

**W
BI**

AUSGABE 4/2017

DAS KOMMT AUS

BIELEFELD

STARKER STANDORT – STARKE WIRTSCHAFT



WIR
HABEN
M.U.M.M.

MARKEN. UNTERNEHMEN. MENSCHEN. MUT.



Bielefeld hat M.U.M.M.

Es braucht Visionen, Leidenschaft, Fleiß und ein bisschen Mumm, um etwas zu bewegen. Schön, dass wir von all dem in Bielefeld genug haben. Die besten Voraussetzungen also für eine erfolgreiche Wirtschaft, die den Menschen dieser Stadt eine sichere und attraktive Lebensgrundlage bietet.

Hier beleben traditionelle Familienunternehmen, Weltmarktführer, Hidden Champions, Nischenanbieter und viele junge Start-ups die Wirtschaft. Und eine prosperierende Hochschullandschaft sorgt für den nötigen Nachwuchs. All das sind Gründe, warum Produkte und Dienstleistungen aus Bielefeld auf der ganzen Welt zu finden sind.

Über einige davon berichten wir in diesem Magazin. Lassen Sie sich überraschen und begeistern. Sie werden feststellen, hier leben Menschen, die etwas bewegen können in einer lebenswerten Stadt und das macht den Wirtschaftsstandort Bielefeld aus:

Marken, Unternehmen, Menschen und eine gesunde Portion Mut.

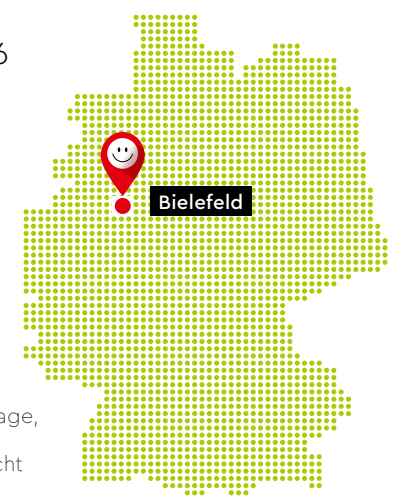
Überzeugen Sie sich selbst unter:

www.das-kommt-aus-bielefeld.de

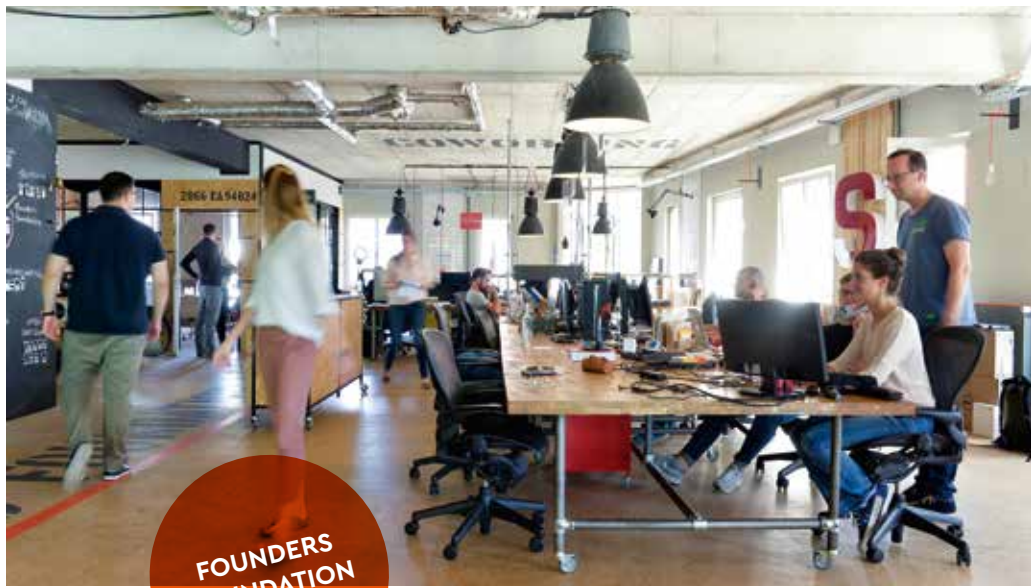


INHALT

Hier geht was! Gründerzeit in Bielefeld	4	Platz da! Bielefelds urbane Seite	30
Genähte Zukunft Was Hightech-Produkte heute zusammenhält	9	Karrierestandort Angekommen in Bielefeld Karriereförderung in Bielefelder Unternehmen	32 36
Unerwartete Einblicke Lego für Große	10	Partnerschaftlich Bielefelder Unternehmen stellen sich vor	40
Aus Bielefeld in die Welt Wir gestalten Zukunft	14	Impressum	46
Viel mehr als nur Fassade Die Schaltzentralen der Bielefelder Wirtschaft	22		
Natürlich Bielefeld Die Großstadt im Grünen	26		



Titelfoto:
©iStock.com/RichVintage,
Susanne Freitag,
Composing – Artgerecht



HIER GEHT WAS!

Gründerzeit in Bielefeld

Das Silicon Valley gilt weltweit als der Nabel für Start-ups. In Deutschland liebt die Szene die großen, pulsierenden Zentren. Doch manchmal sind es die Nebenschauplätze, die unerwartet überraschen. In Bielefeld boomt die Start-up-Szene. Als Location für Innovatoren und kreative Köpfe bietet sie reichlich Potenzial und Raum für Visionen.

TEXT: Corinna Bokermann FOTOS: Susanne Freitag

Gründungswillige, die hier an den Start gehen, entscheiden sich bewusst für die Stadt. Aus gutem Grund: Der Nährboden für Neugründungen ist einfach gut. Hier sind Weltmarktführer, Nischenan-

bieter und Hidden Champions ebenso zu Hause wie Studierende und Forschende, die den Hochschulstandort Bielefeld zu schätzen wissen. Beflügelt wird die Gründungsoffensive durch die

Founders Foundation, die antritt, Bielefeld und die Region OWL zum lebendigen Ecosystem für spannende wie erfolgreiche Start-ups zu machen. „Innovativ wie New York, dabei bodenständig

und umsetzungsstark“, bringt Sebastian Borek das Profil der Region auf den Punkt. Der Mitgründer und neben Dominik Groß einer der beiden Geschäftsführer der Foundation brennt für die Idee, die Flächenregion in Bewegung zu bringen. Im Coworking Loft in der Bielefelder Altstadt bietet das gemeinnützige Pilotprojekt der Bertelsmann Stiftung der Bielefelder Gründerszene das Back-up. Dafür bietet die Academy nicht nur die Area, sondern mit drei thematisch strukturierten Blöcken auch handfeste Unterstützung durch Profis. „Inspire“, „Train“, „Enable“ lauten die Schlagworte, um von der ersten Idee und deren methodischer Weiterentwicklung bis hin zur Marktreife des Produkts „Gründung“ zu kommen. Geht es im Block „Inspire“ noch um Vorträge für Gründungsinteressierte oder Hackathons wie einem Business-HackWeekend, steht bei „Train“

bereits das Know-how in puncto Gründung im Fokus – von den wichtigsten Dos & Don'ts über Lean-Start-ups bis hin zu Finanzierungsmöglichkeiten. „Die Academy ist ein achtwöchiges Übungslager“, erklärt Sebastian Borek. Der letzte Schritt ist das Camp. „Enable“ heißt die Gründer zu befähigen, eigene Wege zu gehen. Im Camp arbeiten sie ein halbes Jahr in Vollzeit an ihrer Geschäftsidee. Bis zur Marktreife.

Digitale Denkfabrik

Der Pioneers Club – gleich nebenan – sorgt mit seiner 800 Quadratmeter großen Area wiederum dafür, dass mittelständische Unternehmen, Start-ups mit neuen Geschäftsideen, internationale digitale Experten und Kreative von einem inspirierenden Arbeitsumfeld im Herzen von Bielefeld profitieren. Hier treffen sie aufeinander.

Die Begegnungsstätte für Talente aus der Region ist dezentraler digitaler Workplace, Meltingpot für digitale Ideen und Innovationen. Ein Ort, an dem jeder jeden inspiriert und Start-ups und Experten sich gemeinsam auf digitale Themen fokussieren. Offen und kommunikativ schiebt der Pioneers Club als Plattform für Unternehmer aus OWL digitale Entwicklungen an. Learning by Doing lautet das Prinzip, um Prozesse dynamischer zu gestalten.

Aber nicht nur Founders Foundation und Pioneers Club sorgen für guten Nährboden. Auch sonst bietet Bielefeld mit sieben Hochschulen und einem Netzwerk an Akteuren wie der WEGE mbH, die Gründer/innen unterstützen, ihnen eine Plattform und ein Netzwerk ermöglichen, beste Voraussetzungen. Vier erfolgreiche Beispiele made in Bielefeld stellen wir vor. »



NICOLE GDANIETZ
Swarms
Technologies
GmbH



**DR. TOBIAS
PFAFF
&
EYÜP ARAMAZ**
FoodTracks

Swarms Technologies GmbH

Mit unserem Schwarm verwandeln wir Daten in wertvolle Informationen

Bielefeld bietet genau die richtigen Voraussetzungen, die ein junges Technologieunternehmen braucht, um weltweit agieren zu können", sagt Nicole Gdanietz, Mitgründerin der Swarms Technologies GmbH, einem 2016 in Bielefeld gegründeten Start-up.

Die Geschäftsidee ist bestechend einfach: Alle kennen ungenutzte Wartezeiten in der Arztpraxis, in der Bahn oder bei unpünktlichen Verabredungen. Mit einer vollautomatisierten Plattform macht Swarms die Wartezeit von Menschen für Unternehmen und Wissenschaftler zugänglich. Mithilfe der entwickelten App können Menschen kurze Jobs in wenigen Sekunden direkt auf dem Handy gegen Bezahlung erledigen. Dabei prüft man zum Beispiel, ob ein selbstfahrendes Auto alle Fußgänger im Umfeld erkannt hat. „Wir leben in einer spannenden Zeit, in der künstliche Intelligenz immer mehr geistige Aufgaben für Menschen übernimmt. Es wird immer wichtiger, die Entscheidungen einer künstlichen Intelligenz durch den Menschen zu prüfen. Auf unserer Plattform arbeiten künstliche Intelligenz und Menschen auf sehr effiziente Weise zusammen und wir verdienen unser Geld über eine Provision, wenn ein App-User für einen erfolgreich abgeschlossenen Job vom Unternehmen bezahlt wird“, erklärt die Gründerin.

Die ersten großen Aufträge aus den Bereichen Automobil, Medizin und E-Commerce sind da und die erste Finanzierungsrunde mit Investoren aus Bielefeld und OWL ist abgeschlossen. „Das Eco-System für Start-ups in OWL hat durch einige gute Initiativen so viel Fahrt aufgenommen, dass wir dauerhaft in Bielefeld ansässig sein wollen“, so Nicole Gdanietz. Neben den drei Gründern aus OWL arbeiten bereits fünf weitere Entwickler in Europa am Aufbau des weltweit agierenden Start-ups.

FoodTracks

Wir retten Lebensmittel mit intelligenter Datenanalyse

Es war die Founders Foundation, die den entscheidenden Anstoß gab. „Wir haben an dem sechsmonatigen Camp-Programm teilgenommen, externe Unterstützung und Mentoring durch erfahrene Unternehmer erlebt und von dem Netzwerk – vom Marketing über den Vertrieb bis zu den Finanzen – profitiert“, erinnern sich Dr. Tobias Pfaff und Eyüp Aramaz, die FoodTracks im April 2017 gründeten.

Beim Standort gab's keine Diskussion: Bielefeld, die Stadt mit ihrem starken Mittelstand sollte es sein. „Hier haben wir zudem unsere ersten Kunden gefunden“, so Tobias Pfaff. „Im Gegensatz zu Berlin, wo digitale Start-ups wie Pilze aus dem Boden schießen und gehypt werden, kann man in Bielefeld



STEFAN HINDRICHS
synavision GmbH



ein Unternehmen langsam und solide aufbauen. Allein Praktikanten(innen) für ein Start-up zu finden, ist in Bielefeld einfacher. Hier gibt es in vielfacher Hinsicht bessere Möglichkeiten und auch Fachkräfte.“ Als Spezialist für Datenanalyse wertet FoodTracks Daten aus Warenwirtschafts- und Kassensystemen aus und liefert mittelständischen Bäckereien in Echtzeit Empfehlungen zur Optimierung der Produktion, der Personalplanung, des Einkaufs und des Verkaufs. Die Software des Start-ups basiert auf neuesten Big-Data-Technologien. „Durch die genaue Analyse werden Lebensmittelabfälle durch Überproduktionen vermieden. Wir retten also Lebensmittel durch intelligente Datenanalyse“, sagt Tobias Pfaff. Ziel ist es, Unternehmensprozesse zu digitalisieren, um die Produktion, den Verkauf und die Personalplanung zu optimieren und die Wettbewerbsfähigkeit langfristig zu sichern. So spart der Bäcker Geld und es ergibt sich dazu noch ein gesellschaftlicher Nutzen.

synavision GmbH

Wir sorgen für niedrige Betriebskosten und optimales Raumklima

Es fiel ihm nicht schwer, den Schritt von Düsseldorf zurück nach Bielefeld zu wagen und synavision 2015 hier zu gründen. „Es gibt eine große Wertschätzung für neue Geschäftsideen in der Bielefelder Gesellschaft, aber auch bei ehemaligen Bielefeldern, auf



FLORIAN MEYER-DELPHO
Greenergetic GmbH

die wir bei unserem Vertrieb bundesweit immer wieder stoßen“, erklärt Stefan Hindrichs, Geschäftsführer Vertrieb & Marketing der synavision GmbH. Bereits 2010 als Spin-off aus der TU Braunschweig entstanden, erprobte und entwickelte das dreiköpfige Managementteam bis 2015 das Konzept der „Prüfbaren Gebäudeperformance“. Nach dem Motto „Gebäudeperformance ist Teamwork“ widmen sich neben ihm auch Dr. Claas Pinkernell und Dr.-Ing. Stefan Plesser dieser Aufgabe. Der Spezialist für Gebäudeperformance nimmt die Qualität von Gebäudetechnik in den Blick, macht diese transparent, plan- und prüfbar und unterstützt den energieeffizienten Betrieb durch ein softwarebasiertes, technisches Monitoring. Am Standort Bielefeld schätzt synavision die Bereitschaft der etablierten Industrie, jungen Unternehmen die Chance zu geben, Produkte und Dienstleistungen zu erproben. „Bielefeld genießt bundesweit eine Reputation für erfolgreiche Geschäftsideen. Das ist auch bei der Akquise von Investoren positiv zu spüren. Zudem ist ein gutes Netzwerk an Unternehmen und Industrie vorhanden, die sich als Kunden eignen und die Entwicklung eines Testmarktes ermöglichen“, erklärt Stefan Hindrichs. „Sowohl die Stadt als auch die Stadtwerke Bielefeld haben bereits bewiesen, dass sie offen und zugänglich sind für junge Unternehmer und neue Konzepte.“ Plattformen wie „Das kommt aus Bielefeld“ bieten den Unternehmen die Chance, sich bekannt zu machen und Kontakte zu knüpfen. Auch die WEGE mbH, die den Wirtschaftsstandort aktiv mitgestaltet, ist für synavision wichtig. »

GRÜNDERZEIT



THORSTEN
PIENING
qualitytraffic GmbH

Greenergetic GmbH

Wir sorgen dafür, dass die Energiewende überall ankommt

Die Rahmenbedingungen für den Standort Bielefeld passten von Anfang an. Geholfen hat der Venture-Capital-Finanzierer. „In Bielefeld bestanden gute Finanzierungsbedingungen und der Gründerfonds Bielefeld-Ostwestfalen hat uns in der frühen Wachstumsphase unterstützt“, berichtet Florian Meyer-Delpho, geschäftsführender Gesellschafter der Greenergetic GmbH.

Heute beschäftigt das vor fünf Jahren gegründete Unternehmen über 60 Mitarbeitende in Bielefeld.

„Durch Universität und Fachhochschule lassen sich hier unkompliziert qualifizierte Mitarbeiter unterschiedlichster Disziplinen finden – Technik, Marketing, Projektmanagement –, die wir als Full-Service-Dienstleister gut gebrauchen können.“ Auch für kaufmännisches Personal ist Bielefeld ein hervorragendes Pflaster. „Nur IT- und Softwaremitarbeiter sind im Großraum Bielefeld immer noch unterrepräsentiert“, findet Florian Meyer-Delpho.

Greenergetic ermöglicht es Energieversorgern, ihren Kunden schnell und ohne eigenes Personal Energieeffizienzprodukte anzubieten – von der verbrauchsoptimalen Photovoltaikanlage über Ladeboxen für Elektroautos bis hin zu Smart-Home-Lösungen. Die Greenergetic GmbH bietet zusätzlich zur Integration des benutzerfreundlichen White-Label-

Planungsportals Marketingunterstützung und Kundenberatung und kümmert sich um Einkauf, Logistik und Installation durch regionale Handwerkspartner. „Aktuell setzen bereits mehr als 70 Lizenzpartner auf dieses Modell“, betont Florian Meyer-Delpho. „Und bereits Ende 2015 beteiligte sich die RWE Vertrieb AG an Greenergetic, um die Themen PV und Energiedienstleistungen gemeinsam weiterzuentwickeln. Es geht voran.“

qualitytraffic GmbH

Wir schöpfen die Potenziale des Online Marketings aus

Bielefeld bietet eine traumhafte Infrastruktur, ist von größeren Städten wie Gütersloh, Paderborn und Herford umgeben und zählt viele interessante Unternehmen“, erklärt der geborene Münsterländer Thorsten Piening mit Blick auf Bielefeld und die Region, wo Global Player und Hidden Champions zuhause sind. Dazu kommt der große Branchenmix von Industrie bis Dienstleistung.

Bodenständig und vor allem zuverlässig – Eigenschaften, die die Ostwestfalen auszeichnen, sprechen für sie. „Hier kann man sich noch auf Geschäfte per Handschlag verlassen“, so Thorsten Piening, der gemeinsam mit Oliver Schroer qualitytraffic 2011 aus der Taufe gehoben hat. Als Partner für erfolgreiches Online Marketing will qualitytraffic vorhandene Potenziale erschließen und ausschöpfen.

„Start-ups werden hier mit der Absicht gegründet, Gewinne zu erzielen. Das sieht andernorts durchaus anders aus und macht den Umgang mit Kunden angenehm“, betont Thorsten Piening. „Der Wirtschaft hier geht's gut. Dennoch dürfte dieses kleine, feine Gebiet durchaus mehr für sich trommeln.“ Dass OWL offen ist für Innovationen, macht qualitytraffic auch am Interesse an der von qualitytraffic organisierten Online Marketing Konferenz Bielefeld (OMKB) mit 800 Teilnehmenden fest. „Unser Ziel ist es, unsere Kunden Kunden zu gewinnen“, so Thorsten Piening, der inzwischen 43 Mitarbeitende beschäftigt. Im neuen Bahnhofsviertel arbeitet das Unternehmen jetzt auf rund 850 Quadratmetern und eröffnete im April 2017 am Hafen in Münster einen weiteren Standort mit 300 Quadratmetern.

GENÄHTE ZUKUNFT

WAS HIGHTECH-PRODUKTE HEUTE ZUSAMMENHÄLT

Einst waren Nadel und Faden das Werkzeug des tapferen Schneiderleins, um zum Beispiel einen feinen Zwirn zu nähen. Heute sieht das ganz anders aus. Was kaum einer weiß: Von der Bekleidungsindustrie, über die Automobilbranche bis hin zur Fertigung von Flugzeugteilen – wenn etwas richtig gut halten soll, wird es in Zukunft immer öfter genäht.

Die Wurzeln der **Dürkopp Adler AG** gehen auf das Jahr 1860 zurück. In diesem Jahr wurde von dem Unternehmen die erste Nähmaschinenfabrik in Bielefeld gegründet. Die Dürkopp-Werke wurden schnell für ihre hochwertigen Nähmaschinen, aber auch für ihre Fahrräder bekannt. 1897 kamen sogar die ersten Motorwagen hinzu. Die Ausflüge in die Mobilität sind Geschichte, aber in Sachen Nähmaschinen ist das Unternehmen einer der Marktführer. Auf der ganzen Welt kommen Dürkopp Adler Nähmaschinen für die unterschiedlichsten Anwendungen zum Einsatz. Längst geht es dabei nicht mehr nur um das einfache Nähen von Kleidungsstücken. Mit ihren hoch spezialisierten Hightech-Maschinen werden Materialien zusammengenäht, auf die man so ohne weiteres nicht kommt. Das Ganze natürlich längst auch digital vernetzt.

Apropos vernetzt, am Beispiel der Nähmaschinen haben wir eine hoch **spannende Story im Internet** bereitgestellt. Hier erfahren Sie, was heute so alles genäht wird und welche Bielefelder Unternehmen zusammen mit Dürkopp Adler Innovationen vorantreiben.

Zum Beispiel das seit fast 300 Jahren bestehende Unternehmen **Delius**, das mit seiner Firma Delcotex Hightech-Textilien für die unterschiedlichsten industriellen Anwendungen produziert. Oder der Taschenhersteller **HALFAR**, der mit seiner breiten Produktpalette an Werbe- und Spezialtaschen einer der Marktführer ist und für seine Kunden ganz individuelle Lösungen bereithält.

Lassen Sie sich überraschen und begeistern.

Webstory unter:
www.das-kommt-aus-bielefeld.de/webstory

UNERWARTETE EINBLICKE

LEGO FÜR GROSSE

TEXT: Jule Milbrett
FOTOS: Susanne Freitag

Die Goldbeck GmbH konzipiert, baut und betreut europaweit systematisierte Gewerbeobjekte. Dazu gehören unter anderem Produktionshallen, Parkhäuser und Bürogebäude. Um schnell, qualitativ hochwertig und wirtschaftlich bauen zu können, produziert das Stahlunternehmen riesige einsatzfertige Bauelemente wie zum Beispiel 17,5 Meter lange Fachwerkträger, die das Dachgerüst jeder Goldbeck-Halle stützen. Doch wie entstehen und handhabt man diese XXL Produkte? Ein Einblick in die Fachwerkträgerproduktion in Bielefeld-Ummeln.





Wöchentlich werden ca. 300–400 Tonnen Rohware in Form von unbearbeitetem Profilstahl im Dreischichtbetrieb bei Goldbeck angeliefert und innerhalb einer Woche verarbeitet. Der Oberflächenrost des unbearbeiteten Profilstahls wird in der sogenannten Entzunderanlage abgearbeitet. Danach werden die Stahlträger zugeschnitten, anhand einer Schablone zu einem Fachwerkträger zusammengestellt und verschweißt. Das komplette Stahlkonstrukt ist bis zu 17,5 Meter lang und wiegt circa 750 Kg.



Die Fachwerkträger sind nun einsatzbereit. Das elementierte Bauen mit System unterstützt effizientes Arbeiten und sorgt so für schnelle Bauzeiten. Sowohl die Bauteile als auch die Arbeitsprozesse sind perfekt aufeinander abgestimmt. Bewegt werden die einzelnen Chargen im Hochregallager mit einem riesigen Deckenkran, der auch in kürzester Zeit die Beladung der LKW's übernimmt.



Für die folgenden Schritte wird der Fachwerkträger in ein vollautomatisiertes Transportsystem eingehängt und so nach einer weiteren Entzunderung in eine der größten Pulverbeschichtungen Deutschlands gefahren. Danach geht es für circa zehn Minuten bei einer Kerntemperatur von 160 Grad in den Einbrennofen, dadurch geht die Farbe eine Symbiose mit dem Stahl ein.



In einem Showroom präsentiert das Unternehmen seinen Kunden lebensgroße Exponate. Darunter beispielhafte Modelle eines Parkhauses und einer Logistikhalle. Sogar ein Bürogebäude wurde in der Halle errichtet. Ein besonderes Highlight dort ist, dass die Kunden per Virtual-Reality-Brille ihr Gebäude schon vor dem Baubeginn sehen können.

AUS BIELEFELD IN DIE WELT

WIR GESTALTEN ZUKUNFT

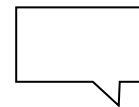
Auch erfolgreiche Unternehmen stehen vor Herausforderungen:

Wie können sie innovativ bleiben, ihre Geschäftsprozesse digitalisieren, weiterhin in einer immer globaleren Wirtschaftswelt bestehen – und woher nehmen sie die Fachkräfte, um das Ganze umzusetzen? Im Interview erzählen fünf Firmenlenker aus Bielefeld, wie sie für die Zukunft gerüstet sind: DFA-Bielefeld-Chef Dr. Ralf Dopheide, DR. KURT WOLFF-Geschäftsführer Dr. Christian Mestwerdt, der Vorstandsvorsitzende der itelligence AG, Norbert Rotter, KATAG-Vorstand Angelika Schindler-Obenhaus und Bethel-Vorstand Pastorin Dr. Johanna Will-Armstrong.

INTERVIEW: Marc-Stefan Andres | FOTOS: Susanne Freitag



Brigitte Meier (Dritte von links) von der Wirtschaftsentwicklungsgesellschaft der Stadt Bielefeld (WEGE) lud zum Wirtschaftsgespräch die Führungsspitze repräsentativer Branchen in Bielefeld ein. Der Einladung in die inspirierende Atmosphäre des Restaurants Glückundseligkeit (in der ehemaligen Martini Kirche) folgten, von links: Norbert Rotter, Dr. Johanna Will-Armstrong, Dr. Ralf Dopheide, Angelika Schindler-Obenhaus und Dr. Christian Mestwerdt.



Unternehmen, die nicht innovativ sind, werden schnell überholt. Frau Schindler-Obenhaus, wie wichtig sind für Sie neue Produkte und Prozesse?

Angelika Schindler-Obenhaus: Im Modebereich beschäftigen wir uns tagtäglich mit Innovationen. Wir leben davon, allein was das Design angeht. Schließlich entwerfen wir für unsere 17 Marken ungefähr 10.000 neue Artikel pro Saison, also 20.000 im Jahr. Dafür nutzen wir ein Portal, das weltweite Trends abbildet. Aber die wichtigen Modestädte – Mailand, New York, London, Paris – klappern wir auch mit unseren eigenen Leuten ab.

Und so finden Sie Trends, die schließlich in den Läden in Hamburg und Berlin, aber auch in Bad Oeynhausen und Bielefeld landen?

Angelika Schindler-Obenhaus: Ja, genau. Das Bauchgefühl spielt ja auch eine große Rolle. Unsere Produktmanagerin sitzt tatsächlich in Mailand im Café und schaut, was dort die Frauen tragen. Ebenso analysieren wir, was von den Laufstegen dieser Welt für den Mainstream umzusetzen ist. Und wir beobachten zum Beispiel auch Modeblogger, die den neuen Style oft vor anderen erkennen und darüber berichten.

In Cafés sitzen Ihre Forscher und Entwickler wahrscheinlich eher selten.

Ralf Dopheide: Nein, eher nicht (lacht). Innovation ist aber auch bei uns ein Topthema, weil unsere Kunden wie VW, Daimler, Porsche und Audi sehr anspruchsvoll sind. Und wir können nur mit ständigen Innovationen im harten Wettbewerb bestehen. Wir arbeiten dafür sehr intensiv mit den Entwicklungs- und Vorentwicklungsabteilungen der Kunden zusammen. So können wir die Bedürfnisse schnell als Ideen aufgreifen und in die Produkte einfließen lassen. Das bezieht sich nicht nur auf die Materialien, sondern auch auf die Verfahren, wie die Produkte hergestellt werden. »

BIELEFELD HAT EIN SEHR GUTES SOZIALES KLIMA. EIN WÄRMESTROM, DEN MAN NICHT ÜBERALL FINDET.

Dr. Johanna Will-Armstrong
Pastorin, Bethel-Vorstand



be, weil ja die Verbrennungsmotoren wegfallen. Dafür hört man dann aber die leisen Störgeräusche viel besser. Dafür arbeiten wir an Lösungen. Innovationen entstehen bei uns aber auch dadurch, dass wir Know-how aus einem Produktsegment in andere übertragen. Wir stellen viele Produkte aus Schaumstoff, genauer gesagt Polyurethan her. Das Material ist aber auch der Grundstoff für Kleber, die wir nun ebenfalls produzieren. Oder wir entwickeln uns aus dem reinen Automobilbereich heraus und bieten Akustikmodule für die Innenraumgestaltung an.

Wo liegen die Innovationen bei Ihnen, Herr Mestwerdt?

Christian Mestwerdt: Dr. Wolff ist jetzt 111 Jahre alt geworden – und das Unternehmen hat nur deswegen eine so lange Tradition, weil es immer wieder auf Innovationen gesetzt hat. Unsere Investitionen in evidenzbasierte Forschung und Entwicklung sind die Basis. Wir identifizieren ungelöste Probleme und entwickeln entsprechende Produkte in Pharmazie und Kos-



In welchen Bereichen sind Sie denn momentan innovativ?

Ralf Dopheide: Natürlich in unserem Kerngeschäft, der Schallisolierung. Ein gutes Beispiel dafür ist die Elektromobilität. Wir brauchen zwar hier in Zukunft weniger Schallschutz unter der Motorhau-



metik, die nachweislich wirken. Auch Verbrauchervünsche entwickeln sich, und wir müssen sie mitbekommen und in neue Produkte umsetzen, die danach langfristig verkauft werden können – so wie unser bekanntestes Produkt, das Alpecin Coffein-Shampoo.

Was kann noch kommen, wenn man ein solches Erfolgsprodukt hat?

Christian Mestwerdt: Viel (lacht). Wir haben eine relativ große Forschungsabteilung und decken von der Arzneimittelforschung bis zum Friseuraußendienst vieles ab – das ist ein Riesenvorteil. Wenn es um Medikamente geht, beschäftigen sich unsere Forscher manchmal sieben, zehn, zwölf Jahre sehr tief

etwa mit dermatologischen Fragestellungen. Und dabei stoßen sie immer wieder auf Erkenntnisse, die auch unsere Schwesterfirma Kurt Wolff einsetzen kann, die sich eher mit kosmetischen Fragen auseinandersetzt.

Wie können Sie das als eine im Vergleich zu den Kosmetikkonzernen kleine Firma umsetzen?

Christian Mestwerdt: Wir haben hoch spezialisierte Forscher, wobei das Thema „Innovation“ alle Bereiche unseres Unternehmens betrifft. Wir fördern diese Kultur überall, jeder hat eine hohe Eigenverantwortung und viele Gestaltungsmöglichkeiten. Ganz wichtig ist auch die Fehlerkultur: Man darf niemanden tadeln, wenn er mal et-



UNSERE PRODUKTMANAGERIN SITZT TATSÄCHLICH IN MAILAND IM CAFÉ UND SCHAUT, WAS DIE FRAUEN DORT TRAGEN.

Angelika Schindler-Obenhaus
KATAG-Vorstand

was ausprobiert hat und es schiefgegangen ist. Wir ermutigen, Dinge auszuprobieren und aus Fehlern zu lernen.

Norbert Rotter: Freiräume und Verantwortung stehen bei itelligence als Synonyme für unsere Unternehmensphilosophie. Unsere Berater agieren bei ihren Kunden selbstständig und es ergeben sich hohe Gestaltungsräume. Auf der anderen Seite müssen unsere Berater Verantwortung für ihre Projekte übernehmen und den Kunden Handlungsoptionen aufzeigen und diese auch umsetzen.

Wie innovativ können Sie überhaupt sein – Sie greifen doch oft auf SAP-Produkte zurück?

Norbert Rotter: Unsere Produkte und Dienstleistungen sind immer sehr erklärungsbedürftig, auch wenn wir auf SAP-Standardsoftware zurückgreifen. Zum einen geht es um Prozessoptimierungen und intelligente Lösungen für verschiedenste Branchen und passgenaue Lösungen zur Digitalisierung sehr unterschiedlicher, komplexer Problemstellungen. Deshalb entwickelt itelligence auch eigene Kundenlösungen. Rund 300 Entwickler der insgesamt 6.000 Mitarbeiter weltweit beschäftigen sich mit Innovationen und Produkten.

Frau Will-Armstrong, gibt es im Sozialbereich überhaupt noch Möglichkeiten, innovativ zu sein? Am Ende geht es doch immer darum, Menschen gut zu betreuen, zu pflegen oder zu fördern, oder?

Johanna Will-Armstrong: Sie werden sich wundern: Innovationen »



sind in fachlicher Hinsicht immer wieder notwendig, etwa wenn es darum geht, die Diagnostik und medizinische Versorgung im Krankenhaus weiterzuentwickeln. Aber auch in der sozialen Arbeit suchen wir immer wieder nach neuen Ansätzen – auch deswegen, weil sich die Haltung zur Teilhabe von Menschen mit Behinderungen zum Glück immer stärker wandelt: Sie werden heute zum Beispiel nicht mehr in stationären Anstalten versorgt, sondern sollen möglichst selbstständig am sozialen Miteinander teilhaben. Dafür steht Bethel ein – für alle Menschen, für die wir da sind.

Können Sie das an konkreten Projekten deutlich machen?

Johanna Will-Armstrong: Wir haben beispielsweise vor zehn Jahren eine Einrichtung entwickelt, die sehr stark auf Digitalisierung und technische Assistenzsysteme setzt und dafür auch mehrfach ausgezeichnet worden ist. Da sagen viele Menschen: Mein Gott, im Alter wollen die doch nicht skypen oder digitale Stützsyste me nutzen. Aber die Bewohner der Einrichtung nehmen das mit völlig offenem Herzen an, weil es ihren Alltag viel ein-

UNSERE MITARBEITER BEKOMMEN GROSSE FREIRÄUME. IM GEGENZUG MÜSSEN SIE ABER AUCH VERANTWORTUNG ÜBERNEHMEN.

Norbert Rotter
Vorstandsvorsitzender, itelligence AG

facher macht. Früher musste man aufs Telefon gucken und wählen. Jetzt hat man einen Bildschirm, auf den drückt man und der Enkel ist dran.

Innovationen sind, wie immer wieder herauszuhören ist, jetzt und in Zukunft mit der Digitalisierung eng verknüpft. An welchen Stellen müssen Sie digitaler werden, Herr Mestwerdt?

Christian Mestwerdt: Wir bieten ja viele Produkte für den Endverbraucher, den wir zum Teil nicht mehr so erreichen können wie früher. Unsere Werbung läuft einerseits klassisch über Fernsehspots und Printanzeigen. Die digitale Kommunikation bietet andererseits Möglichkeiten, noch zielgerichteter an die einzelnen Kunden heranzutreten. Aber wie das ganz konkret mit welchem Aufwand und welchem Ergebnis passiert, ist noch ein weites Feld, das sich sehr dynamisch

entwickelt. Und weil wir das auch selbst lernen wollen, anstatt es nur Dienstleistern zu überlassen, haben wir eine Tochter gegründet, die E-Wölffe. Vier Mitarbeiter sitzen in einem Coworking-Space hier in Bielefeld, wo gerade eine Szene aus Start-ups und Gründern entsteht. Sie haben die Aufgabe, unsere Marken im Netz zu verlängern.

Ralf Dopheide: Wir bedienen ja keine Endverbraucher, unsere Kunden sind die Autohersteller, mit denen ich aber im Zuge der Digitalisierung ganz anders kommunizieren will und muss. Wir befassen uns gerade mit der Datenerfassung und -analyse – Schlagwort Big Data – und wollen im Rahmen von Industrie-4.0-Projekten unsere Maschinen vernetzen. Zudem wollen wir vom Einkaufsprozess bis hin zum ausgelieferten Produkt alles digitalisieren. Dafür statten wir



gerade unsere Firma flächendeckend mit WLAN aus, was natürlich höchste Sicherheitsvorkehrungen erfordert. Das alles ist teuer, aber auch sehr sinnvoll.

Wo liegen die Herausforderungen der Digitalisierung für Sie, Frau Schindler-Obenhaus?

Angelika Schindler-Obenhaus: Unsere Branche befindet sich im Strukturwandel: Unsere Kunden, die mittelständischen Modefachhändler, stehen zwischen großen Ketten wie Zara, H&M oder Mango und den großen Versendern wie Amazon oder Zalando, die allesamt online gut aufgestellt sind. Als Dienstleister beschäftigen wir uns mit der digitalen Regalverlängerung oder dem digitalen Schaufenster. Und wir müssen das für jeden Einzelhändler individuell tun – denn jeder möchte anders sein als sein Nachbar. Gleichzeitig wollen wir sie mit möglichst vielen Materialien und Ideen dabei unterstützen, das gut zu machen, was sie schon immer hervorragend konnten: In den Innenstädten ein Einkaufserlebnis zu bieten.

Frau Will-Armstrong, wo spüren Sie die Digitalisierung in Ihrer Arbeit mit den Menschen in Ihren Wohnangeboten oder Kliniken?

Johanna Will-Armstrong: Ein großes Thema sind, gerade wegen des Fachkräftemangels im Pflegebereich und der steigenden Anzahl von älter werdenden Menschen, assistive Technologien. Niemand von uns möchte zwar später von einem Computer gepflegt werden. Aber wenn im Badezimmer ein im Spiegel eingebauter Computer dem Nutzer anhand seines Fingerabdrucks mitteilt, dass er



OHNE EIGENE INNOVATIONEN GIBT ES KEINE WEITEREN AUFTRÄGE.

Dr. Ralf Dopheide
DFA Bielefeld

noch drei Tabletten nehmen muss, kann dieser seinen Alltag vielleicht länger selbst bewältigen. Ein anderes Thema ist die Ausstattung unserer Einrichtungen mit Kommunikationsmöglichkeiten für alle. In einer Kinderklinik – in Bethel bauen wir gerade eine – ist das Erste, was ein Kind sagt: Wie funktioniert hier das WLAN? Digitale Teilhabe gehört zu den großen Zielen unserer Unternehmensstrategie.

Als wahrscheinlich digitalstes Unternehmen hier am Tisch haben Sie durchgängig mit dem Thema zu tun, Herr Rotter. Wie sorgen Sie für eine ausreichende Zahl an Fachkräften, die Ihre Projekte umsetzen können?

Norbert Rotter: In Bielefeld beschäftigen wir rund 600 Mitarbeiter. Hier steht auch unsere Zentrale. Wir sind ein bekannter Arbeitgeber. Schwieriger wird es schon für unsere Niederlassungen

in Köln oder München, wo wir mit Dax-Konzernen wie IBM oder Microsoft um die besten Leute konkurrieren. Immerhin sind 90 Prozent unserer Mitarbeiter Akademiker, die auch in anderen Unternehmen gefragt sind. Wir bieten ihnen innovative Arbeitsplätze, lebenslanges Lernen, ein spannendes, interdisziplinäres und internationales Umfeld und nicht zuletzt Freiräume und viel Verantwortung.

Machen Sie ähnliche Erfahrungen bei der Suche nach Nachwuchs?

Angelika Schindler-Obenhaus: Wir müssen unsere Kräfte selbst ausbilden, weil es am Markt inzwischen kaum noch Generalisten gibt, die wir eigentlich brauchen. Dafür bieten wir duale Studiengänge an, was auch gut funktioniert. Wir haben nur seit einigen Jahren das Problem, unsere Mitarbeiter nach der Ausbildung zu halten, obwohl wir bei sehr flachen Hierarchien »



jungen Leuten schnell die Verantwortung geben, zum Beispiel eine Marke zu führen.

Johanna Will-Armstrong: Wir müssen auch konkurrenzfähig bleiben, wenn es um unsere hoch spezialisierten Mediziner geht, die ebenfalls Angebote von Headhuntern bekommen. In der Pflege und in der sozialen Arbeit geben wir, um eine breitere Nachwuchsbasis zu haben, verstärkt auch Quereinsteigern und Spätstartern eine Chance. Es gibt hier in der Region eben nicht nur die Menschen, die akademisch qualifiziert sind und eine gute Schulausbildung haben. Auf der anderen Seite bilden wir auch sehr stark selbst aus. Wir haben insgesamt 7.600 schulische, hochschulische und andere Ausbildungsplätze im Unternehmen.

Ralf Dopheide: Bei uns ist das ein bisschen umgekehrt. Wir schaffen es, als Arbeitgeber für Absolventen interessant zu sein, weil wir als Familienunternehmen einen guten Ruf haben und einfach anders sind als andere. Ein anderer Grund: Die Autoindustrie ist für junge, gut ausgebildete Kräfte seit jeher interessant. Wir haben dagegen eher Probleme im handwerklichen Bereich. Bei uns ist zum Beispiel der Beruf des Mechatronikers sehr wichtig, in dem man körperlich arbeiten, aber gleichzeitig viel im Kopf haben muss. Da gibt es einen riesigen Bedarf.

Wie sieht es bei Ihnen mit der Nachwuchsgewinnung aus, Herr Mestwerdt?

Christian Mestwerdt: Die generellen Trends treffen uns natürlich auch, zum Beispiel die Demo-



WAS HEUTE GEHT, KANN IN SECHS MONATEN SCHON NICHT MEHR GEHEN.

Dr. Christian Mestwerdt
Geschäftsführer, Dr. Kurt Wolff

grafie oder der generell größere Wunsch nach einer Studienausbildung. Deswegen haben wir ebenfalls in den nicht akademischen Berufen mehr Probleme damit, Stellen zu besetzen – wie etwa bei der Produktionsfachkraft Chemie. Ein Lösungsansatz: Wir versuchen, an den Universitäten Studienabbrecher anzuwerben, indem wir ihnen eine Alternative zum Chemiestudium anbieten.

Aus Bielefeld in die Welt: Wie international arbeiten Sie, Herr Dopheide?

Ralf Dopheide: Man bekommt in der Autoindustrie keinen Auftrag von einem Hersteller, wenn man nicht weltweit vertreten ist. Vergangenes Jahr haben wir deswegen in enger Absprache mit einem Kunden eine Tochter in den

USA gegründet. Außerdem ist unsere Schwesterfirma gerade dabei, parallel etwas in Mexiko aufzubauen. Wir ergänzen diesen globalen Ansatz durch Partnerschaften mit japanischen, mexikanischen, chinesischen und amerikanischen Firmen.

Norbert Rotter: Heute gibt es keinen deutschen Mittelständler, der nicht global arbeitet. So sind wir auch gewachsen und inzwischen in 25 Ländern vertreten. Ungefähr 20 Prozent unseres Umsatzes machen wir in den USA, und auch dort haben wir lokale Kunden, die wiederum global Geschäfte machen.

Christian Mestwerdt: Für uns bedeutet die Internationalisierung ebenfalls eine Wachstumschance. Wir sind zwar in 50 Ländern vertreten, meistens aber über den reinen Export. In einigen Märkten gehen wir jedoch intensiver in die Kommunika-

tion mit den Endverbrauchern – Asien ist dabei ein großer Schwerpunkt. Dafür ist sogar einer unserer geschäftsführenden Gesellschafter mit seiner Familie nach Singapur gezogen, um das Geschäft aufzubauen. Das kommt dort natürlich super an.

Von Südostasien zurück nach Ostwestfalen: Was zeichnet für Sie alle den Wirtschaftsstandort Bielefeld aus – so kurz und knapp wie möglich?

Christian Mestwerdt: Eine breite Branchenvielfalt und viele mittelständische, inhabergeführte Unternehmen, die sich als Marktführer und Hidden Champions immer mehr vernetzen, was viele Perspektiven und Potenziale bietet.

Ralf Dopheide: Dem schließe ich mich an – und nicht zuletzt deswegen entwickelt sich Ostwestfalen auch wirtschaftlich besser als der Rest von Nordrhein-Westfalen.

Angelika Schindler-Obenhaus: Die gute Infrastruktur und die hervorragende Verkehrsanbindung wie durch die Autobahn A2, die für den Wirtschaftsstandort und auch für uns mit entscheidend sind.

Norbert Rotter: Bielefeld wird gerade von internationalen Gästen eher als Provinz wahrgenommen, aber im Umkreis von 50 Kilometern rund um Bielefeld gibt es mehr als 30 Unternehmen mit mehr als einer Milliarde Euro Umsatz. Das ist eine der größten mittelständischen Regionen Deutschlands. Das

ist herausragend – und darüber müssen wir viel mehr reden.

Johanna Will-Armstrong: Das stimmt, aber ich möchte auch an die vermeintliche Provinz anschließen. Wenn wir Menschen für uns gewonnen haben, bleiben sie sehr gerne hier. Weil es grün ist und weil Bielefeld eine Stadt mit einem guten familienorientierten, sozialen und kulturellen Profil ist – und diesen Wärmestrom, wie ich es einmal nennen möchte, sollten wir viel öfter nach außen weitergeben.



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 Imagetexte 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

Es wird niemanden überraschen. Ich liebe und schätze meine Stadt. Es bedeutet mir viel, dass Alteingesessene, aber vor allem auch Neubürger und Lebensabschnittsbewohner wie Studierende hier gerne leben, lernen und arbeiten. Dabei ist es nicht wichtig, ob man sofort sein Herz verliert oder Bielefeld auf den zweiten Blick eher als beste Freundin empfindet – eine Freundin, die tolerant und warmherzig, neugierig und klug, wandelbar und beständig zugleich ist. Besonders stolz bin ich auf die vielen mittelständischen Unternehmen, die als attraktive Arbeitgeber und mit ihrem sozialen Engagement so viel für die Stadt und ihre Bewohner einbringen. Moderne Arbeitswelten mit Work-Life-Balance und Vereinbarkeit von Familie und Beruf sind ebenso selbstverständlich wie ständige Innovationen bezogen auf die Unternehmensprodukte und -prozesse. Bielefelder Unternehmen öffnen sich für die rasant herausfordernde digitale Welt und die Ideen von jungen, kreativen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Sie zeigen Standpunkte und Einsatz, wenn es gilt, geflüchtete oder gehandicapte Menschen zu integrieren. Bielefelds Bevölkerung ist vergleichsweise jung und wächst weiter. Beschäftigung und Studierendenzahlen sind auf Rekordniveau gestiegen. Die Gründer- und Start-up-Szene blüht. Hier geht was! Und das ist verbunden mit der hervorragenden Wirtschafts- und Wissenschaftsentwicklung im Allgemeinen und dem Erfolg und den Leistungen der Bielefelder Unternehmen im Besonderen.



1 Die **Schüco KG** gehört weltweit zu den Spezialisten von hochwertigen Fassadensystemen aus Aluminium, Kunststoff und Stahl. Schüco ist in 80 Ländern aktiv. Im Bild das moderne Schüco Kompetenz Centrum. **2** Seit der Gründung 1891 wächst **Dr. Oetker**. Mit rund 32.000 Mitarbeitenden in der Oetker Gruppe weltweit gelingt dem Familienunternehmen die Brücke zwischen Tradition und Moderne. Eindrücklich zu sehen an dem Gebäude der Dr. Oetker Welt. **3** Arnold **Holste** brachte schon Anfang des 19. Jahrhunderts italienisches Olivenöl nach Bielefeld und produziert heute Wäsche- und Hauspflegemittel. Der Firmensitz wurde 1907 fertiggestellt.



4 Die **Delius GmbH** ist Bielefelds ältestes Unternehmen. Seit 1722 entwickelt sie ihre „World of Textiles“ immer weiter – seit 1954 im Firmensitz in der Bielefelder Altstadt. **5** „**The Cube**“ ist ein futuristischer Eyecatcher. Die helle Gebäudefassade aus Jura-Naturkalkstein und eine gut 3,50 Meter hohe Tür aus Eichenholz geben dem Würfel einen herrschaftlichen Touch und verschiedenen Firmen eine repräsentative Heimat. **6** Carolinen **Mineralquellen Wüllner** hat nicht nur einen ganz außergewöhnlichen Firmensitz geschaffen, sondern damit auch ein Nullenergiehaus. Dafür gab's den Umwelt- und Klimaschutzpreis der Stadt Bielefeld für eine ausgezeichnete Ökobilanz. **7** Weltweit beschäftigt **JAB Anstoetz** rund 1.500 Mitarbeitende – davon 630 in Bielefeld. Hier in der 1959 erbauten Firmenzentrale gibt's einen beeindruckenden Showroom, der 1.600 Quadratmeter groß ist. **8** Die **Handwerkskammer Ostwestfalen-Lippe zu Bielefeld** ist 2015 auf den Campus Handwerk gezogen. Sie vertritt die Interessen der rund 21.000 angeschlossenen Handwerksbetriebe und ihrer 140.000 Mitarbeitenden in OWL.



Viel mehr als nur Fassade

Sie haben Tradition und sind hochmodern. Global Player und Familienunternehmen – oder beides zugleich. Hinter den Fassaden von diesen Unternehmen steckt nicht nur Erfolg, sondern jede Menge Dynamik. Wir zeigen Ihnen einige Schaltzentralen der Bielefelder Wirtschaft.





9



10



11



15



16

9 Das Flatiron Building von Bielefeld ist die Heimat von PricewaterhouseCoopers. Steuerberater, Wirtschaftsprüfer und Rechtsanwälte bieten hier geballte Beratungskompetenz. 10 Die Diamant Software GmbH hat beim Bau ihrer Firmenzentrale an alles gedacht – besonders an ihre Mitarbeiter. Herausragende Arbeitsbedingungen für ein höchst kreatives Unternehmen. 11 Die Metallit GmbH ist u.a. mit ihrer stromsparenden und produktivitätsfördernden LED-Beleuchtung so durchgestartet, dass ein kompletter Neubau nötig wurde. Im Gewerbegebiet Niedermeyers Hof ist nun genügend Raum für Lichtideen. 12 Die Böllhoff AG verbindet – und das weltweit als führender Hersteller und Händler von Verbindungselementen und Verarbeitungssystemen. Das 1877 gegründete Familienunternehmen zog 2008 in das Gebäude mit dem treffenden Namen „Welt der Verbindungen“.



12



14



17



13

Viel mehr als nur Fassade

13 Hunter fertigt Produkte mit dem Wau-Effekt. Der Neubau im Gewerbegebiet Niedermeyers Hof ist eine gelungene Mischung aus Produktion und Verkauf. 5.000 verschiedene Artikel für Hund, Katze und Pferd stehen zur Auswahl. 14 Beim Green Building stand – wie der Name vermuten lässt – die Energieeffizienz an erster Stelle. Ein intelligentes Energiekonzept und eine exklusive Ausstattung machen das grüne Bürogebäude zu einem begehrten Objekt für Firmen. 15 Die itelligence AG steht nicht nur für herausragende SAP-Lösungen für den Mittelstand, sondern punktet mit einem ausgesprochen originellen und cleveren Gebäudekonzept als Firmensitz. Von hier aus geht's in die ganze Welt. 16 Die „Schwarze Rose“ ist Markenzeichen auf den Hemden der weltweit bekannten Firma Seidensticker. Das Familienunternehmen wurde bereits 1919 gegründet. 17 Die Möller Group ist ein Familienunternehmen mit fast 300-jähriger Geschichte und starken Wurzeln in Bielefeld. Etwa 2.300 Mitarbeitende sind für das global agierende Unternehmen tätig. Das „Gelbe Haus“ am Kupferhammer stammt übrigens aus dem Jahr 1906.

Natürlich Bielefeld!

Nach Bielefeld zieht es die Menschen meist der Liebe, des Studiums oder der Arbeit wegen. Und bei den meisten wächst aus dieser Herzens- oder Kopfsentscheidung schon bald die Zuneigung zu einer höchst liebens- und lebenswerten Stadt.

Willkommen in der Großstadt im Grünen.



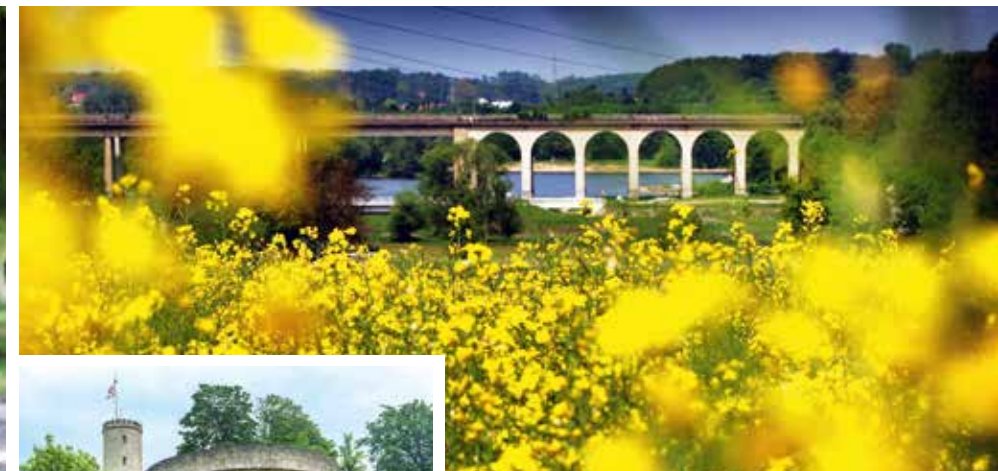
© Jens Fricke



© Interakteam GmbH



© Sarah Jonek



© Jens Fricke

Kaum eine andere Stadt dieser Größenordnung hat so viel Natur und Kultur zu bieten wie Bielefeld. Aktivitäten im Grünen sind schwer angesagt. Ob Joggen oder Walken durch den Teutoburger Wald, Klettern im Halleluja-Steinbruch oder eine Partie Golf auf der wunderschön angelegten Anlage am Fuße des Waldes – die Möglichkeiten sind vielfältig. Im Sommer locken Wald- und Naturbäder, Tennisanlagen oder die Sportanlagen an der Radrennbahn mit Fußball, Rugby oder American Football. Apropos Sport: Der Zweitligist Arminia Bielefeld nannte sogar einst

eine „Alm“ sein Eigen. Die Spielstätte, die heute SchücoArena heißt, zieht regelmäßig Fans aus ganz Ostwestfalen an. Wie sie in den 1920er-Jahren zu ihrem ungewöhnlichen Namen kam, darüber wird noch heute wild spekuliert. Dramagewohnte Anhänger behaupten, das Stadion hieße deshalb Alm, weil es der höchstgelegene Bundesliga-Spielort sei – man brauche dort ein Jahr für den Aufstieg und ein Jahr für den Abstieg. Selbstironie ist übrigens ein überaus sympathischer Charakterzug der Bielefelder. Ob aktiv als Sportler oder lieber als Zu-



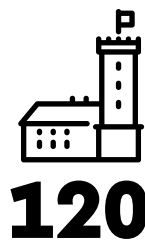
4.800
HEKTAR
WALD

10
MINUTEN
BIS INS GRÜNE



© Jens Fricke

schauer – die Stadt sorgt für Abwechslung und so kann man jede Menge für seine Work-Life-Balance tun. Von fast jedem Punkt der Stadt braucht man weniger als zehn Minuten und ist im Grünen. Wer zum Beispiel auf einer ausgedehnten Shoppingtour in der Altstadt unterwegs ist, kann in unmittelbarer Nähe im Skulpturenpark an der Kunsthalle seine Picknick-Decke aufschlagen und chillen. Und wer weiß, vielleicht bekommt man dann auch gleich Lust, sich eine der vielen spannenden Kunstausstellungen anzugucken. Für Familien mit Kindern ist definitiv der Tierpark Olderdissen zu empfehlen, der nur wenige Fahrminuten mitten im Wald liegt. Bären, Marder und Co. beobachten, Ziegen füttern oder sich auf dem Spielplatz austoben, das steht hier ganz hoch im Kurs. Mit 450 Tieren ist „Ollerdissen“ – wie der Tierpark liebevoll von den Einheimischen genannt wird –



120
TREPPENSTUFEN
FÜHREN AUF DEN
SPARRENBURG-TURM

einer der größten Tierparks der Republik. Und das Beste: Der Eintritt ist frei. Wer vom Tierpark aus die Straße quert und ein kurzes Stück bergan läuft, der tritt eine kleine Zeitreise an. Das BauernhausMuseum, das in diesem Jahr seinen 100. Geburtstag feiert und damit zu den ältesten Freilichtmuseen Deutschlands zählt, zeigt lebendige Geschichte und bietet regelmäßig interessante Ausstellungen und Veranstaltungen für die ganze Familie an. Und der hausgemachte Kuchen im Café ist unschlagbar.

Blumenfreunde kommen im großzügig und liebevoll angelegten botanischen Garten voll auf ihre Kosten – der liegt praktischerweise auch gleich um die Ecke. Panoramablicke auf die Sparrenburg eröffnen sich vom nahe gelegenen Johannisberg. Und das macht natürlich neugierig darauf, sich das Wahrzeichen Bielefelds mal aus der Nähe anzugucken. Aus der Stadt kann man bequem die Steigung zur Sparrenburg zu Fuß bewältigen. Von der Festungsanlage hat man eine einzigartige Rundumsicht auf die lebendige Universitätsstadt und bei gutem Wetter kann man am Horizont das Wiehengebirge und das Kaiser-Wilhelm-Denkmal an der Porta Westfalica sehen. Eine Turmbesteigung lohnt ebenso wie ein Besuch des Burggewölbes. Abgesehen von Kühlhäusern der heimischen Nahrungsmittelbranche sind die Kasematten der kühlfeste Ort der Stadt. Die Spar-



© Marc Design

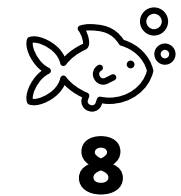
renburg ist idealer Ausgangspunkt für Wanderer, denn sie liegt an einem der schönsten Höhenwanderwege Deutschlands – dem Hermannsweg. Und Wasser gibt's in Bielefeld natürlich auch. Und der Obersee ist nicht nur für Angler und Vogelkundler ein kleines Paradies. Auf einer Strecke von 3,5 Kilometern lädt ein Spazierweg rund um den See zum Bummeln ein. Ein Eis auf die Hand und die Seele in freier Natur einfach mal baumeln lassen. So wird der etwas sperrige Begriff „Naherholung“ mit ganz viel Leben gefüllt. Zahlreiche Stadtteilparks wie der Nordpark oder der Bürgerpark im Westen der Stadt sorgen außerdem für eine entspannte Auszeit. Wasserspiele für die Kleinen und ein richtig nettes Café für die Großen machen den Familienausflug perfekt. Neben dem Bürgerpark erhebt sich mit der Rudolf-Oetker-Halle ein altherwürdiger



zu 80%
WIRD BIELEFELD
VON GRÜN BEDECKT



762
KILOMETER
WANDERWEGE



8
FREI- & WALDBÄDER
WASSERSPASS

Konzertsaal, der 1930 sein erstes Konzert erlebte. Seitdem wird der beeindruckende Bau von international renommierten Künstlern immer wieder für seine herausragende Akustik gelobt.

Und wem das noch nicht reicht, der nutzt Bielefeld als zentralen Ausgangspunkt einer abwechslungsreichen Region, setzt sich ins Auto und fährt etwa eine Dreiviertelstunde ins Lippische, besucht das Hermannsdenkmal, die Externsteine und die Residenzstadt Detmold. Aber eigentlich ist das gar nicht nötig, denn in Bielefeld hat man schon alles, was man braucht. Eine der sichersten Großstädte Deutschlands bietet mit ihrer Vielzahl an kulturellen Veranstaltungen und Einkaufsmöglichkeiten ein sehr angenehmes City-Flair – und das eingebettet in üppigem Grün. Hier lässt es sich einfach gut leben. Egal ob als Kopf- oder als Bauchmensch.



© Bielefeld Marketing/Sarah Jonek

Bielefelds urbane Seite

Platz da!

Neben der unheimlich grünen Seite Bielefelds gibt es selbstverständlich auch eine pulsierende urbane. Relaxes Großstadtflair bieten die vielen attraktiven Plätze, die die Menschen durch ihre Vielseitigkeit magisch anziehen. Viel Platz, um Freunde zu treffen und einfach mal auszuspannen.



© Sarah Jonek



© Nichtschwimmer



© Sarah Jonek

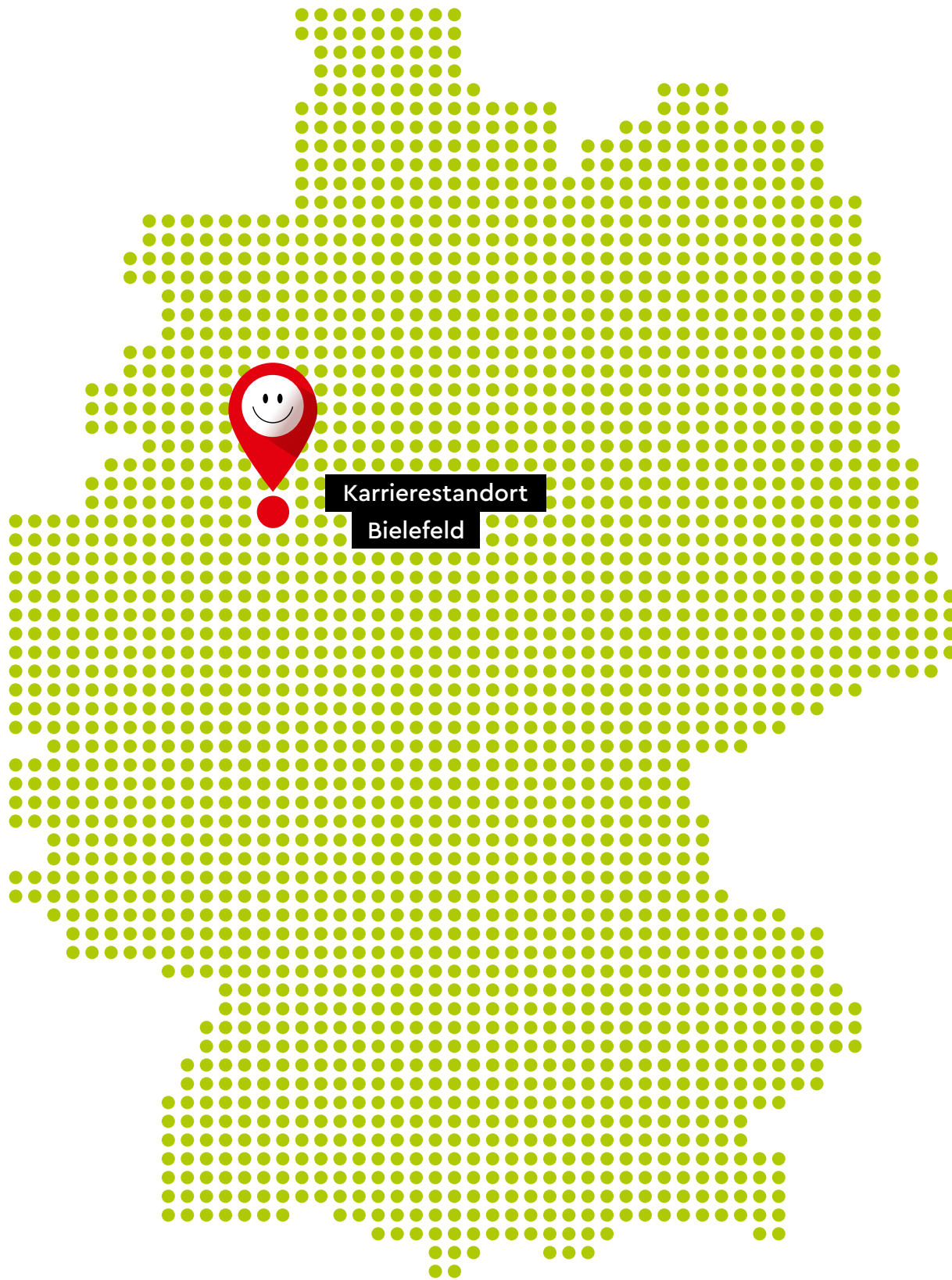


© Sarah Jonek

Wie zum Beispiel der Emil-Gross-Platz, keine zwei Gehminuten von der Einkaufsmeile in der Innenstadt entfernt. Angesagte Bars und Restaurants liegen hier vis-à-vis. Lust auf Burger? Oder Sushi? Oder Mediterranes? Bei diesen tollen Locations dürfte für jeden Geschmack etwas dabei sein. So unterschiedlich das Angebot, so bunt gemischt das Publikum. Studis, Geschäftsleute oder junge Familien. Ideal für einen Zwischenstopp auf der ausgedehnten Shoppingtour, die entspannte Mittagspause oder für abends als Treffpunkt mit lieben Freunden. Anziehungspunkt ist auch der Klosterplatz in der Altstadt mit seinem uralten Baumbestand. In den wärmeren Monaten ist der donnerstägliche Abendmarkt unbestrittenes Highlight. Verkaufsstände mit Produkten aus der Re-

gion, ein tolles Foodangebot und Livemusik sorgen dafür, dass dieser Markt mehr ist als ein gewöhnlicher Wochenmarkt. Die Besucher schwärmen von der lockeren Stimmung und dem besonderen Flair. Das gibt's natürlich auch an anderen Tagen. Der neu gestaltete Kesselbrink ist Heimstätte von Deutschlands größter innerstädtischer Skateranlage – ein Eldorado für BMX-Fans. So hat sich auch das Festival „City Jam“ zu einer festen Größe im Terminkalender der Zweiradenthusiasten etabliert. Und wer einfach nur die atemberaubenden Kunststücke der BMXler oder Skater bestaunen möchte, ist ebenfalls zum Zuschauen herzlich willkommen. Im benachbarten Ravensberger Park gibt es Historisches zu erleben. Der Park ist u.a. Heimatort der ehemaligen Ravensberger

Spinnerei, zeitweise die größte Maschinenspinnerei auf dem europäischen Kontinent, und des Historischen Museums. Die Hechelei – früher wurde hier der Flachs gehechelt, also gekämmt – ist heute beliebter Veranstaltungsort. Das Kino Lichtwerk zeigt an geschichtsträchtiger Stätte neue Blockbuster und ausgewählte kleinere Produktionen – im Sommer auch All Time Favorites Open Air. Und im Westen der Stadt ist es der Siegfriedplatz, liebevoll Siggig genannt, der nicht nur die Anwohner von ihrer Couch lockt. In schöner Altbaukulisse mit der Bürgerwache und ihrer unverwechselbaren Uhr an der Stirnseite kann der Tag entspannt ausklingen und der Abend beginnen. Bielefeld ist reich an schönen Orten. Kurz: Platz ist genug da! **Mehr Infos: www.bielefeld.jetzt**



ZUFRIEDENHEIT IST DIE BASIS FÜR ERFOLG

Genau deshalb lockt es immer mehr Fachkräfte aus ganz Deutschland ins grüne Bielefeld: Die hohe Lebensqualität in Kombination mit einem starken Mittelstand, starken Marken und vielfältigen Branchen macht Bielefeld zu einem attraktiven Karrierestandort, der Zufriedenheit und Erfolg vereint.

TEXT: Jule Milbrett

„Diese Stadt hat alles was man zum Glücklichein braucht“, sagt Stefan Rohrmus von der Schüco International KG. Und er muss es wissen. Auf seinem bisherigen Werdegang hat er schon viele Stationen zurückgelegt: geboren in Wiesbaden, studiert in Karlsruhe, mit der Diplomarbeit bei Mercedes Benz eingestiegen und so über eine Trainee-Ausbildung bei Daimler gelandet. Angefangen als Qualitätsmanager in Rastatt, danach in Sindelfingen einen neuen Bereich für Qualitätsmanagement mit aufgebaut. Über die Jahre ist Stefan Rohrmus viel rum gekommen und fast überall auf der Welt schon mal gewesen. Und nichtsdestotrotz ist er heute überzeugter und begeisterter Bielefelder: „Ich bin absolut glücklich hier und sehe keinen Grund, noch mal in eine andere Stadt zu ziehen.“ Doch warum ausgerechnet Bielefeld? Wie kam es dazu? „In Sindelfingen lernte ich meine heutige Frau kennen, aber irgendwie fühlten wir

uns dort nicht wirklich heimisch – meine Frau kommt ursprünglich von hier. Deshalb schauten wir uns in der Umgebung auch beruflich um und es hat geklappt“, erzählt Stefan Rohrmus. Er fühlte sich von Anfang an wohl. „Ich bin Ausdauersportler und fahre viel Fahrrad – dafür ist Bielefeld perfekt, die Stadt hat die ideale Größe und ist kein überfüllter Ballungsraum wie Hamburg oder Berlin. Von überall kann man in kürzester Zeit ins Grüne abtauchen. Die Lebensqualität hier ist einfach ausgesprochen hoch: kurze Wege, kein Stress, keine Hektik, viel Natur – was will man mehr?“ Und auch seine beruflichen Ziele konnte Stefan Rohrmus hier weiterverfolgen. Nachdem er im Bereich Qualitätsmanagement bei Schüco eingestiegen war, hat er nach und nach das Thema „Nachhaltigkeit“ im Unternehmen mit vorangetrieben. Für ihn ein absolutes Zukunftsthema und auch ein persönliches Anliegen. Daher fühlt er sich auch in

seiner beruflichen Rolle als Nachhaltigkeitsmanager bei Schüco äußerst wohl.

Ein weiteres gutes Beispiel dafür, dass auch die persönlichen Anliegen und Ziele eine große Rolle bei der erfolgreichen beruflichen Karriereentwicklung spielen, ist Cornelia Christian. Schon immer war es ihr Anliegen, Menschen zu bewegen. Deshalb begann die gebürtige Hessenerin ihre Karriere mit einem Studium im Bereich Transportwissenschaften. Seither hat Cornelia Christian bis heute drei unterschiedliche Positionen in Verkehrsverbänden innegehabt. Tarife und Finanzierungen wurden zu ihrer Spezialität: Sie unterstützte die Einführung des Rhein-Main-Verkehrstarifes. In Berlin half sie den Verkehrsverbänden mitaufzubauen, führte daraufhin den sogenannten Verkehrsverbund-Berlin-Brandenburg-Tarif ein. 2011 entschied sie sich, nach Ostwestfalen zu kommen, und wurde nach einem er- »



Oliver Koop

folgreichen Bewerbungsprozess Geschäftsführerin der OWL-Verkehr GmbH. In einem zusätzlichen Projekt verwirklichte Cornelia Christian den Westfalentarif, der zum 1. August 2017 den bekannten Sechser-Tarif ablöste und für die Regionen Bielefeld, Herford, Lippe und Münster gelten wird. „Ich habe viele Menschen zusammengebracht – der Westfalentarif ist mein persönlicher Meilenstein“, erzählt sie stolz. Doch Cornelia Christian möchte nicht stehen bleiben: „Die Geschäftsführerposition hier in Bielefeld, das war ein großer Karriereschritt für mich, doch man muss auch immer sehen, was Karriere für einen selbst bedeutet. Für mich sind Aufgaben und Inhalte, mit denen ich etwas erreichen und verwirklichen kann, mindestens genauso wichtig“, erklärt sie. Deshalb wird sie ab dem 1. Oktober ihre Geschäftsführertätigkeit aufgeben und zur moBiel GmbH als Geschäftsbereichsleiterin Kundenmanagement wechseln. „Ich möchte mit meinem nächsten Schritt etwas für Bielefeld bewegen. Ich werde wieder tiefer ins operative Geschäft gehen und

„ICH GENIESSE ES WIRKLICH SEHR, MIT BUS UND BAHN GANZ SCHNELL IN DER STADT ZU SEIN.“

weiterhin in Bielefeld ankommen. Und das gilt in diesem Fall beruflich wie auch privat.“ Cornelia Christian hat in Bielefeld Fuß gefasst und weiß die Vorzüge ihrer Stadt zu schätzen. „Im Vergleich zu Berlin lässt sich hier das alltägliche Leben wunderbar händeln; die Stadt ist überschaubar, man hat alles, was man braucht, um sich und durch diese Überschaubarkeit fühlt man sich in Bielefeld schnell heimisch.“ Auch geschichtlich und kulturell ist Cornelia Christian gerne in der Stadt unterwegs. Sie erkundet die Region mit dem Fahrrad, testet gerne die unterschiedlichen Lokalitäten in der Innenstadt aus und ist im zweiten Jahr in Folge stolze Besitzerin eines Theater-Abos.

wieder näher bei den Kunden sein. Mein neues Motto lautet: In Bielefeld ankommen. Und das gilt in diesem Fall beruflich wie auch privat.“ Cornelia Christian hat in Bielefeld Fuß gefasst und weiß die Vorzüge ihrer Stadt zu schätzen. „Im Vergleich zu Berlin lässt sich hier das alltägliche Leben wunderbar händeln; die Stadt ist überschaubar, man hat alles, was man braucht, um sich und durch diese Überschaubarkeit fühlt man sich in Bielefeld schnell heimisch.“ Auch geschichtlich und kulturell ist Cornelia Christian gerne in der Stadt unterwegs. Sie erkundet die Region mit dem Fahrrad, testet gerne die unterschiedlichen Lokalitäten in der Innenstadt aus und ist im zweiten Jahr in Folge stolze Besitzerin eines Theater-Abos.

Apropos Mobilität – die guten Bus-, Bahn- und Zugverbindungen sind für Thomas Schelchshorn, Systemingenieur Cloud Services bei Diamant Software GmbH & Co. KG, eine absolute Bereicherung für Bielefeld. „Ich bin in einem kleinen Dorf östlich von München aufgewachsen und habe in Passau studiert – ich kenne die Vor- und Nachteile des Land- und Stadtlebens und bevorzuge derzeit lieber das bequeme Stadtleben“, erzählt er



Jessica Pape

zufrieden. „Ich genieße es wirklich sehr mit Bus und Bahn ganz schnell in die Stadt zu kommen – und wenn ich mich doch mal nach dem ländlichen Leben sehne, kann ich mich hier in Bielefeld ohne großen Aufwand in den Zug setzen und meine Familie in Bayern besuchen.“ Kurz gesagt: Thomas Schelchshorn ist froh, in Bielefeld gelandet zu sein. Dabei hat es ihn eigentlich nur zufällig hierher verschlagen. Doch dieser Zufall erwies sich als absoluter Volltreffer. „Ich habe im Februar 2013 bei Diamant angefangen und im Dezember wurde eine Stelle im Bereich Plattformsupport und Cloud Services frei. So hat sich sehr schnell eine längerfristige Einstellung ergeben und nachdem ich die Kollegen und das Unternehmen kennenlernen durfte, konnte ich mir das mehr als sehr gut vorstellen“, erzählt Thomas Schelchshorn über seine Entwicklung bei Diamant Software. Zurück in die Heimat? Daran ist erst mal nicht zu denken: „Passau und das Elternhaus östlich von München sind zwar schön, aber zum Leben ist Bielefeld schon deutlich einfacher und komfortabler. Außerdem bin ich mit meinem Job hier sehr zufrieden. Warum also über etwas anderes nachdenken, wenn doch eigentlich alles perfekt ist?“



Thomas Schelchshorn



Cornelia Christian

Auch zwischen Bielefeld und Oliver Koop hat es direkt bei der ersten Begegnung gefunkt. „Wir hatten mit meinem alten Arbeitgeber aus Paderborn eine Weihnachtsfeier im Glück und seligkeit – da bin ich fast hintenübergefallen vor Begeisterung. Ich kannte Bielefeld bis dato nicht und hatte wirklich nicht mit einer so umwerfenden Location gerechnet“, erzählt

„VIELES IN DIESER STADT HAT MICH SCHON VOM HOCKER GEHAUEN.“

mehreren Jahren als Personalleiter im Lebensmitteleinzelhandel wollte er eine Veränderung. Ostwestfalen kam durch seinen starken Mittelstand schnell in die engere Auswahl. Mit der Dr. Wolff Gruppe passte es sowohl beruflich als auch menschlich sehr gut. „Vorher war ich im Discount beschäftigt, das ist schon was anderes. Bei einem Familienunternehmen wie Dr. Wolff merkt man einfach, dass der Mensch im Mittelpunkt steht“, erklärt Oliver Koop. Erst seit wenigen Monaten ist er nun Bielefelder, doch er ist schon überzeugt: „Das Understatement, die Bodenständigkeit und die Zurückhaltung sagten mir hier sehr zu. In anderen Großstädten drängen sich die

der Personalleiter der Dr. Kurt Wolff GmbH & Co. KG. Nach

Menschen und Unternehmen sehr auf und wollen immer gleich zeigen, was sie haben und können – hier bei uns stapelt man auch gerne mal tief – das wirkt einfach viel sympathischer.“ Nun will Oliver Koop seine neue Stadt nach und nach weiterentdecken. „Vieles in dieser Stadt hat mich schon vom Hocker gehauen. Wir haben sieben Hochschulen, gehören zu den 20 größten Städten Deutschlands und vor einiger Zeit war ich beim Hermannslauf – ich konnte gar nicht fassen, was dort los war.“ Und das ist noch lange nicht alles. „Wir sind ständig unterwegs und entdecken neue tolle Restaurants, Locations und schöne Plätze. Als Personaler gehört Stadtmarketing natürlich auch ein bisschen zu meinen Aufgaben, aber bei einer Stadt wie Bielefeld fällt mir das ganz leicht.“

Und wenn Bielefeld bei der Jobsuche doch mal nicht die erste Wahl ist, helfen die Bielefelder Unternehmen den Kandidaten auch gerne auf die Sprünge. So war es bei Jessica Pape. Sie kommt aus dem Sauerland. Schnell war ihr klar, dass ihr Weg ins Personalwesen führen soll. Zielstrebig sammelte sie im Sauerlandkreis erste Berufserfahrungen und studierte an



Stefan Rohrmus

der FH Südwestfalen Wirtschaftswissenschaften mit Schwerpunkt Personalwesen. Nach zwei Jahren in ihrem damaligen Unternehmen wuchsen ihre Ansprüche. „Ich möchte eine Expertin auf diesem Gebiet werden und habe mich auf die Suche nach einem Unternehmen gemacht, in dem ich mich sowohl persönlich als auch fachlich weiterentwickeln kann“, erzählt sie. Und wie das Schicksal es manchmal so will, nahm das Familienunternehmen Oltrogge aus Bielefeld schon kurze Zeit später Kontakt mit ihr auf.

„DIE STADT UND DAS UNTERNEHMEN HABEN MICH NACH DEM KENNENLERNEN VOLL ÜBERZEUGT.“

„Ehrlich gesagt, hatte ich Bielefeld nicht unbedingt im Blick, jedoch hat mich die Neugierde gepackt. Die Stadt und das Unternehmen haben mich nach dem Kennenlernen voll überzeugt. Besonders die familiäre Unternehmenskultur hat mir gefallen“, erzählt Jessica Pape. „Und auch mit meiner Stelle bin ich sehr zufrieden. Ich bin seit Oktober 2016 Personalreferentin für den Bereich Recruiting sowie Personalentwicklung und durfte noch im gleichen Monat ein erstes eigenes Projekt leiten. Dieses große Vertrauen bestärkt mich sehr weiterzumachen.“



Karrierestandort
Bielefeld

Wo lang bitte geht's hier zum Erfolg?

DORT ENTLANG – RICHTUNG *BIELEFELD*

Sicherlich gibt es nicht den einen ultimativen Weg zum Erfolg. Doch die Bielefelder Unternehmen wissen, wie jede/r einzelne seinen individuellen Weg dorthin finden kann. Mit attraktiven Karriereförderungsmaßnahmen, Auslandseinsätzen und individueller Weiterbildung stellen sie wichtige Weichen auf dem steilen Weg nach oben, um auf diese Weise gezielt Berufserfahrene und Berufseinsteiger zu potenziellen Fach- und Führungskräften auszubilden.





**Karrierestandort
Bielefeld**

Wo lang bitte geht's hier zum Erfolg?

Um als Berufseinsteiger/innen erste praktische Erfahrungen in einem Unternehmen zu sammeln, ist die Ausbildung eine gute Wahl, weil eine erfolgreiche Karriere immer auf einem guten Fundament basiert. „Wenn es darum geht, wer das höchste Haus baut, gewinnt auch nicht derjenige, der als erster im fünften Stock angekommen ist, sondern derjenige, der am meisten Wert aufs Fundament gelegt hat“, veranschaulicht Björn Kaiser, Personalleiter bei der **Euscher GmbH & Co. KG**. Deshalb setzt das Unternehmen auf eine frühe Förderung: In Kooperation mit der Luisenschule in Bielefeld bietet Euscher eine Technik AG im eigenen Haus an, um den Schülern frühestmöglich einen technischen Einblick in die Branche der Tiefziehtechnik zu gewähren und potenzielle Auszubildende zu generieren. „Wir haben eine eigene Ausbildungswerkstatt und legen viel Wert auf praktische Erfahrungen. Wer diese Zeit nutzt und sich entsprechend engagiert, für den ist die erfolgreiche Karriere fast schon unausweichlich“, erklärt Björn Kaiser.

NACH CA. EINEM HALBEN JAHR GEHT ES DANN INS AUSLAND.

Doch auf der Karriereleiter zählt nicht immer nur das fachliche Know-How. Soziale Kompetenzen stehen heutzutage oft genauso hoch im Kurs. Bei der **Böllhoff Gruppe** werden die Auszubildenden deshalb

mit dem Seminarprogramm „Azubi fit“ in diesem Bereich speziell geschult: „Raus aus der Schulrolle – rein in den Berufsalltag, das ist am Anfang oft gar nicht so leicht. Mit unserem Seminarprogramm wollen wir diesen großen Schritt erleichtern und den ersten wichtigen Grundstein für die weitere Karriere legen“, erklärt Stefanie Kuhlmann, Personalreferentin bei Böllhoff.

Wer in der heutigen Zeit hoch hinaus will, muss fachlich auf seinem Gebiet und branchebezogen spezialisiert sein. Das weiß auch Martin Stukenkemper, Leiter der Unternehmenskommunikation bei **JAB Anstoetz**. Deshalb setzt das Unternehmen schon bei den Auszubildenden auf eine frühe Förderung des Branchen- und Produktwissens. „Es ist uns ein großes Anliegen, dass unsere kaufmännischen Auszubildenden unsere Produkte genau kennen und hautnah erleben, deshalb lernen unsere Azubis in einem speziellen Unterricht ein Mal die Woche alles über Fasern, Stoffe, Eigenschaf-

ten und Zusammensetzungen von Textilien und deren Qualitätsmerkmalen – das liegt uns sehr am Herzen. Denn nur wer sein Produkt gut kennt, kann damit Erfolg haben.“

Bei der **Schüco International KG** werden Trainees über 18 Monate in einem speziellen Schwerpunktbereich des Unternehmens ausgebildet, um sie auf eine spätere Managementfunktion vorzubereiten. „Das Konzept sieht fünf bis sechs Stationen vor, durch Einsätze in Projekten und dem operativen Tagesgeschäft unterschiedlichster Fachbereiche erhalten die Trainees in kurzer Zeit einen guten Gesamtüberblick über das Unternehmen“, so Petra Johannkemper, Senior Referentin Nachwuchsförderung. Ehrgeiz, Selbstreflexion, Offenheit und Querdenken sind nur einige Voraussetzungen, um die Ziele im Programm zu erreichen.“ Nach ca. einem Jahr geht es ins Ausland. Hier steht neben der Interkulturalität das Netzwerken im Vordergrund. Als besonders wertvoll empfinden die Nachwuchskräfte auch das Seminarprogramm in der Ausbildung. Was soll der Trainee am Ende der Ausbildung können? Welche Kompetenzen müssen trainiert werden? Neben methodischen Kompetenzen legt Schüco einen Fokus auf die Persönlichkeitsentwicklung. Und auf die Umsetzung des Gelernten im Berufsalltag. Highlight im Traineeprogramm ist für den Nachwuchs auch die

Erarbeitung eines interdisziplinären Projektes, dass sie der Geschäftsleitung präsentieren. „Die Trainees dürfen in den 18 Monaten auch mal an ihre Grenzen kommen. Natürlich bleibt alles getreu der Unternehmenskultur fair und sehr wertschätzend“, erklärt Petra Johannkemper.

Aufgrund der Internationalisierung und der zunehmend vernetzten Welt entwickelt sich der berufliche Auslandsaufenthalt zu einem immer überzeugenderen Argument bei Personalern. Denn diese besondere Erfahrung zeugt nicht nur von exzellenten Sprachkenntnissen, sondern auch von interkulturellem Verständnis. Das ist auch ein Thema bei der international tätigen Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungsgesellschaft **HLB Stückmann**. „Wenn wir Berufseinsteiger/innen haben, die sich für internationale Mandatsarbeit interessieren, können diejenigen für drei Monate in einer HLB-Partnergengesellschaft in den USA intensiv das amerikanische Steuerrecht praktizieren und die englische Steuersprache verfeinern“, erzählt Personalleiterin Jeannette Schunk. Auch eine Teilnahme an internationalen HLB Tagungen oder die Ausrichtung der internationalen Mandantenveranstaltung „Bielefelder Forum – Stückmann weltweit am Ball“ fördern die Interkulturalität. „Dort treffen sich die Kollegen/innen aus den internationalen HLB-Gesellschaften, arbeiten zusammen und tauschen

sich aus. Diese internationale Vernetzung ist enorm wichtig, um die Kultur und Denkweise zu verstehen und wirksam miteinander zu arbeiten.“

Vielfältige Erfahrungswerte, fundiertes fachliches Know-How, ein ausgeprägtes Verständnis für Gesamtzusammenhänge und routinierte soziale Kompetenzen – Die Berufserfahrenen sind die bereits geschliffenen Diamanten der Unternehmen. Dieses große Potenzial sieht in Bielefeld unter anderem auch die Böllhoff Gruppe. Hier können die Mitarbeiter von ihren Vorgesetzten für ein spezielles Förderungsprogramm nominiert werden. „Diese ausgewählte Gruppe genießt daraufhin über drei Jahre verschiedene Weiterbildungsmaßnahmen in Bereichen wie Führung, Projektmanagement, Konfliktmanagement sowie Selbst- und Fremdwahrnehmung“, erklärt Stefanie Kuhlmann. „Auf diese Weise möchten wir auch den interdisziplinären Kontakt untereinander und die Mitarbeiterbindung fördern.“ Auch bereits ausgebildete Fach- und Führungskräfte haben hier die Chance sich kontinuierlich weiterzuentwickeln. „Das sogenannte Böllhoff Management Programme legt den Fokus auf Internationalität. Unterschiedliche Führungskräfte aus den verschiedenen internationalen Niederlassungen der Böllhoff Gruppe kommen über drei Jahre hinweg einmal pro Jahr an einem der Standorte zusam-

men, um gemeinsam an Weiterbildungsveranstaltungen teilzunehmen. „So unterstützen wir die interkulturellen Kompetenzen und die internationale Zusammenarbeit unserer Mitarbeiter.“

EIN GEWISSER EHRGEIZ IST HIER GRUNDVORAUSS- SETZUNG, DENN AUF DIE TEILNEHMER WARTEN EINE MENGE HERAUSFORDERUNGEN

Die gezielte Förderung von Frauen in Fach- und Führungspositionen ist ein Anliegen der Städtischen Wirtschaftsförderung. „Denn die Frauenquote ist zwar ein Schritt in die richtige Richtung, doch nur ein Kulturwandel in den Köpfen der Menschen wird uns hier langfristig weiterhelfen“, erklärt Vera Wiehe von der **WEGE mbH**, die sich seit vielen Jahren intensiv mit dem Thema Frauen in der Wirtschaft beschäftigt. „Unser Ziel ist, dass Frauen in Führungspositionen zur Normalität werden.“ Deshalb richtet sich die Kampagne „Mehr Frauen in Führung – so geht's“ direkt an die Unternehmen. „Wir stellen dort effektive Maßnahmen und Strukturen für die Gesamtstrategie der Unternehmen vor und sensibilisieren die Verantwortlichen vor Ort. In vielen Bielefelder Unternehmen konnten wir so bereits erfolgreich den Kulturwandel anstoßen.“

Weltweit zuverlässige Qualität

Erfahren, offen, verlässlich. Seit über 50 Jahren produzieren wir weltweit zuverlässige Qualitätssicherungssysteme, z.B. Bahnlaufregelungen, Inspektionssysteme und Registerregelungen. Hiermit unterstützen wir unsere Kunden – von der Materialherstellung bis zur Weiterverarbeitung. Ob Ausbildung, duales Studium oder Praktika, wir bieten jungen Menschen verschiedene Möglichkeiten in den Berufseinstieg und eine spannende und sichere Perspektive.



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

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



Leidenschaft für bewegte Bilder

Seit 1982 ist Videograph in Bielefeld; seither entwickeln wir als Full-Service-Agentur Filme für die Wirtschaft – das gesamte Spektrum filmischer Kommunikation. Und weil Medien und Technik immer rasanter voranschreiten, halten wir das Tempo. Videograph: damit aus guten Ideen Bilder in Bewegung werden, die Wirkung erzeugen!



Videograph GmbH
Neusser Straße 5 · 33649 Bielefeld
Tel.: 0521 942 75-0
www.videograph.de



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 anspricht, 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 & 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 sowie die Lizenz für Arrow. 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 altin-gesessenes Bielefelder Unterne-hmen. Bereits 1925 als Bierverlag gegründet, ist das Unternehmen mit der Marke Carolinen einer der führenden deutschen Mineralbrun-nen. In 3. Generation hat Heike Wüll-ner 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 Deutsch-lands mit Sitz in Bielefeld. Rund 6.500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind in mehr als 70 Einrichtungen tätig. Die diakonischen Angebote richten sich an alte und kranke Menschen sowie Menschen mit Behinderung, Kinder und Jugendliche. Gegründet wurde das Werk 1951. Der Vorsitzende des Vorstands ist Pastor Dr. Ingo Habenicht.



Ev. Johanneswerk e.V.
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, ausgezeichnet als Top-Arbeitgeber Mittelstand, liefert Nähmaschinen und automatische Näh-lagen hauptsächlich in die Automobil- und Polsterindustrie und an Hersteller von hochwertiger Herrenoberbekleidung, Lederwaren und technischen Tex-tilien in der ganzen Welt. Mit vernetzbaren Nähmaschinen und Robotik im Programm ist Industrie 4.0 für Dürkopp Adler bereits heute Realität.

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 Bielefel-der Unternehmen Taschen und Rucksäcke als erfolgreiche Werbeatikel oder maßgefertigte Problemlöser. Längst ist HALFAR® eine Marke, die für beson-dere 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 6,1 Mrd. Euro und rund 1.300 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern Bielefelds größ-tes 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 Märk-ten zu Hause ist. Ein breites gesellschaftliches Engagement ist ein weiteres Kennzeichen der Verbundenheit der Sparkasse mit ihrem Standort.



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

Die visionären Tiefzieher

Euscher gehört zu den führenden europäischen Herstellern von Präzisions-tiefziehteilen aus einer Vielzahl von Metallen. Entwicklung, Konstruktion, Werkzeugbau und Qualitätssicherung bieten wir aus einer Hand. Dieses be-sondere Know-how wissen die Kunden in Europa und aller Welt zu schätzen: Über 2 Milliarden Teile fertigen wir jährlich für Verpackungsapplikationen und für Automobilanwendungen.



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

Starke Leistung zwischen Tradition und Innovation

Vor 85 Jahren gegründet, ist HLB Stückmann heute die führende selbstständi-ge Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungsgesellschaft in OWL. Es sind die Werte, für die wir stehen – und die 160 Menschen, die sie täglich umset-zen. Wir beraten, optimieren und prüfen. Und zwar nie nach Schema F, son-dern immer individuell, leidenschaftlich und mit Weitsicht – rund um alle steuerlichen und wirtschaftlichen Themen.



Elsa-Brändström-Str. 7
D-33602 Bielefeld
Tel.: +49 (0) 521 | 2993-00
www.stueckmann.de

Schüco – Systemlösungen für Fenster, Türen und Fassaden

Die Schüco International KG mit Sitz in Bielefeld entwickelt und ver-treibt Systemlösungen für Fenster, Türen und Fassaden. Mit weltweit über 4.750 Mitarbeitern arbeitet das Unternehmen daran, heute und in Zukunft Service- und Technolo-gieführer der Branche zu sein. Neben ressourcenschonenden Produkten für Wohn- und Arbeits-gebäude bietet der Gebäudehül-lenspezialist Beratung und digitale Lösungen für alle Phasen eines Bauprojektes – von der initialen Idee über die Planung und Ferti-gung bis hin zur Montage. 12.000 Verarbeiter, Planer, Architekten und Investoren arbeiten weltweit mit Schüco zusammen. Das Unterneh-men ist in mehr als 80 Ländern aktiv und hat in 2016 einen Jahresumsatz von 1,460 Milliarden Euro erwirt-schaftet. Weitere Informationen unter www.schueco.de.



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

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 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. Zusätzlich übernehmen wir Verantwortung für die Region und beteiligen uns aktiv an einer zukunftsorientierten Stadtentwicklung wie im Wilhelmstraßen-Quartier oder am Kesselbrink.

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



Ökologisch handeln, papierlos arbeiten

1990 in Bielefeld gegründet, beschäftigt STERNBERG heute 27 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 Apple, Android und Windows.

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



Erfolgreiche Verbindungen – seit 140 Jahren

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 Verbindungstechnik.

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



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 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 2.200 Mitarbeiter/innen sowie gut 180 Auszubildenden gehören wir zu den größten Arbeitgebern und Ausbildungsbetrieben in OWL. Die Stadtwerke Bielefeld liefert Energie, Wärme und sauberes Trinkwasser, moBiel 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 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 630 Mitarbeitern auf weltweitem Wachstumskurs. Im Fokus stehen seit der Unternehmensgründung die Forschung und der wissenschaftlich belegbare Nutzen der Produkte, um eine Lösung für Probleme wie Haarausfall oder Hautprobleme zu finden. In der 111-jährigen Geschichte liegt mit 2016 das erfolgreichste Jahr hinter der Gruppe. Mit neu erschlossenen Märkten in Europa und Asien und neuen dermatologischen Produkten steigerte sie mit rund 279 Millionen Euro den Umsatz auf ein neues Rekordergebnis. Dr. Wolff ist in über 50 Ländern aktiv. Weitere Informationen finden Sie im Internet unter:
www.drwolffgroup.com/de/.



Dr. Wolff-Gruppe GmbH
Johanneswerkstraße 34-36
33611 Bielefeld
Tel.: 0521 8808-0
E-Mail: info@alcina.de



WERDEN AUCH SIE PARTNER IN EINEM ERFOLGREICHEN NETZWERK.

Nutzen Sie diese und viele weitere Vorteile:

- Präsentation Ihrer Produkte/Dienstleistungen.
- Erfahrungsaustausch mit anderen Unternehmen.
- Neue Mitarbeiter/innen finden.
- Unternehmen als neue Kunden gewinnen.
- Exklusiver Zugang zum Partnerbereich (online) und zu Unternehmensveranstaltungen (Wirtschaft Live).

Bereits ab 80 Euro im Monat!
Alle Infos unter:
das-kommt-aus-bielefeld.de

IMPRESSUM Herausgeber: WEGE Wirtschaftsentwicklungsgesellschaft Bielefeld · Geschäftsführer: Gregor Moss · Prokuristin: Brigitte Meier (V.i.S.d.P) **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: Bettina Rieso, Pia Thiessat **Druck:** Drake Media GmbH, Bad Oeynhausen Auflage: 140.000 Exemplare **Bildnachweise:** (wenn nicht im Artikel angegeben) WEGE mbH, Hersteller & Unternehmen.

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



WEGE BI
Starker Standort, starke Wirtschaft
Marken. Unternehmen. Menschen. Mut.



Jetzt entdecken unter:

www.das-kommt-aus-bielefeld.de

Foto: Gerald Praetzer

**E
BI**



WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG FÜR BIELEFELD

www.das-kommt-aus-bielefeld.de

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

WEGE.