



6. Wirtschaftskonferenz OWL – Mehr Internationalität in Unternehmen aber wie?

Internationalisierung ist schon lange kein Thema mehr, das nur Großkonzerne betrifft. Auch in den kleinen und mittelständischen Betrieben in OWL hat die Internationalisierung Einzug gehalten. Doch wie

können Unternehmen ihre Kompetenzen für internationale Projekte, Kundenkontakte und Geschäftsstrategien verbessern?

Mit dieser Frage befassten sich Vertreterinnen und Vertreter aus Wirtschaft und Wissenschaft auf der 6. Wirtschaftskonferenz OWL. Stellvertretend für die AG 7 OWL, der Arbeitsgemeinschaft der Wirtschaftsförderer OWL, richtete in diesem Jahr die Bielefelder Wirtschaftsentwicklungsgesellschaft WEGE mbH die Konferenz aus. Da sich die Fachhochschule Bielefeld sich auf die Qualifizierung interkultureller Kompetenzen für Studierende und Mitarbeitende in Unternehmen spezialisiert hat, holte die WEGE die Fachhochschule als Kooperationspartner sich ins Boot.

An der Wirtschaftskonferenz nahmen rund 130 Personen teil, die sich mit Fragen der Qualifizierung von Mitarbeitenden für ein internationales Arbeitsumfeld auseinandersetzten. Denn „nachhaltig erfolgreich sind internationale Projekte, Kundenkontakte und Geschäftsstrategien dann, wenn die eigene interkulturelle Kompetenz im Unternehmen gut ausgebildet ist. Oder anders formuliert: Ohne die Fähigkeit, die Kultur des Partnerlandes zu verstehen, können internationale Aktivitäten an Kleinigkeiten scheitern“, sagten Prof. Dr. Natalie Bartholomäus und Prof. Dr. Riza Öztürk, deren Vortrag „Mehr Internationalität in Unternehmen – aber wie?“ Personalentwicklung und Weiterbildungsangebote für Unternehmen durch Programme der Fachhochschule Bielefeld behandelte.

In einer Talkrunde waren sich die Unternehmensvertreter*innen einig, dass Internationalisierung in Zukunft eine noch größere Rolle in ihren Unternehmen spielen wird. Die Firma Claas habe seit zwei Jahren mehr Mitarbeiter/ innen im Ausland als in Deutschland und auch die Wachstumsmärkte der Firma lägen im Ausland. Die Firma Condor erwirtschaftete bereits heute die Hälfte ihres Umsatzes im Ausland. Aufgrund der sehr langen Lebensdauer ihrer Produkte müsse das Unternehmen stetig neue Märkte erschließen. Die Vertreter/ innen von Jowat und Miele betonten, dass nicht nur einzelne Mitarbeiter/ innen, sondern das gesamte Personal durch die Internationalisierung ihrer Unternehmen herausgefordert sei. Entsprechende Schulungs- und Förderprogramme seien in ihren Firmen bereits etabliert und würden immer weiter ausgebaut.

Außerdem gab Irene Schalück, Studentin, International Business in Management an der FH Bielefeld einen persönlichen Einblick in die Beson-

derheiten ihres Studiengangs und betonte, dass die internationale Ausbildung ihre Chancen auf dem Arbeitsmarkt deutlich erhöhte.

