

DAS KOMMT AUS

BIELEFELD

STARKER STANDORT – STARKE WIRTSCHAFT



NACHHALTIG
WIRTSCHAFTEN

WAS SONST!

AUFBRUCH.WANDEL.PERSPEKTIVE



© Dirk Topel

Nachhaltig Wirtschaften – was sonst!



Wie oft hören wir: Ich oder jemand sollte, könnte, müsste diese oder jene Dinge endlich tun und nicht nur darüber reden oder lamentieren. Seit nun schon über 40 Jahren liegen fundierte Prognosen von Klima- und Umweltexpertinnen und -experten vor, die konsensuell beschreiben, was passiert, wenn wir den Klimawandel ignorieren und nicht gegensteuern. Doch nun scheint es eine Zeitenwende und die berechtigte Hoffnung zu geben, dass wir endlich alle ins Handeln kommen. Und nicht nur die jungen Menschen rütteln uns wach. Auch die Bielefelder Unternehmen machen sich auf den Weg mit einer klaren Haltung zu deutlich mehr Klimaschutz und Nachhaltigkeit im eigenen Wirtschaften.

Es ist beeindruckend, wie viele Unternehmen in der Stadt sich bereits intensiv damit beschäftigen, ihr eigenes Wirtschaften nachhaltig zu gestalten und dabei ein hohes Tempo vorlegen. Von den vielen mittelständischen Unternehmen über Start-ups, die sich hier gerade gründen, bis zu den hier ansässigen globalen Playern: Es ist ein echter Aufbruch und Wandel zu spüren. Und das ganz typisch ostwestfäl-

isch – nicht viel reden, sondern machen. Hinzu kommen eine exzellente Hochschullandschaft, ideenreiche und innovative Netzwerke, die eng mit den Unternehmen zusammenarbeiten, um Lösungen für eine nachhaltigere Zukunft zu entwickeln.

Wir als Stadt unterstützen diese Entwicklung mit allen Mitteln, die uns zur Verfügung stehen und machen auch selbst unsere Hausaufgaben bei Themen wie: Investitionen in Infrastruktur, beschleunigte Genehmigungsverfahren, soziale Rahmenbedingungen und natürlich bei der Mobilitätswende. Viele Baustellen zugleich, wo es an der einen oder anderen Stelle auch schon mal „knirschen“ kann, aber wir sind auf einem sehr guten Weg. Und ich bin zuversichtlich, dass wir zusammen mit allen Beteiligten in dieser Stadt unser Ziel, bis zum Jahr 2035 klimaneutral zu sein, schaffen können.

Aufbruch, Wandel, Perspektive, so kann man vielleicht am besten beschreiben, was sich in dieser Stadt gerade alles entwickelt. Und wenn man mich fragt, „Was machen Sie so in Bielefeld?“, kann ich voller Stolz antworten: nachhaltig wirtschaften – was sonst!

Pit Clausen

Oberbürgermeister der Stadt Bielefeld



Titelfoto: Bielefeld Marketing GmbH

INHALT

Wir stellen nachhaltiges Wirtschaften in den Fokus
Wirtschaftsförderung in Bielefeld **_4**

Nachhaltige Zukunft? Jetzt!
Bielefelder Wirtschaft im Gespräch **_6**

Ein konsequenter Wandel ist unvermeidlich
Aspekte für eine nachhaltige Neuorientierung **_12**

Nachhaltig Mobil
Lucky Bike **_14**

Schon Nachhaltig unterwegs
Bielefelder Unternehmen zeigen was alles geht **_16**

Verantwortung übernehmen
Peter Stockmeier im Interview **_20**

Nachhaltig in Gebäudetechnik investieren
Synavision aus Bielefeld **_24**

Circular Economie
Zurück zum Ursprung **_26**

Nachhaltigkeit in Unternehmen – wie geht's
Henning Jünke von Schüco im Podcast **_28**

Partnerschaftlich
Bielefelder Unternehmen stellen sich vor **_29**

Impressum **_38**



WIR STELLEN NACHHALTIGES WIRTSCHAFTEN IN DEN FOKUS

Nachhaltigkeit ist das Zukunftsthema Nummer 1 für Unternehmen. „Neben der digitalen stellt sich Bielefelds Wirtschaft auch der grünen Transformation“, macht WEGE-Prokuristin Brigitte Meier deutlich. „Mit den Green Stories unseres Wirtschaftsportals DAS KOMMT AUS BIELEFELD werden die Bestrebungen in puncto Nachhaltigkeit sichtbar – auch als Mutmacher und Inspiration für die Unternehmen, die sich auf den Weg machen.“

TEXT: Eike Birck

Die Klimakrise ist bereits da und auch den Unternehmen ist klar – es ist höchste Zeit zu handeln. Nachhaltiges Wirtschaften ist weder bloßer Trend noch Marketingstrategie. Unternehmen haben es zum einen mit gesetzlichen Vorgaben zu tun, die sich aus dem Pariser Klimaschutzabkommen, den 17 Nachhaltigkeitszielen der UN (Sustainable Development Goals) und dem European Green Deal ergeben sowie mit den Auswirkungen aus Urteilen des Bundes-

verfassungsgerichts. Außerdem hat sich die Haltung und der Anspruch der Kund*innen gravierend verändert und sie fragen fast immer, ob das Produkt oder die Dienstleistung klimaverträglich ist. Und wo es unter welchen Bedingungen von wem gefertigt wurde. Kurz: Die Forderung nach mehr Nachhaltigkeit kommt auch aus dem Markt. Viele Unternehmen lassen sich zertifizieren, verändern ihre Prozesse und verbrauchen weniger Ressourcen oder wirtschaften so-

gar schon klimaneutral. Denn sie wissen: Unternehmen, die nicht nur zu Marketingzwecken, sondern aus innerer Überzeugung ökologisch und nachhaltig vorgehen, sind für ihre Mitarbeitenden und zukünftigen Nachwuchskräfte deutlich attraktiver. Diese veränderte Haltung spiegelt sich auch in der Gründer-Szene. „Wir beobachten, dass viele Bielefelder Start-ups ihre Produkte, aber auch ihr wirtschaftliches Handeln ganz im Sinne der Nachhaltigkeit ausrichten“, berichtet Dr. Astrid Schwarzer vom DAS KOMMT AUS BIELEFELD-Team.

Sichtbarkeit & Orientierung

Jeder, der sich mit Nachhaltigkeit beschäftigt, stellt schnell fest, dass es für den Begriff keine all-gemeingültige Definition gibt.

„Wir verstehen darunter, nicht ‚nur‘ ökologische, sondern bewusst auch ökonomische und soziale Aspekte“, sagt Ulrike Meier, ebenfalls vom DKAB-Team, mit Blick auf Rohstoffe, Lieferketten und Sozialstandards. Allein schon die Begrifflichkeiten „CO₂-neutral“, „klimaneutral“ oder sogar „klimapositiv“ lassen die Komplexität erahnen. Manch einer steht beim Thema Nachhaltigkeit vor einem Berg an Aufgaben oder verzweifelt an den unterschiedlichen Bio- und zunehmend auch neuen Zertifizierungen zum ökologischen Fußabdruck. Die Herausforderungen, vor denen die Unternehmen stehen, sind vielfältig. Das DKAB-Team möchte Orientierung geben. „Wir bringen Unternehmen zusammen, die vor ähnlichen Herausforderungen stehen und sich vor allem in unterschiedlichen Stadien beim Aufbau ihrer Nachhaltigkeitsstrategie befinden“, sagt Ulrike Meier. „Als Wirtschaftsförderung sind wir nah dran an den Unternehmen und können den Erfahrungsaustausch untereinander steigern.“ Gerade kleinere Betriebe haben vielfach nicht die Ressourcen, einen Mitarbeitenden ab- oder einzustellen, der sich ausschließlich um die Ziele und die Einhaltung des nachhaltigen Wirtschaftens kümmert. Und nicht immer stehen die nachhaltigen Ziele im harmonischen Einklang mit den ökonomischen – es treten Interessenkonflikte auf, so dass Kommunikation, Abwägung und Steuerung zum Kerngeschäft des Sustainability Managements gehören.



**Durch unser großes
Netzwerk ermöglichen wir
den kollegialen Austausch
der Unternehmen
untereinander. Das schafft
Vorteile und hilft bei
Entscheidungen!**

WEGE-Prokuristin Brigitte Meier

Den Anfang machen

„In einem ersten Schritt können Unternehmen ihren CO₂-Fußabdruck erheben. Hier geht es darum, zu ermitteln, wie sich das eigene Wirtschaften in der „Klimawährung“ CO₂ niederschlägt und welchen Klimaimpact das Unternehmen hat. Dazu gehören auch die Ermittlung von Abfallmengen und Recyclingquoten, Mobilitätsverhalten, Dienstreisen, eigene Energieverbräuche und die Auswertung beziehungsweise Visualisierung im CO₂-Fußabdruck. Das Erheben der Daten ist viel Fleißarbeit, aber es bringt in der Analyse und gegebenenfalls in der direkten Umsetzung schon schnell Mehrwerte und wesentliche Ersparnisse“, skizziert Jana Müller eine mögliche Vorgehens-

weise. Viele Unternehmen kennen das methodische Vorgehen bereits, z. B. aus dem Qualitätsmanagement (u. a. DIN ISO 9001), oder wenn sie bereits ein Energie- oder Umweltmanagement-Tool nutzen, in dem der PDCA-Zyklus (Plan-Do-Check-Act) immanent verankert ist. Damit wird aber auch deutlich, dass das Klimareporting und die Verankerung im Unternehmen eine zentrale Aufgabe der Geschäftsführung ist. Zumal die nächsten Schritte, wie Überprüfung von Materialeinsatz, Lieferketten, eventuell eine Umstellung der Produktionsprozesse, Beantragung von Fördermitteln etc. nicht nur komplexer sind, sondern auch zum Teil größere Investitionen auslösen. Und Brigitte Meier ergänzt: „Durch unser großes Netzwerk ermöglichen wir den kollegialen Austausch der Unternehmen untereinander. Das schafft Vorteile und hilft bei Entscheidungen! Das haben wir bereits bei anderen Herausforderungen, wie beispielsweise der Digitalisierung, gesehen. Zusammen mit Best Practice, zielgerichteten Veranstaltungen wie informativen Vorträgen, vertiefenden Workshops und nicht zuletzt durch unsere gute Vernetzung unterstützen wir Bielefelds Wirtschaft auf ihrem „grünen“ Weg. Und wir wissen, wer unterstützen und im Nachhaltigkeits-Dschungel konkret weiterhelfen kann.“ Unter www.das-kommt-aus-bielefeld.de/green-stories/ werden Unternehmen mit ihren News + Best Practice sichtbar.



V. l. n. r.: Dr. Maurice Eschweiler, Stephan Anstoetz, Brigitte Meier (WEGE), Burkhard Schmidt-Schönefeldt, Jörg-Uwe Goldbeck, Dr. Silvia Bentzinger, Dr. Jens Prager

NACHHALTIGE ZUKUNFT? JETZT!

Was Nachhaltigkeit für ihre Unternehmen und Organisationen und auch für sie selbst bedeutet, diskutierten **Stephan Anstoetz**, geschäftsführender Gesellschafter der JAB Anstoetz Group, **Dr. Silvia Bentzinger**, CEO von Seidensticker, **Dr. Maurice Eschweiler**, Generalbevollmächtigter bei DMG MORI, **Jörg-Uwe Goldbeck**, geschäftsführender Gesellschafter von Goldbeck, **Dr. Jens Prager**, Hauptgeschäftsführer der Handwerkskammer OWL, und **Burkhard Schmidt-Schönefeldt**, Geschäftsführer von Ruf Jugendreisen.



INTERVIEW:

Marc-Stefan Andres, Brigitte Meier

FOTOS: Markus Hirschmeier

Eine erste Frage an alle: Was bedeutet für Sie Nachhaltigkeit persönlich und im Beruf?

Jens Prager: Mit der Handwerkskammer Ostwestfalen-Lippe zu Bielefeld vertreten wir knapp 22.000 Handwerksbetriebe mit rund 160.000 Beschäftigten und gut 10.000 Auszubildenden. Dem Handwerk ist Nachhaltigkeit als Prinzip in der DNA vorgegeben. Handwerker wirtschaften in aller Regel so, dass sie das, was sie als Unternehmen aufbauen, auch für die nächste Generation erhalten. Und diesem Prinzip fühle ich mich auch verpflichtet.

Silvia Bentzinger: Für uns gilt das ebenso. Wir sind seit über 100 Jahren in dritter Generation ein Familienunternehmen hier in Bielefeld. Wir produzieren und vertreiben Hemden und Blusen und andere textile Artikel und sind in der Modebranche eines der führenden Unternehmen in Bezug auf Nachhaltigkeit. Wir haben weltweit 2.500 Mitarbeiter und haben die gesamte Wertschöpfungskette in unserer eigenen Verantwortung.

Burkhard Schmidt-Schönefeldt:

Als Europas führender Veranstalter für betreute Jugendreisen werden wir demnächst 40 Jahre alt. Das Thema Nachhaltigkeit begleitet uns von Beginn an: Wir haben es immer mit Jugendlichen zu tun, auch unsere 1.200 Reiseleiter sind oft noch sehr jung. In diesen Zeiten, in denen Nachhaltigkeit so groß geschrieben wird und gerade die Jugend in besonderer Weise beschäftigt, muss es Teil unseres Selbstverständnisses sein.

Stephan Anstoetz: Nachhaltigkeit ist ja nicht nur die CO₂-Bilanz, sondern auch, wie wir Menschen miteinander umgehen und einander verstehen. Und wir haben uns in unseren Unternehmenszielen das Thema fest verankert. Wir haben das Glück, dass unsere Produkte von sich aus schon langlebig sind. Unser Unternehmen ist auch seit einem Jahr CO₂-neutral. Für mich persönlich ist Nachhaltigkeit eine Lebenseinstellung. Ich bin schon seit vielen Jahren mit einer Landschafts-Ökologin verheiratet und das prägt.

Maurice Eschweiler: Nachhaltigkeit ist für mich persönlich eine Herzensangelegenheit. Ich neige eigentlich nicht zu Übertreibungen, aber für die nächsten Generationen steht sehr, sehr viel auf dem Spiel. Und wir haben eine Verantwortung zu tragen, weil die größten Sünden in den letzten 20 Jahren begangen wurden. Unsere Generation ist nun aber auch dafür maßgeblich verantwortlich, was in den nächsten Jahren passiert. Als DMG MORI haben wir das Thema Nachhaltigkeit schon lange auf der Agenda, wie übrigens viele andere Industrieunternehmen auch.

Jörg-Uwe Goldbeck: Ich habe mich schon im Studium damit beschäftigt und nehme das genauso ernst wie mein Vorredner. Und auch wir haben gravierende Aufgaben zu lösen, wenn ich an unser spezielles Thema „Bauen“ denke. Grundsätzlich brauchen wir Menschen Gebäude, weil wir empfindlich sind und Schutz benötigen. Es ist aber ein sehr materialintensives Tätigkeitsfeld, mit erheblichen

»



FÜR MICH PERSÖNLICH IST NACHHALTIGKEIT EINE LEBENSEINSTELLUNG.



Stephan Anstoetz

Auswirkungen beim Bau, aber auch über den Nutzungszeitraum hinweg und anschließend bei der Wiederverwertung. Wir müssen also sehr wohl abwägen, wie wir in Zukunft bauen wollen.

Wie kann denn zum Beispiel nachhaltiges Bauen funktionieren?

Goldbeck: Wir müssen möglichst wenig Materialien einsetzen und diese dann so konstruieren, dass man sie nach einer Nutzungsdauer von 30, 40, 50 Jahren, bei Wohngebäuden eher von 100 Jahren, wieder auseinandernehmen kann. Diese Materialien müssten nach dem Cradle-to-Cradle-Prinzip funktionieren, also ganz ohne Abfallstoffe. Ich hoffe, dass dieser Um-den-prozess jetzt intensiv in die gesamte Ökonomie hineinfließt.

Ihre Produkte halten sehr lange. Das gilt auch für die Werkzeugmaschinen von DMG MORI. Wie achten Sie auf Nachhaltigkeit, Herr Eschweiler?

Eschweiler: Wir verkaufen ein Produkt, das von Hause aus per se grün ist. Unsere Maschinen sind hocheffizient und können

über Ökostrom CO₂-neutral betrieben werden. Und ganz wichtig: Unsere Maschinen sind essenziell bei der Entwicklung neuer grüner Technologien – von der Wasserstoffgewinnung bis zur Recyclingmaschine. Aber das steht gar nicht so sehr im Mittelpunkt, sondern wir wollen einen ganzheitlichen Ansatz: vom Rohstoff bis zur Wiederverwendung am Ende des Lebenszyklus unserer Werkzeugmaschinen. Und da haben wir noch einige Arbeit vor uns.

Kommen wir von zwei langfristigen zu einem verhältnismäßig kurzfristigen Gut, nämlich einem Hemd. Die Textilindustrie ist oft in der Kritik, etwa wegen der langen Transportwege und der globalisierten Lieferkette. Wie können Sie nachhaltig wirtschaften?

Bentzinger: Wir haben kein Produkt, das 50 Jahre oder länger hält. Aber wir legen Wert darauf, uns von den Fast-Fashion-Anbietern abzugrenzen. Als Traditionsunternehmen sind wir uns unserer Verantwortung in diesem Segment bewusst. Wir setzen auf Qualität. Außerdem haben wir schon seit



Dr. Silvia Bentzinger

2007 eigene Produktionen, weil wir auch stark daran glauben, dass nachhaltiges, verantwortliches Handeln nicht nur ökologische Aspekte hat, sondern auch faire Arbeitsbedingungen wichtig sind.

Auch Reisen sind der Vergangenheit in die Kritik geraten, vor allem beim Thema Fliegen.

Wie gehen Sie damit um, Herr Schmidt-Schönefeldt?

Schmidt-Schönefeldt: Der Flugbereich ist sicherlich der kritischste. Wir haben das Glück, dass wir im Grunde immer auf Busreisen gesetzt haben. Gleichwohl gibt es noch einen nennenswerten Fluganteil, den wir weiter reduzieren wollen. Darüber hinaus kompensieren wir den CO₂-Ausstoß bei allen Anreisen. Damit waren wir einer der erste Reiseveranstalter in Deutschland, der das getan hat. Den Preis legen wir aber nicht auf die Gäste um, sondern tragen das selbst.

Ein Thema ist also der Verzicht, wie hier auf die Flugreise. Gilt das auch für Ihre Produkte, die ja hochwertig und langfristig gekauft werden, Herr Anstoetz?



WIR WOLLEN EINEN GANZHEITLICHEN ANSATZ: VOM ROHSTOFF BIS ZUR WIEDERVERWENDUNG.

Dr. Maurice Eschweiler



Jörg-Uwe Goldbeck

Anstoetz: Seit Corona haben wir ja besondere Jahre erlebt, in denen die Menschen sich doch mehr nach innen orientiert haben. Sie haben neue Gardinen, Vorhänge oder Teppichböden gekauft, für unsere Branche ist das ganz gut gelaufen. Der Trend geht aber auch bei uns zu Produkten, die im Kreislauf produziert werden, oder zu Naturprodukten. Das ist aber teuer und muss dem Konsumenten auch etwas wert sein. Wo wir auf jeden Fall auch angreifen, sind unsere eigenen Emissionen. In unserer CO₂-Bilanz haben wir festgestellt, dass 50 Prozent davon von den Dienstreisen stammen. Da muss es eine Verhaltensänderung geben und das müssen wir im Unternehmen auch vorleben.

Herr Prager, Sie vertreten 160.000 Handwerker, die in kleinen Unternehmen arbeiten. Wie können Sie bei einer solchen Komplexität für mehr Nachhaltigkeit sorgen?

Prager: Das Thema Nachhaltigkeit zieht sich durch die Ausbildung in sämtlichen Handwerksberufen, weil der Handwerker von Anfang

mit Rohstoffen ökonomisch wirtschaften muss, um erfolgreich zu sein. Wir versuchen, allen Betrieben die Marktperspektive aufzuzeigen: Was bedeutet es, wenn das Handwerk als der Umsetzer der Energie- oder der Verkehrswende ins Spiel kommt? Da werde ich als Betrieb schlecht eine Rolle spielen können, wenn ich mich selber nicht nachhaltig aufgestellt habe. Schauen Sie auf die Umsetzung der Pariser Klimaschutzziele alleine bei der Modernisierung von Gebäuden. Da müssen wir unsere Anstrengungen in den nächsten 15 Jahren vervierfachen, aber wir haben schon jetzt einen massiven Fachkräftemangel.

Wie können Sie den beheben?

Prager: Wir versuchen mit unseren Betrieben gemeinsam diesen Gedanken auch an junge Menschen weiterzugeben. Morgen könnten sie ja auch diejenigen sein, die ihren Lebensunterhalt dadurch verdienen wollen, dass sie die ökologische Erneuerung unseres Landes durch konkrete Bauvorhaben vorantreiben.

Herr Goldbeck, ist Nachhaltigkeit ein Argument für potenzielle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, bei Ihnen zu arbeiten?

Goldbeck: Ohne das Thema wirklich ernst zu nehmen, wird man nicht mehr teilnehmen am Wirtschaftsgeschehen – auf allen Seiten. Potenzielle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter werden sich nicht mehr bewerben. Und auch die Kunden haben den ausdrücklichen Wunsch, dass wir als Geschäftspartner nachhaltig wirtschaften. Tun wir das nicht, sind wir raus.

Eschweiler: Als Arbeitgeber müssen wir im Gesamten attraktiv sein. Unsere ganzen Hightech-Produkte und eine moderne Unternehmenskultur sind in der Hinsicht sehr hilfreich. Aber wir brauchen in unserer Wertschöpfungskette ja auch die anderen, die viel stärker betroffen sind, Zement- oder Stahlhersteller zum Beispiel. Und da ist die Aufgabe der grünen Transformation noch größer. Aus einer volkswirtschaftlichen Perspektive müssen wir sehen, dass diese Unternehmen genauso kluge Köpfe bekommen, »



HANDWERK HAT EIN GRÜNES HERZ UND DAMIT AUCH EINE GROSSARTIGE ZUKUNFT.



um die Transformation hinzubekommen.

Bentzinger: Das Thema Nachhaltigkeit ist fester Bestandteil in unseren Bewerbungsgesprächen. Leider wird in unserer Branche zwar gerne und häufig darüber berichtet, tatsächlich umgesetzt wird aber leider nach wie vor viel zu wenig. Uns ist es wichtig, dass wir Standards einhalten und diese Transparenz auch zeigen. Das sollen auch unsere Mitarbeiter spüren und mittragen. Im Konsumverhalten der Bevölkerung spielt das Thema aus unserer Sicht leider eine noch eher untergeordnete Rolle. Noch ist es den wenigsten Menschen mehr wert, dass ein Produkt nachhaltig hergestellt wird.

Ist Nachhaltigkeit auch ein Argument, das sie nutzen, damit junge Menschen mit Ihnen reisen?

Schmidt-Schönefeldt: Die Authentizität ist entscheidend dabei. Dann ist es auch der entscheidende Wettbewerbsvorteil, als Arbeitgebermarke und, um neue Kunden zu gewinnen. Wer erst in zwei, drei, vier, fünf Jahren damit

Dr. Jens Prager

anfängt, wird entsprechende Wettbewerbsnachteile haben. Insofern ist es eine Investition.

Heute heißt es überall, dass nur wer nachhaltig ist, auch erfolgreich wirtschaften kann. Merken Sie, dass sich die Investition in Nachhaltigkeit auch wirtschaftlich positiv niederschlägt?

Anstoetz: Ich kann CO₂-Ausstöße messen und weiß, wie viel unsere Photovoltaikanlage und unser Blockheizkraftwerk an CO₂ sparen. Aber darum geht es gar nicht. Es muss Bestandteil des Lebens werden, wie die Luft, die wir atmen, dass wir der menschengemachten Erderwärmung entgegensteuern. Und wenn wir das nicht tun, dann fällt uns das irgendwann auf die Füße. Ich hoffe immer, dass alle Menschen das Bewusstsein gewinnen, dass es was kostet.

Eschweiler: Bei unseren großen Kunden spielen schon jetzt in den technischen Spezifikationen die Emissions- und Energieeffizienz eine riesige Rolle. Und wenn man das dann nicht erfüllen kann, dann ist man eigentlich schon raus. Das



Burkhard Schmidt-Schönefeldt

Thema wird sich nun auch bei den kleinen und mittelgroßen Kunden durchsetzen. Es wird kein Wettbewerbsvorteil mehr sein, sondern ein Ausschlusskriterium. Die Investitionen in Nachhaltigkeit müssen sich aber auch rechnen. Allein in 2021 haben wir durch deutlich über siebenstellige Investitionen in unsere Facility einen um 25 Prozent geringeren Company Carbon Footprint erhalten – und die Investitionen amortisieren sich in weniger als drei Jahren. So lässt sich dann wunderbar das ökonomische Prinzip mit Nachhaltigkeit in Einklang bringen.

Prager: Ich würde gerne ein einfaches Beispiel aus dem Lebensmittelhandwerk ergänzen, das zeigt, wie sich Nachhaltigkeit lohnen kann. Der Fleischer ist ein Handwerksberuf, der seit Jahrzehnten dem Tode geweiht war, weil den Endverbrauchern der Wert des Produktes Fleisch nicht so bewusst war. Wir sehen aber nun beispielsweise in Städten wie Berlin, wo die Trendsetter zu Hause sind, dass das Fleischerhandwerk ein Revival erfährt. Die Tendenz geht dahin, dass die Kun-

den, wenn sie Fleisch essen wollen, hochwertig einkaufen möchten.

Zu nachhaltigem Wirtschaften gehört ja auch eine gewisse Langlebigkeit und eine gute Wiederverwertung, Stichwort Kreislaufwirtschaft. Wie sieht das im Modebereich aus?

Bentzinger: Second Hand spielt eher im Luxussegment eine Rolle. Einen Mantel, der 2.000 Euro gekostet hat, kann man sehr gut auch noch zehn Jahre lang und mehrfach weiterverkaufen. Bei einer Bluse für 49 Euro geht das vielleicht einmal. Für uns endet der Produktlebenszyklus aber natürlich nicht beim Konsum, unter anderem unterstützen wir Upcycling-Projekte und beteiligen uns an Forschungsprojekten zur Recycling-Fähigkeit von Textilien.

Schmidt-Schönefeldt: Im Bereich der Reisen ist das nicht so einfach, weil das Reisen an sich ja den Hauptteil der Emissionen verursacht. Neben den klimafreundlichen Reisearten setzen wir aber auch bei den Waren, die wir an den Reiseorten verwenden, auf Nachhaltigkeit, zum Beispiel bei Sonnensegeln, in den Küchen und bei anderen Materialien.

Anstoetz: Ganz einfach ist das bei uns auch nicht. Bei Kreisläufen müssten wir ja genau sagen können, was wir wo verwendet haben. Wir müssten eine Art Pfandsystem entwickeln und unsere Stoffe wiederbekommen. Daran arbeiten wir, aber das ist noch Zukunftsmusik. Wir haben schon ein zertifiziertes Produkt, das komplett biologisch abbaubar ist, das ist allerdings nur ein kleiner Teil der Kollektion.

Haben Sie das Thema auch auf dem Schirm, Herr Goldbeck?

Goldbeck: Klar, wir haben uns das

für die kommenden Jahre ganz oben auf die Agenda gesetzt. Wir müssen zum Beispiel die Verbindungen zwischen Bauteilen so konstruieren, dass man sie wieder lösen kann, um die Einzelteile nach der Nutzung sortenrein trennen zu können. Oder mit unserem Ingenieurs-Know-how dafür sorgen, dass wir möglichst wenig Material einsetzen. Früher war ja Massivbau sehr positiv besetzt, heute müssen wir so leicht wie möglich bauen und dennoch die Funktionalität und die ganzen Anforderungen, die ein Gebäude zu erfüllen hat, abbilden.

Eine letzte Frage an alle: Wo sehen Sie Ihr Unternehmen, Ihre Organisation im Jahr 2030, wenn es um das Thema Klimaschutzziele und Nachhaltigkeit geht?

Prager: Nachhaltigkeit oder nachhaltiges Wirtschaften muss bedeuten, dass die Handwerksbetriebe sozial, ökonomisch und ökologisch erfolgreich wirtschaften. Das bekannte Sprichwort, dass Handwerk goldenen Boden hat, würde ich gerne erweitern: Handwerk hat ein grünes Herz und damit auch eine großartige Zukunft.

Bentzinger: Ganz kurz: Wir wollen als Unternehmen in der Branche für Verantwortung stehen, ökologische, ökonomische und soziale Standards vereinbaren, Verantwortung übernehmen und marktgerecht agieren.

Schmidt-Schönefeldt: Wir wollen es so weit wie möglich schaffen, dass Jugendreisen klimaneutral werden. Das ist eine große Aufgabe. Und das wird sich in den Reisezielen niederschlagen, in der Art der Anreise und der Unterkünfte. Ich bin zuversichtlich, dass wir das schaffen.

Anstoetz: Im Jahre 2030 soll mindestens die Hälfte unserer Kollektionen aus recycelbaren Stoffen bestehen, die wir nach dem Cradle-to-Cradle-Prinzip verwerten können. Unsere Flotte wollen wir bis dahin auf erneuerbare Energien umgestellt haben, und wir wollen die Energie, die wir benötigen, selbst gewinnen, mit unseren Photovoltaikanlagen und unserem Bioblockheizkraftwerk.

Eschweiler: Die Ziele für unsere CO₂-Bilanz sind ganz konkret: Auf Basis des Ausgangsjahres 2019 werden wir in den Scopes 1 und 2 unsere Emissionen um mindestens 50 Prozent reduziert haben, im Scope 3 um mindestens 25 Prozent. Ich frage mich nur, ob man da überhaupt drüber reden muss, weil diese Ziele ja das Pariser Klimaschutzabkommen vorgibt. Umso wichtiger ist es für uns, dass wir eine aussagekräftige CO₂-Bilanz haben, inklusive unseres Upstreams und Downstreams. Und alle Maßnahmen, die sich daraus ergeben, müssen auf diese Ziele einzahlen.

Goldbeck: Auch wir haben uns vorgenommen, in der kommenden Dekade in der Branche der Maßstab für das Thema Nachhaltigkeit zu werden. Uns ist dabei wichtig, dass wir jetzt skalierbare Lösungen finden. Sie müssen auch für die Breite und die Vielzahl an Gebäuden, die unser Wirtschaftsleben erfordert.

Ein Video von diesem Gespräch finden Sie hier:



www.das-kommt-aus-bielefeld.de/nachhaltige-zukunft



EIN KONSEQUENTER WANDEL IST UNVERMEIDLICH

Eines ist ganz klar: Es gibt keine einfachen Antworten auf die drängendsten Fragen unserer Zeit.

Zu vielschichtig sind die angehäuften Probleme geworden, die unsere Welt bedrohen.

Entsprechend komplex sind die Lösungsansätze von Vordenker*innen, Expert*innen, Philosoph*innen und Unternehmer*innen. Eine Erkenntnis ist allen gemein: Die einzige Chance, Zukunft vernünftig und

verantwortungsbewusst zu gestalten, ist mit dem Begriff Nachhaltigkeit verbunden.

Nachhaltigkeit im Sinne des ökologischen, ökonomischen und sozialen Handelns.

ASPEKTE FÜR EINE NACHHALTIGE NEUORIENTIERUNG

Auf allen Ebenen unserer Gesellschaft besteht Handlungsbedarf und es wird deutlich: Ein konsequenter Wandel ist unvermeidlich. Denkanstöße und Handlungsempfehlungen, wie dieser Wandel umgesetzt werden muss, gibt es für alle Bereiche unseres Lebens. Kluge Köpfe aus unterschiedlichsten Disziplinen haben diese schon längst formuliert. Wenn wir es schaffen, diese in Taten umzusetzen, kann der Wandel gelingen. Nachfolgend beispielhaft fünf beachtenswerte Meinungen, über die es nachzudenken lohnt.

Prof. Dr. Maja Göpel **Generalsekretärin des WBGU**

„Die Geschichte vom ewigen Wachstum des Konsums für alle ist nicht aufgegangen, weder ökologisch noch sozial. So haben wir beispielsweise immer daran festgehalten, dass unendliches wirtschaftliches Wachstum notwendig ist, um dann das Reparieren der Ökosysteme, die Technologieentwicklungen und auch die Umverteilung an sozial Schwächere bezahlen zu können. Wenn wir seit 50 Jahren massive Umweltprobleme dokumentieren und Zusammenhänge immer besser verstehen, aber den Trend dennoch nicht gedreht bekommen, sollten wir die Denkstrukturen hinter den bisherigen Lösungen auf den Prüfstand stellen.“

Verena Pausder **Unternehmerin, Gründerin und Vorsitzende des Vereins „Digitale Bildung für Alle e.V.“**

Kindern chancengleichen Zugang zu digitaler Bildung zu ermöglichen ist in ihren Augen eine der Kernvoraussetzungen für die Zukunftsfähigkeit unseres Landes. „Wir haben kein Erkenntnisproblem. Wir wissen doch, was zu tun ist“ und „Wer sagt denn, dass wir nicht vielleicht andere Wege gehen können, um besser zum Ziel zu kommen?“

Prof. Dr. Markus Gabriel **Lehrstuhl für Erkenntnistheorie, Philosophie der Neuzeit und Gegenwart Universität Bonn**

Angesichts der aktuellen Krisen sieht Prof. Gabriel die Geschichte am Scheideweg. „Der Menschheit droht die vollkommene Selbstausrottung durch ihren eigenen naturwissenschaftlich-technologischen Fortschritt und dem Aufbau fataler Systeme ungerechter Ressourcenverteilung“, sagt er in einem Interview mit der

„Augsburger Allgemeinen“. „Die einzige Möglichkeit, das zu verhindern, sei, diesen Fortschritt an moralische Einsichten zu koppeln. Doch dieser Prozess kann und wird Jahrhunderte in Anspruch nehmen“, fügte Gabriel hinzu. Das gelte vor allem in der Krise, die durch den Klimawandel sichtbar werde: „Wir werden in diesem Jahrhundert keine angemessene Harmonie mit der Natur finden, das dauert länger, dafür haben wir zu lange nur auf die technologische Unterwerfung der Natur in und außer uns gesetzt.“

Ferdinand von Schirach **Jurist, Dramatiker und Schriftsteller**

Er formulierte in dem Corona-Gesprächsband „Trotzdem“ mit Alexander Kluge: „Vielleicht zum ersten Mal in der Geschichte der modernen Staaten haben wir gesehen, dass die Politik alles ermöglichen kann. Nie wieder wird deshalb ein Politiker zu einer jungen Frau sagen können, Klimaschutzmaßnahmen seien nicht zu verwirklichen, weil sie zu teuer sind, zu kompliziert oder die Gesellschaft zu sehr einschränken. Wir können offenbar alles, wenn Gefahr droht, das haben wir jetzt gelernt. Und warum sollten wir die Lehren nicht ins Positive wenden?“

„Wir haben längst eine neue Epoche betreten, die Umwälzungen der letzten Jahrzehnte waren gewaltig. Der Rahmen, in dem wir leben, muss deshalb erweitert werden.“ Unter diesem Eindruck formulierte von Schirach seine viel beachteten sechs neuen Grundrechte für die Europäische Verfassung und stellte sie zur Diskussion, darunter:

Artikel 1 – Umwelt:

Jeder Mensch hat das Recht, in einer gesunden und geschützten Umwelt zu leben.

Artikel 4 – Wahrheit:

Jeder Mensch hat das Recht, dass Äußerungen von Amtsträgern der Wahrheit entsprechen.

Artikel 5 – Globalisierung:

Jeder Mensch hat das Recht, dass ihm nur solche Waren und Dienstleistungen angeboten werden, die unter Wahrung der universellen Menschenrechte hergestellt und erbracht werden.



LUCKY BIKE

NACHHALTIG MOBIL

Wer mit Fahrrädern und E-Bikes handelt, der unterstützt quasi automatisch den Schritt hin zu einer klimaverträglichen Mobilität. Doch auf diesen Lorbeeren mag sich Christian Morgenroth nicht ausruhen. „Es gehört zu einem modernen Unternehmen dazu, eine Vorbildrolle zu übernehmen“, unterstreicht der Geschäftsführer, der das Unternehmen 1994 mit Thomas Böttner gegründet hat. „Und da wir eh ein nachhaltiges Unternehmen sind, ist uns das Engagement in diesem Bereich sehr wichtig.“

TEXT: Stefanie Gomoll · FOTOS: Lucky Bike, foto Kathrein

Die Lucky Bike.de GmbH ist eines der größten Fahrrad-Handelsunternehmen Deutschlands. Zu dem Unternehmen gehören die Marken Lucky Bike und Radlbauer. Neben dem Hauptsitz in Bielefeld bieten deutschlandweit 29 weitere Filialen mehr als 100.000 Markenräder an – Beratung, Serviceleistung und Teststrecken inklusive. Reichlich „Stoff“ also für die Verkehrswende und auch Christian Morgenroth ist privat ein begeisterter Fahrradfahrer. „In die Stadt fahre ich eigentlich gar nicht mehr mit dem Auto“, verrät der Geschäftsführer. „Aber vor allem nutze ich das Rad sportlich, in der Freizeit. Das macht der ganzen Familie Spaß. Ich selbst fahre gerne Mountainbike und finde es toll, durch das E-Bike den Radius und das Höhenprofil zu erweitern.“

Apropos erweitern: Oberstes Ziel von Lucky Bike ist eine vollständige Klimaneutralität. „Wir rechnen damit, dass allerspätestens in fünf Jahren ein Nachhaltigkeitsbericht von Unternehmen unserer Größenordnung erwartet wird“, unterstreicht Christian Morgenroth. „Deshalb stellen wir uns schon jetzt unserer sozialen und ökologischen Verantwortung und erklären das zur Chefsache.“ Sein Ziel steuert das Unternehmen auf ganz verschiedenen Wegen und mit vielfältigen Maßnahmen an. Es hat eine systematische Nachhaltigkeitsstrategie erarbeitet, die alle bisherigen Initiativen unter dem Namen „Lucky World“ bündelt und erweitert. „Es gibt eine Menge Dinge, die man mit mehr oder weniger Aufwand tun kann“, erklärt Christian Morgenroth. „Wenn man einmal anfängt, entwickelt das eine eigene Dynamik und auch die MitarbeiterInnen haben Ideen, wo man ansetzen könnte.“ Dass sie da selbst möglichst mit dem Rad zur Arbeit pendeln bzw. ihre E-Autos vor Ort aufladen können, versteht sich von selbst. An anderer Stelle – so hat Corona gezeigt – lassen sich Fahrten komplett ersetzen, etwa durch Telefonkonferenzen. Ein weiterer wichtiger Bereich sind Müllvermeidung und Recycling. Standard-



Wir rechnen damit, dass allerspätestens in fünf Jahren ein Nachhaltigkeitsbericht von Unternehmen unserer Größenordnung erwartet wird. Wir stellen uns schon jetzt unserer sozialen und ökologischen Verantwortung, erklären das zur Chefsache.

Christian Morgenroth
Geschäftsführer
Lucky Bike.de

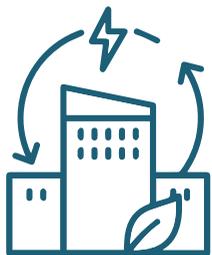
Store in Bielefeld, der zugleich Unternehmenszentrale ist, wird auf Nachhaltigkeit gesetzt. So wurde unter anderem viel Holz verbaut, das eine bessere Öko-Bilanz hat als Beton. Seiner Verantwortung für Mensch und Umwelt fühlt sich Lucky Bike auch über Deutschland hinaus verpflichtet. Das spiegelt sich etwa in dem langfristigen Engagement für „Safari Simbaz“ in Kenia wider. Das Hilfsprojekt, das 1998 von der afrikanischen Radfahrerlegende David Kinjah ins Leben gerufen wurde, bietet benachteiligten Jugendlichen Bildung durch Sport: Sie können professionell Fahrrad fahren und lernen, Fahrräder zu reparieren. Lucky Bike engagiert sich seit dem Frühjahr 2019 für das Projekt.

maßnahmen wie der Verzicht auf Plastiktüten und die fachgerechte Entsorgung von Akkus sind bei Lucky Bike schon lange selbstverständlich. „Beim internem Transfer fällt gar keine Verpackung mehr an“, ergänzt der Unternehmer. „Wir arbeiten mit einer Art wiederverwendbaren Taschen, die zum Schutz über die Räder gezogen werden. Außerdem bemühen wir uns aktiv, unsere Lieferanten einzubeziehen. Gerade haben wir eine Kooperation mit der Firma Schwalbe angestoßen, die Altreifen zurückerkauft. Die Entsorgung war bislang schwierig, jetzt werden sie wiederverwendet und recycelt.“ Auch komplette alte Räder kommen nicht einfach auf den Schrott, sondern werden wieder auf Vordermann gebracht. „In Leipzig haben wir eine Filiale, die einmal im Monat einen Gebrauchtraderverkauf macht, das finde ich sinnvoll. Und ich denke, dass sich die Wegwerfmentalität in unserer Gesellschaft generell gerade ändert.“ Ein weiterer Punkt ist der Energieverbrauch. „Wir setzen auf 100 Prozent Ökostrom und unser Ziel ist die komplette Selbstversorgung über Photovoltaik.“ Selbst bei ganzen Gebäuden wie der im Sommer 2021 nach einem vollständigen Neubau wiedereröffnete Flagship-

NACHHALTIG UNTERWEGS

Egal ob klein oder groß, ob Start-up oder Traditionsunternehmen – die Bielefelder Wirtschaft ist auf dem Weg. Sie geht die Herausforderungen, die die grüne Transformation mit sich bringt, konsequent an: CO₂-Reduktion und -Vermeidung, Klimaneutralität, Ressourcenschonung, neue nachhaltige Produkte, Kreislaufwirtschaft, Remanufacturing und, und, und. Wir zeigen Ihnen anhand einiger Beispiele, was in Bielefeld so alles geht.

TEXTE: Corinna Bokermann und Eike Birck



GEBÄUDE SIND DIE ROHSTOFFDEPOTS DER ZUKUNFT



NATURNAHE BEGRÜNUNG ALS GRUNDLAGE FÜR BIOLOGISCHE VIELFALT

Schüco Branchen-Pionier

Nachhaltig bauen gehört zum Markenkern von Schüco, einer der Technologieführer für Gebäudehüllen und weltweit bekannt für Fenster, Türen und Fassaden. Mit dem Projekt „Go Circular“ verfolgt das Bielefelder Unternehmen die Idee, dass Gebäude die Rohstoffdepots der Zukunft sind. Dabei wird der Übergang von einer linearen zu einer zirkulären Bauweise, also zu geschlossenen Wertstoffkreisläufen, aktiv vorangetrieben. Die Anzahl der Produkte, die sich nach ihrer Nutzung problemlos in den Wertstoffkreislauf zurückführen lassen, wird kontinuierlich ausgebaut. So hat Schüco bereits 55 Cradle-to-Cradle-zertifizierte Profile im Portfolio. Der Nachhaltigkeitsanspruch gilt auch für den eigenen Neubau Schüco One am Standort Bielefeld, der – weltweit einmalig – nicht nur eine, sondern drei Zertifizierungen erhalten soll: LEED, BREEAM und DGNB. Darüber hinaus hat sich das Unternehmen wissenschaftsbasierte CO₂-Reduktionsziele gesetzt und will bis 2040 keine klimaschädlichen Emissionen mehr verursachen. „Klimaschutz und Ressourcenschonung gehören zu den wichtigsten Aufgaben meiner Generation – denn wir stehen in der Verantwortung, Veränderungen jetzt anzutreiben. Hier kann die Baubranche schon heute mit energie-sparenden und kreislauffähigen Produkten

einen wirksamen Beitrag leisten“, betont Andreas Engelhardt, persönlich haftender Gesellschafter Schüco International KG (mehr auf Seite 28).

Halfar Sustainable Company of the Year 2021

Der Spezialist für Spezial- und Werbetaschen hat viel Aufwand zur naturnahen Begrünung seiner Unternehmensstandorte in Bielefeld-Oldentrup und -Altenhagen betrieben – herausgekommen sind zwei Paradiese für Insekten und Vögel. Diese Flächen sind eine lebenswichtige Grundlage für biologische Vielfalt. „Wir müssen uns in den Städten schleunigst Gedanken darüber machen, wie wir mehr naturnahe und heimische Bepflanzung hineinbekommen. In den Städten ist es durch das fehlende Grün schon jetzt vier bis fünf Grad wärmer als auf dem Land und es fehlen Überlebensinseln für Insekten und Vögel“, sagt der geschäftsführende Gesellschafter Armin Halfar. Bereits 2001 hat Halfar eine erste Photovoltaik-Anlage auf dem Dach des Firmengebäudes installiert und sich seit 2012 bereits dreimal als ÖKOPROFIT®-Betrieb zertifizieren lassen. Die Nachhaltigkeit bei Halfar begann im Kleinen und reicht heute bis zur Einführung einer eigenen Umweltstrategie. Bei allen Bestrebungen richtet sich das Unternehmen nach

den 17 Sustainable Development Goals der UN. Noch ist das Unternehmen in Gänze nicht CO₂-neutral, aber die Gebäude an den zwei Bielefelder Standorten sind es bereits, ebenso die Transportwege aus den Herstellungsländern und zu den Kund*innen. Ab Januar 2022 werden alle Werbetaschen aus dem Standardsortiment CO₂-neutral gestellt. Damit beschreitet das Unternehmen weiter den Weg zur vollständigen Klimaneutralität.

Algenium

Pflanzen mit Zukunft

Algen gelten als Hoffnungsträger, die der Bioökonomie die nötige Schubkraft verleihen. Das Bielefelder Start-up Algenium beschäftigt sich intensiv mit der Zucht von Mikroalgen. Sie enthalten große Mengen an wertvollen Proteinen – mehr als Soja –, Vitaminen, natürlichen Carotinoiden, mehrfach ungesättigten Fettsäuren und vielem mehr. Dies macht sie u. a. für die Nahrungsmittelindustrie, für die Kosmetik-, Pharmazie-, Chemie- und die Bioenergiebranche so interessant. Außerdem sind Mikroalgen nicht nur prall gefüllte Proteinlieferanten, sondern mit dem wissenschaftlichen Know-how der Gründer können sie so kultiviert werden, dass sie auch zu einem wichtigen Lieferanten von Kohlenhydraten werden – und man kann sogar Bioplastik aus den kleinen Pflänzchen herstellen. Um ein effizientes und ressourcenschonendes Arbeiten zu gewährleisten, setzt Algenium bei der „Algenzucht made in Bielefeld“ moderne Überwachungs- und Sensortechnik zur optimalen Steuerung der Anlagen ein. Verantwortung für die Zukunft trägt dabei allerdings nicht nur die Wirtschaft: „Erst wir Verbraucher tragen mit unserer Nachfrage zum Erreichen einer weiterhin lebenswerten Welt bei“, so die Überzeugung der Algenium-Gründer Dr. Johann Meyer zu Bentrup, Dr. Dominik Cholewa und Dr. Viktor Klassen.

ZF Friedrichshafen „Cradle to Cradle“

Als einer der weltweit führenden Automobilzulieferer engagiert sich ZF Friedrichsha-

fen seit mehreren Jahrzehnten im Bereich Nachhaltigkeit nach dem Cradle-to-Cradle-Prinzip. Die industrielle Wiederaufarbeitung (Remanufacturing) von gebrauchten Antriebskomponenten spielt am Ökoprofit-zertifizierten ZF-Standort Bielefeld eine wichtige Rolle. Über 200 Mitarbeitende beschäftigen sich mit der Aufarbeitung von Antriebstrangkomponenten wie Kupplungen, Drehmomentwandler und Ausrücksystemen. „Die erfolgreiche Zertifizierung des Kupplungsausrücksystems ConAct nach ‚Cradle to Cradle-Standard‘ stellte uns vor eine besondere Herausforderung, weil hier erstmals auch elektrische Komponenten verbaut sind,“ berichtet Standortleiter Jörg Witthöft. Eine zirkuläre Wertschöpfung kann nur dann erfolgreich betrieben werden, wenn ein funktionierendes Rückführsystem für Altteile etabliert ist. Schon bei der Entwicklung eines Produktes wird bei ZF an die Wiederverwendung gedacht. „Design for Remanufacturing“ ist eine wichtige Grundlage für eine zirkuläre Wertschöpfung nach dem Cradle-to-Cradle-Prinzip und damit für einen Produktkreislauf mit Zukunft. Für diese konsequente Kreislaufwirtschaft erhielt ZF 2018 den Umwelt- und Klimaschutzpreis der Stadt Bielefeld.

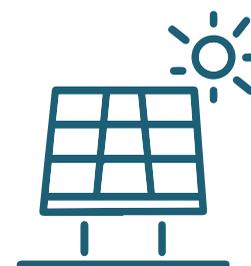
JAB ANSTOETZ Group

Seit 2021 klimaneutral

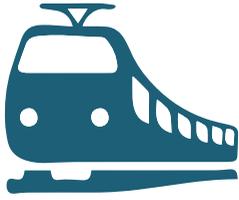
In der Textilbranche setzt die JAB ANSTOETZ Group mit den Marken climatex® und Nature Protect Maßstäbe in puncto Kreislauffähigkeit. Die Textilinnovationen tragen das begehrte und nur sehr selten vergebene Zertifikat „Cradle-to-Cradle“. Die Technologie „OceanSafeTM“, die für die Herstellung der Nature Protect-Stoffe eingesetzt wird, gewann 2021 den Deutschen Nachhaltigkeitspreis Design. Die JAB ANSTOETZ Group unterstützt die Klimaziele von Paris, die UN-Ziele für nachhaltige Entwicklung und ist Mitglied des UN Global Compact Netzwerks sowie der Stiftung Allianz für Klima und Entwicklung. Schon 2004 setzte die Unternehmensgruppe auf eine großflächige Photovoltaikanlage zur nachhaltigen Ener- >>



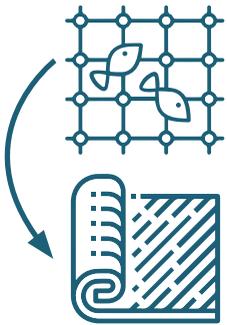
**ERFOLGREICHE
ZIRKULÄRE
WERTSCHÖPFUNG
FÜR EINEN
PRODUKTKREISLAUF
MIT ZUKUNFT**



**GROSSFLÄCHIGE
PHOTOVOLTAIK-
ANLAGEN ZUR
NACHHALTIGEN
ENERGIEGEWINNUNG**



**UMFASSENDES
MOBILITÄTSKONZEPT
ZUR VERRINGERUNG
DER CO₂-
EMMISSIONEN
DURCH BERUFLICHE
FAHRTWEGE**



**RECYCLING:
MIT JEDER TONNE
FISCHERNETZE
KÖNNEN RUND
1.000 QUADRATMETER
BODENBELAG
HEGESTELLT
WERDEN**

giegewinnung und seit 2012 versorgt das Biogas-Blockheizkraftwerk die JAB ANSTOETZ Group und BW Bielefelder Werkstätten, in dem die Möbel produziert werden, mit Heizenergie. Um das Unternehmen nachhaltig weiterzuentwickeln und um besser Einsparpotenziale zu erkennen, wird im Jahr 2022 das EMAS Umweltmanagementsystem eingeführt. Es handelt sich um das weltweit anspruchsvollste Umweltmanagementsystem und ist ein Mix aus Umweltmanagement und Umweltbetriebsprüfung. „Unsere Managementpolitik beruht auf aktivem Qualitäts-, Umwelt- und Energiemanagement, wobei selbstverständlich auch der Arbeits- und Verbraucherschutz zentrale Elemente sind“, macht Claus Anstoetz, Geschäftsführender Gesellschafter, deutlich.

**Böllhoff Gruppe
Bis 2030 klimaneutral**

Bis zum Jahr 2030 will die Bielefelder Böllhoff Gruppe, weltweit Partner für 360° Verbindungstechnik mit Montage- und Logistiklösungen, klimaneutral sein. Um dieses Ziel zu erreichen, setzt der Verbindungsspezialist in den kommenden Jahren zahlreiche Maßnahmen um – sowohl national als auch international. Bereits geplant ist der Bau eines neuen Blockheizkraftwerks am Standort Bielefeld ab 2022 sowie die Erarbeitung eines umfassenden Mobilitätskonzeptes. Denn die CO₂-Emissionen durch berufliche Fahrtwege der Mitarbeitenden – die bereits 2020 64.804 Kilometer per Bahn zurücklegten – soll verringert werden. „Wir werden den Weg hin zur Klimaneutralität konsequent weiter beschreiten“, sagt Wilhelm A. Böllhoff. „Um die nötigen Maßnahmen noch zielgerichteter planen und umsetzen zu können, haben wir Nachhaltigkeit als zentrales Fokusthema in unsere Unternehmensstrategie 2021-2024 eingebunden“, fügt Michael W. Böllhoff hinzu. In den nächsten Jahren sollen an allen Böllhoff Standorten weltweit beispielsweise anspruchsvollere CO₂-Bilanzziele ausgerollt und fossile Energieträger durch erneuerbare Energien ersetzt werden.

Circuly

Mieten statt kaufen

Kaufen, nutzen, entsorgen. Diese Denkweise verschlingt nicht nur riesige Mengen an Rohstoffen und Energie, sie überschreitet auch die natürlichen Grenzen einer Welt mit endlichen Ressourcen. Die circuly GmbH aus Bielefeld setzt auf den ökologischen Ansatz „mieten statt besitzen“. „Wir sind eine Purpose-driven Company. Unser Name spiegelt bereits unseren grundlegenden Gedanken. Circular Economy – weg von der Einmal-Nutzung hin zur Kreislaufwirtschaft“, so die Unternehmensgründer Viktoria Erdbrügger und Nick Huijs. Mit ihrer Software-as-a-Service setzt circuly auf das Potential der Kreislaufwirtschaft im Bereich E-Commerce. Die ganzheitliche Software bietet Unternehmen die Möglichkeit, ihre Mietvorgänge zu verwalten und innerhalb kürzester Zeit ein Mietgeschäft zu lancieren und zu skalieren. Die Software lässt sich dazu einfach in bestehende E-Commerce Shops integrieren. Dabei verwaltet die ganzheitliche Software alle Mietvorgänge über den gesamten Produktlebenszyklus. „Unternehmen können sich einen neuen, innovativen und nachhaltigen Absatzkanal aufbauen, der Zugang zu neuen Kundengruppen und zusätzlichen Umsatz bringt“, so Viktoria Erdbrügger und Nick Huijs, die ihr Start-up in 2019 gegründet haben.

Carpet Concept

Nachhaltiger Auftritt

„Nachhaltigkeit war für uns schon immer ein ganzheitliches Thema. Für uns bedeutet es einen respektvollen Umgang mit der Natur, den Menschen sowie den Ressourcen, die uns zur Verfügung stehen“, sagt Thomas Trenkamp von der Carpet Concept Objekt-Teppichboden GmbH. Für die nachhaltige Gestaltung von Innenräumen greift das Bielefelder Unternehmen für seine hochwertigen Teppichböden auf upgecycelte und recycelte Garne zurück. Das Material dafür wird aus Industrieabfällen wie PET-Flaschen oder gebrauchten Fischernetzen gewonnen. Letztere werden oft achtlos in den Weltmeeren versenkt. Die Organisation



**Klimaschutz und
Ressourcenschonung gehören
zu den wichtigsten Aufgaben
meiner Generation.**

Andreas Engelhardt
Persönlich haftender Gesellschafter
Schüco International KG

„Healthy Seas“ sammelt und recycelt diese Netze aus Nord- und Ostsee sowie dem Mittelmeer. Auf Basis des gewonnenen Nylon-Wertstoffs wird mit dem Garnhersteller „Aquafil“ – 2014 ausgezeichnet mit dem Deutschen Nachhaltigkeitspreis für Ressourcen-Effizienz – ein so genanntes Econyl-Garn produziert. Aus diesem webt Carpet Concept schließlich seine Teppichböden. Das Recycling der Fischernetze lohnt sich übrigens: Mit jeder Tonne Netze lassen sich rund 1.000 Quadratmeter Bodenbelag herstellen.

**Keep Ya Hands Clean
Saubere Sache**

Ganz im Sinne von Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung setzt Keep Ya Hands Clean auf (Hand-)Hygiene-Produkte, die die Hände zuverlässig ohne Wasser, Seife oder Waschen reinigen. Die Hände-Desinfektion mit desinfizierenden, pflegenden und natürlich duftenden Inhaltsstoffen aus kontrolliert biologischem Anbau ist zudem vegan, nachhaltig verpackt und nachfüllbar. 80 Prozent Bio-Alkohol sorgen für eine gründliche hygienische Reinigung, ätherische Öle und pflegende Essenzen übernehmen den Pflegepart. Produziert und abgefüllt wird – ebenfalls mit Blick auf Ressourcenschonung und Nachhaltigkeit – in Deutschland. Eine saubere Sache in puncto Kreislaufwirt-

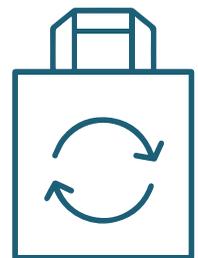
schaft sind auch die langlebigen Glasflaschen, die zu Hause oder in Unverpackt-Läden nachgefüllt werden können. „Glas ist für uns aktuell die ökologisch sinnvollste Verpackung“, macht Jenny Adamczak, Geschäftsführerin und Gründerin des Bielefelder Start-ups deutlich. Müll vermeiden, wann immer es geht, heißt daher auch: Große Flaschen sind sexy. In der Kombination aus „Mehrweg“ und „Regionalität“ – Keep Ya Hands Clean bezieht seine Flaschen aus Deutschland – sieht das Start-up seinen Weg hin zur Kreislaufwirtschaft. Denn die Hände reinigen und dabei die Umwelt verschmutzen, kommt für Jenny Adamczak nicht in Frage.

**Mitsubishi HiTec Paper
Papier im Kreislauf**

Mit BARRICOTE® hat Mitsubishi HiTec Paper aus Bielefeld besonders nachhaltige Barrierepapiere für flexible Verpackungen von Lebensmitteln und Non-Food entwickelt. Denn barricote Papiere bieten nicht nur wirkungsvolle kombinierbare Barrieren (gegen Wasserdampf, Fett, Mineralöl-Migration [MOSH/MOAH], Sauerstoff) sowie sehr gute Heißsiegelfähigkeiten. Sie sind vor allem vollständig rezyklierbar und können dem normalen Altpapierkreislauf zugeführt werden. Darüber hinaus enthalten barricote Papiere einen hohen Anteil nachwachsender Rohstoffe und sind frei von PVDC. Ihr CO₂-Fußabdruck ist ca. 30 % besser als der vergleichbarer Kunststoffverpackungen. Namhafte Markenartikel setzen auf BARRICOTE®, wenn Lebensmittel oder andere Waren weltweit von Kunststoff auf Papierverpackungen umgestellt werden. Zumal barricote Produkte in verschiedenen Klimazonen als Primär- und Sekundärverpackungen einsetzbar und mit zertifizierter Meereswasser-Zersetzbarkeit erhältlich sind. Barricote Papiere wurden vielfältig ausgezeichnet. So erhielt Mitsubishi kürzlich den Umweltpreis der Wirtschaft Schleswig-Holsteins 2021 mit der Begründung, dass das Barrierepapier „einen innovativen Beitrag zur Abfallvermeidung und Nachhaltigkeit“ leiste.



**RESSOURCENSCHONUNG UND
NACHHALTIGKEIT
DURCH HYGIENE-
PRODUKTE
OHNE WASSER
UND SEIFE**



**BARRICOTE®
NACHHALTIGE
BARRIEREPAPIERE
FÜR FLEXIBLE
VERPACKUNGEN**



VERANTWORTUNG ÜBERNEHMEN

PETER STOCKMEIER

„Nachhaltigkeit ist das Megathema der nächsten Jahre. Dafür tragen wir als Unternehmen Verantwortung“, betont Peter Stockmeier. Überhaupt zieht sich das Stichwort Verantwortung wie ein roter Faden durch das Gespräch. Bezogen auf ganz verschiedene Bereiche ist es fest verankert in der DNA des 1920 gegründeten Familienunternehmens. „Die Stockmeier Gruppe übernimmt Verantwortung für ihre Mitarbeitenden, ihr Geschäft, die Umwelt und die Gesellschaft. Verantwortungsbewusstes, nachhaltiges Handeln und wirtschaftlicher Erfolg gehören für uns zusammen“, bringt es der geschäftsführende Gesellschafter auf den Punkt.

TEXT: Stefanie Gomoll · FOTOS: Stockmeier Group

Er selbst hat in mittlerweile dritter Generation Verantwortung für die Stockmeier Gruppe übernommen. „Das Unternehmen ist immer ein Teil der Familie gewesen und ich bin da einfach reingewachsen. Schon während meiner Kindheit war es am Frühstückstisch ein Thema, am Wochenende habe ich meinen Vater in die Firma begleitet und später in den Ferien im Lager gearbeitet“, erinnert sich Peter Stockmeier. „So habe ich früh eine emotionale Bindung aufgebaut.“ Eine Lehre im Groß- und Außenhandel war für ihn die Bestätigung: „Da habe ich Blut geleckt und wusste, das ist genau der richtige Beruf. In den letzten 30 Jahren habe ich es nie bereut, diesen Weg eingeschlagen zu haben.“

Verwurzelt in Bielefeld

Ebenso verbunden fühlt sich Peter Stockmeier seiner Heimatstadt. „Mein Großvater hat das Unternehmen vor 100 Jahren in Bielefeld gegründet, mein Vater hat es in den 60ern übernommen und das Fundament geschaffen, auf dem ich aufbauen konnte. Unsere Familie ist hier seit vielen Dekaden zuhause. Ich fühle mich wohl in der Stadt, bin hier zur Schule gegangen, habe meine sozialen Wurzeln hier. Obwohl wir in den

letzten 20 Jahren stark gewachsen und ein internationales Unternehmen geworden sind, wird Bielefeld immer die Zentrale sein, wo die Fäden zusammenlaufen.“ Hier verwurzelt zu sein, bedeutet für den Geschäftsführer auch, sich sozial für seine Heimatstadt einzusetzen. Durch die Stockmeier Stiftung wird zum Beispiel der Bau des Kinderkrankenhauses in Bethel unterstützt oder der Verein Tabula und gemeinsam mit der Stadt Bielefeld das Programm Sports4Kids ins Leben gerufen und langfristig unterstützt. Generell möchte der Geschäftsführer eine Lanze brechen für die lebenswerte Stadt am Teutoburger Wald. „Bielefeld hat ja immer ein bisschen das Image der grauen Maus“, sagt Peter Stockmeier mit einem Schmunzeln. „Aber Mitarbeiter, die neu hierherkommen, sind oft überrascht, wie schön es hier ist. Bielefeld ist eine grüne Stadt mit vielen Angeboten. Und gerade, was den Wohnraum angeht, nicht zu vergleichen mit Metropolen wie München, wo eine Familie in der Innenstadt keine bezahlbare Wohnung mehr findet. Außerdem ist Ostwestfalen-Lippe wirtschaftlich eine starke Region mit vielen großartigen Familienunternehmen. Wir fühlen uns am Standort





Die Zentrale der Stockmeier Gruppe im Herzen von Bielefeld. Von hier aus wird das internationale Geschäft an über 50 Standorten weltweit vorangetrieben.

Bielefeld wohl und haben vor Ort viele Kunden, mit denen wir seit Jahrzehnten Geschäftsbeziehungen pflegen. Auch in der Hinsicht gibt es eine lange Tradition und Verwurzelung."

Alle in einem Boot

Womit auch schon wieder die Verbindung zum Leitthema geschaffen wäre, denn der Mittelstand ist in der Region stark vertreten und wiederum mit verantwortlich für deren wirtschaftlichen Erfolg. „Überhaupt ist der Mittelstand die tragende Säule der deutschen Wirtschaft“, unterstreicht Peter Stockmeier und ergänzt: „Die deutliche Mehrheit aller Mitarbeitenden in Deutschland ist im Mittelstand beschäftigt.“ Für den Bielefelder verbirgt sich genau dort auch eines der „Erfolgsgeheimnisse“ von Familienunternehmen. „Es gibt einfach eine enge emotionale Bindung zwischen Firmeninhaber und Mitarbeitenden. Man sitzt gedanklich in einem Boot. Das ist etwas Anderes als bei einem Konzern, wo regelmäßig wechselnde Personen Verantwortung übernehmen – das meine ich ganz ohne Wertung. Ein Familienunternehmen kann langfristig ganz anders agieren als ein börsennotiertes Unternehmen, das in Quartalen oder Halbjahren denkt. Und man hat natürlich ein großes Eigeninteresse daran, die Firma voranzubringen. Das gelingt, indem man sich

mit dem Beruf identifiziert, sich voll einbringt, ein Vorbild ist und die Mitarbeitenden mitnimmt.“

Die Null im Blick

Genau Letzteren fühlt sich die Stockmeier Gruppe ebenso verpflichtet wie der Umwelt. „Als Chemiebetrieb muss man sich seiner Verantwortung bewusst sein“, unterstreicht der Geschäftsführer. „Der verantwortungsbewusste Umgang mit Gefahrstoffen ist in der Stockmeier Gruppe selbstverständlich.“ Auffangwannen unter Lager- und Abfülleinrichtungen, Abwasserbehandlungsanlagen, emissionsmindernde Maßnahmen, Brandmelde- und Sprinkleranlagen sind nur ein Teil des Sicherheitssystems. Die Fachkräfte für Arbeitssicherheit arbeiten eng mit den Mitarbeitenden zusammen, um sichere und gute Arbeitsbedingungen zu gewährleisten, die Umsetzung der Gesundheits- und Sicherheitsrichtlinien zu überprüfen und maßgeschneiderte Lösungen zu bieten. „Wir haben stets die Null im Blick“, fasst Peter Stockmeier die Unternehmens-Devise zusammen: „null Unfälle und arbeitsbedingte Verletzungen und null Toleranz bei Verstößen gegen die Grundsätze eines ordnungsgemäßen Geschäftsgebarens.“ Dazu gesellt sich ganz explizit ein weiteres Unternehmensziel: null CO₂-Emissionen. Aber wie lässt sich das erreichen >>

und was bedeutet das Buzz-Word „Nachhaltigkeit“ für die Stockmeier Gruppe? „Ich verstehe darunter die Balance aus ökonomischem, ökologischem und sozialem Handeln“, erklärt Peter Stockmeier. „Natürlich möchten wir als Wirtschaftsunternehmen Gewinne erwirtschaften und maximieren, aber das Ganze ergibt nur Sinn, wenn wir dabei den sozialen und ökologischen Aspekt nicht aus den Augen verlieren. Mit Blick auf die Naturkatastrophen der letzten Jahre wissen wir alle, dass an dem Thema Klimaschutz gearbeitet werden muss. Nachhaltigkeit muss Bestandteil jeder Unternehmensstrategie sein und wir leben das schon seit vielen Jahren. Nachhaltigkeit ist das Megathema der nächsten Jahre. Wer da nicht mitmacht, der wird einen Nachteil haben. Aber ich sehe ein Umdenken bei den Unternehmen.“

CO₂-Ausstoß senken

Ganz konkret bedeutet das für die Stockmeier Gruppe an verschiedensten Stellschrauben zu drehen, um Ressourcen zu schonen bzw. möglichst effizient einzusetzen. Mal mit auf den ersten Blick kleinen Maßnahmen wie dem Austausch von Leuchtmitteln, der schon lange praktizierten Mülltrennung in Büros, Baumpflanzaktio-



Unter Nachhaltigkeit
verstehe ich die Balance
aus ökonomischem,
ökologischem und
sozialem Handeln.

Peter Stockmeier, Geschäftsführer
Stockmeier Gruppe

nen oder dem Leasing-Angebot von E-Bikes für Mitarbeitende. Mal mit deutlich mehr Aufwand wie bei der Rückgewinnung der Wärme in Laboren oder dem Austausch von Kompressoren, die (zu) viel Energie verbrauchten. Ganz konkret profitiert die Umwelt auch davon, dass die Stockmeier Gruppe gezielt auf Palmöl aus zertifiziertem nachhaltigem Anbau setzt. „Außerdem haben wir die gefährlichen Abfälle/ Gefahrstoffe, die entsorgt werden müssen, im Vergleich zum Vorjahr – von 2019 zu 2020 – um 32 Prozent reduzieren können“, so Peter Stockmeier. „Die Gesamtabfälle sind im gleichen Zeitraum um 20 Prozent gesunken.“ Die wichtigste Messlatte, die beim Thema Nachhaltigkeit angesetzt wird, ist aber der CO₂-Ausstoß. Den senkt das Unternehmen unter anderem durch die Investition in energieeffizientere Anlagen, den Bau von Blockheizkraftwerken und den Einsatz von Photovoltaik auf seinen Hallendächern. „Wir haben das klare Ziel, bis 2035 den CO₂-Ausstoß um 100 Prozent zu reduzieren. In den letzten fünf Jahren haben wir den Anteil um 33 Prozent gesenkt. Die Energieeffizienz haben wir seit 2014 um 28 Prozent gesteigert“, freut sich Peter Stockmeier. „Obwohl wir unser Geschäftsvolumen in dieser Zeit deutlich ausweiten konnten, haben wir weniger Energie verbraucht.“



STOCKMEIER
GRUPPE

Die Stockmeier Gruppe ist ein Familienunternehmen in der dritten Generation. Seit der Gründung 1920 in Bielefeld hat sie sich von einem regionalen Handelshaus zu einer internationalen Unternehmensgruppe mit über 1.800 Mitarbeitenden und mehr als 50 Standorten weltweit entwickelt. Heute umfasst die Stockmeier Gruppe Unternehmen, die in Distribution, Produktion und Dienstleistungen rund um die Chemie tätig sind.

Aufgeteilt auf die vier großen Bereiche Chemie Distribution & Produktion von Reinigungsmitteln sowie Scheibenfrostschutz, Food (Aromen, Lebensmittelzusatzstoffe), Hilfsmittel zur Herstellung von Tissue & Textil sowie Klebstoffe auf Polyurethan-Basis werden insgesamt über 26.000 Produkte gehandelt und produziert. Damit werden mehr als 30.000 Kund*innen weltweit versorgt. Alle Unternehmen der Stockmeier Gruppe sind in ihren Arbeitsfeldern ausgewiesene Spezialisten.

www.stockmeier.com
www.stockmeier.de

SYNAVISION

NACHHALTIG IN
GEBÄUDETECHNIK INVESTIEREN

„Um die enormen CO₂-Emissionen im Gebäudesektor zu reduzieren, braucht es mehr als nur die neueste Technik – entscheidend ist, dass sie auch von Anfang an funktioniert“, meint Stefan Hindrichs von synavision, einem Spezialisten für die KI-basierte Optimierung von Smart Buildings. Das 2010 als Spin-off entstandene Start-up aus der TU Braunschweig ging 2015 in Bielefeld an den Start. Neben Stefan Hindrichs, Geschäftsführer Vertrieb & Marketing, gehören die Gründer Dr. Claas Pinkernell und Dr.-Ing. Stefan Plesser zum Management-Team des Unternehmens. Sie ermöglichen, dass Gebäude ihr volles Potenzial ausschöpfen.



INTERVIEW: Corinna Bokermann
FOTOS: Synavision



Eine Schlüsselrolle in der deutschen Klimapolitik spielt die Reduzierung der CO₂-Emissionen des Gebäudebestands.

Warum?

Stefan Hindrichs: Weil rund 30 Prozent aller CO₂-Emissionen in Deutschland derzeit durch den Gebäudesektor verursacht werden. Mehr als die Hälfte der Wohngebäude wurde vor 1977

errichtet. Das Einsparpotenzial ist bei diesen Häusern besonders groß, aber tatsächlich gibt es bei allen Gebäudetypen große Chancen. Wir haben auch schon echte Fortschritte gemacht: Im Vergleich zu 1990 hat der Sektor seine jährlichen Emissionen um 90 Millionen Tonnen CO₂ auf rund 120 Millionen Tonnen gesenkt. Bis 2030 soll der Ausstoß nun auf 67 Millionen Tonnen gesenkt werden. Dieses Ziel ist Teil der Novelle des Klimaschutzgesetzes, das im August 2021 in Kraft getreten ist. Fast 60 Prozent der Gebäudeenergie werden zum Heizen verbraucht. Besonders an dieser Stelle sollten wir ansetzen. Wir müssen Heizungsanlagen aber nicht nur erneuern und Gebäude energetisch sanieren – wir müssen auch sicherstellen, dass neue und vorhandene Anlagen so effizient wie möglich laufen und ihr Effizienzpotenzial im Betrieb auch

erreichen – das ist in der Regel leider noch nicht der Fall.

Die Anforderungen an die Energieeffizienz von Gebäuden sind seit Einführung der Wärmeschutzverordnung massiv verschärft worden. Was bedeutet das?

Stefan Hindrichs: Die neue Bundesregierung strebt an, dass wir in Deutschland bis 2045 einen fast klimaneutralen Gebäudebestand haben. Um dahin zu kommen, muss der rechtliche Rahmen zwangsläufig verschärft werden. Zuletzt kam mit dem Gebäudeenergiegesetz ein weiterer Baustein dazu. Diese Entwicklung zeigt, wie ernst Eigentümer das Thema Energieeffizienz nehmen sollten. Denn früher oder später werden wir eine Gesetzeslage haben, welche die aktuellen Ineffizienzen nicht mehr durchgehen lässt. Für den Gesetzgeber bedeutet das: Die bisherigen Re-

gelungen reichen nicht aus. Ein wichtiger Schritt wäre die von der neuen Regierung angekündigte Teilwarmmiete, um das Mieter-Vermieter-Dilemma zu überwinden und alle Kräfte zu bündeln.

Inwiefern braucht es mit Blick auf das Thema Nachhaltigkeit einen Baukulturwandel?

Stefan Hindrichs: Viele Unternehmen, Investoren und Asset Manager beschäftigen sich jetzt sehr ernsthaft mit dem Klimawandel und den steigenden Anforderungen an ihre Gebäude. Dabei haben sie festgestellt, dass wir zurzeit noch nicht gut dastehen. Viele haben auch bereits eigene Nachhaltigkeitsziele definiert und investieren im großen Stil in die Nachhaltigkeit ihrer Gebäude. Mit Geld allein ist es aber nicht getan. Nach vielen Jahren, in denen es bei der Performance nicht so drauf ankam, muss jetzt alles passen: bestmögliche Planung, perfekte Umsetzung, optimaler Betrieb – Qualität ist plötzlich der Schlüssel. Und das ist für eine Branche tatsächlich ein Kulturwandel, das müssen wir alle gemeinsam lernen.

Welche Möglichkeiten bietet dafür ein intelligentes Technisches Monitoring?

Stefan Hindrichs: Mit unserer KI-basierten Software ermöglichen wir ein Technisches Monitoring, mit dem Gebäude ihr volles Potenzial ausschöpfen. Die Voraussetzungen dafür können wir schon in der Planungsphase des Gebäudes schaffen, indem wir die Weichen auf Qualität stellen. Denn hier entstehen oft die ersten Schwierigkeiten, die leicht vermieden werden können, wenn beispielsweise für die Analyse der Betriebseffizienz wichtige Senso-



Die Energiekosten können bei Neubauten, Sanierungen und im Bestand um bis zu 30 Prozent gesenkt werden.

Stefan Hindrichs: Geschäftsführer Vertrieb & Marketing

ren zur Erhebung von Daten nicht vorgesehen sind. Bei dem Zusammenspiel auf der Baustelle fehlt oft eine Instanz, die das große Ganze der Anlagen im Blick hat und das Qualitätsmanagement des Gebäudes sicherstellt. Spezialisten für Technisches Monitoring der Gebäudetechnik können diesen Part am besten übernehmen, da sie als neutrale Dritte direkt im Auftrag des Bauherrn agieren. Wir begleiten den Bau von der Planung bis in den Regelbetrieb und stellen dabei schon ab der ersten Betriebsminute eines Gebäudes sicher, dass die geplanten Ziele in Bezug auf Energieeffizienz und Klimakomfort in den Räumen auch erreicht werden – und das möglichst schnell und nicht erst nach einer mehrjährigen Einregulierungsphase. Aber auch im Bestand hilft unser Monitoring. Mittels unserer Software kann das gesamte Gebäude automatisiert unter die Lupe genommen werden: Wo gibt es Potenziale, wo ist etwas falsch eingestellt, wo passt das Zusammenspiel verschiedener Anlagen nicht richtig? Mit all diesen Hinweisen kann viel

gespart und Emissionen können schnell gesenkt werden. Bauherren und Investoren erhalten von unabhängiger Seite so die Bestätigung, dass ihr Gebäude wie geplant funktioniert inklusive eines Zertifikats. synavision ist sozusagen ein „digitaler TÜV“ für Gebäudeperformance.

Welches Einsparpotenzial ergibt sich aus einer optimierten, smarten Gebäudeperformance?

Stefan Hindrichs: Die Energiekosten können bei Neubauten, Sanierungen und im Bestand um bis zu 30 Prozent gesenkt werden. Eigentümer und Mieter profitieren von dauerhaft niedrigen Nebenkosten und technischen Anlagen, die sowohl in Bezug auf Energie und Komfort besser funktionieren als auch niedrigere Wartungs- und Instandhaltungskosten verursachen. Nach unseren Erfahrungen amortisieren sich die Investitionen in eine Betriebsoptimierung meistens schon nach weniger als einem Jahr. Seit der Unternehmensgründung hat synavision mehr als 500 Gebäude optimiert und den CO₂-Ausstoß damit um insgesamt rund 450.000 Tonnen gesenkt. Unsere Kunden konnten so rund 135 Millionen Euro einsparen. Während wir diesen Service anfangs überwiegend für hochmoderne Bürogebäude und Sondergebäude wie Flughäfen eingesetzt haben, wird synavision mittlerweile selbst in allen Gebäudetypen eingesetzt. Wir optimieren zum Beispiel sogar Kitas und Wohngebäude. Wir wollen, dass jedes Gebäude nur so viel Energie verbraucht wie nötig – und dank unserer digitalen Lösungen können wir das auch für alle Gebäude wirtschaftlich anbieten.

CIRCULAR ECONOMY

ZURÜCK ZUM URSPRUNG

Wer sich im Kreis dreht, ist auf dem richtigen Weg. Klingt paradox, ist aber so.

Die Circular Economy richtet ihren Fokus auf die Umstellung der Wertschöpfung.

Das bedeutet eine Abkehr von der linearen Wegwerfgesellschaft. Das Motto lautet:

„Verwenden statt verschwenden“. Ressourcen sollen im Produktionskreislauf verbleiben.

Für die Umsetzung braucht die Wirtschaft kreative Ideen. Die kommen aus der anwendungsorientierten Forschung.

TEXT: Eike Birck · Foto: FH Bielefeld

Das 2019 gegründete Institut für Technische Energie-Systeme (ITES) der Fachhochschule Bielefeld, das am Fachbereich Ingenieurwissenschaften und Mathematik (IuM) angesiedelt ist, beschäftigt sich intensiv mit zirkulärer Wertschöpfung. Das interdisziplinäre Team des ITES hat es sich zum Ziel gesetzt, in aktuell fünf Schwerpunktfeldern nach Lösungen zur Gestaltung zukunftsorientierter und intelligenter Energiesysteme zu suchen. „Wir möchten Unternehmen unterstützen, den Entwicklungsprozess aus technischer Sicht neu zu denken und Produkte zirkulär zu entwickeln“, sagt Prof. Dr. Eva Schwenzfeier-Hellkamp, Leiterin des Studiengangs Regenerative Energien und zugleich Leitung des ITES. Für die Unternehmen ist

es entscheidend, sich jetzt auf den Weg zu machen. „Momentan geht es vielen Betrieben in der Region noch recht gut“, sagt die Professorin, „deshalb ist der Leidensdruck noch nicht so groß. Doch in absehbarer Zeit wird durch die Knappheit von Ressourcen und durch neue DIN- bzw. DKE-Normen der

Druck zunehmen. Deshalb ist es empfehlenswert, den Wandel im Unternehmen rechtzeitig selbst zu gestalten.“



Prof. Dr. Eva Schwenzfeier-Hellkamp

Win-win-Situation

Die Kooperationen zwischen heimischen Unternehmen und anwendungsorientierter Forschung, wie sie die FH Bielefeld betreibt, ist ein Gewinn für beide Seiten. Über das Forschungsprojekt Cir-Quality OWL ist das ITES mit 5

Innovationsnetzwerken, dem VDI OWL und weiteren Branchennetzwerken im Konsortium verbunden. Hier ist ein ambitioniertes Netzwerk entstanden, in dem interessierte Unternehmen mit ihren Themen immer den „richtigen Ansprechpartner“ finden. Diese Unternehmen können sich mit einer konkreten Problemstellung an das ITES wenden und mit den Mitarbeitenden und Studierenden Lösungsansätze diskutieren. Das bringt frischen Wind in die Betriebe, die Studierenden wenden theoretisch erworbenes Wissen in der Praxis an und schreiben darüber Projekt- und Abschlussarbeiten. Oder die Studierenden entwickeln eigene Ideen, die sie in die Unternehmen tragen. „Momentan vergeben wir viele Abschlussarbeiten in den Bereichen Verpackung und CO₂-Bilanzierung. Idealerweise sind unsere Studierenden vor Ort in den Unternehmen, um die Daten zu erheben. So bekommen sie ein gutes Gefühl dafür, ob die Einsparung von CO₂ ein Thema ist, das tatsächlich von der gesamten Belegschaft gelebt wird. Meist beschäftigen sich Unternehmen als Erstes mit den Verpackungen, wenn sie sich der zirkulären Wertschöpfung nähern. Deutschland ist Verpackungsweltmeister, die Müllberge, die durch Kunststoffverpackungen entstehen, werden immer größer. Es braucht aufeinander abgestimmte Maßnahmen, um einerseits unnötige Verpackungsabfälle zu vermeiden und andererseits Verpackungsmaterialien im Kreislauf zu halten. Während die Lösung des Verpackungsproblems noch die „low hanging fruits“ sind – also eine relativ einfach zu bewältigende Aufgabe darstellt –, sieht es in vielen Branchen schon anders aus, wenn die eigenen Produkte auf den Prüfstand gestellt werden. „Da stellen sich ganz viele Fragen, zum Beispiel: Ändere ich die Größe meines Produkts, damit es repariert werden kann und somit langlebiger ist? Oder verleihe ich mein Produkt, nehme es zurück und tausche es beim Kunden einfach aus? Durch eine Umstellung auf zirkuläre Wertschöpfung können ganz neue Geschäftsmodelle entstehen“, nennt die Leiterin des Bielefelder Instituts für Technische Energie-Systeme einige Beispiele.



Wir möchten Unternehmen unterstützen, den Entwicklungsprozess aus technischer Sicht neu zu denken und Produkte zirkulär zu entwickeln.

**Prof. Dr. Eva Schwenzfeier-Hellkamp,
Leiterin des Studiengangs
Regenerative Energien und
Leitung des ITES**

für eine zirkuläre Wertschöpfung nach dem Cradle-to-Cradle-Prinzip und damit für einen Produktkreislauf mit Zukunft. „ZF und Schüco sind Vorreiter in der Region“, so Eva Schwenzfeier-Hellkamp. „Die Cradle-to-Cradle-Zertifizierung kostet eine Menge Zeit und Geld. Das können sich viel kleinere mittelständische Unternehmen nicht leisten. Die Zertifizierung ist für die Kommunikation nach außen und auch nach innen wichtig. Für uns als Institut ist nicht das Zertifikat an sich, sondern die Haltung wichtig. Werden Giftstoffe vermieden? Ist die Modularität gegeben, so dass ein Produkt wieder sortenrein auseinander gebaut und einzelne Teile wieder dem Kreislauf zugeführt werden können? Werden Emissionen vermieden und regenerative Energien für die Stromerzeugung verwendet? Das ist für uns entscheidend. ZF hat schon lange nach dem Cradle-to-Cradle-Prinzip gearbeitet, aber erst viel später einige Produkte zertifizieren lassen. Bei ZF spürt man, dass der Gedanke der Circular Economy gelebt wird. Das hat dem Standort Bielefeld eine Wertschätzung innerhalb des gesamten Konzerns eingebracht. Firmenleitung und Mitarbeitende brennen für das Thema. Das ist für mich und die Studierenden ungemein inspirierend und motivierend. Wir wünschen uns noch mehr solcher Partner aus der Wirtschaft.“

Cradle to Cradle

Forschung praxisorientiert in die Unternehmen zu tragen, ist die große Leidenschaft der Professorin. Dabei entsteht über die Zeit der partnerschaftlichen Kooperation ein Vertrauensverhältnis zu den Betrieben. Von ersten Werksbesichtigungen und Projektarbeiten bis hin zu gemeinsamen Forschungsanträgen, wie jetzt mit dem Bielefelder Standort der ZF Friedrichshafen AG. Als einer der weltweit führenden Automobilzulieferer engagiert sich ZF bereits seit mehreren Jahrzehnten im Bereich Remanufacturing. Schon bei der Entwicklung eines Produktes wird bei ZF an die Wiederverwendung gedacht. Design for Remanufacturing ist eine wichtige Grundlage

NACHHALTIGKEIT IN UNTERNEHMEN – WIE GEHT'S?

HENNING JÜNKE VON SCHÜCO IM PODCAST



Für Unternehmen stellt sich nicht mehr die Frage, warum sie nachhaltig wirtschaften sollen, sondern sie fragen nun ganz konkret, wie es geht. Das Bielefelder Unternehmen Schüco, einer der Technologieführer für Gebäudehüllen und weltweit bekannt für Fenster, Türen und Fassaden, will in der Branche Vorreiter sein.

TEXT: Eike Birck · FOTO: Schüco

DAS
KOMMT AUS
BIELEFELD.DE

Was aber ist eigentlich wirksame Nachhaltigkeit? Und worin besteht der Unterschied zwischen CO₂- und klimaneutral? Darüber und über vieles mehr hat unser Moderator Michael Lorenz in einer spannenden Podcast-Folge mit Henning Jünke, Leiter Nachhaltigkeit bei Schüco, gesprochen. Seit 2011 hat Schüco es geschafft, den eigenen ökologischen Fußabdruck um 66 Prozent zu reduzieren. Ziel ist, bis 2040 klimaneutral zu werden. Mit welchen ganzheitlichen Maßnahmen das gelingen kann und welche Hebel Unternehmen, die in anderen Branchen unterwegs sind, ansetzen können, berichtet Henning Jünke. Sein Appell lautet: „anfangen, anfangen, anfangen!“ Denn jeder Schritt in Richtung Nachhaltigkeit leistet einen Beitrag. Und eine andere wichtige Botschaft: „Das Thema ist nicht schwierig, nur komplex.“

Aber hören Sie selbst!

Überall da, wo es Podcasts gibt und auf www.das-kommt-aus-bielefeld.de/podcast



STARKE PARTNER AUS EINER STARKEN STADT

Wirtschaft in Bielefeld bedeutet: ein gesunder Branchenmix, eine ausgeprägte Standortverbundenheit, eine stetig wachsende und agile Start-up-Szene, eine hochgradige Vernetzung der Unternehmen untereinander und ein ganz enger Kontakt zur Wissenschaft – dank der lebendigen und vielfältigen Bielefelder Hochschullandschaft.

Auf www.das-kommt-aus-bielefeld.de zeigt die Bielefelder Wirtschaft, was sie zu bieten hat.

Was Google für die USA, ist der Mittelstand für Deutschland. In Bielefeld sind mehr erfolgreiche Mittelständler zu finden als anderswo. Oft inhabergeführt engagieren sich die Unternehmen in unserem agilen Netzwerk DAS KOMMT AUS BIELEFELD. Gemeinsam mit unseren starken Partnern machen wir Bielefeld als Standort noch sichtbarer und zeigen, wie innovativ die Wirtschaft unserer Stadt ist. Gut vernetzt zu sein und miteinander Erfahrungen, Wissen und Ideen zu teilen – das schätzen die Partner von DAS KOMMT AUS BIELEFELD. Über 300 mitwirkende Unterneh-

men prägen die inzwischen gut eingespielte Community, darunter über 117 mit Partnerstatus. Wir fördern den Erfahrungsaustausch der beteiligten Partnerunternehmen durch regelmäßige Treffen – in Präsenz und auch virtuell. Zu Themen, die die Wirtschaft branchenübergreifend beschäftigen, wie u. a. nachhaltiges Wirtschaften, Herausforderungen der digitalen Welt, Fachkräftesicherung oder auch die Frage „Wie wollen wir künftig arbeiten?“ Inspirierende Vorträge von Expert*innen aus der Praxis und der Wissenschaft geben wichtige Anstöße. Best Practice, Workshops, Deep

Dives und andere Formate geben Impulse, die unsere Partner ganz konkret für ihre Unternehmen nutzen können. Durch das kollegiale Miteinander – egal ob großes Traditionsunternehmen oder kleines Start-up – entstehen spannende Synergie-Effekte und nicht zuletzt handfeste Kooperationen. Und das Wissen: Gemeinsam sind wir noch stärker.

Hier geht's zu den Partnerunternehmen: www.das-kommt-aus-bielefeld.de/partnerunternehmen/

Zukunftssicherung für den Handel vor Ort

Das Leben der Menschen bereichern, durch Inspiration und Unterstützung der Local Heroes im Einzelhandel – das ist das oberste Ziel der EK/servicegroup. Als Einkaufsgemeinschaft, Marketingverbund und Kompetenznetzwerk erbringt die Mehrbranchen-Verbandgruppe für ihre rund 3.800 Mitgliedsunternehmen in Europa die unterschiedlichsten Aufgaben, um die Zukunftsfähigkeit ihrer Handelspartner zu sichern und zu einer nachhaltigen, vielfältigen und erlebnisreichen Einzelhandelslandschaft vor Ort beizutragen.

EK/servicegroup

Elpke 109 · 33605 Bielefeld
Tel.: +49 521 2092-0
www.ek-servicegroup.de
www.ek-messen.de

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.



Baugesellschaft Sudbrack mbH
Bielitzer Straße 42 · 33699 Bielefeld
Tel.: +49 521 9880-0
www.sudbrack.de



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

Seit über 60 Jahren gehört die BST GmbH zu den weltweit führenden Anbietern qualitätssichernder Systeme für bahnaverarbeitende Industrien. Die Produkte und Lösungen regeln, überwachen und optimieren den gesamten Produktionsprozess von der Herstellung bis zur Weiterverarbeitung flexibler Materialien und setzen immer wieder neue technologische Maßstäbe. Als Arbeitgeber bietet BST sowohl jungen Berufseinsteigern als auch erfahrenen Fachkräften eine spannende und sichere Perspektive.



BST GmbH
Remusweg 1 · 33729 Bielefeld
Tel.: +49 521 40070-0
www.bst.group

Wir bewegen Menschen, Menschen bewegen uns

Piening Personal ist ein Familienunternehmen mit mehr als 40 Jahren Erfahrung im Bereich der Personaldienstleistungen. Die Zufriedenheit unserer Mitarbeitenden steht für uns im Mittelpunkt. Ihnen bieten wir Jobs als Fach- und Führungskräfte, Hilfskräfte und Studierende in allen Qualifikationsbereichen. Wir sind für unsere Beschäftigten an über 90 Standorten deutschlandweit ein sicherer Arbeitgeber und für unsere Kunden ein langfristiger Partner.

Piening 
Personal

Altmühlstr. 30 · 33689 Bielefeld
Tel.: +49 5205 1004-0
www.piening-personal.de

Sonnenpartner: Strandkörbe aus Bielefeld

Strandkörbe aus dem Teutoburger Wald, produziert in der eigenen Manufaktur fernab vom Meer in 80.000 Modellvarianten für den kleinen und großen Geldbeutel. Für Qualität, Wohlfühlen und Spaß im eigenen Zuhause sorgt mit ganz viel Herzblut seit mehr als 30 Jahren das Familienunternehmen Müsing GmbH & Co. KG. Outdoor-Artikel, Gartenmöbel, Grills und mehr – testen Sie vor Ort oder einfach online gehen. SonnenPartner ist engagiert für Sie da. Ehrenwort!



Detmolder Straße 627 · 33699 Bielefeld
Tel.: +49 521-947100
www.sonnenpartner.de



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 · 33613 Bielefeld
Tel.: +49 521 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.: +49 521 94260-0 · www.diamant-software.de

Diamant 
Software

Berg & Co. GmbH – Qualität spannt Qualität

BERG konstruiert und produziert leistungsstarke, fertigungsorientierte Spannsysteme für Umform- und Zerspanungsmaschinen. 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
Tel.: 49 5205 759-0
www.berg-spanntechnik.de

Passion for successful joining

Die Böllhoff Gruppe ist weltweit Partner für 360° Verbindungstechnik mit Montage- und Logistiklösungen. Wir kennen die spezifischen Anforderungen unserer Kunden aus allen Industrien und unterstützen sie dabei, erfolgreiche Verbindungen zu schaffen. An unserem Stammsitz in Bielefeld und im weltweiten Unternehmensverbund gestalten mehr als 3.000 Mitarbeitende die Zukunft der Verbindungstechnik.

BÖLLHOFF

Böllhoff Gruppe

Archimedesstraße 1-4
33649 Bielefeld · Tel.: +49 521 4482-01
www.boellhoff.de

Gemeinsam einzigartig – gemeinsam stark

Die beauty alliance Deutschland GmbH & Co. KG ist Deutschlands größtes Parfümerie-Netzwerk.

In Zahlen: 231 Mitglieder, 1.150 Parfümerien, 1.048 Kosmetik-Lounges, 7.000 Mitarbeiter. Das Besondere: Jede Parfümerie trägt die Handschrift des jeweiligen Inhabers und ist Teil der gemeinsamen Marke YBPN. Your Beauty Professional Network steht für Professionalität, Kompetenz, individuelle Beratung, persönlichen Service sowie umfassende Einkaufserlebnisse.

**beauty
alliance**



Große-Kurfürsten-Str. 75
33615 Bielefeld
Tel.: +49 521 520 77 0
www.beauty-alliance.de

In unserer Region geliebt, in unserer Region getrunken.

Bereits seit der Gründung 1925 handelt Carolinen Brunnen nach dem Grundsatz „Aus der Region, für die Region“. So legt das Familienunternehmen in der dritten Generation viel Wert darauf, dass die Carolinen-Getränke mit Mitarbeitern aus der Region hergestellt werden. Seit jeher vereint Carolinen Tradition und Innovation und ist damit einer der führenden deutschen Mineralbrunnen.



Carolinen GmbH & Co. KG
Detmolder Str. 767 · 33699 Bielefeld
Tel.: +49 5202/8409-0
www.carolinen.de



Von Bielefeld in die Badezimmer dieser Welt

Dr. Wolff ist das Unternehmen hinter den bekannten Marken Alpecin, Plantur, Linola, Bioniq, Karex, Alcina und Vagisan. Bei uns wird das Tabu zum Thema – ob Haarausfall, Neurodermitis, Scheidentrockenheit oder Karies. Seit 115 Jahren entwickeln wir im Bereich Kosmetik und Pharma Problemlöser, um den Leidensdruck betroffener Menschen zu lindern. Dabei sind wir als mittelständisches Familienunternehmen umgeben von multinationalen Großkonzernen: Wir sind gewissermaßen die Gallier aus Ostwestfalen und in über 60 Ländern aktiv.

Dr. Wolff-Group GmbH
Johanneswerkstraße 34-36
33611 Bielefeld · Tel.: +49 521 8808-00
www.drwolffgroup.com



Eigentlich produzieren wir keine Taschen, sondern Werbeerfolge

HALFAR®: der Spezialist für Werbetaschen und technische Taschen

Starke Taschen – darum dreht sich beim Taschenspezialisten HALFAR® alles. Seit über 30 Jahren entwirft, produziert, veredelt und vertreibt das Bielefelder Unternehmen Taschen und Rucksäcke als erfolgreiche Werbeatikel 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.: +49 521-98244-0 · www.halfar.com





Einrichten ist unsere Leidenschaft

Bei Kunden auf der ganzen Welt steht der Name JAB ANSTOETZ für hochwertige Textilkreationen, die mit ihren fantasievollen Designs immer wieder neue Trends setzen. Zu den fein aufeinander abgestimmten Wohnstoffen gehören nicht nur eine riesige Palette traumhaft schöner Dekorationsstoffe und Polsterstoffe, sondern auch Rollos, Plissees und Flächenvorhänge zum effizienten innenliegenden Sonnenschutz. Als stilvolles Pendant zum Stoffsortiment stehen Teppiche, Teppichböden und Design-Bodenbeläge in ausgewählt hohen Qualitäten zur Wahl. Komplettiert wird das stimmige Angebot durch sorgfältig von Hand gefertigte Polstermöbel.

JAB JOSEF ANSTOETZ KG
Potsdamer Straße 160 · 33719 Bielefeld
Tel.: +49 521 2093-0 · www.jab.de

JAB
ANSTOETZ

Die visionären Tiefzieher.

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

Euscher GmbH & Co. KG
Johanneswerkstr. 22
33611 Bielefeld · Tel.: +49 521 800090
www.euscher.com


Euscher

Eine starke Gemeinschaft, zukunftsfähige Konzepte und hervorragende Preise ...

Über 55 Jahre Erfahrung sprechen für uns: Wir sind eine der führenden Möbelverbundgruppen für mittelständische und inhabergeführte Möbelfachgeschäfte. Mit klaren Zukunftsbildern, einer enormen Innovationskraft und einem leidenschaftlichen Team sichern wir die besten Konditionen für unsere Mitglieder und bündeln das fachliche Know-how für den Erfolg der Partner, egal ob im Marketing oder Datenmanagement, Facheinkauf oder in der Zentralregulierung.

Einrichtungspartnerring GmbH & Co. KG
An der Wesebreite 2 · 33699 Bielefeld
Tel.: +49 521 208850
www.einrichtungspartnerring.com · www.interliving.de

WIR HABEN'S
EINRICHTUNGSPARTNER RING

Von uns hören Sie nichts – aber Sie sehen unsere Masken

Unsere Akustikprodukte sind in Millionen deutschen Pkw. Haben Sie die je gehört? Im März haben wir fast alle Anlagen abgeschaltet, nichts war mehr zu hören. Seitdem haben wir Masken mit eigenem Meltblownvlies entwickelt als zertifiziertes 100 % deutsches Produkt. Jetzt sehen Sie unsere Masken (Typ 2, 2R, FFP1+2) in großer und kleiner Stückzahl.


DFA
Bielefeld
Tailored Acoustic Solutions

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

Wir machen Nähtechnik!

Die Dürkopp Adler GmbH 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 Bekleidung, 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.


DÜRKOPP ADLER

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

Wir bewegen OWL

Hellmann Worldwide Logistics hat sich seit seiner Gründung vor 150 Jahren zu einem weltweit führenden Logistikdienstleister entwickelt. Heute ist das Unternehmen in 59 Ländern vertreten und zählt weltweit rund 11.000 Mitarbeiter*innen zur Hellmann F.A.M.I.L.Y. Maßgeschneiderte Lösungen aus unseren Produkten Luftfracht, Seefracht, Road & Rail und Kontraktlogistik passen zu den komplexen Logistikanforderungen unserer Kund*innen.



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

Starke Leistung zwischen Tradition und Innovation

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



**Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
Steuerberatungsgesellschaft**
Elsa-Brändström-Str. 7
33602 Bielefeld · Tel.: +49 521 299300
www.stueckmann.de



70 Jahre Schüco – Systemlösungen für Fenster, Türen und Fassaden

Schüco entwickelt und vertreibt Systemlösungen aus Aluminium, Stahl und Kunststoff für Gebäudehüllen. Zum Produktportfolio gehören Fenster-, Tür-, Fassaden-, Schiebe-, Sonnenschutz-, Brand- und Rauchschutz-, Lüftungs- und einbruchhemmende Systeme sowie Smart-Building-Produkte. Maschinen und digitale Lösungen für Entwurf, Planung, Kalkulation und Fertigung sowie intensive Beratungsleistungen von Architekturbüros, Handwerksbetrieben und Bauschaffenden runden das Spektrum sinnvoll ab. www.schueco.de



Schüco International KG
Karolinenstraße 1–15 · 33609 Bielefeld
Tel.: +49 521 78 30
www.schueco.de

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.: +49 521 801-2000
www.johanneswerk.de

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 · 33609 Bielefeld
Tel.: +49 521 95945-0
www.marcant.net



Sparkasse – Weil's um mehr als Geld geht!

Die im Jahr 1825 gegründete Sparkasse Bielefeld ist mit einer Bilanzsumme von 7,3 Mrd. Euro und rund 1.000 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
Tel.: +49 521 294-0
www.sparkasse-bielefeld.de

Foto: Veit Mette



Moderner Dienstleister für eine moderne Stadt

Wir versorgen mit Energie und Trinkwasser, sorgen für Mobilität und gute Kommunikation, bieten aktiven Freizeitspaß und sichern die Entsorgung. Mit dem weiteren Ausbau der Infrastruktur Bielefelds schaffen wir attraktive Rahmenbedingungen für die Wirtschaft. Unverzichtbare Beiträge zum Gemeinwohl leisten unsere Verkehrs- und Freizeitangebote. Und von unserem Engagement beim Klimaschutz profitieren alle.

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



Stadtwerke Bielefeld GmbH
Schildescher Str. 16 · 33611 Bielefeld
Tel.: +49 521 51-90
www.stadtwerke-bielefeld.de

Innovative Hightech-Papiere

Mitsubishi HiTec Paper produziert hochqualitative beschichtete Spezialpapiere für den Weltmarkt. Mit rund 770 Beschäftigten werden an den traditionsreichen Standorten Bielefeld und Flensburg innovative Thermo-, Inkjet-, Selbstdurchschreibepapier-, Etiketten- und Barrierepapiere für flexible Verpackungen hergestellt. Modernste Produktionstechnologien sowie weltweiter Vertrieb und Service kennzeichnen das Unternehmen.



Mitsubishi HiTec Paper Europe GmbH
Niedernholz 23 · 33699 Bielefeld
Tel.: +49 521 2091-0
www.mitsubishi-paper.com

Gase für Forschung, Entwicklung, Technik und Medizin

Das Sauerstoffwerk Bielefeld ist Teil der Sauerstoffwerk Friedrichshafen GmbH, einem familiär geführten Gaseunternehmen, mit über 100-jähriger Historie.

Auf einer Fläche von 33.000 m² werden mit modernsten Anlagen Gase und deren Gemische für nahezu alle Anforderungen produziert, gelagert und vertrieben. Von weitem sichtbar ist die Luftzerlegungsanlage, die im Januar 2020 in Betrieb gegangen ist.



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

Mehr als eine Marke

Das Zusammenspiel von Tradition und Modernität, sowie eine ausgeprägte Leidenschaft für Hemden prägen das Familienunternehmen Seidensticker seit seiner Gründung im Jahr 1919.

Als Produktspezialist verfügt das Unternehmen über eine umfassende Expertise in der Herstellung von Hemden und Blusen, bei der die kontinuierliche Weiterentwicklung und Modernisierung im Vordergrund stehen, ohne dabei traditionelle Werte wie Qualität, Beständigkeit und Verantwortung aus dem Blick zu verlieren.

seidensticker
group

Seidensticker Group
Herforder Straße 182-194
33609 Bielefeld · Tel.: +49 521 306-0
www.seidensticker.com

Ökologisch handeln, papierlos arbeiten

1990 in Bielefeld gegründet, trägt STERNBERG seither dazu bei, die Qualität und Ökonomie von Verwaltungsprozessen in Politik, Wirtschaft und Bildung auf bundesweiter Ebene zu verbessern. Mit fast 40 Mitarbeitern an zwei Standorten bietet STERNBERG einen modernen Sitzungsdienst über alle Plattformen an, bestehend aus SD.NET, einem Webinfosystem sowie den RICH Apps für iOS, Android und Windows Mobilgeräte. STERNBERG fördert außerdem das Deutschlandstipendium der Stiftung Studienfonds OWL.

STERNBERG

STERNBERG Software GmbH & Co. KG
Kerkmannstraße 1 · 33729 Bielefeld
Tel.: +49 521 97700-0
info@sternberg24.de
www.sitzungsdienst.net



Die starke Mitgliederbank der Region

112.000 Mitglieder und mehr als 165.000 Kunden vertrauen auf unsere Stärke – und das seit 160 Jahren. Mit einer Bilanzsumme von mehr als 5,33 Mrd. Euro gehören wir bundesweit zu den größten Volksbanken.

Neben einem umfassenden digital-persönlichen 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.: +49 521 544-0
www.volksbank-bi-gt.de

Volksbank
Bielefeld-Gütersloh eG 

Ressourcen- schonung ist der beste Klimaschutz



Das 1915 gegründete Unternehmen ZF Friedrichshafen AG ist mit ca. 153.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern an 260 Standorten in 41 Ländern vertreten. ZF hat sich am Standort Bielefeld auf die Aufarbeitung von gebrauchten Kuppelungsaggregaten und Drehmomentwandlern spezialisiert und zählt mit einer rund 240-köpfigen Belegschaft zu den weltweit 14 nachhaltigkeitsorientierten „Remanufacturing“-Zentren: Durch die gezielte Wiederverwendung von Bauteilen reduzieren sich Energieverbrauch und CO₂-Emissionen, im besten Fall um bis zu 90 Prozent. Seit 2016 fertigt ZF Bielefeld nach dem Produktionssystem „Cradle to Cradle“.

ZF Friedrichshafen AG
Jörg Witthöft · Windelsbleicher Str. 80 · 33647 Bielefeld
Tel.: +49 521 417030 · www.zf.com





Made in Bielefeld – und das schon seit fast 75 Jahren

Die AGFEO GmbH & Co. KG gehört als inhabergeführtes mittelständisches Unternehmen bereits seit 1947 zur Bielefelder Wirtschaftsszene. Mittlerweile in dritter Generation geführt, beschäftigt das Telekommunikationsunternehmen über 130 Mitarbeiter am Standort Brackwede.

Als führender Anbieter von Telekommunikationslösungen ist es heute dennoch keine Selbstverständlichkeit mehr, die Entwicklung und vor allen Dingen die Produktion von ITK-Produkten wie IP-Systemtelefonen und ITK-Systemen, aber auch softwarebasierten virtuellen SOFT-PBX-Lösungen, in Deutschland zu betreiben. Besonders in Zeiten der Pandemie und den damit verbundenen Produktions- und Lieferproblemen von anderen Herstellern, konnte AGFEO seine Stärke mit dem Wirtschaftsstandort Bielefeld bestens ausspielen. Obwohl schon seit Jahren bekannt, ist der digitale Wandel ein zentrales Thema. Heute mehr denn je. AGFEO hat sich dieser Herausforderung bereits vor Jahren angenommen und entwickelte schon früh VoIP- und IP-basierte ITK-Lösungen für den Profibereich. Die Produkte können daher auch nur über geschulte und verifizierte AGFEO-Partner bezogen werden. Außerdem versteht sich das Unternehmen als Vollsortimenter und verfolgt den hauseigenen „Systemgedanken 4.0“ – alles aus einer Hand.

Das Produktportfolio umfasst dabei nicht nur Systemtelefone und moderne IP-Telefonanlagen, sondern auch entsprechende Peripheriegeräte wie Headsets, Smart-Home-Komponenten und Softwarelösungen – alle „Made in Bielefeld“.

AGFEO
einfach | perfekt | kommunizieren

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

Die Digitalisierung Bielefelds mitgestalten

Lösungen von bpi solutions sorgen für spürbare Erleichterungen im Alltag. bpi unterstützt mit einfach zu bedienender Standardsoftware und branchenorientierten Lösungen von der Beratung bis zum Support seit fast 40 Jahren seine Kunden in unterschiedlichsten Branchen. Außerdem gibt es bei uns für jedes Einstiegslevel eine passende Lösung. Bewerben Sie sich jetzt!

solutions
bpi

bpi solutions gmbh & co. kg

Krackser Straße 12 · 33659 Bielefeld
Tel.: +49 521 9401-0
info@bpi-solutions.de
www.bpi-solutions.de

IMPRESSUM

Herausgeber: WEGE Wirtschaftsentwicklungsgesellschaft Bielefeld mbH · Geschäftsführer: Gregor Moss · Prokuristin: Brigitte Meier (V.i.S.d.P.), Prokuristin: Petra Waimann **Redaktion:** Marc-Stefan Andres, Dr. Eike Birck, Corinna Bokermann · Stefanie Gomoll **Redaktionsleitung:** Thomas Volkmar **Design & Produktion:** Artgerecht Werbeagentur GmbH, www.artgerecht.de · Kreativ Direktor: Thomas Volkmar · Art Direktion: Patrizia Roffino, Pia Thiessat **Druck:** Mohn Media, Gütersloh · Auflage: 150.000 Exemplare **Bildnachweise:** (wenn nicht im Artikel angegeben) Hersteller & Unternehmen, Bielefeld Marketing GmbH, WEGE mbH

WEGE

Wirtschaftsentwicklungsgesellschaft Bielefeld mbH

Goldstraße 16-18 · 33602 Bielefeld
Tel.: +49 521 557 660-0
Fax: +49 521 557 660-10
info@wege-bielefeld.de
www.wege-bielefeld.de

UNSERE PARTNER VON „DAS KOMMT AUS BIELEFELD“



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





ZEIGEN, WAS MÖGLICH IST!

WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG **FÜR BIELEFELD**

Sie führen ein Unternehmen, haben die Idee zu gründen, planen zu investieren oder möchten sich vernetzen?

Als Wirtschaftsförderung der Stadt Bielefeld unterstützen wir Sie dabei – mit Wissen, Erfahrung und ganz neu: dem Bielefelder Startup-Paket.

MEHR ERFAHREN UNTER:
[WEGE-BIELEFELD.DE/STARTUP-PAKET](https://wege-bielefeld.de/startup-paket)



BIELEFELDER
STARTUP
PAKET



**E
BI**



WWW.DAS-KOMMT-AUS-BIELEFELD.DE



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

WEGE