

DAS KOMMT AUS

BIELEFELD

STARKER STANDORT – STARKE WIRTSCHAFT

EINFACH
MAL
MACHEN!



BODENSTÄNDIG. INNOVATIV. ERFOLGREICH.



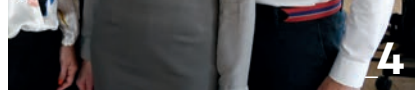
Einfach mal Machen!

„Schau'n mer mal“ dieser Ausspruch einer deutschen Fußballikone ist zu einem geflügelten Wort geworden. Wir in Bielefeld ticken da anders, bei uns heißt es „machen wir mal“. Das beweisen die vielen Unternehmen in der Stadt, die auf beeindruckende Weise den großen Herausforderungen der Digitalisierung mit Querdenken und Grenzüberschreitungen begegnen. Daraus entsteht seit einiger Zeit ein einzigartiges mittelstandsnahes Gründer-Ecosystem, das Bielefeld zu einem echten Start-up Hotspot in Deutschland macht.

Hier beleben traditionelle Familienunternehmen, Weltmarktführer, Hidden Champions und Nischenanbieter mit ihrer Innovationsbereitschaft die Wirtschaft. Hinzu kommt eine exzellente Hochschullandschaft, die für den nötigen Nachwuchs sorgt. Lesen Sie in diesem Magazin, wie eindrucksvoll Bielefelder Unternehmen die Digitalisierung angehen und warum sich hier so etwas wie „Goldgräberstimmung“ breitmacht. Sie werden feststellen, hier leben Menschen in einer lebenswerten Stadt, die etwas bewegen wollen und einfach mal machen: **Bodenständig, innovativ, erfolgreich.**

Überzeugen Sie sich selbst unter:

www.das-kommt-aus-bielefeld.de



Titelfoto: ©iStock.com/RichVintage

Augmented Reality

Entdecken Sie in diesem Magazin noch weitere spannende Inhalte. Mit Hilfe der AR-App „Raumtänzer“ können Sie direkt auf Videos, Interviews, 360°-Ansichten und mehr zugreifen. Laden Sie sich einfach die kostenlose App auf Ihr Smartphone oder Tablet und scannen Sie die Seiten, auf denen das AR-Icon zu sehen ist. www.raumtaenzer.com/de/download

INHALT

Quer denken, innovativ handeln

Gründerzeit 2.0

_4

Unerwartete Einblicke

Kleine Produkte – großer Auftritt

_12

Prima Klima für Startups

In Bielefeld geht's ab

_16

Natürlich Bielefeld!

Lebenswert Karriere machen

_18

Kraftvolle Zahlen

Daten & Fakten

_22

Eine Stadt macht sich fit

_24

Bielefelder

Sommer-Highlights 2018

_26

Made in Bielefeld

Bielefelder Unternehmen
produzieren in der ganzen Welt

_28

Interkulturelle Kompetenz

Global Player unterstützen

_31

Partnerschaftlich

Bielefelder Unternehmen
stellen sich vor

_32

Impressum _38



QUER DENKEN, **GRÜNDERZEIT 2.0** INNOVATIV HANDELN

Die Anforderungen an Mittelständler sind heute größer denn je. Sie müssen ein attraktiver Arbeitgeber im Kampf um die hellsten Köpfe sein, in Zeiten der Digitalisierung ihre Geschäftsmodelle zum Teil neu ausrichten und das Beste aus der Welt der Start-ups und der Familienunternehmen vereinen. Wie das funktionieren kann, diskutieren Andreas Engelhardt, geschäftsführender Gesellschafter von Schüco, Sebastian Borek, Geschäftsführer der Founders Foundation, Prof. Dr. Christina Hoon von der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften der Universität Bielefeld, Roland Hofstetter, Geschäftsführer von Diamant Software, und Thorsten Meier, Geschäftsführer von BOGE.



INTERVIEW: Marc-Stefan Andres

FOTOS: Susanne Freitag

Herr Engelhardt, jeder spricht über den Fachkräftemangel. Ist in Bielefeld die Welt noch in Ordnung?

Andreas Engelhardt: Generell schon, aber wenn es um Management-Positionen geht, ist es auch für uns bei Schüco nicht einfach. Wir müssen viel dafür tun, dass die Leute gerne zu uns kommen. Mitarbeitende und auch deren Verwandte beobachten sehr genau, was im Unternehmen passiert und wie aufrichtig es ist. Sie schauen darauf, ob eine Unternehmensphilosophie nur ‚gedruckt‘ oder eine vorgelebte, authentische Praxis ist.

Was für Leute suchen Sie denn?

Andreas Engelhardt: Die richtigen Typen, die zu uns passen. Ich selbst habe die mittlere Reife, habe nie studiert und wenn ich keinen Chef gehabt hätte, der erkannt hätte, dass ich Lust auf Verantwortung habe, hätte ich nie meinen Weg gemacht. Auch die-

se Menschen zu finden, ist unsere Aufgabe. Wenn ich bei 450 Bewerbungen nur danach ginge, wer Abitur und einen Durchschnitt von 2,0 hat, dann fielen mir die Hauptschüler durchs Raster, die vielleicht später den zweiten Bildungsweg gegangen wären, studiert hätten und einfach ideal für das Unternehmen wären.

Womit punkten Sie bei BOGE, Herr Meier?

Thorsten Meier: Wir sind als Unternehmen international tätig, das ist schon ein Reiz an sich. Zudem ist es wichtig, dass wir Universitäten und Forschungseinrichtungen bieten können und dass Weiterbildungsangebote bestehen. Außerdem gibt es in der Region eine große Breite an Arbeitgebern. Potentielle Bewerber kommen gerne irgendwohin, wenn es eine Auswahl gibt.

Herr Hofstetter, Sie bieten Ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ja einiges. Neben spannen-



Auf Einladung von Brigitte Meier (2. Re), WEGE mbH, trafen sich zum Wirtschaftsgespräch im inspirierenden Ambiente der Founders Foundation, v.l.: Andreas Engelhardt, Thorsten Meier, Prof. Dr. Christina Hoon, Roland Hofstetter, Brigitte Meier und Sebastian Borek.

den Jobs zum Beispiel ein neues Firmengebäude mit einer kleinen Parkanlage, Ruhe- und Kreativzonen sowie einem Fitnessraum.

Roland Hofstetter: Wir schaffen eine moderne Arbeitswelt. Wir versuchen so, unsere Unternehmensphilosophie nicht einfach nur zu beschreiben, sondern sie tatsächlich auch zum Leben zu erwecken. Wenn es etwa um Hierarchien geht, heißt das, dass die Führungskräfte und auch ich als





*WIR RICHTEN ZUM TEIL ARBEITSPLÄTZE EIN,
BEI DENEN ICH HEUTE NOCH GAR NICHT
WEISS, WER MORGEN DORT SITZEN WIRD.*

Andreas Engelhardt

Geschäftsführender Gesellschafter von Schüco



Geschäftsführer mit den Angestellten auf einer Fläche sitzen. So kann ein ganz enger Austausch stattfinden und zu schnellen Lösungen führen. Außerdem wollen wir früh potenzielle Mitarbeiter rekrutieren. Wir haben eine ganz tolle Hochschullandschaft, in der wir Kontakte zu Studenten und von uns geförderten Stipendiaten gewinnen. Außerdem richten wir uns explizit an weibliche Fachkräfte, weil hier noch das größte Potential besteht.

Gehen wir einmal weg von der Unternehmensebene hin zur Forschung. Frau Hoon, was müssen gerade Mittelständler potenziellen Mitarbeitenden bieten?

Christina Hoon: In einem aktuellen Forschungsprojekt haben wir uns mit Employer-Branding und den Erwartungen von Beschäftigten oder potenziellen Beschäftigten an Unternehmen befasst. Es gibt im Grunde zwei Typen von Arbeitnehmern, die entweder „caring“ oder

„fluid organizations“ bevorzugen. Gerade die Familienunternehmen in dieser Region sind klassischerweise „caring“. Sie machen die Arbeitsplätze attraktiv, indem sie sagen: Du kannst bei uns bleiben, dich hier individuell entwickeln und deinen ganzen Karriereweg bei uns im Unternehmen machen.

Das ist doch gut, oder?

Christina Hoon: Ja und nein. Das passt zu einem bestimmten Typ von Arbeitnehmern, der zweite Typ hat aber eben eher fluide Erwartungen an seinen Arbeitgeber. Er sucht keinen ‚Job‘, sondern ein Projekt, in dem er mit den besten Leuten zusammenarbeiten und gefordert sein möchte. Für ihn ist es die Höchststrafe, sich vorstellen zu müssen, ein Leben lang in einem Unternehmen zu bleiben. Viele Unternehmer sind stolz auf ihre geringen Fluktuationsraten – aber das ist nicht die ganze Wahrheit. Ich bin der Meinung, dass frischer

Wind in ein Unternehmen kommen muss. Und diese Erwartung haben auch die Arbeitnehmer.

Welche Auswirkungen hat das auf die Personalarbeit?

Christina Hoon: Die Unternehmen müssen unterschiedliche Subkulturen entwickeln. Auf der einen Seite brauchen sie Leute, die ins Unternehmen kommen, 20 Jahre bleiben, es mit groß machen und mitdenken. Aber die Firmen müssen auch die fluiden Leute anziehen, die vielleicht nur drei Jahre bleiben wollen, sehr gut arbeiten, ins nächste Unternehmen wechseln und vielleicht später wieder zurückkommen.

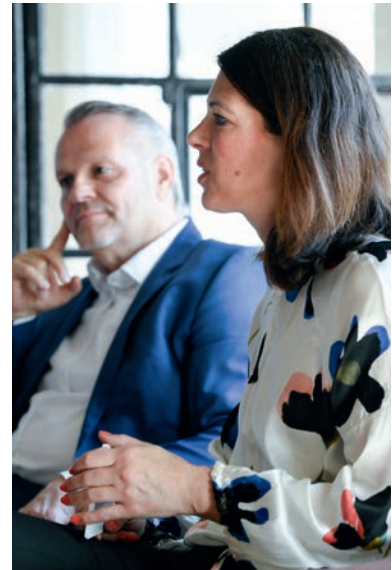
Andreas Engelhardt: Dieser Spagat ist aus Unternehmensicht enorm, weil man natürlich eine komplette Unternehmenskultur verändern muss. Sie müssen einerseits die ‚Bewahrer‘ wertschätzen, aber auch für die ‚Veränderer‘ attraktiv sein. Wir reagieren darauf,



FÜR MANCHE IST ES DIE HÖCHSTSTRAFE, SICH VORSTELLEN ZU MÜSSEN, EIN LEBEN LANG IN EINEM UNTERNEHMEN ZU BLEIBEN.

Prof. Dr. Christina Hoon

Fakultät für Wirtschaftswissenschaften der Universität Bielefeld



indem wir zum Beispiel den Beschäftigten ermöglichen, in Projekten auch von Berlin, Frankfurt, Düsseldorf oder Hamburg aus zu arbeiten. Wir richten zum Teil Arbeitsplätze ein, bei denen ich heute noch gar nicht weiß, wer morgen dort sitzen wird.

Es braucht also zwei Subkulturen in einem Unternehmen. Herr Borek, wie sehen Sie diesen Spagat als Start-up-Beförderer?

Sebastian Borek: Wir befinden uns mitten in der Digitalisierung, die keine technische, sondern eine kulturelle Entwicklung ist. Sie stellt alles infrage und verändert die Welt mit einer enormen Geschwindigkeit. Die Zeit ruft nach Unternehmertalenten oder unternehmerisch geprägten Managern. Jeder muss fluider und flexibler handeln und dafür brauchen wir eine entsprechende Kultur. Diese in einer bestehenden zu entwickeln, ist schwierig.

Deswegen bieten Sie ja Hilfe von außen.

Sebastian Borek: Wir sind mit der Founders Foundation dafür angetreten, in Bielefeld ein Ecosystem für unternehmerisch geprägte Talente aufzubauen. Unsere Programme und die Infrastruktur sollen helfen, dass diese auch mal frei experimentieren können. Dazu kommt natürlich, dass es auch bei den vielen Mittelständlern hier in der Region solche Menschen gibt, die wiederum Austausch suchen. Mit ihnen können wir einen Anknüpfungspunkt außerhalb der Firmen schaffen. Denn wir sind hier kein „Silicon Irgendwas“, sondern der „Rocket Mittelstand“.

Die Verknüpfung von gewachsenen Strukturen und einer Start-up-Mentalität ist sicherlich nicht einfach.

Herr Meier, wie machen Sie das?

Thorsten Meier: Wir tragen durchaus 111 Jahre Geschichte mit uns; das

merkt man auch. Aber dieses Originäre ist wichtig. Wir haben eine Identität und ein Kerngeschäft, das sich oft evolutionär entwickelt. Dafür brauche ich Mitarbeitende mit viel Erfahrung und Loyalität. Dennoch passieren auch radikale Veränderungen, manchmal weit entfernt von unserem Kerngeschäft, für die ein Start-up, das von außen kommt, genau das Richtige ist. Wir gehen zudem noch einen dritten Weg. Unter dem Dach des Unternehmens, aber räumlich wie organisatorisch getrennt, haben wir Teams, die an einem Projekt arbeiten.

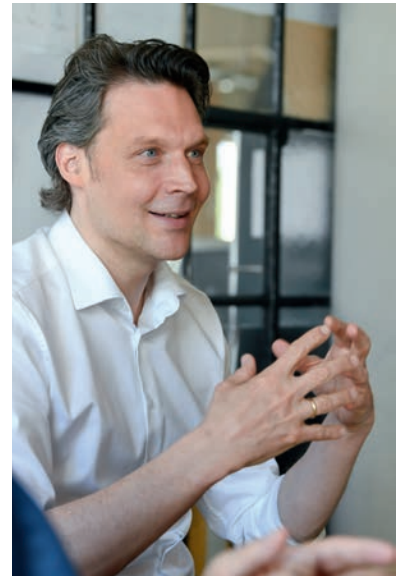
Machen Sie damit gute Erfahrungen?

Thorsten Meier: Ja. Die neuen und die erfahrenen Angestellten arbeiten gemeinsam mit einem klaren Ziel vor Augen und allen Möglichkeiten des gesamten Unternehmens – und dabei kommen spannende Produkte heraus. Unsere Aufgabe ist es dann, ihnen nach »



WIR BEFINDEN UNS MITTEN IN DER DIGITALISIERUNG, DIE KEINE TECHNISCHE, SONDERN EINE KULTURELLE ENTWICKLUNG IST.

Sebastian Borek
Geschäftsführer der Founders Foundation



Ablauf des einen ein weiteres interessantes Projekt anzubieten.

Sebastian Borek: Ganz entscheidend für den Erfolg ist dabei, dass die Mitarbeitenden mitgenommen werden. Dazu gehören auch unbedingt die Führungskräfte, die zum Teil noch gar nicht wissen, was die Führung eines solchen Unternehmens bedeutet.

Sie haben selbst einige Zeit das mittelständische Druckunternehmen ihrer Familie mit 300 Beschäftigten geführt. Wie war es da?

Sebastian Borek: Meine Erfahrungen dort sind beispielhaft für viele traditionelle Unternehmen: Durch die Digitalisierung muss sich die hierarchische Denkweise grundlegend ändern. Die Geschäftsführungsebene kennt nicht automatisch den besten Weg und muss sich auf einen offenen Austausch einlassen. Und für diesen Kulturwandel muss

man sie im Zuge der Digitalisierung befähigen.

Roland Hofstetter: Für uns als Software-Unternehmen sind Themen wie Projektarbeit, Matrixorganisation, Teamarbeit oder Agilität nichts Neues. Gleichzeitig gibt es aber auch Unternehmensbereiche, bei denen es durchaus schwieriger ist und tatsächlich bei der Führungsebene anfängt. Wenn jemand ein Unternehmen mit einer gewissen Vision gründet, die er auf die Mitarbeitenden überträgt, entwickeln sich die besten Fachkräfte vielleicht zu Führungskräften, während das Unternehmen wächst, und werden dann oft selbst zum Bottle-Neck bei Entscheidungen. Wenn die Selbstorganisation an Relevanz gewinnt, die Teams eigenverantwortlich arbeiten und die Entscheidungen dort getroffen werden, wo auch die Kompetenz sitzt, müssen sich Unternehmen verändern.

Herr Engelhardt, wo sehen Sie bei Schüco Start-up-Mentalität?

Andreas Engelhardt: Die Start-ups sind ein Spiegel, den man uns als Unternehmen vorhält, um uns zu zeigen, was alles schnell möglich ist. Als Unternehmen waren wir manchmal nicht in der Lage, Innovationen schnell genug umzusetzen. Dafür brauche ich eine Start-up-Denke. Wenn wir das nicht zulassen, gefährden wir Zukunftsentscheidungen. Um das umzusetzen, benötigen wir auch eine räumlich andere Unternehmenskultur. Wir haben hier in Bielefeld ein Gebäude gegenüber unserem Hauptsitz gekauft, in dem u.a. sieben internationale Kolleginnen und Kollegen arbeiten, die sich mit neuen Vertriebskanälen beschäftigen. Sie werden für ein halbes Jahr freigestellt und wir haben darauf geachtet, dass es nicht nur junge Leute sind, sondern auch ältere mit ganz unterschiedlichen Kontexten. Alles



VIELLEICHT GILT BIELEFELD BALD ALS ZWEITER GROSSER STANDORT DER START-UP-SZENE IN DEUTSCHLAND.

Roland Hofstetter
Geschäftsführer von Diamant Software

mit dem Ziel, dass die Speedboote am Ende des Tages auch erfolgreich sind. Und Erfolg heißt auch, dass wir eine Fehlerkultur zulassen: Zehn Speedboote müssen nicht zehn Siege bedeuten. Ich muss auch damit zufrieden sein, wenn es nur mit einem oder mit zweien klappt.

Sebastian Borek: Es gibt ein wunderbares Beispiel von Google, die ihre Angestellten auf den Versuch hin bonifizieren und nicht auf das Resultat. Und sie tun dies, um etwas auszuprobieren und zu mobilisieren. Das finde ich sehr, sehr wichtig. Und das leben wir hier vor. Bei uns ist Start-up synonym für Experiment. Auf der anderen Seite ist das ja gerade hier in Bielefeld nichts Neues. Auch die Miele und andere Mittelständler haben früher an ihren Maschinen herumgeschraubt, haben Jahre probiert, ob es klappt. Nicht so schnell, wie wir das machen, aber die grundsätzli-

che Idee ist dieselbe. Und weil die Digitalisierung alles über den Haufen wirft, brauchen wir wieder diese Experimentierfreudigkeit.

Christina Hoon: Sie haben recht, Familienunternehmen bringen alles mit, was man dafür braucht. Sie sind auch oft nicht langsamer, wenn es um Innovationen geht. Ich habe viele Familienunternehmen erlebt, bei denen der Unternehmer den Geldbeutel in der linken und die Entscheidungsmacht in der rechten Hand hat – und so in der Lage ist, sehr schnelle Entscheidungen zu treffen und Investitionen zu tätigen.

Was beobachten Sie bei den Bielefelder Mittelständlern, wenn es um Innovationskraft geht?

Christina Hoon: Ich besuche mit meinen Studierenden immer die Hannover-Messe, bei der auch viele Unternehmen aus dieser Region sind. Das hat auf der einen Seite

immer den Effekt, dass die Studierenden total begeistert sind, was diese vermeintlich kleinen Firmen auf der Messe machen. Sie haben riesige Messestände, voll mit internationalen Kunden, es gibt in fünf Sprachen Führungen über den Stand. Erst in solchen Momenten verstehen die Studierenden, was das eigentlich für Unternehmen sind.

Herr Meier, wie steht es bei BOGE um die Innovationskraft?

Thorsten Meier: Druckluft hört sich zunächst einmal nicht so spannend an, aber wir stehen unter erheblichem Wettbewerbsdruck in einer sehr etablierten, eher konservativen Branche. Für uns ist klar, dass wir weitermachen müssen – nicht nur mit Innovationen, was komplett neue Modelle betrifft, oder mit einer Evolution des Bestehenden, sondern auch mit einer Revolution.

»



FÜR UNS IST KLAR, DASS WIR WEITERMACHEN MÜSSEN – NICHT NUR MIT INNOVATIONEN, WAS KOMPLETT NEUE MODELLE BETRIFFT, ODER MIT EINER EVOLUTION DES BESTEHENDEN, SONDERN AUCH MIT EINER REVOLUTION.

Thorsten Meier
Geschäftsführer von BOGE



Was heißt das konkret?

Thorsten Meier: Wir bauen seit ungefähr 90 Jahren etablierte Maschinen in etablierten Technologien. Vor drei bis vier Jahren haben wir eine bestehende Technologie mit einem komplett neuen Ansatz entwickelt, bei der wir – was für Maschinen ungewöhnlich ist – keine Wartung mehr anbieten. Das dreht unser Geschäftsmodell auf links. Das heißt, wir brauchen jetzt neue Services. Der Kunde bekommt nun eine Maschine, die entweder wir betreiben und bei der er nur noch die Luft bezahlt. Oder aber er kauft eine Maschine, die wir nicht mehr warten, sondern im Feld über die Jahre immer besser machen. Stellen Sie sich vor, Sie haben ein Auto, aber bringen den Wagen nicht mehr für die Inspektion oder Reparaturen in die Werkstatt, sondern damit Sie mehr PS und weniger Verbrauch bekommen. Und das immer und immer wieder.

Roland Hofstetter: Für mich gibt es zwei Parameter, die es überhaupt erlauben, einen solchen Wandel durchführen zu können. Der eine ist sicherlich, dass man wirtschaftlich erfolgreich ist. Und der zweite ist, dass man Eigentümer hat oder ein Management, das bereit ist, diesen wirtschaftlichen Erfolg auch wieder in das Unternehmen zu investieren. Denn es gibt genügend Firmen, die wirtschaftlich nicht mehr in der Lage dazu sind, diesen Wandel vorzunehmen.

Verändert sich auch Ihr Geschäft?

Roland Hofstetter: Lizenzverkäufe von Software sind unser altes Modell. Nun wandeln wir es zu Software-Services, die im Laufe der Zeit bezahlt werden. Das muss ich mir als Anbieter erst einmal leisten können. Aber es ist nötig, weil es gerade in Zeiten der Digitalisie-

rung viele disruptive Geschäftsmodelle gibt, die schnell an die Arbeit kommen wollen. Unser Angebot ermöglicht es etwa Start-ups, für ihre IT-Infrastruktur nicht in Vorleistung treten zu müssen. Wenn sie ein Investment von 30 Mio. Euro haben und erst einmal 10 Mio. Euro für ihre IT-Ausstattung zahlen müssen, sind sie weg, bevor sie angefangen haben zu arbeiten. Monatlich 5.000 Euro für ihre IT-Infrastruktur können sie aber stemmen.

Herr Engelhardt, wo sehen Sie bei Schüco noch Verbesserungspotenzial?

Andreas Engelhardt: Wir sind manchmal nicht schnell genug, ganz klar. Deswegen müssen wir die Speedboote zulassen, die Köpfe öffnen und nicht alles selbst erfinden. Dazu gehören zum Beispiel auch Kooperationen. Wenn wir eine Gebäudehülle verkaufen wollen, die bei Annäherung spricht

und reagiert, sollten wir mit Miele oder Hella zusammenarbeiten, die mit ihren Sensoren schon ganz weit sind. Die Idee, dass man nicht zwingend alles selbst erfinden muss, bedeutet auch einen großen Kulturwandel.

Wir reden die ganze Zeit über Start-ups und Innovationen. Beginnt in Bielefeld gerade eine neue Gründerzeit?

Thorsten Meier: Hier entsteht schon eine erhebliche Dynamik, ob in Neugründungen oder in etablierten Unternehmen. Dazu tragen auch starke Branchennetzwerke wie zum Beispiel OWL Maschinenbau und it's owl bei. Das, was wir über Jahre vorangetrieben haben, die Mischung aus bestehenden Strukturen und komplett neuen, das fügt sich jetzt gerade zu einem Bild zusammen.

Roland Hofstetter: Es passieren viele Dinge, die man selbst nicht wahrnimmt. Deswegen ist es gut, dass so viel über diese Themen gesprochen wird. Bielefeld fängt ja – wie Berlin – auch mit ‚B‘ an und vielleicht gilt Bielefeld bald als zweiter großer Standort der Start-up-Szene.

Christina Hoon: Für eine neue Gründerzeit müssen die Spitzen der Unternehmen die Mitarbeitenden dazu befähigen, dass Innovationen und Kreativität möglich werden. Dafür brauchen sie aber selbst viel mehr Zeit. In aktuellen Studien heißt es, dass Manager nur zehn Prozent ihrer Arbeitszeit für Strategie und Innovation nutzen können. Da muss sich etwas ändern – und dann werden Mittelständler und Start-ups guten Zeiten entgegengehen.

Sebastian Borek: Die Digitalisierung erfordert geradezu eine neue Gründerzeit. Die etablierten Unternehmen müssen neu denken und Neues entwickeln. Hier in Bielefeld haben wir eine wirklich einzigartige Situation, ein mittelstandsnahes Gründer-Ecosystem, das immer weiter wächst. Wir sind mit der Founders Foundation vor zwei Jahren gestartet und haben bald 100 Unternehmen, die wir begleiten.

Andreas Engelhardt: Das ist beeindruckend. Und allein der unternehmenskulturelle Teil, das Öffnen der Köpfe, das Querdenken, das Grenzüberschreiten, hat uns schon riesig geholfen. Nun liegt es an den Unternehmen und den Unternehmern, daraus auch wirklich etwas umzusetzen.



Marc-Stefan Andres

Der freie Wirtschaftsjournalist schreibt unter anderem für die ZEIT und brand eins. Seit zehn Jahren konzipiert und textet er Corporate Books oder Imageteile für Geschäftsberichte, für die er in vielen Teilen der Welt unterwegs ist. Seine Auftraggeber sind Unternehmen und Agenturen wie Symrise, DMG MORI, Volkswagen, Osram, 3st Kommunikation, Strichpunkt oder Jung von Matt.



Pit Clausen

Oberbürgermeister der Stadt Bielefeld

Bielefeld wächst. Junge Menschen ziehen in die Stadt, um hier zu studieren oder ihren ersten Job zu starten. Andere kommen, weil sie etwas „unternehmen“ und gründen wollen und, wieder andere finden als Fach- und Führungskräfte ihre Karrierechance.

Bielefeld wächst an Menschen. Aber das ist es nicht allein. Bielefeld wächst auch mit den Herausforderungen der digitalen Revolution, die in der hiesigen Wirtschaft Aufbruch- und „Goldgräberstimmung“ verursacht. Schon immer wandlungs- und zukunfts-fähig, suchen die erfolgreichen mittelständischen Unternehmen den Schulterchluss: mit digital-affinen, kreativen Menschen, die sie qualifizieren oder als neue Mitarbeitende in das Unternehmen holen. Zugleich gewinnen sie Start-ups für eine engere Zusammenarbeit, für ein Invest oder sie gründen selbst: darunter prominente Markenunternehmen wie Schüco, Oetker, Seidensticker, Gundlach oder die Dr. Wolf-Gruppe, um nur einige zu nennen. Dieser Schwung verändert Geschäftsmodelle und bringt innovative Produkte und Dienstleistungen hervor. Er führt auch zu neuen (agilen) Arbeitsformen und neuen Personalentwicklungskonzepten, die für die heutige und zukünftige Fachkräftegeneration attraktiv sind. Nur so bleiben Arbeitgeber und Standort wettbewerbsfähig.

Unser Ziel: Bielefeld punktet mit starkem Mittelstand, ausgeprägter Vernetzungsinfrastruktur, wachsender digitaler Szene samt digitalem Ecosystem. Neben den großen Hotspots wie Berlin oder Hamburg wächst die Anziehungskraft unserer Großstadt Bielefeld und die der Region, beide ausgestattet mit einem gesunden Branchenmix und der Leidenschaft für Tradition und Innovation.

Das produktive Zusammenspiel von Mittelstand und Start-up-Generation hat die Founders Foundation gGmbH in 2018 mit der deutschlandweit einmaligen Konferenz „Hinterland of Things“ beeindruckend auf die Bühne gebracht. Ich freue mich auf die Fortsetzung in 2019 und auf die Kraft und die Zukunftsideen der Unternehmen, die den Wirtschaftsstandort Bielefeld immer weiter nach vorne bringen.

UNERWARTETE EINBLICKE

KLEINE PRODUKTE –
GROSSER AUFTRITT



Klein, aber oho: Allein im Airbus A380 sind rund 12.000 HELICOIL® verbaut.

Böllhoff gehört zu den weltweit führenden Herstellern und Händlern von Verbindungselementen und Montagesystemen. Über 100.000 Spezialverbindungselemente sind im Portfolio zu finden. Spezielle Hightech-Montagewerkzeuge montieren die mitunter winzig kleinen Produkte mit absoluter Präzision. Industrie 4.0 in Bielefeld.

TEXT: Jule Milbrett
FOTOS: Susanne Freitag



1 HELICOIL® ist das wohl bekannteste Verbindungselement der Böllhoff Gruppe. Gewindeverstärkung und -reparatur sind zwei Begriffe, die untrennbar mit HELICOIL® verbunden sind.

Er kommt überall dort zum Einsatz, wo Werkstoffe geringer Scherfestigkeit verwendet werden, wie z.B. in automobilen Leichtbaukonzepten. Der HELICOIL® ist seit über 60 Jahren praxiserprobt.

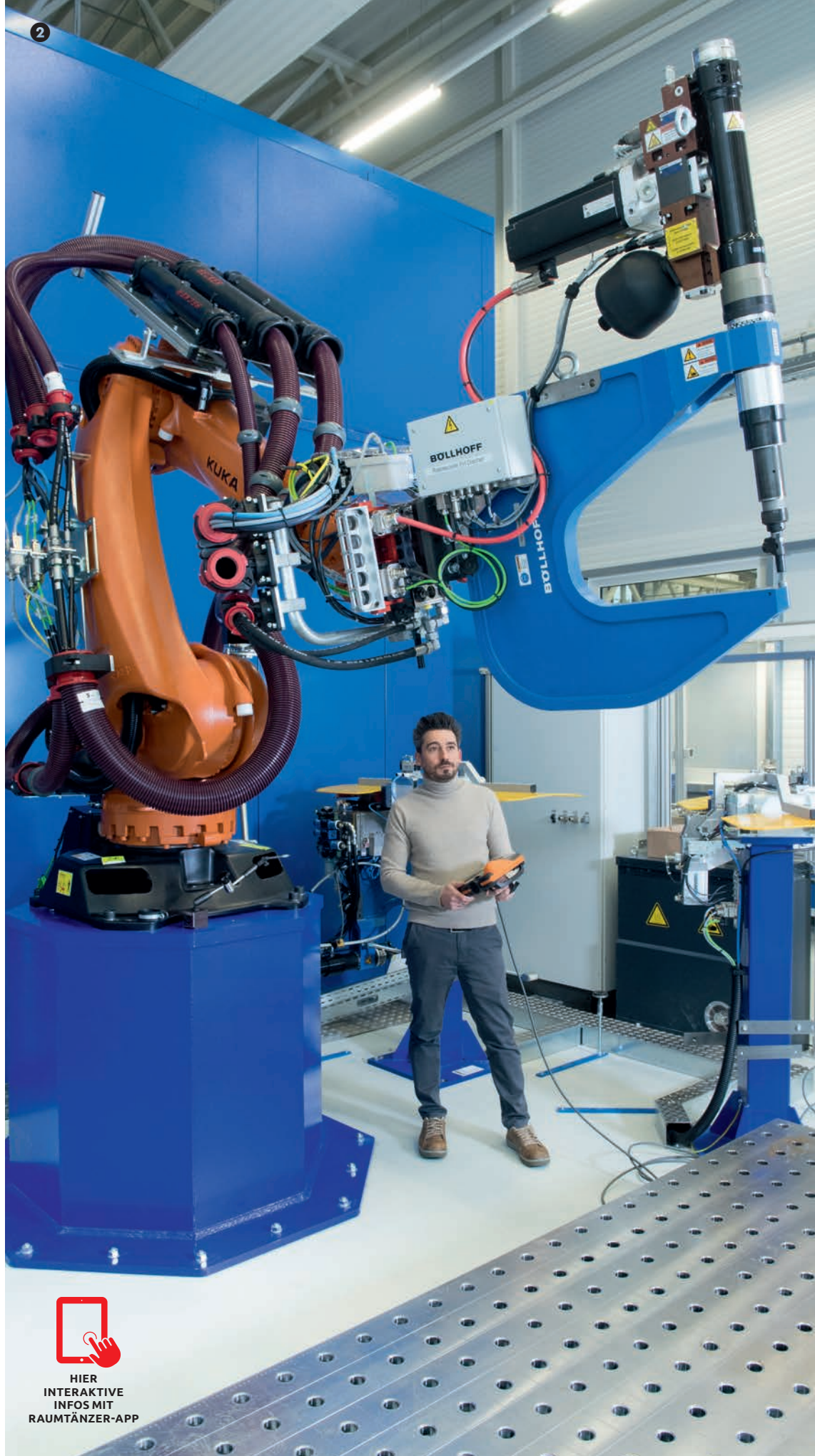
2 Die RIVSET® Stanznietanlage von Böllhoff ermöglicht es, Materialkombinationen, die sich nicht schweißen lassen, präzise miteinander zu verbinden. Besonders bei modernen Leichtbaukonzepten wie Multi-Materialkarosserien in der Automobilbranche ist die Anlage daher beliebt. RIVSET® kommt beispielsweise auch in der Produktionsstraße des Audi Q7 zum Einsatz. Die Werkzeuge von Böllhoff können sowohl stationär als auch am Roboter genutzt werden.

3 In der Konstruktion werden die Werkzeuge kundenspezifisch entwickelt und der Arbeitsprozess anhand von 3-D-Daten simuliert, um den Roboter und die Montageeinheit perfekt auf das Bauteil des Kunden abzustimmen, damit alle Fügepunkte präzise erreicht werden können.

4 RIVSET® Magazine Feed: automatisierte Verarbeitung von kundenspezifischen Nietsequenzen – bis zu acht verschiedene Nietlängen können in einem Magazin verarbeitet werden.

5 Auch logistische Lösungen wie das ECOSIT® RFID System mit automatischer Bestellauslösung sind bei Böllhoff gefragt: Ist ein Produktbehälter im Lagersystem leer, wird der jeweilige RFID-Chip in einen Sammelbehälter geworfen, der die Daten ausliest und sofort eine Bestellung bei Böllhoff generiert.

6 Um die Matrize zu wechseln, steuert der Roboter den sogenannten Matrizenwechsler an. So können verschiedene Stanzgeometrien erreicht werden.



HIER
INTERAKTIVE
INFOS MIT
RAUMTÄNZER-APP

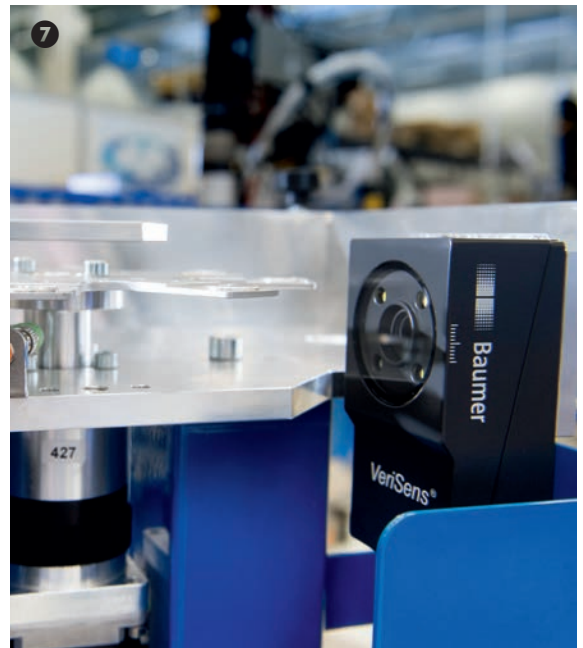
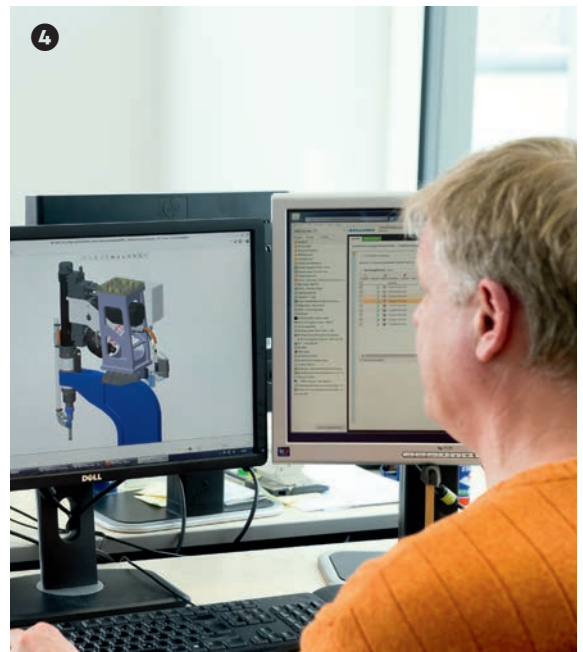




Foto: ©iStock.com/alvarez

PRIMA KLIMA FÜR START-UPS

In Bielefeld geht's ab

„Ich will nicht nach Berlin“ – die Band Kraftklub textet frech und laut. Die Bielefelder Gründerszene kann in den Refrain lässig einstimmen. Abseits des kapitalen Gründer-Hotspots Berlin stimmt der Mix. Das Ecosystem, das in Bielefeld von jungen Start-ups befeuert wird, wächst täglich. Und garantiert zusätzliche Adrenalinkicks. Versprochen!

TEXT: Corinna Bokermann

Bielefeld ist nicht Berlin und kopiert nicht das Silicon Valley. Bodenständig, pragmatisch und kraftvoll nutzt die Region ihre eigenen Erfolgsfaktoren. Hier hat vor über hundert Jahren schon das Backpulver mit Geling-Garantie das Licht der Welt erblickt. Größen wie Dr. Oetker, Dr. Wolff, Miele oder Schüco sind in Bielefeld zu Hause und erwirtschaften zusammen mit 11 weiteren Unternehmen in der Region OWL jährlich rund 65 Milliarden Euro Umsatz. Doch es sind nicht nur die Unternehmen, die den Charakter der Stadt prägen. Neben dem Know-how aus dem Mittelstand und vorhandenem Kapital fördert auch die breit aufgestellte Hochschullandschaft das Klima für ein starkes Ecosystem. Viele Akteure machen in der heimlichen Hauptstadt des deutschen Mittelstands inzwischen gemeinsame Sache und suchen den Schulterchluss.

Innovationskraft made in Bielefeld spiegelt sich in Coworking-Spaces wie dem **Pioneers Club**, der jetzt sein Einjähriges feiert, aber auch in Events, Investments und vielfältigem Support. Den Gründergeist in Bielefeld fördert ganz besonders die **Founders Foundation**. Hinter der Initiative der Bertelsmann Stiftung stecken die Founder Sebastian Borek (CEO) und Dominik Gross (CFO). Sie haben die Start-up-Kaderschmiede auf Kurs gebracht. Sie fokussiert sich auf skalierbare B2B- und IoT-Geschäftsmodelle mitten im Herzen des deutschen Mittelstands – und setzt dafür ganz gezielt auf den Schulterschluss zwischen Familienunternehmen, Hidden Champions und Mittelstand. Mit ihrem Leuchtturm-Projekt, der jährlichen Makers Conference „Hinterland of Things“, hat die Founders Foundation Anfang des Jahres erstmals dafür gesorgt, dass sich bedeutende Entscheider und Experten, Bielefelder Wirtschaftsgrößen, Start-up- und Digitalpioniere zum IoT-Zukunftsgipfel treffen. Und haben damit eine Brücke zwischen Start-ups und etablierten Unternehmen geschlagen. Die Founders verstehen sich als Start-up-Kaderschmiede, um die nächste Generation des digitalen Mittelstands an den Start zu bringen. Mit überzeugenden Zahlen: Mehr als 180 Gründer haben die Founders seit 2016 ausgebildet, 14 Unternehmen haben sich neu gegründet, mehr als 30 erfolgreiche Start-ups sind am Start, 90 Prozent arbeiten erfolgreich weiter. Für diese Dynamik steht auch die **Start-up Region OWL**. Das Netzwerk von und für Gründer in der Region Ostwestfalen-Lippe vernetzt starke Partner aus Hochschulen, Forschungsinstituten, Gründerschmieden und etablierter Wirtschaft sowie der Digitalen Wirtschaft NRW, bringt OWLs Gründerszene an unterschiedlichen Standorten in der Region zusammen und macht OWL auf der Landkarte der Start-up-Ecosysteme sichtbar.

Innomos macht vor, dass erfolgreiches Gründen in Bielefeld funktioniert. Dennis Jung und Dimitri Völk entwickeln mobile Lösungen, die Geschäftsprozesse unterstützen und Innovationen in die Praxis bringen sollen. Die mobilen Pioniere haben für Europas größten Hemdenhersteller die maßgeschneiderte Instore App „SalesMate“ kreiert. Die **Bielefelder Seidesticker-Gruppe** investiert damit in die Digitalisierung ihres Geschäftsmodells ebenso wie in die Verzahnung aller Vertriebskanäle. Dass der Austausch zwischen Old und New Economy in der Region funktio-

niert, beweist auch **FoodTracks** mit seiner Software für Bäckereien. Die 127 Jahre junge **Oetker Gruppe** liefert in punkto Vertriebsstrategie und Recruiting Support. Das Seed-Investment selbst ist eine Minderheitsbeteiligung. Auch **Valuedesk** ist ein Beleg dafür, dass agile Start-ups von traditionellen Unternehmen geschätzt werden. Die Kunden von Torsten Bendlin kommen quasi von nebenan. Das Unternehmen bietet eine Software, mit der die Industrie von Miele über Dr. Oetker, Dr. Wolff oder Schüco den Einkauf optimieren kann. Durch eine Wissensdatenbank und Cloud lassen sich Einsparungen sekunden-schnell erfassen. Die zunehmende Digitalisierung verändert das Geschäft. Das wissen die etablierten Bielefelder Player. Mit **e-Wolff**, einer 2016 gegründeten Unternehmenseinheit von Digitalspezialisten, schafft die **Dr. Wolff-Gruppe** das Verbindungsstück zwischen der Offline- und der Online-Welt. **DMG MORI** hat im Zuge seiner Digitalisierungsstrategie Ende letzten Jahres die **WERKBLiQ GmbH** – das Unternehmen digitalisiert Wartung und Instandhaltung – übernommen. Das Start-up, von Dr. Tim Busse und Dennis Koblowsky gegründet, bleibt als eigenständiges Unternehmen bestehen.

Ein Bielefelder Start-up, das sich von Anfang an selbst finanziert, ist übrigens **Semalytix** – 2015 aus der Gruppe „Semantic Computing“ am Exzellenzcluster CITEC an der Universität Bielefeld ausgegründet. Es knackte den Umsatz von einer Million bereits im letzten Jahr. Die Auftraggeber stammen zu 90 Prozent aus der Arzneimittelbranche. Für sie durchkämmen die Bielefelder mit einer intelligenten Software – der nächsten Generation einer Texte verstehenden KI – das Netz. Große Fische hat auch das junge Hightech-Unternehmen **Mercury.ai** bereits an Land gezogen. Und zwar mit Chatbots. Der aus Bielefeld stammende Chatbot Kim für den Lebensmittelriesen Nestlé ist als Kochexperte im Kochstudio von Maggi zu Hause. Mit Kim – die Abkürzung steht für „Kitchen Intelligence by Maggi“ – haben die Bielefelder ihr Potenzial für hochkomplexe Lösungen längst bewiesen. Mercedes Benz und die Porsche Holding haben schon angeklopft. Wie erfolgreich ein Start in Bielefeld sein kann, beweisen auch **Veed** und **Trendiamo**. Veed hat mit seiner E-Learning-App jetzt einen erfolgreichen Exit über die Bühne gebracht, während **Trendiamo** sein Ziel „das Google Adwords für Influencer Marketing zu werden“ in Lissabon vorantreibt.

NATÜRLICH BIELEFELD!

LEBENSWERT KARRIERE MACHEN

TEXT: Jule Milbrett





Christoph Pfannkuche



Margarita Schäfer



Carl Mrusek

Viele Wege führen nach Bielefeld – besonders erfolgreiche! Denn die Suche nach dem Traumjob und neuen beruflichen Herausforderungen lockt immer mehr Menschen von überallher in die grüne Großstadt. Das Zusammenspiel von starker Wirtschaft und hoher Lebensqualität ist das Geheimrezept der Stadt für eine erfolgreiche Karriere. Immer mehr Fachkräfte finden ihren Weg in die Karrierehochburg Bielefeld und wollen nicht mehr weg. Hier sind die Geschichten von 13 überzeugten Neu-Bielefelderinnen und Bielefeldern.

Christoph Pfannkuche

**Ingenieur der Verfahrenstechnik
bei DFA Bielefeld**

Nach seinem Abitur hat den gebürtigen Hamburger das Reisefieber gepackt. Als Backpacker ging es für ihn durch Australien, Südostasien, Teile von Europa, Süd- und Mittelamerika. „Ich habe viel erlebt und gelernt und würde es wirklich jedem weiterempfehlen“, erzählt Christoph Pfannkuche. Sein nächstes Reiseziel hieß: Bielefeld! Denn bei Dr. Freist Automotive hat einfach alles gepasst. 2013 begann er dort ein duales Studium. „Bielefeld ist zwar nicht die große weite Welt, aber dafür eine schöne und lebenswerte Stadt.“ Und es war genau die richtige Entscheidung. Erst vor Kurzem

hat Christoph Pfannkuche seinen Bachelor absolviert und für seinen hervorragenden Abschluss der Lehre wurde er zuvor sogar von der IHK geehrt. Bei DFA wurde er als Ingenieur in der Verfahrenstechnik fest übernommen: „Das Unternehmen bringt einem schnell viel Vertrauen entgegen und man hat viele Freiheiten.“ Ob mit der Tochter ins Ishara, mit dem Hund in den Teutoburger Wald oder mit der Freundin neue Bars und Restaurants erkunden – die kleine Familie ist viel in der Stadt unterwegs. „Bielefeld ist groß und trotzdem klein – das ist einfach genial. Das Leben ist hier wunderbar einfach; nur die Elbe fehlt mir manchmal ein wenig.“

Margarita Schäfer

**Leiterin Segmentmanagement
Wohnpolster, Lederwaren
und Technische Textilien
bei Dürkopp Adler**

Für ein duales Studium im Bereich Bekleidungstechnik bei Dürkopp Adler kam Margarita Schäfer vor rund zehn Jahren aus Meinerzhagen im Sauerland nach Bielefeld. „Ich habe mich hier von Anfang an wohl und heimisch gefühlt. Bei uns zu Hause ist nicht viel los – um etwas zu unternehmen, mussten wir immer nach Hagen, Köln oder Dortmund reinfahren. Dafür war es landschaftlich sehr schön“, erzählt sie. „Hier in Bielefeld habe ich eine ideale Kombination aus beidem: Man lebt naturverbunden und städtisch zugleich.“ Und mit dem





Sandra Buschsieweke

Studium bei Dürkopp Adler nahm auch die Karriere ihren Lauf. „Das Unternehmen vertraut seinen Mitarbeitern, glaubt an sie und traut ihnen etwas zu. Daher wächst man hier schnell an seinen Aufgaben“, so Margarita Schäfer. Nach dem Bachelor bekam sie schnell einen unbefristeten Vertrag und entschied sich parallel zum Job für einen Master-Fernstudiengang in Marketing und Vertrieb. „Ich wollte mich unbedingt noch weiterentwickeln und durfte feststellen, dass man hier auch die Chance dazu bekommt, wenn man wirklich will und das auch signalisiert.“ Anfang des Jahres ist Margarita Schäfer zur Leiterin Segmentmanagement für Wohnpolster, Technische Textilien und Lederwaren aufgestiegen. So ist sie inzwischen rundum in Bielefeld angekommen: „Ich lebe einfach gerne hier: Die Stadt, mein Job, die Menschen – es passt einfach alles super.“

Carl Mrusek

stellvertretender Geschäftsführer bei DELCOTEX – Delius Techtex

„Wer sagt, dass Bielefeld nicht schön ist, der kann noch nicht hier gewesen sein“, sagt Carl Mrusek und er muss es wissen, denn der



Lars Schmidt

gebürtige Mindener ist viel rumgekommen: in Münster zur Schule gegangen, in Münchberg und Wolfsburg studiert und dann für verschiedene Unternehmen in der Textilbranche international tätig gewesen. „Doch irgendwann kommt der Punkt, an dem man sich nach der Heimat sehnt – ich wollte zurück nach OWL“, erzählt er. Da kam das Angebot von der Firma DELCOTEX aus Bielefeld gerade richtig. Als Business Development Manager stieg er dort ein und platzierte in kürzester Zeit zahlreiche neue Produkte, wie zum Beispiel spezielle Fallschirmgewebe, erfolgreich am Markt. Und die Mühe hat sich gelohnt, denn im letzten Jahr wurde er zum stellvertretenden Geschäftsführer ernannt. „Es ist ein echter Vertrauensbeweis, wenn gute Arbeit so honoriert wird“, so Carl Mrusek. „Es sind die traditionellen Werte, verbunden mit der Innovationskraft bei DELCOTEX, die mich antreiben – man entscheidet sich hier für die Zukunft. Das gefällt mir sehr.“ Auch Bielefeld als Stadt hat ihn positiv überrascht: „Die Natur hier war schon immer schön. Aber auch was Ausflugs- und Freizeitmöglichkeiten angeht, hat sich Bielefeld sehr gut entwickelt. Das Leben



Sabine Kubitza

hier macht Spaß. Und es ist auch schön, mit seinen Mitmenschen wieder voll und ganz auf einer Wellenlänge zu sein.“

Sandra Buschsieweke

Marketingleiterin bei Diamant Software

„Bielefeld ist eine Stadt für die Liebe auf den zweiten Blick“, so Sandra Buschsieweke. „Die Einfahrtsstraßen in die City wirkten auf mich bei meinem ersten Besuch nicht sehr einladend. Aber mit der Zeit hat sich mir Bielefeld von seiner schönsten Seite präsentiert.“ Und sie muss es wissen, denn inzwischen lebt die gebürtige Rürganerin schon seit rund 16 Jahren in der Stadt. Studiert hat Sandra Buschsieweke in der Hansestadt Stralsund, direkt am Meer. Ein interessantes Jobangebot führte sie dann nach Bielefeld. 2003 wechselte sie zum Hidden Champion Diamant Software. „Dort bin ich innerhalb des Marketings mit dem Unternehmen gewachsen. Angefangen habe ich als Mitarbeiterin in dem Bereich, inzwischen leite ich die Abteilung“, erklärt sie. „Das Unternehmen bietet seinen Mitarbeitern die Möglichkeit der aktiven Mitgestaltung und persön-

lichen Weiterentwicklung – ein Grund meiner langjährigen Treue zu Diamant Software.“ In der Stadt gefällt ihr der Bielefelder Westen: „Neben der urbanen Atmosphäre rund um den Siggibühl bin ich schnell zu Fuß sowohl in der Innenstadt als auch mitten im Teutoburger Wald – das ist wirklich einzigartig. Zudem erinnern mich die Menschen hier in OWL ein wenig an die Mentalität aus meiner Heimat; da habe ich mich von Anfang an schnell zu Hause gefühlt.“

Lars Schmidt

**Junior Product Engineer
bei Parker Hannifin**

„Die Ostwestfalen sind gar nicht so stur, wie man sagt. Im Gegenteil: Sie sind sehr offen und haben mich herzlich in Bielefeld aufgenommen“, erzählt Lars Schmidt. Direkt drei Tage nach seinem Abi-Ball im Sauerland hieß es für ihn auf nach Bielefeld. Denn hier konnte er bei Parker Hannifin ein duales Studium ganz nach seinen Vorstellungen absolvieren: „Ich wollte unbedingt während der Praxiszeit verschiedene Praktika im gleichen Unternehmen machen, um einen professionellen Blick für das große Ganze zu entwickeln – das ha-

be ich in dieser Form nur hier so gefunden.“ Das praxisintegrierte Studium im Bereich Maschinenbau absolvierte er in Mannheim. „Obwohl die Stadt weniger Einwohner hat, geht man dort total unter“, erklärt Lars Schmidt. „Es ist eng, zugebaut und gibt kaum grüne Flächen. Da war ich schon immer ziemlich froh, wenn ich wieder zurück in Bielefeld war. Hier ist es nicht überrannt, man hat trotzdem alles, was man braucht, und die Kombination aus Stadt und Natur ist einfach super.“ Und auch beruflich war Bielefeld die richtige Entscheidung, denn schon nächstes Jahr wird Lars Schmidt einen Product Engineer bei Parker Hannifin ablösen. „Ich freue mich sehr auf die neue Herausforderung und bin dankbar für das Vertrauen, das man mir hier schenkt.“

Sabine Kubitzka

Geschäftsführerin der BGW

Über 23 Jahre ist Sabine Kubitzka nun schon in der Wohnungswirtschaft tätig. Neue berufliche Herausforderungen führten sie in dieser Zeit durch ganz NRW: Essen, Düsseldorf, Bonn, Duisburg, Münster. „Eigentlich habe ich schon in so gut wie jeder größeren Stadt in

NRW gearbeitet“, erzählt sie. Von der technischen Sachbearbeiterin hat sie sich über die Jahre bis zur Regionalbereichsleiterin weiterentwickelt. Doch damit war für Sabine Kubitzka nicht Schluss – eine neue Herausforderung musste her! Als 2016 die Geschäftsführung der Bielefelder Gesellschaft für Wohnen und Immobiliendienstleistungen neu besetzt werden sollte, ergriff sie die Chance und es klappte. „Das Thema ‚Wohnen‘ betrachte ich nun in allen verschiedenen Facetten und habe die Gesamtsituation im Blick – das ist das, was ich wollte“, erzählt sie. Die beste Vorbereitung auf ihren neuen Job war die eigene Wohnungssuche. „Dabei hat uns besonders die Vielfaltigkeit der Stadt überrascht. Historische Gebäude, alte umgebaute Fabrikhallen und hochmoderne Quartiere findet man sowohl in den urbanen als auch in ländlich geprägten Stadtteilen – das ist schon etwas Besonderes“, weiß sie. Und auch die Größe gefällt ihr: „Bielefeld ist groß genug für das Angebot einer Großstadt, aber klein genug, um schnell Kontakte zu knüpfen und den Alltag bequem zu meistern. Entgegen vielen Vorurteilen ist die Stadt absolut lebenswert und sehr beliebt.“



**HIER
INTERAKTIVE
INFOS MIT
RAUMTÄNZER-APP**

Robert Kurpiun
Miele

Louis Coenen
Piening

Georg Willmes
BOGE

Roland Lieb
Creos Lernideen und Beratung

Bartosz Mielewczyk
Hanfwoolf

Dr. Arash Rezaeian
Stadtwerke
Bielefeld

Felix Bayer
STERNBERG Software

Sieben weitere Fachkräftestories finden Sie unter:
www.das-kommt-aus-bielefeld.de/magazin

MEHR ALS NUR ZAHLEN

Auf dieser Seite finden Sie ein paar Daten und Fakten zu Bielefeld.

Aber auch noch viel mehr. Entdecken Sie mit Ihrem
Smartphone oder Tablet spannende Inhalte.



HIER
INTERAKTIVE
INFOS MIT
RAUMTÄNZER-APP



13.572
UNTERNEHMEN



337.219
EINWOHNER





151.000

SOZIALVERSICHERUNGSPFLICHTIGE ARBEITSPLÄTZE



36.830
STUDIERENDE



7



HOCHSCHULEN



START-UPS

Eine der spannendsten Szenen Deutschlands



JOBPORTAL

Mehr als 250 Angebote auf unserer Website





Eine Stadt
macht sich **fit**



dem Wettbewerb „Deine Fan-Aktion für Bielefeld“, den Bielefeld Marketing ins Leben gerufen hatte. Die drei besten Vorschläge erhielten eine finanzielle Unterstützung durch Sponsoren des Stadtmarketings und werden in diesem Sommer für die Bürger umgesetzt. Holger Pantes Sport-Tournee gehört dazu, ebenso wie das **Graffiti-Festival „Ein Kezzle Buntez“** auf dem Kesselbrink (17.–19. August)



Bewegung an der frischen Luft tut gut. Wer Großmutterns Weisheit ernst nimmt, dürfte eigentlich keinen Fuß in ein Fitnessstudio setzen, wo unter Neonlicht geschwitzt wird. Dann doch lieber ab in den Park – zu Holger Pante.

Für den Trainer und Personal-Coach ist die Natur der beste Ort für Bewegung und Fitness. In diesem Sommer organisiert Pante in der Stadt eine große Outdoor-Sport-Tournee. „Bielefeld kommt raus!“ heißt das Motto. Jeder kann einfach zu den zahlreichen Terminen kommen und kostenlos mitmachen. Bänke, Bäume, Hänge und Treppen werden beim Training in Übungen einbezogen; außerdem steht Yoga an der frischen Luft auf dem Programm. Mitmachen bringt keine Verpflichtung

mit sich, aber viel Spaß und gute Laune. „Sport im Freien gibt uns Energie und ein belebendes Gefühl“, erzählt Pante. „Bielefeld ist mit seinen vielen Grünflächen und dem Teutoburger Wald ideal dafür geeignet.“ Schließlich ist Bielefeld so grün wie kaum eine andere deutsche Großstadt. Rund 4.800 Hektar Stadtwald durchziehen die City wie ein grünes Netz. Die Parks und Hänge des Teutoburger sind ein Paradies für Freizeitsportler – ob Jogger oder Radfahrer. Holger Pante hatte die Idee, dass man die beliebtesten Grünflächen der Stadt für eine groß angelegte Sport-Aktion nutzen könnte – etwa den Bürgerpark neben der Rudolf-Oetker-Halle oder die Wiesen an der Sparrenburg. Mit diesem Plan bewarb sich Pante im vergangenen Jahr bei

und das **BMX-Turnier „Knights of Flatland“** auf der Sparrenburg, das für Anfang September geplant ist. „Wir möchten mit ‚Bielefeld kommt raus!‘ möglichst viele Menschen an einem Ort zusammenbringen, um gemeinsam zu trainieren“, erklärt Holger Pante. Alle Übungen werden in verschiedenen Varianten vorgestellt – von leicht bis anspruchsvoll, sodass auch bei großer Teilnehmerzahl jeder sein individuelles Training absolvieren kann. „Das Highlight wird sicherlich ein Sonnenaufgangstraining am 21. Juni morgens um 5 Uhr an der Sparrenburg“, erzählt der Coach. Wenn dann beim „Sunrise Yoga“ die ersten Lichtstrahlen aufs Gesicht fallen, ist der Gedanke an ein Fitnessstudio bestimmt ganz fern. www.bielefeldkommtraus.de

Bielefelder Sommer- Highlights 2018



© Foto Gerald Paetzer



Carnival der Kulturen Bielefeld wird bunt

9.6., Innenstadt

Einmalig in NRW: Eine internationale Straßen-Parade mit rund 2.000 Akteuren in 70 Gruppen zieht mit heißen Rhythmen, fantasievollen Kostümen, farbenprächtigen Masken und spektakulären Installationen durch die Bielefelder Innenstadt vor 100.000 Zuschauern. Zum Abschluss gibt es ein Musik-, Tanz- und Performanceprogramm im Ravensberger Park.
www.carnival-bielefeld.de

Campus Festival Bielefeld Die Universitätsstadt rockt

21.6., Campus Bielefeld
16 bis 23 Uhr

Einmal im Jahr verwandelt sich der Campus Bielefeld in ein riesiges Festivalgelände. Rund 20 Bands, darunter bekannte Größen aus Hip-Hop, Rock und Electro, heizen den fast 20.000 Besuchern ein. Damit ist das „CFB“ das größte Campus Festival in Deutschland.

www.campusfestival-bielefeld.de

Sommer-Open-Air für Bielefeld

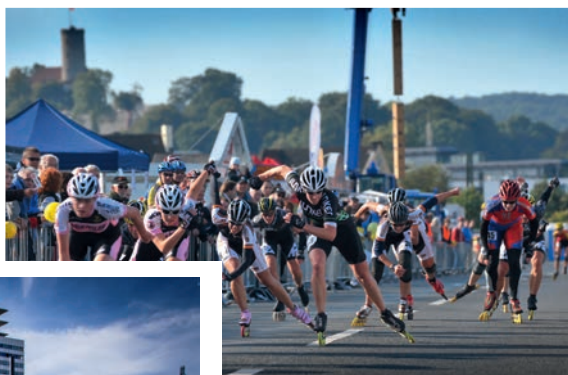
13.7., Kesselbrink

Im Juli ist es wieder so weit und auf dem Kesselbrink werden die Sommerferien eingeläutet. Beim großen Sommer-Open-Air für Bielefeld werden die Bielefelder Philharmoniker den Platz in einen Konzertsaal verwandeln. Kommen Sie mit Ihrer Familie, kommt mit euren Freunden, bringen Sie Ihre Nachbarn mit und genießen Sie einen lauen Sommerabend mit Ihrem Orchester der Stadt.

[www.theater-bielefeld.de/
veranstaltung/sommer-open-
air-fuer-bielefeld](http://www.theater-bielefeld.de/veranstaltung/sommer-open-air-fuer-bielefeld)



HIER
INTERAKTIVE
INFOS MIT
RAUMTÄNZER-APP



Sparrenburgfest Mittelalter-Spaß für die ganze Familie

27.-29.7., Bielefelder
Sparrenburg, ganztägig

Mittelalter-Spaß auf der Sparrenburg: Rund um das Bielefelder Wahrzeichen entführen Ritter, Gaukler, Händler und Handwerker die Besucher in längst vergangene Tage. Das Sparrenburgfest überzeugt als Mischung aus buntem Familienfest, mittelalterlichem Musikfestival und historischem Markt mit vielen Ständen zum Entdecken.

www.bielefeld.jetzt/sparrenburgfest

Bielefeld City Jam

4.-5.8., Kesselbrink

Der Bielefeld City Jam hat sich über die Jahre zu einer festen Größe innerhalb der Deutschen BMX-Events etabliert und sich von einer reinen Szene-Sportveranstaltung zu einem „umsonst und draußen“-Familien- und Jugendkulturfestival entwickelt. Mit dem Neubau der Skate-Anlage und der Einbettung in den neuen Kesselbrink-Stadtpark hat sich das Potenzial der Veranstaltung nochmals wesentlich gesteigert. Die deutsche BMX-Elite reist jährlich nach Bielefeld. Durch den neuen Skate-Park ist auch das Interesse der Teilnahme von europäischen Spitzenfahrern um ein Vielfaches gestiegen.

www.bcjam.de

Weinmarkt Der Ostwestfale mag nicht nur Bier

4.9.-9.9., Bielefelder Altstadt,
ganztägig

Wenn der Alte Markt für sechs Tage zum gemütlichen Weindorf wird und auch die entspannten Bielefelder südländisches Temperament entwickeln – dann ist wieder Weinmarkt in Bielefeld. Exzellente Winzer, Bielefelder Gastronomen und Weinhändler laden zu einer Reise in die deutschen Weinanbaugebiete.

www.bielefeld.jetzt/weinmarkt

Stadtwerke run & roll day Sport auf der Stadtautobahn

9.9., 9 bis 17 Uhr

Das sportliche Großereignis auf dem Ostwestfalendamm: Wettkämpfe für Profi- wie Breitensportler der Lauf- und Skate-Szene verwandeln die Stadtautobahn in eine Sportstätte. Hinzu kommt ein buntes Bühnen- und Mitmachprogramm für die ganze Familie.

www.run-and-roll-day.de

GEBÄUDEHÜLLE

MADE IN BIELEFELD



BIELEFELDER UNTERNEHMEN PRODUZIEREN IN DER GANZEN WELT

Aus Bielefeld? Ja, genau! Denn die „Etihad Towers“ sind nur eins von vielen Fassadenprojekten des Unternehmens Schüco aus – Sie ahnen es schon – Bielefeld. Und das Bahnticket? Auch aus der Stadt am Teutoburger Wald, hergestellt von der Mitsubishi HiTec Paper Europe GmbH. Von Argentinien bis Japan – Bielefelder Produkte sind weltweit sichtbar und beliebt. Global Player und Hidden Champions der Leineweberstadt exportieren ihre Produkte nicht mehr „nur“ ins Ausland, viele heimische Unternehmen sind noch einige Schritte weitergegangen und stellen ihre Produkte an Standorten auf der ganzen Welt her. Wer zum Beispiel durch Shanghai fährt, wandelt auf den Spuren von Bielefelder Unternehmen, wie unter anderem BST eltromat und Boge Kompressoren, die dort einen eigenen Produktionsstandort haben. Natürlich hat die Globalisierung nicht vor dem Bielefelder Ortsschild haltgemacht; das zeigt die Vielzahl der Unternehmen, die rund um den Globus produzieren. Die wohl bekanntesten Beispiele aus Bielefeld sind Schüco, Seidensticker, Dr. Oetker oder Dürkopp Adler. Und auch die Möller Group, Stockmeier Gruppe, Dr. Freist Automotive (DFA), Böllhoff und Goldbeck unterhalten eigene Produktionsstätten in anderen Ländern. Mit der eigenen Produktion vor Ort sein – das bedeutet vor allem einen leichteren Zugang zum Markt und gelebte Kundenorientierung. Außerdem ist es oftmals einfacher oder in einigen Branchen sogar Voraussetzung, präsent zu sein, um Aufträge zu bekommen. Zum Beispiel in der Automobilzulieferindustrie. Ein

Mit wachen Augen durch die Welt gehen – das ist immer ein guter Rat, aber wenn es um Bielefeld geht, wird's richtig interessant. Denn wer bewundert nicht Gebäude wie zum Beispiel die beeindruckenden „Etihad Towers“ in Abu Dhabi. Und wer auf Reisen geht, der prüft auf seinem Bahnticket die Sitzplatznummer. Was viele dabei nicht wissen: Sie beschäftigen sich in dem Moment mit etwas, das aus Bielefeld kommt. Besonders spannend ist aber auch die Tatsache, dass viele Bielefelder Unternehmen „Made in Bielefeld“ in eigenen Produktionsstandorten rund um den Globus produzieren.

TEXT: Maike Störmer, Eike Birck

guter Grund also für das Bielefelder Unternehmen DFA, ein Werk in den USA zu gründen. Selbst wenn im Ausland produziert wird, bedeutet das nicht, dass dort tatsächlich alles gemacht werden muss. Modernste Technik macht es möglich. Bielefelder Unternehmen nutzen die Chancen, die die Digitalisierung bietet. So wartet beispielsweise Dürkopp Adler seine Nähmaschinen, die weltweit eingesetzt werden, von Bielefeld aus. Nähmaschinen spielen auch in der Welt von Seidensticker eine wichtige Rolle. Der Bekleidungshersteller war seinerzeit eines der ersten Unternehmen mit Kontakten zum asiatischen Raum. Inzwischen produzieren die Bielefelder, deren Markenzeichen die schwarze Rose ist, an eigenen Standor-

ten in Vietnam und Indonesien. Dabei hat sich Seidensticker als verantwortungsbewusster Arbeitgeber etabliert – nach dem Motto „Vertrauen ist gut, Kontrolle ist besser“ hat das Unternehmen immer ein Auge auf die Einhaltung der Sicherheits- und vor allem der Sozialstandards. Egal wo produziert wird: Qualität steht für Bielefelder Unternehmen an erster Stelle. „Made in Germany“ ist nach wie vor ein anerkanntes Verkaufsargument und Gütesiegel zugleich. Selbst wenn im Ausland gefertigt wird, genießen Produkte von einem Unternehmen mit Headquarter in Deutschland immenses Vertrauen. „Made in Germany“ steht für Innovation und Zuverlässigkeit – und selbstverständlich Qualität. »

Davon profitieren die heimischen Unternehmen bis heute. Dennoch bleibt Bielefeld Dreh- und Angelpunkt. Die Unternehmensleitung und häufig auch die Abteilungen für Forschung und Entwicklung haben ihre Heimat in der Teuto-Stadt. Die meisten Produkte und Innovationen werden zunächst hier entwickelt und getestet, bis sie in die Portfolios der einzelnen Tochterunternehmen eingebunden werden. „Für unse-

sich die Produktionsstandorte naturgemäß stark am Zielmarkt. Vielfach setzen Bielefelder Unternehmen auf einheimische Führungskräfte, die ihren Heimatmarkt bestens kennen und sich nicht erst an Land und Leute herantasten müssen. Neben sprachlichen Barrieren weist jedes Land kulturelle Besonderheiten auf, die im Geschäftsalltag leicht zu Stolperfallen werden können. „Interkulturelle Kompetenz“ ist hier der

nikation wird wesentlich vereinfacht, da die Arbeitsweise an den Zielmarkt angepasst ist. Und häufig übernehmen die „Töchter“ der Bielefelder Unternehmen auch etwas von der hiesigen Arbeitsweise – eine Win-win-Situation. Dass Bielefeld im Umkehrschluss für internationale Unternehmen ein attraktiver Standort ist, wird durch die Tatsache belegt, dass Unternehmen wie u. a. DMG Mori und Mitsubishi Paper Mills Limited in der Leineweberstadt produzieren. DMG Mori, entstanden aus der Fusion des Bielefelder Traditionsunternehmens Gildemeister und dem japanischen Unternehmen Mori Seiki, ist dem Standort Bielefeld treu geblieben. Und auch das Werk von Mitsubishi Paper kann in Bielefeld auf eine lange Tradition zurückblicken. Bereits seit 1799 wird im Werk, den Bielefeldern auch als Feldmühle bekannt, Papier produziert. Seit 2010 stellt hier die Firma Mitsubishi HiTec Paper Europe GmbH ihr Spezialpapier her. Und fast jeder – so viel ist sicher – hat dieses besondere Bielefelder Papier schon mal in den Händen gehalten, sei es als Parkticket, als Bahnfahrkarte oder als glücklicher Fußballfan, der eines der begehrten Tickets für die Weltmeisterschaft 2006 oder 2010 ergattert hat. Auch Oerlikon Balzers aus Liechtenstein hat seine Zelte in Bielefeld aufgeschlagen. Neben den 110 anderen Produktionsstandorten weltweit produziert das Unternehmen für Oberflächentechnologie seit Sommer 2017 in Bielefeld. Mit dem neuen Zentrum für die Region Deutschland Nord baute der Beschichtungsspezialist sein Produktionsnetz weiter aus und stellt nun, wie all die anderen genannten Unternehmen, Produkte her, die aus Bielefeld kommen.

BST – North America



Bielefelder Unternehmen im Ausland? Inzwischen keine Seltenheit mehr. Besonders beliebt sind Standorte in Nordamerika und in Asien.

Boge – Shanghai



Böllhoff – India

re Produkte holen wir uns Inspiration aus aller Welt, die eigentlichen Produkte werden dann aber vielfach in Deutschland entwickelt und umgesetzt“, sagt Anne-Laureen Lauven, Leitung Marketing bei BST eltromat. Daneben gibt es einige Tochterfirmen, die selbstständig eigene Produkte für ihren spezifischen Markt entwickeln. Das heimische Produktportfolio kann nicht einfach 1:1 von den Tochterunternehmen übernommen werden, denn jeder nationale Markt hat eigene Bedürfnisse. Deshalb orientieren

Schlüssel zum Erfolg. Dass genau diese Fähigkeit in den letzten Jahren immer bedeutender wurde, zeigt das Interview mit Prof. Dr. Natalie Bartholomäus von der Fachhochschule Bielefeld ganz deutlich (S. 31). Führungskräfte und auch Mitarbeitende, die international agieren, müssen fundierte Kenntnisse der jeweiligen Kultur aufweisen und entsprechend geschult werden. Mit einheimischen Führungskräften lassen sich viele Missverständnisse zwischen dem Unternehmen und den Kunden vor Ort vermeiden und die Kommu-



INTERKULTURELLE KOMPETENZ

GLOBAL PLAYER UNTERSTÜTZEN

In China bedeutet ein „Ja“ nicht immer wirklich „Ja“ und in Finnland ist eine ausgewogene Work-Life-Balance wichtiger als der Gehaltsscheck. Wichtige Informationen für Bielefelder Unternehmen, die weltweit unterwegs sind.

Jedes Land hat seine eigenen Gepflogenheiten. Um international erfolgreich arbeiten zu können, muss man die Kultur richtig verstehen. Interkulturelle Kompetenz heißt hier das Zauberwort. Deshalb arbeitet die Fachhochschule Bielefeld unter der Federführung von Prof. Dr. Natalie Bartholomäus und Prof. Dr. Riza Öztürk eng mit der regionalen Wirtschaft zusammen. „In einem ersten Schritt haben wir mit einem Kreis ausgewählter Unternehmen Feldforschung betrieben. Mit Unterstützung der WEGE und der IHK haben wir 150 Unternehmen intensiv online zu ihrem internationalen Engagement befragt und auf der Basis der Ergebnisse ein Kooperationsmodell mit drei Säulen erarbeitet.“ Auch die Bielefelder Unternehmen Dr. Kurt Wolff, Sparkasse Bielefeld, Kühne + Nagel, Parker Hannifin EK/Servicegroup und die Böllhoff Gruppe, die in 24 Ländern auf allen Kontinenten mit eigenen Vertriebs- und Produktionsstätten vertreten ist, waren mit dabei. Studien belegen, dass internationale Projekte häufig an mangelnder kultureller Kompetenz scheitern. Das können Kleinigkeiten sein. „In Deutschland haben wir die direkteste Kommunikation weltweit. In Asien würde man nie



Prof. Dr. Natalie Bartholomäus

ein klares ‚Nein‘ zu hören bekommen. Das gilt als unhöflich und würde einen Gesichtsverlust bedeuten. Eine Zustimmung wird nicht mit einem knappen ‚Ja‘ ausgedrückt, sondern in eigenen Worten formuliert“, so die engagierte Professorin. Am 1.4.2018 ist an der FH ein Pilotmodul zum Thema „Internationales Projektmanagement“ gestartet, das den Fokus auf internationale Projektmanagementfähigkeiten in Kombination mit interkultureller Kompetenz richtet. Die Resonanz ist groß. Denn soll ein internationales Projekt erfolgreich sein, muss man neben den klassischen Business-Kompetenzen noch mehr mitbringen. Und nicht nur in Asien,

sondern auch in Europa gibt es kulturelle Stolperfallen. „Skandinavien ist ein schönes Beispiel“, berichtet die Professorin, die mehrfach als Gastdozentin in Finnland und Indien tätig war. „Während in Deutschland eher eine auf Wettbewerb und Leistung ausgerichtete Kultur mit den entsprechenden Statussymbolen zu finden ist, legen die Finnen viel Wert auf Konsens und integrative Ansätze. In Finnland sind die monetären Statussymbole nicht so wichtig wie bei uns, sondern Status bemisst sich im hohen Norden vielmehr durch eine gute Work-Life-Balance. Dieses Wissen ist unerlässlich, wenn es um die Mitarbeiterführung geht, denn sonst setzt man bei der Motivation der Mitarbeiter falsche Anreize.“ Insgesamt sind Flexibilität und Offenheit gefragt. „Vor allem die Märkte für Produktion und Absatz werden immer exotischer. Das wird künftig noch sehr spannend, wenn man die Entwicklungen in Nord- und Zentralafrika beobachtet. Afrika könnte das neue Asien werden“, wagt Prof. Dr. Natalie Bartholomäus einen Blick in die Zukunft. „Um sich erfolgreich behaupten zu können, braucht man eine professionelle Personalentwicklung. Da ist noch viel Musik drin.“

STARKE PARTNER



aus einer starken Stadt

Auf www.das-kommt-aus-bielefeld.de zeigt die Bielefelder Wirtschaft, was sie zu bieten hat.
Folgende Partner unterstützen das Portal in besonderer Weise.

Wir digitalisieren Logistikprozesse

Seit 1975 entwickelt das Familienunternehmen Weber Data Service innovative Logistiksoftware für Speditionen, Verlager, Transport- und Logistikdienstleister. Mehr als 2.400 User vertrauen unseren IT- und Logistikfachleuten und stellen sich gemeinsam mit uns ihren logistischen Herausforderungen. Für durchgängig transparente und automatisierte Prozesse als Basis für geringe Logistikkosten bilden unsere Lösungen den gesamten operativen Prozess ab.

WEBER DATA SERVICE

Weber Data Service IT GmbH
Feilenstraße 31 · 33602 Bielefeld
Tel.: +49 521 52443
www.weberdata.de



Weltweit zuverlässige Qualität in der Rolle zu Rolle Produktion

Erfahren, offen, verlässlich. Seit über 50 Jahren produzieren wir weltweit zukunftsweisende und zuverlässige Qualitätssicherungssysteme, wie z.B. Bahnlaufregelungen, Inspektionssysteme und Registerregelungen für bahnaverarbeitende Industrien. Mit diesen Lösungen unterstützen wir den gesamten Produktionsprozess bei unseren Kunden – von der Materialherstellung bis zur Weiterverarbeitung. Bei uns gibt es verschiedene Möglichkeiten in den Berufseinstieg. Ob Ausbildung, duales Studium oder Praktika: Wir bieten jungen Menschen und Berufseinsteigern eine spannende und sichere Perspektive.

BST eltromat International GmbH
Heidsieker Heide 53 · 33739 Bielefeld
Tel.: +49 5206 999-0 · www.bst.group

BST eltromat
INTERNATIONAL



Stark in Technik und Service

Oltrogge ist ein B2B-Handelshaus für technische Produkte, Systemlösungen und Dienstleistungen in den Bereichen Werkzeuge, Werkzeugmaschinen, Druckluft-, Schweiß- und Oberflächentechnik. Was uns anspornt, ist unser Anspruch an Qualität, klar fokussiert auf ein Ziel: unsere Kunden mit herausragenden Leistungen und kompetenter Beratung in ihrem Geschäftsfeld vorwärtszubringen. Hoch qualifizierte und engagierte Mitarbeiter sind die Basis unserer professionellen Arbeit, zufriedene Kunden das Ergebnis.



Oltrogge GmbH & Co. KG
 Finkenstr. 61 · 33609 Bielefeld · Tel. 0521 3208 0
www.oltrogge.de · www.oltrogge-werkzeuge.de



Der Spezialist für Rechnungswesen und Controlling

Das inhabergeführte Unternehmen Diamant Software ist ausschließlich auf Software für Rechnungswesen und Controlling spezialisiert. In Tausenden Projekten haben wir zahlreiche Kunden erfolgreich unterstützt – mittelständische Unternehmen, Einrichtungen aus dem Sozial- und Gesundheitswesen und öffentliche Verwaltungen, aber auch Konzerne und Unternehmensverbände. Mit Diamant Software meistern Sie alle Facetten Ihres Rechnungswesens. Heute und in Zukunft.



Diamant Software GmbH & Co. KG
 Stadtring 2 · 33647 Bielefeld
 Tel.: (0521) 94260-0 · www.diamant-software.de

Aus Leidenschaft für Hemd und Bluse

Die Seidensticker-Gruppe wurde 1919 gegründet und gehört zu den größten Hemdenherstellern weltweit. Neben den Marken Seidensticker und Jacques Britt hält das Unternehmen die Masterlizenz für camel active. Insgesamt beschäftigt die Gruppe ca. 2.600 Mitarbeiter. Das Unternehmen ist zu 100 % im Familienbesitz. Heute führen die beiden Gesellschafter Gerd Oliver und Frank Seidensticker gemeinsam mit Dr. Silvia Bentzinger und Martin Friedrich die Gruppe.



Seidensticker Group
 Herforder Straße 182-194
 33609 Bielefeld · Tel. 0521 306-0
www.seidensticker.com

Innovative Hightech-Papiere

Mitsubishi HiTec Paper produziert gestrichene Spezialpapiere für den globalen Markt. Mit ca. 700 Beschäftigten werden an den traditionsreichen Standorten Bielefeld und Flensburg innovative Thermo-, Inkjet-, Selbstdurchschreibe-, Etiketten- und Barrierepapiere hergestellt. Modernste Anlagen und Technologien sowie weltweiter Vertrieb & Service kennzeichnen das Unternehmen.



Mitsubishi HiTec Paper Europe GmbH
 Niedernholz 23 · 33699 Bielefeld
 Tel.: 0521 2091-0
www.mitsubishi-paper.com

Mineralquellen Wüllner, ein innovatives Traditionsunternehmen

Mineralquellen Wüllner ist ein alt-ingesessenes Bielefelder Unternehmen. Bereits 1925 als Bierverlag gegründet, ist das Unternehmen mit der Marke Carolinen einer der führenden deutschen Mineralbrunnen. In 3. Generation hat Heike Wüllner mit ihrem Mann Maik Ramforth-Wüllner das Unternehmen von ihrem Vater Hans-Georg Wüllner übernommen und leitet die Unternehmensgruppe mit über 300 Mitarbeitern.



**Mineralquellen Wüllner
GmbH & Co. KG**

Detmolder Str. 767 · 33699 Bielefeld
Tel.: 05202 / 8409-0
www.carolinen.de

Das gute Werk

Das Ev. Johanneswerk ist einer der großen diakonischen Träger Deutschlands mit Sitz in Bielefeld. Rund 6.700 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind in mehr als 70 Einrichtungen in Nordrhein-Westfalen tätig. Die diakonischen Angebote richten sich an alte und kranke Menschen sowie Menschen mit Behinderung, Kinder und Jugendliche.



Ev. Johanneswerk gGmbH
Schildescher Str. 101
33611 Bielefeld
Tel.: (0521) 801-01
www.johanneswerk.de



Wir machen Nähtechnik!

Die Dürkopp Adler AG ist der größte Hersteller von industrieller Nähtechnik in Europa. Das traditionsreiche Bielefelder Unternehmen liefert Nähmaschinen und automatische Nähanlagen hauptsächlich in die Automobil- und Polsterindustrie und an Hersteller von hochwertiger Herrenoberbekleidung, Lederwaren und technischen Textilien in der ganzen Welt. Mit vernetzbaren Nähmaschinen und Robotik im Programm ist Industrie 4.0 für uns bereits heute Realität und Dürkopp Adler der Motor der Digitalisierung in der gesamten Nähindustrie.

Potsdamer Straße 190 · 33719 Bielefeld
Tel.: +49 (0) 521 925 00
www.duerkopp-adler.com



Eigentlich produzieren wir keine Taschen, sondern Werbeerfolge

HALFAR®, der Spezialist für Werbetaschen und technische Taschen

Starke Taschen – darum dreht sich beim Taschenspezialisten HALFAR® alles. Seit über 30 Jahren entwirft, produziert, veredelt und vertreibt das Bielefelder Unternehmen Taschen und Rucksäcke als erfolgreiche Werbeerartikel oder maßgefertigte Problemlöser. Längst ist HALFAR® eine Marke, die für besondere Qualität, Auswahl, Kreativität, Kundenservices und Nachhaltigkeit steht.

Halfar System GmbH
Ludwig-Erhard-Allee 23 · 33719 Bielefeld
Tel.: 0521-98244-0 · www.halfar.com





Sparkasse – Gut für Bielefeld!

Die im Jahr 1825 gegründete Sparkasse Bielefeld ist mit einer Bilanzsumme von 6,4 Mrd. Euro und rund 1.250 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern Bielefelds größtes und ältestes Kreditinstitut. Den Menschen in ihrem Geschäftsgebiet bietet sie eine umfassende Palette an Finanzdienstleistungen. Die Sparkasse sieht sich als Hausbank des heimischen Mittelstandes – vom Existenzgründer bis zum mittelständischen Unternehmen, das auch auf den internationalen Märkten zu Hause ist. Ein breites gesellschaftliches Engagement ist ein weiteres Kennzeichen der Verbundenheit der Sparkasse mit ihrem Standort.

 **Sparkasse Bielefeld**

Schweriner Straße 5 · 33605 Bielefeld
www.sparkasse-bielefeld.de



Schüco – Systemlösungen für Fenster, Türen und Fassaden

Die Schüco International KG entwickelt und vertreibt Systemlösungen für Fenster, Türen und Fassaden. Neben innovativen Produkten für Wohn- und Arbeitsgebäude bietet der Gebäudehüllenspezialist Beratung und digitale Lösungen für alle Phasen eines Bauprojektes – von der initialen Idee über die Planung und Fertigung bis hin zur Montage. 12.000 Verarbeiter, Planer, Architekten und Investoren arbeiten weltweit mit Schüco zusammen. Weitere Informationen unter www.schueco.de

SCHÜCO

Schüco International KG
Karolinenstraße 1-15 · 33609 Bielefeld
www.schueco.de

Die visionären Tiefzieher.

Euscher gehört zu den führenden Herstellern von Präzisionstiefzieherteilen aus einer Vielzahl von Metallen. Entwicklung, Konstruktion, Werkzeugbau und Qualitätssicherung bieten wir aus einer Hand. Dieses besondere Know-how wissen die Kunden in aller Welt zu schätzen: Über 3 Milliarden Teile fertigen wir jährlich in unseren Werken in Deutschland, Tschechien und den USA für Verpackungsapplikationen und für Automobilanwendungen.



Euscher GmbH & Co. KG
Johanneswerkstr. 22
33611 Bielefeld
www.euscher.com

Starke Leistung zwischen Tradition und Innovation

Vor mehr als 85 Jahren gegründet, ist HLB Stückmann heute die führende selbstständige Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungsgesellschaft in OWL. Es sind die Werte, für die wir stehen – und die 170 Menschen, die sie täglich umsetzen. Wir beraten, optimieren und prüfen. Und zwar nie nach Schema F, sondern immer individuell, leidenschaftlich und mit Weitsicht – rund um alle steuerlichen und wirtschaftlichen Themen.

HLB STÜCKMANN ■

**Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
Steuerberatungsgesellschaft**
Elsa-Brändström-Str. 7
33602 Bielefeld
www.stueckmann.de

Jetzt auch in Hamburg und München.

Taylored Acoustic Solutions

Maßgeschneiderte Akustiklösungen sind gelebte Realität bei der DFA Bielefeld GmbH. Wir entwickeln und produzieren mit rund 240 Mitarbeitern spezielle akustische Produkte für die Automobilindustrie. Innovationskraft und Flexibilität sind unsere Stärken. Unter anderem deshalb sind wir erwiesenermaßen der starke Entwicklungspartner unserer Kunden, der dafür mit dem Volkswagen Group Award 2013 ausgezeichnet wurde. Inzwischen liefern wir ganze Akustikpakete, wie zum Beispiel für den Porsche Panamera und den neuen Audi A8, und produzieren Stirnwandisolationen auch in North Carolina für VW und demnächst für Daimler. Das ermöglicht ein eingespieltes Team von hoch qualifizierten Fachleuten, das durch viele junge Kolleginnen und Kollegen ständig weiter verstärkt wird. Neuestes Produkt unseres Hauses ist das Akustikmodulsystem zur Lösung Ihrer Akustikprobleme in Büros und Besprechungsräumen.



Ernst-Graebe-Str. 10
33611 Bielefeld
Tel.: +49 (0) 521 5240-5
www.DFABielefeld.de



Die starke Mitgliederbank der Region

Über 100.000 Mitglieder und mehr als 165.000 Kunden vertrauen auf unsere Stärke – und das seit mehr als 150 Jahren. Mit einer Bilanzsumme von mehr als 4 Mrd. Euro gehören wir bundesweit zu den größten Volksbanken. Neben einem umfassenden Mehrwertangebot für unsere Mitglieder und Privatkunden sind wir ein starker Partner für den heimischen Mittelstand. Fairness, Nähe und Vertrauen stehen dabei an erster Stelle. Seit Mai sind wir zurück in unserer Bielefelder Zentrale am Kesselbrink und freuen uns auf Ihren Besuch.

Kesselbrink 1
33602 Bielefeld
Tel.: 0521 544-0
www.volksbank-bi-gt.de

Volksbank
Bielefeld-Gütersloh eG 

Ökologisch handeln, papierlos arbeiten

1990 in Bielefeld gegründet, beschäftigt STERNBERG heute 28 Mitarbeiter an drei Standorten. Mit der Software für Sitzungsmanagement SD.NET trägt STERNBERG dazu bei, die Qualität und Ökonomie von Verwaltungsprozessen in Politik, Wirtschaft und Bildung zu verbessern. Ergänzend bietet das Unternehmen ein Gremieninfosystem sowie die SitzungsApps für iOS, Android und Windows.

STERNBERG Software GmbH & Co. KG
Kerkmannstraße 1 · 33729 Bielefeld
Tel.: 0521 97700-0 · info@sternberg24.de
www.sitzungsdienst.net

STERNBERG

Begeisterung für erfolgreiche Verbindungen

Böllhoff ist ein weltweit führender Hersteller und Händler von Verbindungselementen und Montagesystemen. Als familiengeführtes Unternehmen stehen wir für langfristigen Erfolg durch hoch qualifizierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, durch innovative Produkte und kundenorientierte Dienstleistungen rund um das Thema der Verbindungs- und Montagetechnik.

Böllhoff Gruppe
Archimedesstraße 1-4
33649 Bielefeld
www.boellhoff.de

BÖLLHOFF



Stoffe sind unsere Leidenschaft

Der Name JAB ANSTOETZ ist weltweit ein Begriff für stilvolles Wohnen mit hochwertigen Stoffen, Teppichen, Polstermöbeln und Wohnaccessoires. JAB ANSTOETZ kreiert Trends und steht für Designs, die neue Maßstäbe setzen. Das Bielefelder Traditionshaus präsentiert sich heute als international agierende Gruppe, zu der mehr als 1.400 Mitarbeiter gehören.

JAB
ANSTOETZ

JAB JOSEF ANSTOETZ KG
Potsdamer Straße 160 · D – 33719 Bielefeld
Tel.: 0521/2093-0 · www.jab.de



Die Zukunft Bielefelds mitgestalten

Als Stadtwerke Bielefeld Gruppe sorgen wir täglich spürbar für Lebensqualität in Bielefeld. Mit rund 2.400 Mitarbeiter/innen sowie gut 180 Auszubildenden gehören wir zu den größten Arbeitgebern und Ausbildungsbetrieben in OWL. Die Stadtwerke Bielefeld liefern Energie, Wärme und sauberes Trinkwasser, mobil einen umfassenden öffentlichen Nahverkehr. Die BBF bietet Freizeitvergnügen mit zwölf Bädern und der Eisbahn, die BITel Telekommunikation. Klimaschonend erzeugt die Interargem durch Abfallverbrennung Strom und Fernwärme. So erleichtern und bereichern wir den Alltag der Menschen unserer Stadt.

STADTWERKE
BIELEFELD GRUPPE

Stadtwerke Bielefeld GmbH
Schildescher Str. 16 · 33611 Bielefeld
Tel.: (0521) 51-90
www.lebenswertes-bielefeld.de

Erfolgreich in über 50 Ländern

Dr. Wolff-Gruppe

Mit Marken wie Alcina, Alpecin und Linola sowie Plantur, Biorepair, Vagisan und Karex ist die in vierter Generation familiengeführte Dr. Wolff-Gruppe aus Bielefeld mit 650 Mitarbeitern auf weltweitem Wachstumskurs. Mittlerweile ist Dr. Wolff mit Lösungen für Haar- und Hautprobleme in 57 Ländern aktiv. Im Fokus stehen seit der Gründung 1905 die Forschung und der wissenschaftlich belegbare Nutzen der kosmetischen und pharmazeutischen Produkte. In der über 100-jährigen Geschichte liegt mit 2017 das erfolgreichste Jahr hinter der Gruppe. Mit neu erschlossenen Märkten in Europa und Asien steigerte sie mit 297,5 Millionen Euro den Umsatz auf ein neues Rekordergebnis. Weitere Informationen finden Sie im Internet unter: www.drwolffgroup.com/de/.

DR·WOLFF·GRUPPE

Dr. Wolff-Gruppe GmbH
Johanneswerkstraße 34–36
33611 Bielefeld
Tel.: 0521 8808-00
E-Mail: kw-info@drwolffgroup.com



Ihr Immobiliendienstleister

Die Nummer 1 in Ostwestfalen-Lippe

Die BGW (Bielefelder Gesellschaft für Wohnen und Immobiliendienstleistungen) ist nicht nur das größte Unternehmen der Immobilienwirtschaft in Bielefeld, sondern mit knapp 12.000 eigenen Wohnungen auch die Nummer 1 in Ostwestfalen-Lippe. In den 65 Jahren ihres Bestehens hat die BGW sich stets den wandelnden Anforderungen angepasst und sich so zu einem modernen Dienstleistungsunternehmen entwickelt, das sich nicht nur die Versorgung mit Wohnraum zur Aufgabe macht, sondern mit einer Vielzahl von kundenorientierten Angeboten Verantwortung für die Stadt Bielefeld und ihre Bürgerinnen und Bürger übernimmt.

Beim Einsatz zukunftsweisender Technologien zur Energieeinsparung nimmt die BGW ebenso eine Vorreiterrolle ein wie im sozialen Bereich. Dem Wunsch vieler Menschen, möglichst lange in der eigenen Wohnung leben zu können, kommt die BGW mit dem von ihr entwickelten „Bielefelder Modell“ nach. Dieses Konzept des selbstbestimmten Wohnens mit Versorgungssicherheit sorgt bundesweit für eine hohe Aufmerksamkeit und ist inzwischen in zahlreichen anderen Kommunen realisiert worden. Dies gilt auch für die „Zukunftskita“, eine Kindertagesstätte in modularer Holzbauweise, mit der die BGW in Bielefeld seit 2013 rund 650 zusätzliche Betreuungsplätze geschaffen hat.

BGW Bielefelder Gesellschaft für Wohnen und Immobiliendienstleistungen mbH
Carl Meyerstraße 1 · DE-33613 Bielefeld
Tel.: +49 (0) 521 880901
www.bgw-bielefeld.de



IMPRESSUM

Herausgeber:

WEGE Wirtschaftsentwicklungsgesellschaft Bielefeld
Geschäftsführer: Gregor Moss
Prokuristin: Brigitte Meier (V.i.S.d.P),
Prokuristin: Petra Waimann

Redaktion:

Marc-Stefan Andres, Dr. Eike Birck,
Corinna Bokermann, Jule Milbrett
(Artgerecht Zwo)
Redaktionsleitung: Thomas Volkmar

Design & Produktion:

Artgerecht Werbeagentur GmbH,
www.artgerecht.de
Kreativ Direktor: Thomas Volkmar
Art Direktor: Pia Thiessat

Druck:

Mohn Media, Gütersloh
Auflage: 120.000 Exemplare

Bildnachweise:

(wenn nicht im Artikel angegeben)
Hersteller & Unternehmen,
Bielefeld Marketing GmbH, Barbara Franke, Susanne Freitag, Andreas Frücht, hans@zwanzig-zoll.de, Sarah Jonek, Veit Mette, Carl Mrusek, Holger Pante, Simone Pohlmann, Arash Rezaeian, Stefan Sättele, Jürgen Volkmann, Weber Fotodesign, Georg Willmes, WEGE mbH



WEGE

Wirtschaftsentwicklungsgesellschaft Bielefeld mbH

Goldstraße 16-18
33602 Bielefeld

Tel.: 0521/557 660-0
Fax: 0521-557 660-10

info@wege-bielefeld.de
www.wege-bielefeld.de

„Das kommt aus Bielefeld“ ist ein Projekt der WEGE Bielefeld.



Jetzt entdecken unter:

www.das-kommt-aus-bielefeld.de

**E
BI**



WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG FÜR BIELEFELD

www.das-kommt-aus-bielefeld.de

„Das kommt aus Bielefeld“ ist ein Projekt der
Wirtschaftsentwicklungsgesellschaft Bielefeld mbH

WEGE.