

W
BI

AUSGABE 6/2019

DAS KOMMT AUS

BIELEFELD

STARKER STANDORT – STARKE WIRTSCHAFT



VIEL RAUM
FÜR TALENTE

KREATIV. ERFOLGREICH. ZUKUNFTSTRÄCHTIG.



Kreativ. Erfolgreich. Zukunftsträchtig.



Mit diesen drei Begriffen kann „meine“ Stadt, für die ich verantwortlich bin, vielleicht am besten beschrieben werden. Hinzu kommt noch eine gesunde Portion Bodenständigkeit, die uns jedoch nicht bremst, ganz im Gegenteil – hier herrscht Aufbruchstimmung.

Bielefeld prosperiert durch das wirtschaftliche Engagement seiner Unternehmen. Diese sind mehrheitlich Inhaber- oder familiengeführt und machen sich nachhaltig fit für den digitalen und demographischen Wandel. Sie überzeugen mit ihrer Innovationskraft genauso wie mit ihrer Familienfreundlichkeit. Somit sind sie besonders attraktiv für Auszubildende, Studierende und Fachkräfte. 17.000 neue sozialversicherungspflichtige Arbeitsplätze in den letzten fünf Jahren belegen das eindrucksvoll.

Hinzu kommt ein einzigartiges Eco-System für Start-ups, die in der Founders Foundation und den zunehmenden Coworking Spaces eine inspirierende Heimat finden und beispielhaft von den mittelständischen Unternehmen der Stadt unterstützt werden.

Zusätzliche Impulse liefert eine Hochschul- und Wissenschaftsszene mit internationalem Ruf. Die mittlerweile 38.000 Studierenden kommen auf dem modernen Bielefeld Campus in den Genuss von Lehre und Forschung auf höchstem Niveau.

So punktet die Großstadt Bielefeld gegenüber den Hotspots wie Berlin oder Hamburg mit einer ganz besonderen Mischung aus Weltoffenheit, Tradition, Innovation und Leidenschaft in einem lebenswerten, bezahlbaren Umfeld.

Kurz gesagt:

Ein wirklich guter Raum zum Leben mit viel Platz für Talente. Überzeugen Sie sich doch am besten selbst unter: www.das-kommt-aus-bielefeld.de

Pit Clausen

Oberbürgermeister der Stadt Bielefeld



Titel: Blick in die Founders Foundation
Foto: Jessica Bochinski

INHALT

Kommunikation ist alles

Eduard R. Dörrenberg im Interview

_4

336 Kilometer Luftlinie

Zwischen Bielefeld und Berlin

_10

Bereit zum Sprung

Campus Bielefeld in Aufbruchstimmung

_12

Gründungsallianzen

Bielefelder Unternehmen beflügeln Start-ups und umgekehrt

_18

Nächstenliebe die DNA der Stadt

Soziales und Gesundheit werden in Bielefeld regelmäßig neu gedacht

_20

Durch und durch kreativ

Urbane Kulturstadt Bielefeld

_24

Made in Bielefeld

Til & Veit Mette

_26

Starke Arbeitgebermarken

Bielefeld kann im Wettbewerb um Fachkräfte punkten.

_28

Partnerschaftlich

Bielefelder Unternehmen stellen sich vor

_30

Impressum _38



KOMMUNIKATION IST ALLES



INTERVIEW: Marc-Stefan Andres

FOTOS: Jessica Bochinski

Eine hervorragende Hochschul- und Start-up-Szene, eine lebenswerte Stadt, gute Verkehrsanbindungen. Bielefeld habe viel zu bieten, sagt Eduard R. Dörrenberg im Interview. Der geschäftsführende Gesellschafter der Dr. Kurt Wolff GmbH & Co. KG hat aber auch Anregungen und Wünsche.

Er setzt zum Beispiel auf mehr Mut zur Digitalisierung, den ständigen Austausch mit Nachwuchskräften und Jungunternehmern sowie eine größere Vernetzung innerhalb der Stadt.

Herr Dörrenberg, Sie leiten als Urenkel des Firmengründers Dr. August Wolff das Familienunternehmen. War das ein Karriereweg, den Sie schon immer einschlagen wollten?

Dörrenberg: Nein, überhaupt nicht. Ich bin ja in Düsseldorf geboren und gar nicht mit dem Unternehmen groß geworden. Natürlich gab es zu Hause eine Flasche Alpecin Forte im Bad und irgendwann hab' ich realisiert, dass das mein Großvater, der inzwischen auch im Unternehmen tätig war, erfunden hat. Er verstarb leider schon, als ich zehn Jahre alt war. Ich habe Maschinenbau studiert. Zur Kosmetik passte das damals natürlich nicht so richtig.

Wie kam es dann dazu, dass Sie doch im Unternehmen landeten?

Dörrenberg: Das ist eine lange Geschichte (lacht). Als Abiturient bin ich noch vor der Wende mit dem Zug durch die DDR gefahren, war einen Tag in Ostberlin. Es sah alles aus wie in einem 60er-Jahre-Film – das war für mich erschreckend und interessant zugleich. In der Wendezeit wurde mir klar, dass ich gerne im Osten arbeiten wollte, weil ich die ganze Entwicklung so spannend fand. Ich habe mit Menschen gesprochen, die dort Bananen, Joghurt oder Jeans angeboten haben, also alles Dinge, die es damals in der DDR nicht gab. Dazu hatte ich aber keinen Bezug und einen Ingenieur

brauchten sie auch nicht, davon hatten sie genug. Ich habe meine Großmutter angerufen, die Hauptgesellschafterin war, und sie gefragt, ob ich dort Kosmetik für unser Unternehmen verkaufen darf. Ich durfte und bin – als Student – damals aus Bayern, wo wir ein Lager hatten, nach Erfurt gefahren und habe dort um sieben Uhr morgens auf dem Marktplatz Kosmetik gegen Ostmark verkauft.

Und das hat funktioniert?

Dörrenberg: Absolut. Später habe ich ein paar Friseursalons besucht und gefragt, ob sie Alpecin kennen. Ein paar Ältere erinnerten sich noch an die Zeit vor dem Krieg; da waren wir ja auch in Berlin schon stark. »



*WIR KÖNNEN NUR ERFOLGREICH SEIN,
WENN WIR ANDERS SIND ALS DIE GROßEN
KONZERNE, INDEM WIR NACHHALTIGER
SIND UND MANCHMAL AUCH MUTIGER.*



Das hat mich fasziniert und als die Mauer wirklich fiel und auch die gemeinsame Währung kam, habe ich meiner Großmutter angeboten, dass ich dort gerne im Vertrieb arbeiten würde.

Es gab also noch keinen Plan für Ostdeutschland?

Dörrenberg: Wir hatten damals nur einen erfahrenen Vertriebsmann, der von Bayern aus Thüringen belieferte. Ich habe eine Art Praktikum angefangen, bin hier in Bielefeld eine Woche geschult worden, habe eine auf dem Nadeldrucker ausgedruckte Liste bekommen mit Friseuradressen in Sachsen und mich bei denen vorgestellt. Ich war teilweise der erste Vertriebler eines Westunternehmens, der dort auftauchte, und wurde oft gefragt: „Liefere Sie das wirklich?“ Die Leute waren gewohnt, dass jahrelang Verkäufer kamen, bei denen sie zwar bestellen konnten, die aber wohl niemals lieferten. Wir konnten – und so habe ich meine Aufträge in Briefumschläge gepackt, bin nach

Hof gefahren, um sie von dort mit der Westpost nach Bielefeld schicken zu können.

Und dann war das Praktikum vorbei.

Dörrenberg: Ja, und ich fragte mich, was meine Kunden nun ohne mich machen würden. Sie sollten zunächst über Berlin bedient werden, über alte Großhandelsstrukturen, aber ich habe gesagt, das geht so nicht. Friseure haben dort Jahrzehnte bestellt und nichts bekommen. Ich dachte mir: „Was soll's“ und habe mein Studium nach sechs Semestern unterbrochen. Meine Eltern fanden das gar nicht gut, aber ich habe ihnen hoch und heilig versprochen, auf jeden Fall später noch den Abschluss zu machen. Von Leipzig aus, habe ich den Vertrieb dann vor Ort komplett neu aufgebaut.

Hängen geblieben im Unternehmen sind Sie damals aber nicht?

Dörrenberg: Nein, ich habe konsequent aufgehört, zu Ende studiert und bei der Unternehmensbera-

tung A.T. Kearny angefangen. Meine Großmutter hätte es gerne gesehen, dass ich direkt wieder bei uns einsteige, aber ich wollte damals keine Karriere im eigenen Unternehmen machen. Einige Zeit später bekam ich einen Anruf, dass der Geschäftsführer Vertrieb/Marketing gerne früher in den Ruhestand wolle, weil er sehr schwer krank sei, und ob ich das machen wollen würde. Aber ich lehnte erst einmal ab. Ich war 29, hatte noch einen Job und wollte mich gerade beruflich verändern, um in London zu arbeiten und die Stadt zu erleben. Als einige Zeit später derselbe Anruf wieder kam, sagte ich zu, nachdem mir ein älterer Freund geraten hatte, das Angebot anzunehmen – ich könnte ja nach einigen Jahren immer noch einen Schritt in ein anderes Unternehmen machen.

Das ist aber nicht passiert, Sie sind immer noch da. Der Vertrieb im Osten, der Schritt als junger Mann in eine führende Position im Familienunternehmen:

Sie wirken so, als ob Sie sich gerne ins Ungewisse begeben. Ist das eine Eigenschaft, die Sie selbst so sehen?

Dörrenberg: Ein bisschen bestimmt. Ich habe zum Beispiel auch bis 2018 vier Jahre lang mit meiner Familie in Singapur gelebt, um den Vertrieb in Asien aufzubauen. Ich war der zweite Mitarbeiter dort. Der Außendienst in Ostdeutschland in den 90er Jahren war sicherlich eine gute Vertriebs-Schule. Es gibt keine heterogenere Kundengruppe auf dieser Welt als Friseur.

Zeichnet dieser Wesenszug, also die Neugierde aufs Unbekannte, auch Ihr Unternehmen aus?

Dörrenberg: Das ist eine schwierige Frage. Der Ostwestfale ist ja eher ein bisschen ruhiger, aber wir haben es als Unternehmen, glaube ich, immer ganz gut geschafft, eine gesunde Mischung zu finden aus Jung und Alt, aus Bielefelder und nicht Bielefelder Besetzung, aus Mut, aber auch aus Tradition. Und wir sind immer wieder bereit, neue Wege zu gehen. Das zeichnet erfolgreiche Familienunternehmen aus, die nur dann Chancen haben, so alt zu werden, wenn sie bei aller Tradition irgendwann auch ungewohnte Schritte gehen. Ob es neue Geschäftsfelder sind, neue Länder, Produkte, Methoden. Einen guten Mix daraus zu finden, das ist die Kunst.

Wenn wir schon dabei sind: Was planen Sie für Ihr Unternehmen für die Zukunft?

Dörrenberg: Wir schauen uns die USA intensiv an; das ist wieder ein ganz anderer Markt mit ganz anderen Regeln. Und in Asien sind wir noch längst nicht am

Ende. Wir müssen uns weiter internationalisieren, um auch Veränderungen auszubalancieren und flexibler sein zu können. Und weil wir Produkte und Marken haben, die es verdienen, auch global präsent zu sein. Wir können nur erfolgreich sein, wenn wir anders sind als die großen Konzerne, indem wir nachhaltiger sind und manchmal auch mutiger. Das macht uns stark.

Sind Sie auch mutig bei der Digitalisierung, die für jedes Unternehmen ansteht?

Dörrenberg: Das Thema ist nicht einfach, auch deswegen, weil es uns – wie vielen hier in Ostwestfalen – sehr gut geht. Hier ist man häufig zunächst eher skeptisch. Mit der Digitalisierung sind auch Ängste verbunden, zum Beispiel vor dem Verlust von Arbeitsplätzen. Bei Emotionen wie Angst kann man rational nicht argumentieren. Das betrifft übrigens ganz Deutschland. Aber wir müssen unsere Prozesse – intern wie extern – digitalisieren; sonst werden wir mittelfristig keine Chance haben.

Wie können wir den Menschen die Angst nehmen und die Vorteile der Digitalisierung zeigen?

Dörrenberg: Das schafft man erstens nur durch Leadership: Die Menschen, die das antreiben, müssen auch digital leben. Und der zweite Punkt ist, dass man einzelne Prozesse digitalisieren muss, damit die Menschen feststellen, dass sie einen Vorteil dadurch haben. Ich nehme mich dabei nicht aus. Ich hatte zum Beispiel immer Respekt davor, meine Kreditkarte in einer App als Zahlungsmittel anzulegen. Als ich aber vor Jahren in New York zu Besuch bei einem Freund war, änderte sich das. Es

regnete, weit und breit war kein Taxi zu sehen. Mein Freund tippete ein paar Sekunden auf seinem Smartphone, fünf Minuten später kam ein schwarzer Van, wir stiegen ein, fuhren zum Restaurant und gingen hinein, ohne dem Fahrer Geld zu geben. Alles war über die App gelaufen, von der Zieleingabe bis zur Bezahlung, ganz einfach. Das hat mich so begeistert, dass die App (Uber) wenig später meine Daten hatte.

Was heißt das für Sie in Ihrem Unternehmen in der gesamten Wertschöpfungskette, von den Zulieferern über ihre Mitarbeiter bis zu den Kunden?

Dörrenberg: Wir müssen die sogenannten Painpoints identifizieren und angehen. Also sämtliche Bereiche, in denen uns Digitalisierung helfen kann und wir bestehende Probleme lösen können. Einer der Hauptbereiche ist derzeit das Marketing: Wir müssen junge Menschen digital erreichen. Die Ansprache wird immer individueller. Wir digitalisieren aber auch im Einkauf oder im Vertrieb. Zulieferer und Kunden erwarten immer mehr digitale Prozesse, wie man es auch im privaten Bereich zum Beispiel von der eigenen Online-Bestellung kennt.

Geht es nur um konkrete Projekte?

Dörrenberg: Ich finde es ebenso wichtig, sich insgesamt gedanklich neu zu orientieren. Für einen Ingenieur wie mich war es natürlich undenkbar, den Menschen ein Produkt anzubieten, das nicht perfekt ist. Aber nichts anderes machen ja Apple und andere große Digitalunternehmen schon lange Zeiten. Sie downloaden sich eine App, nutzen diese und geben kostenlos Feedback, das der An- »



DAS SIND DRAMATISCHE VERÄNDERUNGEN IN WERTSCHÖPFUNGSPROZESSEN, DIE MAN ERST EINMAL VERSTEHEN MUSS.



bieter zur Optimierung verwendet, und nach drei Monaten können sie die App neu laden. Das sind dramatische Veränderungen in Wertschöpfungsprozessen, die man erst einmal verstehen muss.

Sprechen wir über den Standort Bielefeld – und fangen ganz weit weg an: Nach vier Jahren Singapur sind Sie zurückgekommen. Wie ist es, eine Millionenmetropole in Asien gegen eine mittelgroße Stadt in Ostwestfalen einzutauschen?

Dörrenberg: Ich war ja nie ganz weg, habe aber mehrheitlich in Singapur gelebt. Der Stadtstaat hat mit Bielefeld nicht viel gemeinsam; deswegen war es natürlich spannend, zwei Städten verbunden zu sein, die so unterschiedlich sind. Als ich auf Dauer zurückkam, habe ich mich wie immer im Leben an dem erfreut, was ich vermisst hatte. Ob es die frische Luft ist oder die Freunde oder das bekannte Umfeld. Bielefeld ist ja mein Zuhause geworden. Ich habe hier ein Haus

gebaut, einen Baum gepflanzt, meine Frau, die Ostwestfälin ist, gefunden und geheiratet und Kinder bekommen.

Kann Bielefeld – oder auch Deutschland – etwas von Singapur lernen?

Dörrenberg: Das Land ist einfach weiter, wenn es um die Bildung geht. Meine drei Kinder sind dort zur Schule gegangen. Das System ist moderner und wird auch ganz anders vom Staat gefördert. Das fängt an bei der Ausstattung der Schulen, bei der Ausbildung der Lehrer und den Lernprogrammen. Ich verstehe immer noch nicht, warum wir hier teilweise Schulbücher von vor über 40 Jahren haben. Wir alle müssen anders lernen, freier und zielgerichteter.

Gibt es noch andere Bereiche?

Dörrenberg: Die Infrastruktur zum Beispiel. Da hat Deutschland vieles verschlafen. Wenn ich von hier zum Flughafen fahre – egal ob nach Hannover, Münster, Paderborn oder Düsseldorf –, dann

wird mein Telefongespräch mehrfach unterbrochen. Ich glaube, nach Münster liegt der Rekord bei elf Mal! Und da spreche ich nur vom Telefonieren, nicht von großen Datenmengen, nicht mal 3G ist flächendeckend ausgebaut. Auch bei Baustellen sehe ich das: In Singapur werden in kürzester Zeit 30 neue U-Bahn-Stationen gebaut, rund um die Uhr. Das ist alles machbar, aber bisher in Deutschland leider schwer vorstellbar. Für mich ist das eine Verschwendung von Ressourcen, von Kapazitäten, von Baggern zum Beispiel, die ungenutzt herumstehen – von der Umweltverschmutzung durch Staub wollen wir gar nicht sprechen! Schauen sie nur auf die Autobahn A33, die nun nach über 50 Jahren tatsächlich demnächst fertig wird. Ich glaube, die Planungen zum Bau sind älter als ich, ich bin jetzt 51. Auf der anderen Seite haben wir hier in Bielefeld zum Beispiel die ICE-Anbindung – das ist extrem wichtig. Den Nahverkehr wiederum müssen wir weiter ausbauen.

Infrastruktur hat ja immer auch mit Weitsicht zu tun. Was sollte hier und jetzt in Bielefeld geplant werden, um die Stadt zukunftssicher zu machen?

Dörrenberg: Wir müssen alles dafür tun, dass Bielefeld seine Stärken als Oberzentrum auch zeigt – und darüber redet. Dabei geht es um Themen wie eben Infrastruktur, aber auch kulturelle Angebote oder bezahlbare und angenehme Wohnmöglichkeiten, wobei das in Bielefeld im Vergleich zu anderen Städten noch gut aussieht. Außerdem müssen wir uns für junge Menschen attraktiv machen, damit wir eine gute Generationenbalance erzeugen, die eine Stadt auch lebenswert macht. Dabei haben wir den großen Vorteil von mehreren Hochschulen. Und hier bemühen sich ja auch alle, diesen Bildungsstandort auszubauen.

Hilft Ihnen dabei, dass Sie in Bielefeld eine wachsende Hochschullandschaft und eine Start-up-Szene haben?

Dörrenberg: Ja, sehr. Die Universität ist ein gutes Beispiel; da passiert gerade sehr viel. Und die Founders Foundation sorgt ebenfalls für viel Innovationskraft – man kann der Familie Mohn gar nicht genug danken für ihr finanzielles wie auch persönliches Engagement. Das gibt Bielefeld einen Push. Und das ist gerade auch für junge Menschen wichtig. Und auch für uns, weil die Stadt attraktiver wird. Dafür müssen wir alles tun, um gute junge Leute hierhin zu bekommen oder zum Beispiel nach dem Studium hier zu halten.

Können Sie an diese Gründerszene andocken?

Dörrenberg: Ja, das machen wir

auch. Als ich von der Founders Foundation hörte, war mir klar, dass es sehr sinnvoll ist, Start-ups Raum zu geben und zu unterstützen, wir aber auch unser eigenes Unternehmen digitalisieren müssen. Ich habe dann den Pioneers Club mitgegründet, einen Co-Working-Space in Bielefeld, in dem auch unsere „E-Wölffe“ arbeiten – junge, neue Mitarbeiter, die unsere Marken im Netz verlängern sollen. Ich fördere auch privat einige Start-ups. Auch um ihnen zum Erfolg zu verhelfen, viel mehr allerdings um Signale zu setzen. Außerdem ist der Austausch mit den jungen Menschen extrem interessant. Die haben oft wenig Ahnung vom Geschäft und keine Kunden, aber dafür sehr viele Ideen. Wenn wir uns austauschen, befruchtet das beide Seiten.

Was bringen die jungen Leute mit, was Sie nicht haben?

Dörrenberg: Die jungen Start-up-Unternehmer stellen alles in Frage, kennen keine Grenzen. Ich mache den Job jetzt 21 Jahre. Vielleicht sind hier und da Prozesse eingeschliffen. Im Sinne von Lifelong learning kann ich das jedem nur empfehlen.

Das heißt, Sie setzen auf Austausch. Ist das in Bielefeld einfach?

Dörrenberg: Sich in Ostwestfalen zu verknüpfen, ist manchmal ganz schön schwierig. Wenige sprechen hier gerne über ihren Erfolg oder ihre Vorgehensweisen. Das ist der große Nachteil, den wir zum Beispiel gegenüber den USA haben: Die Amerikaner sind gnadenlos im Austausch und reden über alles. Die Angst vor Ideenklau ist da nicht annähernd so groß wie hier. Dabei wissen in

vielen Branchen die Wettbewerber sowieso, was der andere macht. Es gibt ja nur noch wenige Geheimnisse. Wir müssen uns also viel mehr zusamm tun, uns austauschen, aber da tut sich auch schon einiges, wie auch beim Engagement für die Stadt. Wir sind nicht umsonst eine der stärksten Regionen Deutschlands. Das müssen wir einfach noch ein bisschen mehr nach außen tragen und uns zeigen. „Das kommt aus Bielefeld“ zum Beispiel ist eine sehr erfolgreiche Kampagne, die genau darauf einzahlt.



Eduard R. Dörrenberg

Eduard R. Dörrenberg wurde 1968 in Düsseldorf geboren. Der Urenkel von Dr. August Wolff war nach seinem Maschinenbaustudium an der ETH Zürich drei Jahre bei der internationalen Management-Beratungsfirma A.T. Kearney tätig. Dörrenberg machte zudem seinen MBA an der Hochschule für internationales Management (INSEAD) in Fontainebleau, Paris. Seit 1998 leitet er als geschäftsführender Gesellschafter das Unternehmen und ist seit März 2019 Präsident des IHC, dem Industrie- und Handelsclub Ostwestfalen-Lippe e.V. Eduard R. Dörrenberg ist verheiratet und hat drei Kinder.



336 KILOMETER LUFTLINIE

Zwischen Bielefeld und Berlin

Die Verbindung zwischen Bielefeld und Berlin steht. Zu unserem Gespräch in der Bielefelder Founders Foundation mit CEO **Sebastian Borek** schaltet sich **Verena Pausder** aus Berlin via Skype zu. Die Zeiten, in denen man Hunderte von Kilometern zurücklegen musste, um sich zu treffen, sind längst vorbei. Digitale Tools gehören ganz selbstverständlich zu unserem Alltag, machen vieles einfacher, stellen aber auch neue Anforderungen. An Unternehmen, aber auch an Erziehung und Bildung.

TEXT: Corinna Bokermann # FOTOS: Jessica Bochinski

Verena Pausder kennt die Herausforderungen. Die dreifache Mutter ist Gründerin der Firma Fox & Sheep in Berlin, Geschäftsführerin der bundesweiten HABA Digitalwerkstätten, Initiatorin von StartupTeens und seit Mitte des Jahres u. a. Aufsichtsrätin der Commerzbank-Tochter comdirect.

Als CEO von Fox & Sheep und der HABA Digitalwerkstatt – von den bundesweit acht Standorten befindet sich einer in Bielefeld – hat sie sich dem digitalen Leben und Lernen von Kindern verschrieben. Ihre Vision: Alle Kinder sollen chancengleich Zugang zu digitaler Bildung erhalten. Vor zwei Jahren gründete sie deshalb den gemeinnützigen Verein Digitale Bildung für Alle e. V. „Unsere Kinder wachsen in einer digitalen Welt auf. Es ist nicht ein Tool nach dem Motto nice to have, sondern fester Bestandteil ihres Lebens“, macht die Unternehmerin deutlich, deren familiäre Wurzeln in Bielefeld liegen. Neben diesem persönlichen Bezug

– sie stammt aus der Unternehmerfamilie Delius – sind es ihre unternehmerischen Aktivitäten, die sie mit Bielefeld und der Founders Foundation verbinden. „Die Founders Foundation ist ein Segen für Bielefeld“, sagt Verena Pausder mit Blick auf die Start-up-Szene und die geballte Kraft der Hinterland of Things Konferenz. „Bielefeld ist cool und das ist jetzt auch nach außen hin sichtbar. Hier bietet sich Gründern eine Plattform, hier wächst ein eigenes Ecosystem und die Stadt schreibt ihre eigene Geschichte.“

Wie Sebastian Borek hält auch Verena Pausder nichts davon, sich auf Geschaffenem auszuruhen. Seit drei Jahren, nach ihrem ersten Gespräch mit Sebastian Borek, begeistert sie die Idee, die die Founders Foundation trägt. „So wenig ein Big Bang nach Ostwestfalen passt, die Founders Foundation beweist das Gegenteil“, stellt sie fest. Sie stimmt Sebastian Borek zu, wenn er betont, wie wichtig die Auseinandersetzung mit der Frage ist, welche Strukturen in Bielefeld geschaffen werden müssen, um zukunftsfähig zu sein. „Bielefeld braucht eine Gründergeneration, denn unser Zyklus ist der des Aufbaus“, macht er deutlich. Dafür braucht es Netzwerke und Verbindungen in alle Welt, aber auch eine nachwachsende Generation, die mutig und offen gegenüber Neuem ist.

Die digitale Welt aktiv und kreativ mitzugestalten, ist Ziel der HABA Digitalwerkstätten. Auch in Bielefeld will diese Kinder zwischen 6 und 12 Jahren befähigen, hinter die Benutzeroberfläche zu schauen. Sie sollen die digitale Welt spielerisch entdecken und wichtige Kompetenzen im Umgang mit den neuen Technologien entwickeln. Auch Eltern, Lehrkräfte und andere Bildungsinteressierte holen die Digitalwerkstätten durch Workshops mit ins Boot und gestalten digitale Projekte angepasst an Lehrpläne. „Die Digitalisierung ist nur dann eine Chance, wenn die digitale Schere nicht größer wird“, erklärt Verena Pausder. Für sie bedeutet Unternehmertum, Verantwortung zu übernehmen. „Ganztag, Integration und jetzt noch die Digitalisierung“, listet Verena Pausder die vielfältigen Herausforderungen im Bildungsbereich auf. „Unsere heutige Welt ist digital – nur dass unsere Bildungswelt noch längst nicht digital geprägt ist“, macht Sebastian Borek deutlich. Er plädiert für eine digitale Bildungswertschöpfungskette. Das bedeutet – analog zur Gründerzene –, auch im Bildungsbereich Kräfte zu empowern. So, wie die Founders Foundation Start-ups ein sicheres Umfeld bietet, um sich auszuprobieren. „Die Suche nach neuen Wegen, bis man allein gehen kann, findet



hier statt“, sucht Sebastian Borek den Vergleich. „Und wenn man gut ist, kann man unsere Arche Noah verlassen und in der normalen Welt Wurzeln schlagen.“

Um in der digitalen Welt verwurzelt zu sein, braucht es heute zwingend Medienkompetenz. „Die Digitalisierung muss das Zukunftsversprechen halten, das Leben der Menschen zu verbessern. Sie wird aber keinen gesellschaftlichen Impact haben, wenn es nur wenige sind, die wir mitnehmen“, so die Power-Frau. Doch dafür braucht es mehr als nur die technische Infrastruktur und Ausstattung. Zu wissen, was mit Daten passiert und wie man mit ihnen umgeht, sollten Kinder lernen. „Darüber hinaus geht es uns natürlich auch um inhaltlich-didaktische Themen und Fragestellungen“, so die Initiatorin der Digitalwerkstätten, die Fox & Sheep als größten Entwickler für Kinder-Apps in Deutschland etabliert hat. Mit über 25 Millionen Downloads gehört es europaweit inzwischen zu den Top Ten.

Als Mutter eines elf-, neun- und zweijährigen Kindes setzt sich Verena Pausder ebenso differenziert, offen und interessiert mit dem Thema Digitalisierung und Medienkompetenz auseinander wie im beruflichen Kontext. Und wie in den meisten Familien gibt es im Hause Pausder Diskussionen, wie viel Zeit die Kinder mit digitalen Medien verbringen dürfen: „Es gibt zwei Möglichkeiten: Entweder man resigniert oder man setzt auch in diesem Bereich den gleichen Maßstab und Anspruch wie in anderen Lebensbereichen. Schließlich dürfen die Kinder auch nicht ohne Ende Süßigkeiten essen oder sich ohne Regeln im Straßenverkehr bewegen. Die digitale Welt handhaben wir genauso: Wir vereinbaren Regeln.“ Über festgelegte Konsumzeiten gibt es in der Familie übrigens zusätzliche Zeitkontingente. Und zwar immer dann, wenn die Kinder die digitalen Geräte nutzen, um Filme zu drehen, ein eigenes E-Book zu erstellen oder auch um Hörbücher oder Musik zu hören.



BEREIT ZUM SPRUNG

**CAMPUS BIELEFELD
IN AUFBRUCHSTIMMUNG**

Wenn in Deutschland über Wissenschaftsstandorte gesprochen wird, fallen meist die Namen der Wissenstempel in Heidelberg, Berlin, München oder Freiburg. Aber jenseits dieser altherwürdigen Riege haben sich einige junge Wissensinstitutionen auf den Weg gemacht, um ihnen den Rang abzulaufen. Der Bielefelder Campus mit



INTERVIEW: Martina Bauer

FOTOS: Jessica Bochinski

Universität und Fachhochschule ist einer davon. Die Bielefelder Uni feiert dieses Jahr „erst“ ihr 50-jähriges Jubiläum, die FH folgt in zwei Jahren. Auf dem hochmodernen gemeinsamen Campus studieren und arbeiten 40.000 Menschen in einer besonderen, inspirierenden Atmosphäre. In der Wirtschaft spricht man von Hidden Champions und der Campus in Bielefeld ist auf dem besten Weg dahin. Die Universität nimmt Platz 20 im internationalen Times Higher Education Ranking der jungen Universitäten ein, jetzt ist eine medizinische Fakultät im Aufbau; die Fachhochschule, seit Jahren hervorragend in der Lehre gerankt und ausgeprägt forschungsaktiv, glänzt mit einem 2015 eröffneten Neubau. Was macht Bielefeld und seinen Campus so besonders? Darüber sprachen wir mit, Prof. Dr.-Ing. Gerhard Sagerer, Rektor der Universität Bielefeld und Prof. Dr. rer. medic. Ingeborg Schramm-Wölk, Präsidentin der FH Bielefeld.

Frau Schramm-Wölk, Sie haben lange in Berlin gelebt und gearbeitet. Der Autor Julian Vetten konstatierte Ende 2018 bei n-tv „Berlin ist tot. Es lebe Bielefeld“. Was hat Bielefeld, was Berlin nicht hat?

Frau Schramm-Wölk: Bielefeld ist vielfältig, spannend, sehr grün; innerhalb weniger Minuten ist man im Teutoburger Wald. Bielefeld ist sehr lebendig, aber deutlich entspannter. Die Stadt bietet alles, ist Wissenschaftsstadt und hat eine breite Kulturszene und hohes Freizeitpotenzial. Die Wege sind kurz, die Netzwerke extrem gut ausgeprägt und es gibt eine hohe Verbundenheit untereinander, Vertrautheit und in gewisser Weise eine Geborgenheit, die man in einer Stadt dieser Größe nicht erwartet. Bielefeld hat eine tolle Willkommenskultur; hier fühlt man sich schnell zu Hause.

Herr Sagerer, als gebürtiger Pfälzer kommen Sie auch nicht „von hier wech“, wie es in Ostwestfalen heißt. Wie sehen Sie Bielefeld?

Herr Sagerer: Von Anfang an fand ich die Stadtgesellschaft hochinteressant, es herrscht eine sehr liberale, offene Grundhaltung, auch geprägt durch die Universität und die Fachhochschule (FH) und die international agierenden Unternehmen vor Ort. Es gibt eine hohe Wohnqualität, man lebt in der Nähe des Arbeitsplatzes. Ein einzigartiges Privileg in Deutschland: Der große Campus ist zu Fuß, mit dem Fahrrad, mit öffentlichen Verkehrsmitteln gut erreichbar. Dank der guten Anbindung liegt die Autoquote unserer Studierenden unter 20 Prozent. Die Stadt ist in der Fläche sehr groß, aber kompakt.

Frau Schramm-Wölk: Bielefeld ist

sehr lebendig und hat dieses gewisse Flirren. Es gibt eine hohe Dynamik, es liegt Energie in der Luft. Alle sind offen, bereit zum Sprung. Es herrscht Aufbruchsstimmung.

Was begeistert Sie an Ihrer jeweiligen Hochschule?

Herr Sagerer: Mich hat von Anfang an diese Vielfalt fasziniert, die Interdisziplinarität in den Fächern, vom Studienfach bis zur Spitzenforschung. Vielfalt spiegelt sich auch im Jubiläumsprogramm zum 50-jährigen Bestehen der Universität wider: mit wissenschaftlicher Konferenz und Jubiläumstheaterstück, einem Mitarbeiter*innen-Fest und einem Uni-Stadt-Fest, mit einer Festschrift über Pionierinnen der Universität einerseits und einem Wimmelbuch für Erwachsene andererseits. Nur wenige Univer- »



PROF. DR. RER. MEDIC. INGEBORG SCHRAMM-WÖLK

- **Geboren 1963** in Lörrach
- **Studium der Biologie**,
Diplom in Biologie
- **Studium der
Medizininformatik**,
Diplom in Informatik,
Medizinischer Informatik
- **2004** Promotion im Bereich
„Elektronische Patientenakte“
an der Humboldt-Universität
Berlin
- **2005 – 2014** Ruf an die Beuth-
Hochschule Berlin, früher
Technische Hochschule Berlin
- Professorin Hochschule Anhalt
- Gründungsdekanin und
Dekanin der Hochschule
Rhein-Waal
- **2015** Ernennung zur Präsidentin
der Fachhochschule Bielefeld



sitätsstandorte bieten wie dieser alles unter einem Dach. Wir haben extrem kurze Wege, ich bin überall in zwei Minuten. Das führt zu einer besonderen Identität. Seit dem Neubau auf dem Campus sind FH und Universität als Gemeinschaft erlebbar.

Frau Schramm-Wölk: Das Motto der Fachhochschule ist „Vielfalt in Einheit“ und das macht auch die Faszination aus. Interdisziplinäre Lehre und Forschung in den Ingenieurwissenschaften, der Mathematik, Gestaltung, Wirtschaft, Gesundheit und im Sozialwesen – diese Themenfelder sind relevant für die Entwicklung unserer Gesellschaft und ihre Herausforderungen. Mich inspirieren die vielen interessanten Menschen vor Ort, Lehrende und Forschende mit großer Leidenschaft für ihre Arbeit mit Student*innen. National und international renommiert und ostwestfälisch-bodenständig.

Der Kooperationsvertrag zwischen den Kliniken und der Universität ist frisch unterschrieben, die ersten Professuren sind ausgeschrieben. Was wird die neue medizinische Fakultät bewirken?

Herr Sagerer: Wir werden eine

Volluniversität und runden unser Fächerangebot ab. Die gesamte Universität wird davon inspiriert. Wir werden viel zusätzliches Personal einstellen und enorm in Infrastruktur investieren. Der Campus wird erweitert. Für Stadt und Region hoffe ich auf den doppelten Klebeffekt. Zum einen sollen die ausgebildeten Ärztinnen und Ärzte in der Region bleiben. Gleichzeitig sollen sie sich als Allgemeinmediziner*innen niederlassen. Ein gutes Gesundheitswesen und eine ausreichende Ärzteversorgung sind ein Gewinn für OWL und tragen maßgeblich zur Attraktivität der Region bei. Ich freue mich, dass das Land sich zu dieser Neugründung am Standort Bielefeld entschlossen hat.

Wo liegen zukünftige Entwicklungspotenziale?

Frau Schramm-Wölk: Die im Aufbau befindliche medizinische Fakultät an der Universität bringt viele Anknüpfungspunkte für zukünftige Entwicklungen – Medizin, Gesundheitswissenschaften, Pflegewissenschaften et cetera. Das betrifft beide Hochschulen. Wir haben bereits viele Ausbildungsgänge im Pflegebereich an der FH



und die Gesundheitswissenschaften sowohl an der Uni wie an der FH. Künftig wird es noch mehr gemeinsame Angebote geben.

Herr Sagerer: Das gesamte Uni-Hauptgebäude wird modernisiert. Gerade ist das Innovationszentrum auf dem Campus eröffnet worden, ein neues Hörsaalgebäude soll 2020 fertiggestellt werden. Hier bewegt sich was! Potenzial sehe ich hier besonders für außeruniversitäre Forschungseinrichtungen, ob Helmholtz, Max Planck, Fraunhofer oder Leibniz. Erste Meilensteine dafür haben wir mit gemeinsamen Berufungen erreicht.

Wie ist das Verhältnis zur Stadt?

Frau Schramm-Wölk: Die Beziehungen und die Verbundenheit zur Stadt sind exzellent. Viele junge Menschen kommen zum Studium hierher und bleiben in Bielefeld und der Region.

Herr Sagerer: Ein Beispiel dafür ist unser Oberbürgermeister Pit Clausen. Er kam aus Düsseldorf zum Jurastudium her. Heute nimmt mehr als die Hälfte eines Abiturjahrgangs ein Studium auf, dadurch sind Universität und FH quasi in jeder Bielefelder Familie

vertreten. Das ändert die Gesellschaft – im positiven Sinne.

In der Gesellschaft ist Diversität ein großes Thema. Was wird für Vielfalt und Gleichstellung getan?

Frau Schramm-Wölk: Bildungswege durchlässig zu gestalten, ist ein zentrales Ziel für uns. Das gilt für die Zeit vor dem Studium, die Studieneingangsphase, die Konzeption der Studiengänge und die Unterstützung beim Übergang in den Beruf oder die weitere akademische Qualifizierung. Hinsichtlich der Chancengleichheit von Frauen und Männern nimmt die FH Bielefeld eine landes- und bundesweite Spitzenposition ein. Auch ist die FH als familiengerechte Hochschule zertifiziert; kürzlich hatten wir 25-jähriges Jubiläum der KiTAEffHa, der ersten Kindertagesstätte an einer Fachhochschule in Deutschland.

Herr Sagerer: Unser Anspruch ist es, unter anderem Studierende zu inspirieren, wissenschaftliche Talente zu fördern, Raum für mutige Ideen zu schaffen und als Universität Diversität zu praktizieren. Für mehr Geschlechtergerechtigkeit braucht es strukturelle Wei-



PROF. DR.-ING. GERHARD SAGERER

- **Geboren 1956** in Ludwigshafen am Rhein
- **Studium der Informatik**, Diplom in Informatik
- **1985** Promotion über wissenschaftsbasierte Bildbearbeitung an der Universität Erlangen-Nürnberg
- **1990** Habilitation und Berufung an die Universität Bielefeld, Professur für Angewandte Informatik
- **2001 – 2007** Prorektor für Studium und Lehre
- **2009** Ernennung zum Rektor der Universität Bielefeld

»



terentwicklungen der Wissenschafts- und Universitätskultur und daran arbeiten wir auf vielen Ebenen. Zum Beispiel verfolgen wir seit Jahren das Ziel, mehr Wissenschaftlerinnen in Spitzenfunktionen des Wissenschaftsbereichs zu bringen. Im Professorinnenprogramm von Bund und Ländern sind Universität und FH seit über zehn Jahren immer wieder erfolgreich.

Frau Schramm-Wölk: Und wir orientieren uns an den Anforderungen einer global vernetzten, pluralistischen Gesellschaft. Internationalisierung ist ein zentrales strategisches Thema der FH Bielefeld. Formate wie die International Week mit Gästen aus aller Welt und unsere erfolgreichen, vom Bund geförderten Projekte „Freiräume International“ und „Digital Mobil @ FH Bielefeld“ helfen, Studierende aus aller Welt für uns zu gewinnen und unseren Studierenden Wege ins Ausland aufzuzeigen.

Was lockt Studierende nach Bielefeld?

Herr Sagerer: Wir bieten eine einfache Studienstruktur, bei uns studiert man Fächer und Fachrichtungen. Im Bachelorbereich kann man alles mit allem beliebig kombinieren. Das ist eine Besonderheit der Uni Bielefeld. Im Masterbereich bieten wir spezialisierte, stark interdisziplinär geprägte Programme an, die sehr erfolgreich sind: 42 Prozent unserer Masterabsolvent*innen haben ihren Bachelorabschluss nicht in



Universität Bielefeld

Gegründet 1969

25.017

Studierende
(Wintersemester 2018/2019)

311

Professuren
inkl. Juniorprofessuren

1.497

wissenschaftliche
Mitarbeiter*innen

301

Mio. Euro Jahresetat
(inkl. Drittmittel)

13+1

Fakultäten

118

Studienangebote

www.uni-bielefeld.de

Bielefeld gemacht. Die der Grundlagenforschung verpflichtete Universität und die praxisorientierte FH ergänzen sich sehr gut, ohne dass dies detailliert abgesprochen war.

Frau Schramm-Wölk: Von den Disziplinen her sind wir komplementär, eine gute Ausgangsbasis für die gemeinsame Entwicklung. Als FH haben wir von Anfang an

den hohen Anwendungsbezug in Lehre und Forschung. Unsere Bachelorabsolvent*innen sollen nach ihrem Abschluss sofort in Unternehmen tätig werden, aber auch eine wissenschaftliche Karriere einschlagen können. Wir bieten verschiedene Studienmodelle: vom praxisintegrierten Modell für eine Wirtschaftskarriere bis hin zu einem gemeinsamen Master mit der Uni. Den jungen Menschen steht in Bielefeld damit ein System offen, das ihnen bestmögliche Bedingungen für ihre Zukunft anbietet.

Ihre beiden Hochschulen sind Teil einer besonderen, einer German Mission. Gerade ist ein Verbindungsbüro in New York für den Campus OWL eröffnet worden; das gelingt nicht vielen Hochschulen.

Was soll es bewirken?

Herr Sagerer: 2016 haben wir den Campus OWL gegründet, einen Verbund der fünf staatlichen Hochschulen in der Region. Frau Schramm-Wölk ist übrigens die 1. Vorsitzende. Gemeinsam haben wir uns um ein DAAD-Büro (DAAD = Deutscher Akademischer Austauschdienst; Anmerkung der Redaktion) im Gebäude der German Mission in New York beworben. Es hat geklappt: Jetzt betreiben wir als Verbund ein Verbindungsbüro. Derzeit sind dort 17 deutsche Hochschulen vertreten.

Frau Schramm-Wölk: Hier können wir an exponierter Stelle die Stärken Bielefelds und der Region



FH Bielefeld
University of
Applied Sciences

Fachhochschule Bielefeld

Gegründet 1971

10.228

Studierende
(Wintersemester 2018/2019)

270

Professuren und Lehrkräfte
(Nov. 2018)

258

wissenschaftliche
Mitarbeiter*innen

88

Mio. Euro Jahresetat
(inkl. Drittmittel)

5

Fachbereiche

36 Bachelorstudiengänge,

25 Masterstudiengänge,

5 Zertifikatsstudiengänge

www.fh-bielefeld.de

OWL als Studien- und Wissensschaftsstandort aufzeigen. Damit wollen wir unsere Internationalität weiter ausbauen und verstärkt Studierende und Wissenschaftler*innen anderer Nationen für uns begeistern. Für unsere exzellenten Kolleg*innen in der Forschung bietet sich darüber hinaus ein weiteres internationales Sprungbrett.

Apropos Forschung und Transfer. Sie sind Expertin und Experte für Informatik. Das KI-Thema ist bei Ihnen überall präsent. Sie haben sich beide mit Mensch-Computer-Interaktion beziehungsweise Bild- und Sprachverständnis in Verbindung mit KI-Technologien beschäftigt. Was haben Ihre beiden Hochschulstandorte in der Hinsicht zu bieten? Was kommt an KI aus Bielefeld?

Frau Schramm-Wölk: KI ist längst Teil unseres Alltags und spielt als technologische Entwicklung mehr denn je in alle Disziplinen hinein. So finden sich in allen Bereichen, der Informatik, den Ingenieurwissenschaften, der Wirtschaft, der Gesundheit und im Sozialwesen, geförderte Forschungsprojekte. Aktuell forschen wir beispielsweise zu intelligenten technischen Systemen der nächsten Generation, um maschinelles Lernen als Service für kleine und mittlere Unternehmen entlang der gesamten Wertschöpfungskette zu etablieren, oder an einem Serviceroboter im Smarthome. Wir arbeiten an der FH standortübergreifend und interdisziplinär am Thema Künstliche

Intelligenz. Dabei geht es nicht nur um Lehre und Forschung, sondern auch um den Transfer von Ideen, Wissen und Technologien in die Wirtschaft. Das ist eine unserer Kernaufgaben und das nicht nur im Bereich KI.

Herr Sagerer: Ein Forschungsbeispiel aus dem KI-Bereich ist VIVA vom Exzellenzcluster Kognitive Interaktionstechnologie, besser

bekannt als CITEC. Hier kooperieren Forscher*innen der Universitäten Bielefeld und Augsburg und der FH Bielefeld mit drei Unternehmen aus der IT-Branche. Das Thema: Wie können Roboter das private Leben bereichern? Dann koordinieren wir als Uni Bielefeld die Vorstudie zu „Vernetzte Mobilität OWL“. Auch das ist ein Gemeinschaftsprojekt von Wissenschaftler*innen unserer Universität, der FH Bielefeld, der Technischen Hochschule OWL und vom Fraunhofer IOSB-INA in Lemgo. Sie erforschen zusammen die Vision der Mobilität der Zukunft: Es geht um Verkehrsmittel nach Bedarf, ohne feste Abfahrtszeiten oder Haltestellen, und um möglichst kostengünstige Wege für alle Nutzer*innen. Da spielen Digitalisierung und KI natürlich ebenfalls eine wichtige Rolle. Wir bieten gemeinsam mit der FH auch einen Studiengang an: den Master Biomechatronic.

Das klingt nach viel Potenzial für die Zukunft. Wird die Hochschulstadt Bielefeld weiter wachsen?

Frau Schramm-Wölk: Da bin ich sicher. Bielefeld wird auch in Zukunft viele Menschen, Studierende, Wissenschaftler*innen und Neubürger*innen zum Leben, Studieren und Arbeiten an den Teutoburger Wald ziehen.

Herr Sagerer: Davon bin ich auch überzeugt. Bielefeld ist und bleibt als Studienort, für eine Karriere in Wissenschaft und Forschung oder in der Wirtschaft eine attraktive und reizvolle Stadt im Grünen.



TEXT: Thomas Volkmar
FOTOS: Jessica Bochinski



Die Founders
Foundation: 1.600
Quadratmeter nur
für Start-ups und
Gründende.



GRÜNDUNGS- ALLIANZEN

BIELEFELDER UNTERNEHMEN BEFLÜGELN START-UPS UND UMGEKEHRT.

Spätestens seit der VOX-Sendung „Die Höhle der Löwen“ ist das Thema Start-ups auch in Deutschland in der Bevölkerung angekommen. Die bedeutende Rolle aber, die den Start-ups in unserer Wirtschaft zukommt, vermitteln die bunten Bilder dieses Formats nicht. In Bielefeld hat man das schon längst verstanden. Hier gibt es ein einzigartiges Ecosystem, dass die Stadt zu einem echten Start-up-Hotspot in Deutschland macht.

Mittelständische Unternehmen müssen mit vielfältigen neuen Entwicklungen Schritt halten, sich oft sogar neu erfinden, wenn sie die Zukunft erfolgreich gestalten wollen. Neben vielem anderen ist die Digitalisierung sicherlich eine der größten Herausforderungen. Dabei sind sie auf junge innovative Sichtweisen angewiesen. Die Dinge ändern sich heute so umfassend wie nie zuvor, in einem nie dagewesenen Tempo. Um da mithalten zu können, müssen die Älteren viel von den Jungen lernen. In der Regel sind es aber nicht die einfachsten Beziehungen, wenn familien- oder inhabergeführte Unternehmen auf Start-ups treffen, doch am Ende können beide Seiten einen großen Nutzen aus der Zusammenarbeit ziehen.

Es ist die einzigartige Mischung aus Start-ups und familien- und inhabergeführten Unternehmen, die Bielefeld so besonders macht. Hier funktioniert die innovative Allianz schon außergewöhnlich gut. Treiber dieser Entwicklung ist die im Jahr 2016 von der Bertelsmann Stiftung gegründete Founders Foundation. Die Start-up Kaderschmiede hat seit ihrer Gründung für eine echte Euphorie in der bodenständigen Unternehmerschaft in Bielefeld und der Region OWL gesorgt. Anders als in vielen anderen Start-up Hochburgen hat man sich hier sehr schnell konkret engagiert und Projekte angeschoben. Die von der Founders Foundation initiierte Veranstaltung „Hinterland of Things“, die in diesem Jahr zum zweiten Mal stattfand, belegt das eindrucksvoll. Selbst Digitalministerin Dorothee Bär ließ es sich in diesem Jahr nicht nehmen, an

dieser Veranstaltung, die für ein bundesweites Echo sorgte, teilzunehmen. Hier wurde auf eindrucksvolle Weise sichtbar, wie sich Unternehmen intensiv mit jungen Gründenden austauschen und bereit sind, Dinge voranzubringen. Anwesend war eine große Anzahl mittelständischer Unternehmen aus der Region wie Dr. Oetker, Schüco, Miele, Dr. Wolff (Alpecin) oder Seidensticker. Alle vertreten durch die Geschäftsführung oder Inhaber*innen. Insgesamt nahmen an der Veranstaltung 40 Sprecher*innen, 40 Investoren*innen, 250 Gründende und 1.200 Besucher*innen teil.

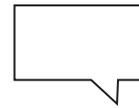
Mit seinem einzigartigen System hat die Founders Foundation bereits weit über 80 Start-ups betreut. Aber nicht nur die Founders Foundation sorgt in Bielefeld für Aufbruchstimmung. Mittlerweile sind in der Stadt auch verschiedene Coworking Spaces wie der Pioneers Club entstanden, in denen sich Gründende niederlassen und austauschen können. Auch viele Unternehmen beteiligen sich hier und entsenden Mitarbeitende in die Coworking Spaces oder sind dabei eigene Areas einzurichten, um junge Talente mit ihrem Know-how in ihre Prozesse direkt einzubinden. Dabei sorgt die außerordentlich gute Vernetzung aller Institutionen, Coworking Spaces und Unternehmen für eine praxis- und somit erfolgsorientierte Arbeit. Die traditionsreichen Bielefelder Unternehmen haben verstanden, dass Start-ups für sie zum Teil wie eine Verjüngungskur wirken können und die Chancen für die Zukunft erhöhen. Diese Gesamtkonstellation macht die Stadt im Vergleich zu anderen besonders attraktiv – bietet sie doch viel Raum für Talente.



Soziales und Gesundheit werden
in Bielefeld regelmäßig neu gedacht

NÄCHSTEN- LIEBE DIE DNA DER STADT

Zugegeben: Wer an Bielefeld denkt, dem kommt meist nicht als Erstes der Begriff „Nächstenliebe“ in den Sinn. Dabei hat es Vorbildcharakter, wie hier seit jeher kranke und gesunde Menschen im Einklang leben und Menschen mit besonderen Bedürfnissen ein möglichst selbstbestimmtes Leben garantiert wird. Auf der Suche nach dem Warum finden sich schnell Antworten: Die v. Bodelschwingschen Stiftungen Bethel können auf eine über 150-jährige Geschichte zurückblicken. Als Vorreiter im Bereich der Pflege von epilepsiekranken Jungen und Männern trugen sie maßgeblich dazu bei, dass Soziales sowie Gesundheit tief und traditionell in der DNA Bielefelds verankert sind. Mehr als 32.000 Menschen arbeiten heute im Gesundheits- und Sozialwesen der Stadt und praktizieren Hochleistungsmedizin – weit mehr als im Bundesdurchschnitt. Bethel beschäftigt deutschlandweit mehr als 17.000 Mitarbeitende; rund 200.000 Menschen werden jährlich betreut. Schwerpunkte sind heute neben der Epilepsiebehandlung die Behinderten, Alten- und Jugendhilfe sowie die Unterstützung von Menschen in besonderen sozialen Schwierigkeiten, Arbeit und berufliche Rehabilitation, die Psychiatrie und die Versorgung in Akutkrankenhäusern.



TEXT: Vanja Unger

FOTOS: Jessica Bochinski

Die zweite große Institution der „Hauptstadt der Diakonie“ ist das Evangelische Johanneswerk, dessen Ursprünge sogar bis ins Jahr 1852 zurückreichen. In ganz NRW beschäftigt das diakonische Unternehmen heute an mehr als 30 Standorten 7.000 Menschen – 1.400 davon sind allein in Bielefeld tätig. Das stationäre sowie ambulante Angebot des Johanneswerks ist vielfältig: Hier finden alte, kranke und sterbende Menschen ebenso wie Kinder und Familien Hilfe, um ihr Leben mit Behinderungen oder Krankheiten in Gemeinschaft und so selbstbestimmt wie möglich zu bewältigen sowie Krisensituationen zu meistern.

Doch Bielefeld ist nicht nur Pionier in der Versorgung chronisch kranker oder alter Menschen. Schon früh schaffte die Stadt optimale Rahmenbedingungen, um Fachkräfte im Gesundheits- und Sozialwesen selbst auszubilden und so die Grundpfeiler für Karrieren auf allen Ebenen dieser Bereiche zu schaffen.

Einmal Pionier – immer Pionier

Bereits in den 90er-Jahren wurde an der Universität Bielefeld die bundesweit erste eigenständige Fakultät für Gesundheitswissenschaften gegründet, die sich neben der Public-Health-Ausbildung intensiv damit auseinandersetzt, welche Verhaltensweisen den Menschen gesund machen und wie diese die Krankheitsbewältigung unterstützen können. Die Fachhochschule Bielefeld bildet im Bereich Pflege und Gesundheit u.a. Berufspädagogen für die Pflege und Therapie aus, der Fachbereich Personal, Gesundheit und Soziales der Fachhochschule des Mittelstandes trumpft mit Bachelor- und Masterstudiengängen auf, die den Menschen in den Mittelpunkt stellen, an der FH der Diakonie können – auch berufsbegleitend – Studiengänge der Bereiche Gesundheits- und Sozialwesen absolviert werden. Und mit der geplanten medizinischen Fakultät der Universität Bielefeld, »

die sich auf die allgemeinmedizinische Ausbildung und neue Versorgungsmodelle konzentriert, folgt nun ein weiterer Meilenstein für das Gesundheitsmekka Bielefeld. Gestartet wird im Wintersemester 2021/2022; im späteren Vollbetrieb sollen rund 2.000 Studierende ausgebildet werden.

Innovation macht's möglich: Sozial auf höchstem Niveau

Es ist aber nicht nur die Vielzahl an Ausbildungs-, Berufs- sowie

Karrieremöglichkeiten, die Bielefeld zum Hotspot für das Gesundheits- und Sozialwesen macht. Denn mitten in Ostwestfalen-Lippe werden Soziales und Gesundheit nach wie vor regelmäßig neu gedacht. Beim Zentrum für Innovation in der Gesundheitswirtschaft setzen sich Partner aus Bereichen der Gesundheitsdienstleistung, Industrie und Wissenschaft intensiv dafür ein, Innovationen sowie den Wissenstransfer zu fördern, die Wirtschaft und Beschäftigung

im Gesundheitssektor zu stärken und die Region als Standort für die Gesundheitswirtschaft zu profilieren; ortsansässige Träger und Unternehmen initiieren regelmäßig innovative Modellprojekte, um beispielsweise neue Versorgungsmodelle zu entwickeln. Und genau dies ist es, was die DNA Bielefelds ausmacht: das gemeinsame Ziel, das Leben von Menschen jeder Art lebenswert zu gestalten und stetig zu verbessern.



INNOVATION IM FOKUS

**Das Evangelische Johanneswerk setzt
auf neue Versorgungsmodelle**

Auch soziale Einrichtungen sehen sich mit Herausforderungen konfrontiert: Wie geht eine der großen diakonischen Unternehmen mit dem Fachkräftemangel um und gibt es in der Altenpflege überhaupt Innovationspotenzial?

Pastor Dr. Ingo Habenicht, Vorsitzender des Vorstands und der Geschäftsführung des Evangelischen Johanneswerks, im Interview.

Herr Dr. Habenicht, die ganze Welt redet vom Fachkräftemangel. Hand aufs Herz: Ist auch eine große soziale Einrichtung wie das Ev. Johanneswerk betroffen?

Ich denke, es gibt kaum einen Arbeitgeber, der nicht betroffen ist. Durch den demografischen Wandel muss man in der Altenpflege nicht die Kunden suchen, sondern

die Mitarbeiter. Aus unserer Sicht ist aber der Begriff „Fachkräftemangel“ zu kurz gefasst.

Wie meinen Sie das?

Mitarbeiter fehlen an allen Enden: Es gibt eben nicht nur einen Mangel an Fachkräften, es fehlen auch Führungskräfte und Hilfskräfte. Durch unsere Größe mit insgesamt mehr als 7.000 Mitarbeitern haben wir einen gewissen Bekanntheitsgrad, der es uns sicherlich etwas leichter macht, Mitarbeiter zu gewinnen, als kleineren Unternehmen. Dennoch ist es auch für uns schwerer geworden, die passenden Mitarbeiter zu finden. Denn wir suchen ja nicht nur Menschen, die bei uns arbeiten, sondern diejenigen, die gut qualifiziert sind und zudem unsere Vision teilen, nämlich, dass Menschen möglichst lange selbstbestimmt und in Gemeinschaft leben können.

Was kann man aus Ihrer Sicht gegen den Fachkräftemangel tun?

Ein wichtiger Aspekt ist es, Ausbildungsmöglichkeiten, aber auch entsprechende berufliche Perspektiven zu schaffen. Ich denke, in dieser Hinsicht ist Bielefeld im Gesundheits- und Sozialwesen mit der Vielzahl an verschiedenen Trägern überdurchschnittlich gut aufgestellt. Und auch die geplante medizinische Fakultät wird sicherlich noch verstärkt dazu beitragen, dass Menschen hierherkommen und dann eben auch bleiben.

Sie haben allein in Bielefeld rund 1.400 Mitarbeiter.

Womit punkten Sie?

Vor allem damit, dass wir uns intensiv dafür einsetzen, dass unsere Mitarbeiter gern ein Teil des Evangelischen Johanneswerks sind –

und indem wir ihren Einsatz anerkennen. Wir bezahlen tariflich, was viele andere Träger nicht tun – das macht dann schnell im Gehalt einmal einen Unterschied von bis zu 20 Prozent aus. Und natürlich fördern wir auch die persönliche Weiterbildung.

Work-Life-Balance wird immer wichtiger. Ist dies in Berufen mit Schichtarbeit wie in der Alten- und Krankenpflege überhaupt möglich?

Ich denke, der Begriff „Work-Life-Balance“ trifft es nicht ganz – es sollte eher Life-Balance heißen, denn Arbeit ist ja ein Teil des Lebens. Natürlich ist es im Schichtsystem eine größere Herausforderung, eine gute Balance zwischen Arbeit und Freizeit zu erreichen, denn wir brauchen Mitarbeiter auch an Wochenenden und nachts. Deshalb haben wir zwölf grundlegend unterschiedliche Arbeitszeitmodelle, die wir mithilfe von IT-Programmen zudem individuell passgenau aussteuern. Außerdem unterstützen wir unsere Mitarbeiter, wenn sie sich außerhalb des Johanneswerks engagieren möchten. Und wir setzen uns stark für die Vereinbarkeit von Beruf und Familie ein – da sind wir sogar zertifiziert. Dass das gut funktioniert, zeigt auch der hohe Anteil an Frauen in unseren Führungspositionen von knapp 70 Prozent.

Ist ein Unternehmen nicht innovativ, so wird es schnell abgehängt. Innovation in der Altenpflege – geht das überhaupt?

Und ob! Allerdings geht es bei uns weniger um Themen wie Künstliche Intelligenz oder das Abbauen von Arbeitsplätzen durch die Digitalisierung, denn wir sind davon überzeugt, dass der menschliche

Kontakt im Sozial- und Gesundheitswesen nicht ersetzt werden kann und sollte. Wir beschäftigen uns intensiv mit der Entwicklung von innovativen Versorgungsmodellen, d.h. wie wir gewährleisten können, dass die Menschen länger zu Hause leben können und ganze Nachbarschaften inklusiv zusammenarbeiten.

Wie könnte so ein zukünftiges Versorgungsmodell konkret aussehen?

In Kooperation mit den von Bodelschwingschen Stiftungen Bethel, der Universität Bielefeld, dem Arbeiter-Samariter-Bund sowie den Städten Herford und Bielefeld haben wir bis vor Kurzem an dem dreijährigen Modellprojekt „Pflege stationär – weiterdenken“ gearbeitet, um die Grenzen zwischen ambulanter und stationärer Pflege aufzubrechen. So können Menschen, die ambulant gepflegt werden, beispielsweise im Altenheim ihre Mahlzeiten zu sich nehmen und Mitarbeiter des Altenheims auch in der ambulanten Pflege zu Hause eingesetzt werden. Ein spannendes Projekt mit viel Zukunftspotenzial.

Fast jeder hat es schon einmal gehört: Bielefeld, die Stadt, die es nicht gibt. Was macht die Stadt für Sie so besonders – kurz und knapp?

Ich empfinde Bielefeld im Deutschlandvergleich als eine sehr soziale Stadt mit einem tollen Klima und Miteinander. Trotz Großstadt sind die Wege kurz, man kennt und hilft sich. Dass diese Realität weiter nach außen getragen wird und sich in den Köpfen der Menschen auch außerhalb von Ostwestfalen-Lippe verankert, das wünsche ich mir.

DURCH UND DURCH KREATIV

Was Kunst und Kultur betrifft, muss Bielefeld

den Vergleich zu Metropolen wie Berlin oder Hamburg nicht scheuen.

Eine dynamische und pulsierende Szene ist in der Stadt schon lange zu Hause.

Neben den traditionellen Institutionen wie der Kunsthalle

hat Bielefeld seit Kurzem ein ganzes Haus voller Kunst und Kultur.

Das Kulturhaus bietet Raum für breiten künstlerischen Austausch
und beheimatet einen lebendigen Querschnitt durch Bielefelds bunte,

kreative und ungeheuer vielfältige Kunst- und Kulturszene.

TEXT: Eike Birck # FOTOS: Janice Jensen

Hier wird gemalt, getanzt, musiziert, geformt, gezeichnet, performt, designt, fotografiert und noch vieles mehr. Ganz im Sinne der Initiator*innen, die sich eine positiv heterogene Mischung aus unterschiedlichen Kultursparten gewünscht hatten. So breit gefächert, dass jeder Kreative seine Nische findet und damit das Kulturleben der Stadt bereichert. Wer durch die Räumlichkeiten der ehemaligen Fachhochschule Bie-

lefeld von Tür zu Tür schlendert und den Künstler*innen einen Besuch abstattet, darf sich also auf viele Überraschungen künstlerischen Ausdrucks gefasst machen. Anlässlich der Nachtansichten 2019 – jeweils am letzten Samstag im April öffnen die Bielefelder Museen, Kirchen und Galerien von 18 bis 1 Uhr ihre Türen für ein ganz besonderes Kulturerlebnis – konnte sich die Öffentlichkeit erstmals selbst ein Bild von der agilen

Bielefelder Kreativ-Szene machen. Dabei waren die Künstler*innen erst wenige Wochen zuvor eingezogen ...

„Wir brauchen einen Raum für Künstler und Kulturschaffende in Bielefeld.“ Unter dieser Überschrift war vor knapp vier Jahren ein Kreis von engagierten Bielefelder*innen zusammengekommen. Dieser hat intensiv und hartnäckig die Idee verfolgt, die nun zu Beginn des Jahres 2019 mit



dem Kulturhaus Wirklichkeit geworden ist. Das überwältigende Interesse an den Räumlichkeiten überstieg rasch die Kapazitäten und so wurden die Künstler*innen ermuntert, sich Räume zu teilen. Ganz im Sinne des Austausch- und Vernetzungsgedankens.

Bei der Raumvergabe wurde nicht unterschieden, ob jemand seine Kunst zum Beruf gemacht hat, denn wie will man definieren, ob jemand Kunst professionell betreibt? Allein der Wunsch nach einem Ort, um sich der Kunst zu widmen, beantwortet die Frage.

In kürzester Zeit entstanden verschiedenste Projekte innerhalb des Hauses und Kooperationen mit externen Gruppen, die die Räumlichkeiten nutzen. Das Kulturhaus ist damit binnen kürzester Zeit ein wichtiger Teil der urbanen Bielefelder Stadtkultur geworden.

Til & Veit Mette

MADE IN BIELEFELD

Made in Bielefeld – das passt auf die Brüder Til und Veit Mette in vielerlei Hinsicht. Doch mehr als ihre Heimatstadt und die Familienbande eint sie ein ganz eigener Blick auf die Welt: humorvoll, im positiven Sinne respektlos und immer überraschend. Allerdings haben die Bielefelder Brüder unterschiedliche künstlerische Wege gewählt, um ihre ganz eigene Sicht der Dinge auf den Punkt zu bringen. Nur einer der beiden drückt auf den Auslöser, aber „Klick“ macht es immer. Was folgt: Lachen, Nachdenken, Irritation und häufig ein Wechsel der Perspektive.

TEXT: Stefanie Gomoll



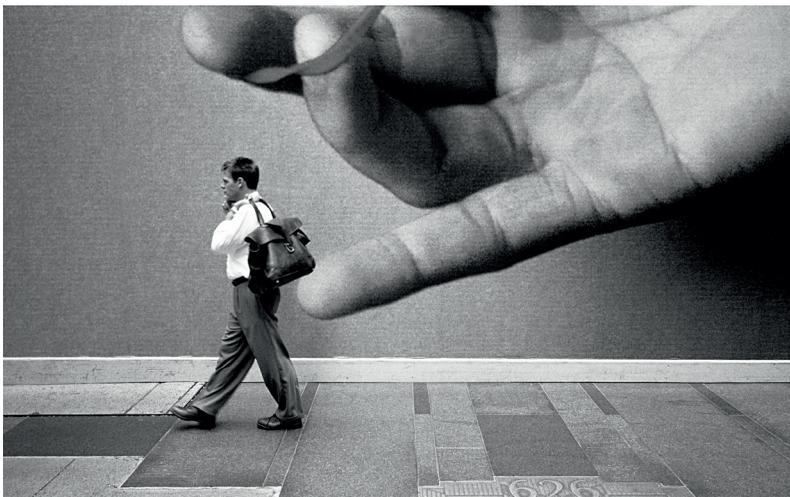
Til Mette

Geboren 1956 in Bielefeld, Studium von Kunst und Geschichtswissenschaft in Bremen. Dort 1985 Mitbegründer der „taz“, in der seine Cartoons ihren festen Platz haben. Daneben ist Til Mette als freier Maler und Cartoonist tätig. Veröffentlichungen finden sich unter anderem in der „Süddeutschen Zeitung“, in „Funny Times“ und „Die Presse“. Seit 1995 arbeitet der Künstler exklusiv für den „Stern“. Von 1993 bis 2006 lebte er mit seiner Familie in New York, seitdem in Hamburg. Für seine gesellschaftskritischen und politischen Cartoons wurde Til Mette bereits mehrfach mit dem Deutschen Karikaturenpreis sowie dem Deutschen Cartoonpreis ausgezeichnet.



Veit Mette

Geboren 1961 in Bielefeld, Studium der Kunstpädagogik ebenfalls in Bielefeld und bis heute in seiner Heimatstadt als Fotograf und Fotojournalist tätig. Seit 1990 für Zeitungen, Zeitschriften sowie für Unternehmen und Stiftungen als Fotograf in den Bereichen Reportage, Porträt und Werbung tätig. Neben diesen Printveröffentlichungen in Publikationen wie „Geo“ und „Die Zeit“ präsentiert Veit Mette seine künstlerischen Arbeiten in zahlreichen Büchern und Ausstellungen. Was seine freien Arbeiten eint, ist das unglaubliche Gespür für Perspektive und den richtigen Augenblick. Den fängt der Träger des Kulturpreises der Stadt Bielefeld in seiner Heimat ebenso ein wie weltweit – von Afrika bis Amerika.





STARKE ARBEITGEBER- MARKEN

BIELEFELD KANN IM WETTBEWERB UM FACHKRÄFTE PUNKTEN.

Unsere Gesellschaft erlebt eine neue soziale Revolution. Das hat natürlich auch Auswirkungen auf Unternehmen. Besonders bei der Fachkräftegewinnung, denn Mitarbeitende und Kunden befassen sich zunehmend mit dem Sinn und der Vision von Unternehmen und deren Wertekonsens. Bielefelder Unternehmen sind da bereits gut aufgestellt. Denn der starke Mittelstand der Stadt wird, mehr als in anderen Städten, von familien- und inhabergeführten Unternehmen geprägt und hier sind diese Themen traditionell von Bedeutung.

Mehr als 60 % der Unternehmen sehen im Fachkräftemangel eine echte Bedrohung für die zukünftige Geschäftsentwicklung. Das trifft zwar nicht auf alle Regionen in Deutschland zu, aber dennoch ist der bundesweite „War for Talents“ schon längst eröffnet. Der größte Faktor für diese Entwicklung ist der demografische Wandel. Durch die Überalterung unserer Gesellschaft wird bis zum Jahr 2030 der Anteil an erwerbsfähigen Menschen in der Bevölkerung um bis zu 3,9 Millionen sinken und bis zum Jahr 2060 rechnet man bereits mit 10,2 Millionen weniger.

Da diese Entwicklung von Unternehmen nicht zu beeinflussen ist, gilt es Lösungen zu finden, wie offene Stellen durch qualifizierte Mitarbeitende besetzt werden, aber auch die Beschäftigten langfristig gebunden werden können. Hier gewinnt das Employer Branding, also die Positionierung eines Unternehmens als starke Arbeitgebermarke, zunehmend an Bedeutung. Dabei sollten die eingangs erwähnte, verstärkte Fokussierung auf Sinnhaftigkeit und Werte eines Unternehmens auf jeden Fall berücksichtigt werden. Denn für Mitarbeitende ist längst nicht mehr nur die Entlohnung das Hauptentscheidungskriterium, sondern vielmehr folgenden Faktoren: Unter-

nehmensethik, gute Arbeitsatmosphäre und Teamgeist, flache Hierarchien, kooperativer Führungsstil, Innovationsstärke, Unterstützung der Work-Life-Balance und gute Entwicklungsmöglichkeiten. Traditionell sind das alles Stärken, die Familienunternehmen auszeichnen und für Mitarbeitende besonders attraktiv machen. Und hier kann Bielefeld wirklich punkten. In der Liste der größten Familienunternehmen Deutschlands belegt die Stadt Platz acht im Gesamt-Ranking. Hinzu kommt eine überdurchschnittliche Zahl an kleinen und mittleren inhabergeführten Unternehmen aus den unterschiedlichsten Branchen. Und alle haben eins gemeinsam, sie ruhen sich nicht auf dem Erreichten aus, sondern entwickeln sich ständig weiter und zeichnen sich durch eine hohe Innovationsbereitschaft aus. Sowohl in Hinblick auf technische Entwicklungen als auch in der Bereitschaft für und mit den Mitarbeitenden neue Wege in der Ausgestaltung der Arbeitsbedingungen zu gehen. Das alles ist an sich schon ein gutes Stück Employer Branding. Aber um sich hier auch noch weiterentwickeln zu können, unterstützt die Wirtschaftsentwicklungsgesellschaft Bielefeld mbH (WEGE) die Unternehmen mit einer hochwertigen Tagesveranstaltung: die Employer Branding Werkstatt 2019.

In Zeiten des Wettbewerbs um Fachkräfte und Talente ist Employer Branding ein heißes Thema. Es ist jedoch auch ein weiter Begriff. Bitte ordnen Sie Ihn doch einmal ein und sagen uns was für Sie persönlich Employer Branding bedeutet.

Meiner Meinung nach gibt es drei zentrale Begriffe, die oft verwechselt oder synonym genutzt werden: Employer Branding, Personalmarketing und Recruiting. Es handelt sich aber tatsächlich um klar abgrenzbare Themen. Es geht beim Employer Branding darum, herauszuarbeiten, wofür ein Arbeitgeber steht und warum sich ein Arbeitnehmer eben für die Firma A und nicht für B oder C entscheiden sollte. Das Ergebnis eines Employer Branding Prozesses ist die Arbeitgeberpositionierung inklusive Kreativ- und Kommunikationskonzept.

Was macht denn eine gute Arbeitgebermarke aus und was zeichnet eine gute Personalmarketingkampagne aus?

Eine gute Arbeitgebermarke ist glaubwürdig und erweckt bei den richtigen Zielgruppen Interesse an dem entsprechenden Arbeitgeber. Hier unterscheiden sich auch Produktmarketing und Arbeitgebermarketing, denn das Thema Authentizität spielt im Employer Branding eine weitaus größere und gewichtigere Rolle. Immerhin wird ein neuer Arbeitgeber für einen Mitarbeiter Teil dessen eigener Lebensgeschichte.

Was sind die größten Stolpersteine auf dem Weg zur erfolgreichen Arbeitgebermarke?

Zu wenig Bewusstsein bei den top Entscheidern im Unternehmen für die Relevanz dieses Themas. Angesichts der demographischen Entwicklung und der nahezu überall stattfindenden digitalen Transformation wird der Druck, die richtigen Mitarbeiter zu finden und zu halten, immer größer. Aber viele Entscheider sind in gänzlich anderen Zeiten beruflich sozialisiert worden.

Wie können mittelständische Unternehmen ohne größere Ressourcen Employer Branding erfolgreich umsetzen? Was erwidern Sie den Skeptiker*innen, die sagen, dass Employer Branding nur etwas für die ganz Großen ist?

Den Skeptikern erwidere ich, dass es sie gegebenenfalls mittelfristig nicht mehr geben wird, wenn sie die Relevanz des Themas nicht begreifen. Definitiv werden Unternehmen – gleich welcher Größenordnung – mehr investieren müssen, um die bestmöglich passenden Mitarbeiter zu finden und zu halten. Mit den in den meisten Unternehmen aktuell vorherrschenden personellen und finanziellen Ressourcen ist das nicht zu schaffen.

Interview mit

GERO HESSE

Geschäftsführer von
Territory Embrace und
Keynotespeaker der
Employer Branding
Werkstatt 2019
in Bielefeld.



Wir befinden uns mitten in einem gesellschaftlichen Wandel, in dessen Zuge Themen wie Sinnhaftigkeit und Wertekonsens zunehmend auch für Mitarbeiter an Bedeutung gewinnen. Welche Auswirkungen hat das aus Ihrer Sicht auf das Employer Branding?

Ich habe es schon angedeutet: Authentizität spielt eine große Rolle. Sinnhaftigkeit oder neudeutsch Purpose wird immer relevanter, gerade bei jüngeren Leuten. Die Frage nach dem Sinn spielt gerade im Employer Branding auch eine gewaltige und zunehmende Bedeutung. Ob ich für einen Rüstungskonzern oder für ein mittelständisches Unternehmen für die Erzeugung umweltfreundlicher Energien arbeite, macht für die meisten Menschen halt schon einen großen Unterschied. Klar, auch andere Faktoren wie Gehalt oder Arbeitszeiten spielen eine große Rolle. Aber das Sinn-Argument bekommt in den letzten Jahren definitiv eine höhere Gewichtung.

Haben Sie abschließend noch einen Tip für alle, die gerade für sich versuchen das komplexe Thema Employer Branding in ihren Unternehmen zu platzieren?

Mein wichtigster Tipp ist: schaffen Sie bei den top Entscheidern Awareness für die Relevanz des Themas. Stellen Sie sicher, dass die Notwendigkeit von Employer Branding und Personalmarketing verstanden wird.

Das vollständige Interview finden Sie unter:
www.das-kommt-aus-bielefeld.de/ebw

**EMPLOYER
BRANDING**
Werkstatt

2019

Eine Veranstaltung der WEGE mbh
Employer Branding Werkstatt 2019
Am 8. November 2019
von 9:00 – 17:00 Uhr
im Eventspace der
Founders Foundation
Oberstraße 50, 33602 Bielefeld

Infos unter: www.das-kommt-aus-bielefeld.de/ebw

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 bauen es!

Erfahrung, Kompetenz, Nachhaltigkeit – seit über 80 Jahren bauen wir bundesweit nach Ihren Wünschen und Vorstellungen Projekte im Bereich Hoch- und Ingenieurbau sowie im Bereich Schlüsselfertigbau. Zu einem wirtschaftlich vernünftigen Preis-Leistungs-Verhältnis werden diese hochwertig und fachgerecht realisiert. Als Mitglied der Deutschen Gesellschaft für nachhaltiges Bauen e.V. (DGNB) stehen wir für nachhaltiges Bauen und zukunftsorientierte Realisierung.



Wir bauen es!

Baugesellschaft Sudbrack mbH
Obere Hillegosser Str. 37
33699 Bielefeld
Tel.: 0521 9880-0
www.sudbrack.de



Weltweit zuverlässige Qualität in der Rolle-zu-Rolle-Produktion

Erfahren, offen, verlässlich. Seit über 50 Jahren produziert BST eltromat weltweit zukunftsweisende Qualitätssicherungssysteme wie Bahnlaufreglungen oder Inspektionssysteme für bahnverarbeitende Industrien. Das Unternehmen unterstützt den gesamten Produktionsprozess bei den Kunden – von der Materialherstellung bis zur Weiterverarbeitung. Bei BST eltromat gibt es verschiedene Möglichkeiten in den Berufseinstieg: Ausbildung, duales Studium oder Praktika. Das Unternehmen bietet 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





Ihr Immobiliendienstleister

Die Nummer 1 in Ostwestfalen-Lippe

Mit dem Bielefelder Modell und der Zukunfts-Kita hat die BGW Bielefelder Gesellschaft für Wohnen und Immobiliendienstleistungen mbH zwei Konzepte entwickelt und realisiert, die bundesweit für hohe Aufmerksamkeit sorgen und schon zahlreiche Nachahmer gefunden haben. Die Wohnanlagen des Bielefelder Modells ermöglichen Senioren und jüngeren Menschen mit Behinderung ein selbstbestimmtes Wohnen mit Versorgungssicherheit, während die BGW bei der Errichtung der Zukunfts-Kita auf eine modulare Holzbauweise setzt, die ressourcenschonend und nachhaltig ist.

BGW Bielefelder Gesellschaft für Wohnen und Immobiliendienstleistungen mbH

Carlmeierstraße 1 · DE-33613 Bielefeld
Tel.: +49 (0) 521 880901
www.bgw-bielefeld.de



BGW *Raum für die Zukunft*



Der Spezialist für Rechnungswesen und Controlling

Das 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
Stadtring 2 · 33647 Bielefeld
Tel.: (0521) 94260-0 · www.diamant-software.de

Innovative Hightech-Papiere

Mitsubishi HiTec Paper produziert beschichtete Spezialpapiere für den globalen Markt. Mit über 750 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

Niederholz 23 · 33699 Bielefeld
Tel.: 0521 2091-0
www.mitsubishi-paper.com

Berg & Co. GmbH – Qualität spannt Qualität

BERG konstruiert und produziert leistungsstarke, fertigungsorientierte Spannsysteme für Umform- und Zerspannungsmaschinen. Zu unseren Kunden zählen führende deutsche und internationale Unternehmen im Bereich des Maschinen- und Anlagenbaus. Seit über 100 Jahren verbinden wir Tradition und Innovation mit deutscher Ingenieurskunst made in Bielefeld. Auf 5.000 m² Betriebsfläche in Sennestadt arbeiten 140 Mitarbeiter/-innen. Gemeinsam gestalten wir die Zukunft – Spannung garantiert!



Berg & Co. GmbH Spanntechnik
Gildemeisterstraße 80
33689 Bielefeld
www.berg-spanntechnik.de

Die visionären Tiefzieher

Seit mehr als 95 Jahren gehört Euscher zu den führenden Herstellern von Präzisionstiefziehteilen aus Metall. Über 3 Milliarden Teile fertigen wir jährlich in unseren Werken in Deutschland, Tschechien und den USA für Verpackungs- und Automobilanwendungen. Der ständige Ausbau unserer Produktionstechnologie stellt seit jeher die Basis unserer technologischen Entwicklung dar. Ein kontinuierlicher Verbesserungsprozess und die Ausbildung von Fachkräften sichern diese Basis und deren Ausbau.



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



Mit Hochdruck erfolgreich

Die High Pressure Connectors Europe (HPCE) ist Teil der Parker Hannifin Corporation als weltweit führendem Anbieter der Antriebs- und Steuerungstechnik. An den HPCE-Standorten Bielefeld-Windelsbleiche und Schloß Holte werden Hochdruck-Verschraubungssysteme für die Mobilhydraulik und viele andere Anwendungen hergestellt. Das Produktspektrum wird u.a. durch Rohre, Flansche, Montagemaschinen und Messgeräte ergänzt. Augustdorf ist Sitz des Parker Complete Piping Solution Centers. Hier werden Rohr- und Flanschsysteme bis 273 mm Außendurchmesser nach Kundenvorgaben für den Einsatz im Schiffbau on- und offshore produziert. Die HPCE hat sechs europäische Standorte.

**Parker Hannifin Manufacturing
Germany GmbH & Co. KG**
High Pressure Connectors Europe
Am Metallwerk 9 · 33659 Bielefeld
Tel.: 0521/4048-0 · www.parker.com/hpce



Das gute Werk

Das Ev. Johanneswerk ist einer der großen diakonischen Träger Deutschlands mit Sitz in Bielefeld. Rund 7.000 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) 801-2000
www.johanneswerk.de



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 Werbeerfolge 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 6,5 Mrd. Euro und rund 1.200 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 zu ihrem Standort.



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

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 160 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.



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

Mineralquellen Wüllner, ein innovatives Traditionsunternehmen

Mineralquellen Wüllner ist ein alt-eingesessenes 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

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

Von uns hören Sie nichts – das ist gut so

Die DFA Bielefeld produziert Akustikprodukte für PKWs. Viele denken, man bräuchte in Elektrofahrzeugen keine Isolationen mehr. Weit gefehlt! Der Dieselmotor fehlt zwar. Aber nun stören Geräusche, die akustisch überdeckt waren. Wollen Sie mehr erfahren? Es gibt gute Gründe, uns zu kontaktieren oder einfach zu wissen, was wir tun, obwohl man nichts von uns hört.



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



Die starke Mitgliederbank der Region

Fast 110.000 Mitglieder und mehr als 165.000 Kunden vertrauen auf unsere Stärke – und das seit mehr als 150 Jahren. Mit einer Bilanzsumme von mehr als 4,4 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. Erleben Sie in der Bielefelder Zentrale am Kesselbrink, wie Bank neu definiert wird. Wir freuen uns auf Ihren Besuch.

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



Ökologisch handeln, papierlos arbeiten

1990 in Bielefeld gegründet, gehört STERNBERG heute zu den führenden, deutschen Anbietern von Softwarelösungen für Sitzungsmanagement. Unser Unternehmen mit Hauptsitz in Bielefeld beschäftigt aktuell 31 Mitarbeiter an mittlerweile drei Standorten. Mit unseren Softwarelösungen und ergänzenden Dienstleistungen unterstützen wir unsere Kunden – branchenübergreifend zum Beispiel aus Politik, Bildung und Wirtschaft, wie Industrie-, Finanz- oder Versicherungsbranche – auf dem Weg zum digitalen Büro.

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



Begeisterung für erfolgreiche Verbindungen

Die Böllhoff Gruppe 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, innovative Produkte und kundenorientierte Dienstleistungen rund um die Verbindungs- und Montagetechnik.

Böllhoff Gruppe
Archimedesstraße 1-4
33649 Bielefeld · Tel.: 0521 4482-01
www.boellhoff.com





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 Traditions Haus 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 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, davon 150 Auszubildende, gehören wir zu den größten Arbeitgebern und Ausbildungsbetrieben in OWL. Die Stadtwerke Bielefeld liefern Energie, Wärme und sauberes Trinkwasser, moBiel einen umfassenden öffentlichen Nahverkehr. Die BBF bietet Freizeitvergnügen mit zwölf Bädern und der Eisbahn, die BITel Telekommunikation und ein flächendeckendes Glasfasernetz. Klimaschonend erzeugt die interargem durch Abfallverbrennung Strom und Fernwärme.

So erleichtern und bereichern wir den Alltag der Menschen und gestalten das Wachstum und die Zukunft unserer Stadt aktiv mit.

STADTWERKE
BIELEFELD GRUPPE

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

Ihr IT-Spezialist in Sachen Digitalisierung

Die bpi solutions gmbh & co. kg, Software- und Beratungshaus in Bielefeld, unterstützt ihre Kunden seit den 1980er-Jahren mit unternehmensübergreifenden Lösungen – von der Beratung, Konzeption und Entwicklung bis zur Integration neuer Anwendungen. Schwerpunkte sind die Optimierung und Automatisierung der Geschäftsprozesse. Grundlage sind die eigenen Produkte und Lösungen in den Bereichen CRM, DMS/ECM, Publishing sowie integrierte Portallösungen.

solutions
bpi

bpi solutions gmbh & co. kg
Krackser Straße 12 · 33659 Bielefeld
Tel.: 0521/9401-0 · Fax: 0521/9401-500
info@bpi-solutions.de
www.bpi-solutions.de

Möbel-Einkauf und starke Markenkonzepte aus einer Hand

Die Einrichtungspartnerring VME GmbH & Co. KG ist eine Full-Service-Verbundgruppe für den mittelständischen Möbelhandel in Deutschland und Europa mit Sitz in Bielefeld. Die rund 400 zumeist inhabergeführten Einrichtungshäuser und spezialisierten Fachmärkte sind bundesweit sowie in sechs europäischen Nachbarländern vertreten und erreichen ein zentral reguliertes Einkaufsvolumen von 1,246 Mrd. Euro.

WIR HABEN'S
EINRICHTUNGSPARTNER RING

Einrichtungspartnerring GmbH & Co. KG
An der Wesebreite 2
33699 Bielefeld
www.einrichtungspartnerring.com
www.interliving.de

Wir bewegen OWL

Hellmann Worldwide Logistics hat sich seit der Gründung 1871 zu einem der großen internationalen Logistikdienstleister entwickelt und ist in einem weltweiten Netzwerk von 20.500 Beschäftigten in 489 Büros in 173 Ländern aktiv. Mit maßgeschneiderten Lösungen aus den Produktbereichen Road & Rail, Air & Sea und Contract Logistics geht das Unternehmen auf facettenreiche Kundenwünsche ein und bewegt damit auch die Region OWL.



Friedrich-Hagemann-Str. 40
33719 Bielefeld
Tel.: +49 521 293 00
www.hellmann.com

Gase sind unser Leben

1913 gründete Graf Zeppelin ein eigenes Werk zur Wasserstoffgewinnung. Daraus entwickelte sich SWF, von Anfang an Visionär und Wegbereiter neuester Technologien. SWF produziert und vertreibt technische und medizinische Gase, zudem Reinstgase für Forschung und Entwicklung. Haupt-Anwendungsgebiete sind z. B. die industrielle Fertigung, Metallurgie, Medizin, Lebensmitteltechnik/Biotechnologie, Steine/Erden, Chemie und Wassertechnik.



Sauerstoffwerk
Friedrichshafen
Gase sind unser Leben.

Sauerstoffwerk Friedrichshafen GmbH
Friedrich-Hagemann-Straße 30
33719 Bielefeld
Tel.: +49 (0) 521 260760
www.swffn.de



Systemkommunikation der Zukunft

Die AGFEO GmbH & Co. KG mit Sitz in Bielefeld gehört zu einem der führenden Anbieter von kleinen und mittleren Kommunikationssystemen. Das Unternehmen bietet eine hohe Qualität made in Germany und wurde vom deutschen Fachhandel mehrfach zum „Hersteller des Jahres“ gewählt. Zu den Kompetenzen zählen das hohe technische Know-how und die Systemkompetenz bei Analog-, ISDN-, VoIP und vor allen Dingen IP-Anlagen.

AGFEO entwickelt auch Spezialfunktionen für unterschiedliche Branchen, um den Kunden die professionelle Bedienung der Telefonanlagen so einfach wie möglich zu machen. Hierbei setzt das Unternehmen auf die Integration von Smartphones und die Kompatibilität mit branchenrelevanten Softwareprodukten. Darüber hinaus bedienen die AGFEO-Systeme auch diverse Smart-Home-Technologien, welche in einem integrierten SmartHome-Server in die ES-Anlagen implementiert sind.

Durch die Digitalisierung der Netze ergeben sich neue Herausforderungen für alle ITK-Hersteller und deren Kunden. Für AGFEO als einen der Pioniere in der digitalen Kommunikationstechnik zeigt sich, dass sich der erarbeitete Vorsprung auszahlt und die konsequente Weiterentwicklung dafür sorgt, dass neue AGFEO-Produkte für das angebrochene IP-Zeitalter bereits bei Markteinführung ausgereift und mit viel Ausbaupotenzial ausgestattet sind.

AGFEO verbindet optimal ITK-Systeme, Endgeräte, Software und SmartHome – das ist Systemkommunikation 4.0 by AGFEO.

AGFEO GmbH & Co. KG
Gaswerkstraße 8 · D-33647 Bielefeld
Tel.: +49 (0) 521 44709-0
Fax: +49 (0) 521 44709-98555
info@agfeo.de · www.agfeo.de

AGFEO
einfach | perfekt | kommunizieren



Der Umwelt zuliebe

ZF ist ein weltweit führender Technologiekonzern in der Antriebs- und Fahrwerktechnik. Wir engagieren uns seit Jahrzehnten in der Aufarbeitung. Mehr Sensibilität gegenüber der Umwelt, steigende Rohstoffpreise und CO₂-Zertifikate machen ein aufgearbeitetes Aggregat zur Alternative. Am Standort Bielefeld werden Kupplungen, Ausrücker und Wandler ressourcenschonend aufbereitet und dem Markt wieder zur Verfügung gestellt. Wir haben bereits mehrere Produkte nach Cradle to Cradle zertifizieren lassen. Weitere Infos unter www.zf.com



ZF Friedrichshafen AG

Gerd Bobermin

Windelsbleicher Str. 80 · D-33647 Bielefeld · www.zf.com

Mehr als eine Marke

Technisches Know-how und Leidenschaft für Hemden und Blusen machten aus dem in 1919 gegründeten Familienunternehmen einen echten Spezialisten und führten dazu, dass Seidensticker auch heute noch ein einflussreicher Akteur und Trendsetter der Branche ist. Die Seidensticker-Gruppe aus Bielefeld kann als globales Unternehmen ihre hohen Standards weltweit aufrechterhalten. Mittlerweile stellt die dritte Seidensticker-Generation die Weichen für ein zweites inspirierendes Jahrhundert.

seidensticker
group

Seidensticker Group

Herforder Straße 182-194

33609 Bielefeld · Tel.: 0521 306-0

www.seidensticker.com



Tabubruch made in Bielefeld

Haarausfall, Neurodermitis, Scheidentrockenheit oder Karies sind Themen, über die Sie nicht gerne sprechen? Wir schon! Die Problemlöser aus Bielefeld der Forschung lindern Leidensdruck – auf der ganzen Welt: Mittlerweile sind wir in über 60 Ländern aktiv. Dr. Wolff ist ein Familienunternehmen in vierter Generation mit 675 Mitarbeitern und schreibt seit 1905 Erfolgsgeschichte: Zuletzt konnten wir mit den Marken Alcina, Alpecin, Biorepair, Karex, Linola, Plantur und Vagisan einen Jahresumsatz von 309 Mio. Euro erzielen.



Dr. Wolff-Gruppe GmbH

Johanneswerkstraße 34-36

33611 Bielefeld · Tel.: 0521 8808-00

E-Mail: kw-info@drwolffgroup.com

Wir verbinden Menschen und Maschinen – Hochverfügbar, sicher und TÜV-zertifiziert

Als Internet Service Provider betreiben wir ein eigenes, TÜV- und ISO 27001-zertifiziertes, modernes Rechenzentrum mit eigener Backbone-Struktur und Cloud-Services. Als global agierender Lösungsanbieter im Bereich der Machine-to-Machine-Communication bewegen wir uns auf einem Markt mit einer der wachstumsstärksten Technologien der letzten Jahre. Mit unserer Marke Global M2M sind wir bereits seit 2006 auf dem weltweiten M2M-Markt vertreten. Das macht uns zu einem erfahrenen Partner für die Industrie 4.0.



Marcant AG

Herforder Straße 163a

D - 33609 Bielefeld

Tel.: +49 (521) 95945-0

www.marcant.net

UNSERE PARTNER IN DER ÜBERSICHT



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

WEGE

Kooperation
BI Bielefeld
Marketing



IMPRESSUM

Herausgeber: WEGE Wirtschaftsentwicklungsgesellschaft Bielefeld mbH · Geschäftsführer: Gregor Moss · Prokuristin: Brigitte Meier (V.i.S.d.P.), Prokuristin: Petra Waimann **Redaktion:** Marc-Stefan Andres, Martina Bauer, Dr. Eike Birck, Corinna Bokermann, Stefanie Gomoll · Vanja Unger · Redaktionsleitung: Thomas Volkmar **Design & Produktion:** Artgerecht Werbeagentur GmbH, www.artgerecht.de · Kreativ Direktor: Thomas Volkmar · Art Direktor: Pia Thiessat, Sarah Bröcker **Druck:** Mohn Media, Gütersloh · Auflage: 145.000 Exemplare **Bildnachweise:** (wenn nicht im Artikel angegeben) Hersteller & Unternehmen, Bielefeld Marketing GmbH, WEGE mbH

WEGE

Wirtschaftsentwicklungs-
gesellschaft 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

W
BI

Starker
Standort,
starke
Wirtschaft

Kreativ. Erfolgreich. Zukunftsträchtig.

DAS
KOMMT AUS
BIELEFELD
.DE

Jetzt entdecken unter:

www.das-kommt-aus-bielefeld.de

**WE
BI**



WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG FÜR BIELEFELD

www.das-kommt-aus-bielefeld.de

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

WEGE.