

- Workshops
 - Social Media
 - Presse- und ÖA Wifö
 - Einzeltermine

FINANZIERUNG

Projektförderung DLR 100%

SCHLÜSSELRESSOURCEN

Erfahrungen aus Osnabrück + Kontakt zu Frau Rother Personaleinsatz
 Bestehende Netzwerke der Initiativen untereinander Marketingstrategie
 Wissen über Geschäftsmodelle, Gründungen, Entrepreneurship

Netzwerk Wifö Wuppertal
 Marktanalyse für positiven Impact

URBANE PRODUKTION. WAS IST DAS?

Wanderausstellung, Schaufensterwerkstatt,
regionale Produkte und Vorträge

Rathaus Galerie Wuppertal,
2. Obergeschoss, Eingang Klotzbahn

23. August bis 3. September 2021
Eintritt frei, Programmänderungen möglich



Weitere Infos und
Hinweise zur Anmeldung



MONTAG, 23. AUGUST – FREITAG, 03. SEPTEMBER

Wanderausstellung „Urbane Produktion - Produktion zurück in die Stadt?!“

MONTAG, 23. AUGUST – FREITAG, 03. SEPTEMBER

Regionalregal

DIENSTAG, 24. AUGUST

15:00 – 16:00 Uhr Vorträge:
Netzwerken - Welche Initiativen und Projekte bereits heute das Thema „Urbane Produktion“ in der Region treiben

16:30 – 17:30 Uhr Vorträge:
Urbane Produktion als Chance - Wie regionale Wertschöpfungsketten und -kreisläufe die Stadt als Produktionsstandort verändern werden

MITTWOCH, 25. AUGUST

15:00 – 16:35 Uhr Vorträge:
Bauernhof 4.0: Wie die moderne ländliche Erzeugerschaft Mitgestalter des urbanen Raums wird

17:00 – 18:00 Uhr Vorträge:
Das Quartier als Teilernährer der Stadt von morgen

DONNERSTAG, 26. AUGUST

15:00 – 16:20 Uhr Vorträge:
Wie neue Technologien das Leben und Arbeiten in unseren Städten verändern werden

FREITAG, 27. AUGUST

16:00 – 19:30 Uhr Workshop:
Weg mit dem Fleck oder Sticken auf Kleidung

Schaufensterwerkstatt:
Urbane Produktion wird lebendig!

SAMSTAG, 28. AUGUST

11:00 – 14:00 Uhr Workshop:
Gestalten mit Ton - vom Klumpen bis zum Kunstwerk

11:00 – 14:00 Uhr Workshop:
Näh dir deinen (Turn-)Beutel!

14:00 – 16:00 Uhr Workshop:
Pimp your Shirt - Siebdruck für Einsteiger:innen

Freitag 16:00 - 19:30 Uhr
Samstag 11:00 - 18:00 Uhr
Montag 17:00 - 19:00 Uhr

Kreative Macher:innen bringen das Handwerk zurück in die Innenstadt und laden ein zum Mitwerkeln! Während der Workshops verwandeln sich die Schaufenster im 2. Obergeschoss der Rathaus Galerie in eine lebendige Manufaktur. Werft einen Blick über die Schulter und kommt ins Gespräch.

MONTAG, 30. AUGUST

17:00 – 19:00 Uhr Workshop:
Zero Waste & DIY – Einfach selber machen

DONNERSTAG, 02. SEPTEMBER

18:00 – 20:00 Uhr Impulsabend:
Leerstände als Experimentierraum für Urbane Produktion

Social-Media-Strategie

<https://blog.hootsuite.com/de/social-media-marketing-plan-erstellen/>

Wichtig: Je spezifischer die Strategie, um so effektiver die Umsetzung! Daher knapp und kompakt halten.

Schritt 1: Social-Media-Ziele festlegen

- SMARTe Ziele stellen sicher, dass echte Geschäftsziele erreicht werden
 - o Spezifisch
 - o Messbar
 - o Realisierbar
 - o Relevant
 - o Terminiert

- SM-Ziele an übergeordneten Projektzielen ausrichten

- Angewandt auf WF4.0:
 - o Extern: Existenz der Stelle in Wuppertal unter den Initiativen der WF4.0 bekannt machen und als beratende Ansprechpartnerin für Marketing - im weitesten Sinne (Aktionen/Kommunikation/...) – sowie Geschäftsmodellüberarbeitung, Bedarfsanalyse, Handlungsempfehlungen, Maßnahmenumsetzung, Netzworkebildung positionieren.
 - o Intern: WF4.0 als Konzept in der WiFö-Landschaft verbreiten, Verständnis für Grundgedanken pflanzen, überregionaler Erfahrungsaustausch über bereits Erlebtes, Kooperationspartner
 - o Kommunikation: kostenneutralen Kommunikationsapparat für die Ziele „extern“ und „intern“ aufbauen um die Ziele erreichen zu können (hier kommen folgende Maßnahmen in Frage: Digital, Presse- und Netzwerkarbeit, Info-Flyer, Beteiligung an Veranstaltungen, eigene Veranstaltungen)
 - o Alle Ergebnisse dokumentieren und für „Nachmacher:innen“ aufbereiten (Anschlusskommunikation, Wissenstransfer ermöglichen)

- Geschäftsziel → Social-Media-Ziel → Kennzahl (misst konkret)

- Angewandt auf WF4.0:
 - o Bekanntheitsgrad erhöhen → Bekanntheit, Reichweite → Follower, Shares
 - o Netzwerk aufbauen → Bindung, Aktivität → Leads, Engagement (Community Management) Aktivität der gleichen wiederkehrenden Beteiligten bei Content (Veranstaltungen, Gruppen, o.Ä.)
 - o Extern als Ansprechpartner:in für interessierte Kommunen auffindbar sein → Suchmaschinenersatz → SEO-Optimierung durch Postings und Relevanzsteigerung (= Ist über Social Media leichter als über die Unterseite auf der Homepage wf-wuppertal.de)

Schritt 2: Zielgruppe

- Personas entwickeln & reale Daten sammeln
 - o Facebook Analytics gibt kostenlos Daten aus
- Im Vorhinein eine Best Fit Analyse machen, die festlegt wen ich ansprechen möchte
 - o Maßnahmen erstmal auf die Zielgruppe(n) konzentrieren, die den Wert der WF4.0 sofort verstehen
- Angewandt auf WF4.0:
 - o Gründer:innen
 - o alle, die mit ihrem Projekt regional Nachhaltigkeit & Zusammenhalt unterstützen wollen
 - o Stadtmacher:innen (darunter verstehe ich Einzelpersonen, die aktiv zur Transformation der Stadt beitragen wollen)
 - o WiFös in anderen Städten
 - o Forschungsinstitute und Think Tanks & andere Zukunftsgestalter

Schritt 3: Wettbewerbsrecherchen

- Wettbewerbsanalyse:
 - o Konkurrenten ermitteln
(konkurrierende und vergleichbare Alternativen)
 - o Was machen die gut und was nicht?
(Dadurch setzen sie Maßstäbe für meine eigene Ziele)
 - o Meine Ziele mit Unterstützung der Branchen-Erwartung setzen
 - o Chancen entdecken
- Angewandt auf WF4.0:
(hinter dem Pfeil wird die Frage beantwortet → Was würden Interessierte tun, wenn es die WF4.0 nicht gäbe?)
 - Feld Beratung:
IHK, Startercenter, Agentur für Arbeit, Banken, bizeps Gründungsberatung der Uni, Freiraum Innovationslabor, Gründer- und Technologiezentrum Solingen, W-tec, Netzwerke in der Stadt, Steuerberater, etc.
➔ Sie könnten sich die Beratung bei den vielen anderen kostenfreien Anbieter:innen holen
 - Feld Stadtmacher:innen:
unzählbare Initiativen in denen sich Engagierte bereits organisieren, Facebook-Gruppen, Veranstaltungen zu Informationen & zur Planung von Neuem
➔ Sie würden - und das tun sie auch schon - selbst tätig werden
 - Feld WiFö:
Bereich Nachhaltigkeit bei der Stadtverwaltung, Osnabrück – Witten – Witzenhausen als Ansprechpartner:innen für Informationen rund um die WF4.0

und deren Etablierung in einer Stadt, Wuppertal Institut, Think Tanks, Leuchtturmprojekte als Best Practice aufnehmen, unzählige andere Initiativen in der Stadt (wie Stadtmacher:innen)

➔ WiFös könnten sich über ähnliche Konzepte (möglicherweise unter anderem Namen aber mit ähnlicher Zielsetzung) auch woanders informieren und Inspiration zur Umsetzung und Implementierung im Stadtgeschehen erhalten. Gerade städtische Institutionen könnten ggf. auch von Externen in die Richtung gedrängt werden (Fridays for Future, Greenpeace, etc. stellen Forderungen, unterschreiben Petitionen, werden so zum externen Hebel)

- Social Listening:
 - o Konkurrenzbeobachtung
 - o Accounts und relevante Branchenschlagworte verfolgen
 - o Kampagnen anderer beobachten
 - o Searchterms checken. Nennungen in SM

- Angewandt auf WF4.0: noch nicht bedacht

Schritt 4: Audit durchführen

- Nach einer bestimmten Zeit zurückblicken und checken wie es läuft
- Sollte der Kanal beibehalten werden? Kann ich mich auch jetzt schon zur Eröffnung fragen:
 - o Ist meine Zielgruppe dort?
 - o Falls ja, wie nutzt sie die Plattform?
 - o Kann ich den Account nutzen, um zu entscheidenden Geschäftszielen beizutragen?
- Fake-Accounts:
 - o Können Namen/Marke schaden, weil sie irgendetwas veröffentlichen, das nicht von mir kommt
 - o Ziehen Follower ab, die eigentlich bei mir sein wollten
 - o Accounts verifizieren lassen, um Sicherheit zu geben
- Fanpage Karma (als Tool für das Audit – Tipp)

Schritt 5: Accounts einrichten und vorhandene optimieren

- Welchen Kanal will ich nutzen und wie?
- Leitbild für jedes Netzwerk entwickeln

- Angewandt auf WF4.0:
 - o „Ich benutze Facebook, um eine niedragschwellige, kostenfreie Möglichkeit zu haben verschiedenste Player in der Stadt, die im Zusammenhang mit dem Projekt stehen (könnten) auf die WF4.0 aufmerksam zu machen, sie anzusprechen und zu verbinden.“

- „Ich benutze Facebook lieber als Instagram, da ich neben Bildern auch andere Inhalte teilen möchte. Veranstaltungen, Veröffentlichungen, etc. und keine(n) Designer:in habe, der/die mir jedes Mal ein ansprechendes Bild entwirft.“
- „Ich benutze Facebook zusätzlich zur Website, da es als kostenlose SEO-Maßnahme fungieren kann (wenn regelmäßig genutzt mit den richtigen Schlagworten) und ich mir erhoffe dadurch meine Reichweite auch in den Kreisen der Initiativen der WF4.0 zu erhöhen. Präsenz zum Netzwerken in relevanten Gruppen.“
- Optimale Einrichtung des Accounts:
 - Konsistent über alle Kanäle!!!
 - Keywords überlegen, die SEO-freundlich sind und diese in die About-Section übertragen
 - ACHTUNG nur die ersten 140 Zeichen erscheinen in SE-Results. Wichtigstes nach vorne!
 - Verlinkung zur eigentlichen Website – ist WiFö-Seite handyoptimiert?
 - Verlinkung aus der Website zum Facebook-Profil: das generiert Traffic auf dem Account
 - Share it, pin it Button bei jedem Post hinzufügen
- Angewandt auf WF4.0:
 - Keywords: Regional, nachhaltig, Zusammenhalt, Wuppertal, Wirtschaftsförderung 4.0, lokal, Klimaschutz, Ressourcenschutz

Schritt 6: Inspiration

- Erfolgsstorys aus SM recherchieren und davon lernen
- Konsistenz!!!

Schritt 7: Content-Kalender entwickeln

- Terminplan für Postings:
 - zeigt Termine und Zeiten auf zu denen welche Art von Post veröffentlicht werden soll
 - Planungstool
 - Freiraum für Interaktion mit Zielgruppe lassen
 - Stellt sicher, dass gleichmäßig verteilt gepostet wird und die bestmögliche Zeit verwendet wird
 - Beinhaltet sowohl tagtägliche Posts wie auch Infos zu SM-Kampagnen
- Content-Mix planen:
 - Kalender soll Leitbild des Kanals widerspiegeln
 - So stelle ich sicher, dass jeder Post auf mein Geschäftsziel hinarbeitet
 - Für Beginner: 80-20 Regel
 - 80% lehrreich, 20% Marke direkt bewerben
 - Für Beginner Version 2: 1/3 Regel

- 33% bewirbt die Wf4.0, konvertiert Leser und generiert Traffic
- 33% teilt Ideen und Storys von Vordenkern aus der Branche
- 33% dreht sich um die persönliche Interaktion mit der Zielgruppe
- Tools zur Mehrfachplanung nutzen, wenn Terminkalender und Plan stehen

Schritt 8: testen, evaluieren und anpassen

- Dranbleiben und immer wieder nachjustieren
- Analytic-Tools nutzen um zu ermitteln welcher Inhalt den meisten Traffic generiert
- Mit ermittelten Daten regelmäßig die Strategie challengen (iterative Schleifen und regelmäßiges Testen, daraus für sich lernen, kann Ersatz sein für riesige Datensammlungen, dynamische Umwelt, Strategie muss angepasst sein)
- Ggf. auch verschiedene Strategien ausprobieren und Effekte vergleichen (Vorteil: Echtzeit Informationen)
- Lebendig sein und bleiben, die SM-Strategie muss sich immer mit anpassen und am laufenden Band neu austariert werden
- Nicht vor Veränderungen zurückschrecken, die neue Ziele, Tools oder Pläne reflektieren

Pressespiegel für Wuppertal

Titel	Medium	Datum
Projekt für mehr Nachhaltigkeit und Regionalität, 27.05.2020	njuuz: https://www.njuuz.de/beitrag55696.html	27. Mai 2020
	Wuppertal total: https://wuppertal-total.de/politik-wirtschaft/projekt-foerdert-nachhaltigkeit-und-regionalitaet/	27. Mai 2020
	Wuppertaler Rundschau Online: https://www.wuppertaler-rundschau.de/lokales/auf-dem-weg-zur-teilweisen-regionalen-selbstversorgung-in-wuppertal_aid-51366081	28. Mai 2020
	Der Bergische Unternehmer, 06/20, Seite 8: https://www.yumpu.com/de/document/read/63480148/der-bergische-unternehmer-062020	Juni 2020
	Bergische Blätter Printausgabe, 07/20, Seite 4	Juli 2020
	Wirtschaftsförderung Wuppertal: https://www.wf-wuppertal.de/aktuelles/article/projekt-fuer-mehr-nachhaltigkeit-und-regionalitaet/258/	27. Mai 2020
	Facebook Wirtschaftsförderung Wuppertal: https://www.facebook.com/wirtschaftsfoederungwuppertal/posts/2620444551525745	29. Mai 2020
	Facebook WF4.0 Wuppertal: https://www.facebook.com/wfiernullwupp/posts/133430784991106	29. Mai 2020
Stadt Wuppertal: https://www.wuppertal.de/wirtschaft-stadtentwicklung/wifoe/news-wirtschaftsfoerderung-4.0.php	??	
Mehr Aufmerksamkeit für regionale Produkte, 18.11.2020	njuuz: https://www.njuuz.de/beitrag59879.html	18. November 2020
	Wuppertaler Rundschau online: https://www.wuppertaler-rundschau.de/lokales/ziel-mehr-aufmerksamkeit-fuer-wuppertaler-produkte_aid-54711355	19. November 2020
	WZ Printausgabe 25.11.2020	25. November 2020
	Der Bergische Unternehmer, 12/20, Seite 26/27: https://www.yumpu.com/de/document/read/65082568/der-bergische-unternehmer-1220	Dezember 2020
	Wirtschaftsförderung Wuppertal: https://www.wf-wuppertal.de/wirtschaftsfoerderung-40/news-wf40/	18. November 2020
	Facebook WF4.0: https://www.facebook.com/wfiernullwupp/posts/184207029913481	19. November 2020
Linkedin WiFö Wuppertal	Verlinkung auf Website Wirtschaftsförderung Wuppertal: https://www.linkedin.com/posts/wirtschaftsf%C3%B6rderung-wuppertal-a%C3%B6r_wirtschaftsf%C3%B6rderung-40-unterst%C3%BCtzt-regionales-activity-6735096732633444352-N0Nt	November 2020
	Verlinkung auf Facebook-Seite: https://www.linkedin.com/posts/wirtschaftsf%C3%B6rderung-wuppertal-a%C3%B6r_wirtschaftsf%C3%B6rderung-40-wuppertal-activity-6735506778668306433-LKZk	November 2020
Rollout Wirtschaftsförderung 4.0 in Wuppertal	Blog Wirtschaftsförderung 4.0: https://www.wirtschaftsfoerderungviernull.de/2020/07/31/rollout-wirtschaftsf%C3%B6rderung-4-0-in-wuppertal/	31. Juli 2020

Wirtschaftsförderung 4.0: Innovative Wirtschaftsformen in Kommunen stärken	Newsletter GEFAK 2020-II: https://www.gefak.de/newsletter/newsletter-artikel-1	
Wirtschaftsförderung 4.0: Interview mit Theresa Oesterwinter	Newsletter Tag des guten Lebens: https://www.guteslebenwuppertal.de/2021/02/24/wirtschaftsfoerderung-4-0-fuer-ein-gutes-leben/	24. Februar 2021
Wir bedanken uns bei der lieben Theresa	Instagram Post Talbohne: https://www.instagram.com/p/CMAtXS6MJPa/	05. März 2021
Wandel durch Beteiligung Wirtschaftsförderung 4.0: Lebensqualität statt Leerstand	Newsletter des Oberbürgermeisters: Link	18. März 2021
Runder Tisch spricht über Wirtschaftsförderung: Bürger wünschen sich mehr Einzelhandel und Gewerbe	WZ Printausgabe 19.03.2021	19. März 2021
Projekt setzt sich für Nachhaltigkeit und regionale Wertschöpfung ein: Wirtschaftsförderung 4.0 soll lokale Anbieter unterstützen	WZ Printausgabe 20.03.2021	20. März 2021
Neues Förderprogramm für Wuppertaler Projekte	Radio Wuppertal: https://www.radiowuppertal.de/artikel/neues-foerderprogramm-fuer-wuppertaler-projekte-917811.html Plus Radionachrichten mit O-Ton Michael Kopatz	10. April 2021
Nachhaltigkeit und Regionalität	Bergische Blätter Printausgabe	Juni 2021
Urbane Produktion zum Anschauen, Anfassen und Anhören	njuuz: https://www.njuuz.de/beitrag66318.html	16. August 2021
"Zero Waste" und Kreativangebote	Wuppertaler Rundschau Printausgabe	21. August 2021
Von Zero-Waste- Produkten bis zu Kreativangeboten	Wuppertaler Rundschau: https://www.wuppertaler-rundschau.de/lokales/aktionen-in-wuppertal-zero-waste-produkten-und-kreativangebote_aid-62316175	23. August 2021
Sie denken sich die Stadt von morgen aus	WZ Printausgabe 24.08.2021	24. August 2021
Ausstellung: „Urbane Produktion“ als Chance für die Innenstadt	njuuz: https://www.njuuz.de/beitrag66654.html	26. August 2021
Wo der Handel geht, könnten Fertigungsstätten die Lücke schließen	Solinger Tageblatt Printausgabe 27.08.2021	27. August 2021

Sticken statt Flicker	Lokalzeit Bergisches Land WDR Sendung 27.08.2021	27. August 2021
Instagram Story	Instagram Story bierundbuecher (Mikro-Influencerin mit ca. 1000 Follower:innen aus Düsseldorf) über gelungenen Töpferkurs im Rahmen der Ausstellung	29. August 2021
Urbane Produktion - Wirtschaft macht Stadt	Bergische Wirtschaft: https://www.bergische-wirtschaft.net/60-2108-urbane-produktion.html	Oktober 2021
Regionale Produkte aus Wuppertal & Umgebung - Schönes Projekt der Wirtschaftsförderung Wuppertal und wir sind dabei	Facebook Post Metzgerei Sonnenschein: https://www.facebook.com/metzgereisonnenschein/posts/2855124451300158	13. Oktober 2021

Rückblick Kommunikationsmaßnahmen in 2020

Zunächst wurde im Frühjahr 2020 auf der Internetseite der Wirtschaftsförderung Wuppertal eine eigene Microsite für die Inhalte des Projektes WF4.0 eingerichtet. Seither finden Besucher:innen hier neben allgemeinen Informationen zum Forschungsprojekt auch eine Kategorie „Aktuelles“ in der spannende Initiativen, Entwicklungen oder Pressemitteilungen veröffentlicht werden. Diese Internetseite wurde im späteren Verlauf des Jahres um eine weitere Kategorie „Regionales aus Wuppertal“ ergänzt, in der eine Sammlung von lokal hergestellten Produkten zu finden ist. Diese Liste erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit und wird laufend ergänzt.

Mittels einer Pressemitteilung „Projekt für mehr Nachhaltigkeit und Regionalität“ wurde Ende Mai 2020 die lokale Presselandschaft darüber in Kenntnis gesetzt, dass das Projekt WF4.0 in Wuppertal gestartet ist und wurden Initiativen dazu aufgerufen sich bei der WF4.0-Managerin zu melden.

Ob und wenn ja, wie und auf welchen Kanälen über die sozialen Medien kommuniziert werden soll wurde von Anfang an mitgedacht. Während der Erstellung einer umfassenden Social-Media-Strategie wurden deshalb alle möglichen Kanäle bedacht und evaluiert. Als Resultat ging am 01. April 2020 erstmalig die Facebook-Seite *Wirtschaftsförderung 4.0 Wuppertal* [@wfviernullwupp] online. Dieser Online-Auftritt wurde kurzfristig pausiert und mit dem 27. Mai 2020 wieder reaktiviert. Seither wird dieser Kanal regelmäßig genutzt, um die Themen der WF4.0 zu veröffentlichen.

Auch auf der Internetseite wirtschaftsfoerderungviernull.de wurde ein Blog-Beitrag über den Beginn des Projektes WF4.0 in Wuppertal veröffentlicht.

Der persönliche Dialog hat auf verschiedenen Ebenen stattgefunden:

- Veranstaltungen: Der Besuch von verschiedenen Veranstaltungen innerhalb von Wuppertal hat Einblick in die Tätigkeiten der Initiativen und das Geschehen in Wuppertal gegeben. Veranstaltungsbesuche in anderen Städten haben angrenzende Themenbereiche vertieft und gaben Möglichkeit zur Weiterbildung und zugehörigem Austausch.
- Persönlicher Austausch: Telefonisch, live, per Mail oder über Videokonferenzen mit verschiedenen Change Agents, Initiativen, Unternehmen, Netzwerken aus Wuppertal führte zur weiteren Bekanntmachung des Projektes WF4.0 in den Kreisen der Engagierten. Umgekehrt diente der Austausch der Informationssammlung/Recherche über den aktuellen Stand (des Engagements, des Unterstützungsbedarfs, etc.) in Wuppertal. Weitere telefonische Anfragen zum Projekt kamen aus den verschiedensten Bereichen: Köln Business Wirtschaftsförderung, Bewerbung einer Praktikantin, WiN Emscher-Lippe, Akteur aus Kultursektor in Kleinstadt
- Veranstaltungsmitgestaltung: Anstelle der bundesweiten Anwenderkonferenz, die von der GEFAK organisiert werden sollte, wurde

eine Herbstakademie mit Workshop-Angeboten zu verschiedenen Themen durchgeführt in dessen Rahmen sowohl das WI, vertreten durch Michael Kopatz, als auch die Praxispartner:innen der jeweiligen Städte einen Workshop zum Thema WF4.0 mitgestaltet haben. Zielgruppe waren hier rund 50 Wirtschaftsförderungen aus dem Kundenstamm der GEFAK.

- Seminare/Weiterbildung: Auch beim Besuch von Seminaren und Fortbildungen gab es die Möglichkeit mit anderen Wirtschaftsförderungen aus NRW in den Austausch zu kommen und über das Projekt zu berichten. Insgesamt 5 Seminare von NRW Global Business wurden besucht und jeweils mit anderen Wirtschaftsförderungen absolviert.
- Wissenschaftlicher Austausch: Eine Interview-Anfrage zweier Studierender der Uni Kassel war Anlass für ein Gespräch über die Zusammenarbeit zwischen Wirtschaftsförderung Wuppertal und UtopiaStadt. Ein Beweis, dass das Projekt auch schon überregional Aufmerksamkeit auf sich gezogen hat, was durch die Verarbeitung der Inhalte in einer Seminararbeit noch zusätzlich verstärkt werden wird.

Ein Netzwerk aus lokalen, nachhaltigen Produzent:innen und Sozialunternehmen hat sich kurz vor Projektstart in Wuppertal gegründet und mit der Planung eines veganen Nachhaltigkeitsfestivals begonnen. Regelmäßige Netzwerktreffen fanden Anfang des Jahres in großer Runde statt, sodass ein Beitritt und die Vorstellung des Projektes WF4.0 einen nicht unerheblichen Teil der lokalen Initiativen zur Zielgruppe hatte. Über den zusätzlichen Beitritt in das Organisationsteam des Netzwerks konnten engere Verbindungen zu den einzelnen Mitgliedern geschlossen werden. Auf diese Weise konnte die WF4.0-Managerin sich als Ansprechpartnerin für die Initiativen und Unternehmen platzieren, wie auch bei der Planung und Strukturierung von unterschiedlichen Veranstaltungsformaten unterstützen. Die Idee eines regionalen Feierabendmarktes wurde gerne vom Netzwerk umgesetzt und war ein guter Weg mehr Sichtbarkeit für regionale Produkte zu generieren.

In Kooperation mit der Stadtmarketing Gesellschaft wurde eine Werbekampagne entwickelt, die auch aktuell noch läuft. Ziel ist es den Initiativen und Inhalten des Projektes WF4.0 mehr Sichtbarkeit zu verschaffen und der Öffentlichkeit zu vermitteln welche positive Auswirkung erfolgreiche regionale Wertschöpfung und nachhaltiger Konsum für Wuppertal haben können. Die Inhalte der Kampagne werden auf verschiedenen Kanälen, nämlich Instagram (Kanal Stadtmarketing), Facebook (Kanal WF4.0, anschließend geteilt vom Stadtmarketing) und bliggit (Kanal Stadtmarketing) veröffentlicht, um eine möglichst breite Zielgruppe zu erreichen. Die einzelnen Beiträge werden in Briefform als Tipp formuliert und sind daher leicht verständlich.

Die GEFAK veröffentlichte in der zweiten Jahreshälfte einen Newsletter in dem alle Partnerstädte eins ihrer Projekte beispielhaft vorstellen konnten. Für Wuppertal wurde über die bliggit-Kampagne geschrieben und damit exemplarisch aufgezeigt, wie digitale Werbung in der Wirtschaftsförderungslandschaft umgesetzt werden kann.

Serienmails in Zusammenhang mit verschiedenen Themen, die jeweils an einen Kreis bestimmter Anbieter:innen/Initiativen/Unternehmen rausgingen haben immer auch das Projekt vorgestellt und über Links weitere Informationen geboten.