

W
BI

AUSGABE 10/2023

DAS KOMMT AUS

BIELEFELD

STARKER STANDORT – STARKE WIRTSCHAFT



OFFEN. VIELFÄLTIG. ZUKUNTSFÄHIG

OFFEN, VIELFÄLTIG, ZUKUNFTS- FÄHIG.

Brigitte Meier

Prokuristin der WEGE
Wirtschaftsentwicklungs-
gesellschaft Bielefeld mbH



Diese Attribute haben wir ganz bewusst für die zehnte Magazinausgabe gewählt, denn sie beschreiben sehr treffend, wie Bielefelder Unternehmen mit aktuellen und zukünftigen Herausforderungen umgehen – und zwar durch und durch „open minded“. Bei den Megathemen wie Fachkräftesicherung, nachhaltiges Wirtschaften und Digitalisierung beschreiten sie schon lange innovative Wege, ohne viel Aufheben darum zu machen, typisch ostwestfälisch eben. Auch das gewichtige Thema Diversität wird von vielen Unternehmen als Chance gesehen und vor allem mit Blick auf das Gewinnen und Binden von Fachkräften proaktiv angegangen. Beispielhaft haben uns sechs Unternehmensvertreter*innen erzählt, wie divers ihre Unternehmenskultur bereits ausgerichtet ist und was sie konkret dafür tun. Das Gespräch finden Sie hier im Magazin. Auch in den anderen Artikeln werden Sie feststellen, dass in Bielefeld Ideen und Lösungen entstehen, die uns alle voranbringen.

„Open minded“ als Haltung der Bielefelder Wirtschaft wird auch deshalb möglich und sichtbar, weil Unternehmensspitzen und Mitarbeitende bereit und geübt sind, kollegial und vertrauensvoll in Netzwerken zusammenzuarbeiten und untereinander Ideen und Wissen zu teilen.

Auch mit unserem Arbeitsschwerpunkt DAS KOMMT AUS BIELEFELD haben wir als städtische Wirtschaftsförderungseinrichtung ein solches Netzwerk aufgebaut, das von dem intensiven Austausch aller Beteiligten lebt. Mit dabei sind kleinere, mittlere und große Unternehmen, traditionsreiche Familienunternehmen, Konzerne und Startups – quer durch alle Branchen. Dass wir nun auf zehn Jahre zurückblicken können, werten wir als Beleg für das Interesse, die guten Erfahrungen und Wissensvorteile, die die mitwirkenden Unternehmen aus der Gemeinschaft ziehen. Besonders spannend ist zu sehen, mit welcher großer Offenheit die Unternehmen ihre Themen und Problemstellungen bearbeiten. Dafür nutzen sie unterschiedlichste Formate, egal ob Meetings in Unternehmen, Workshops oder Fachforen, immer sind sie bereit, ihr eigenes Wissen im Sinne von Best-Practice partnerschaftlich einzubringen.

DAS KOMMT AUS BIELEFELD ist weit mehr als nur eine Kampagne, die wir 2013 gestartet haben, um die wirtschaftlichen Erfolge und Leistungen der Unternehmen über alle medialen Kanäle bekannter zu machen. DAS KOMMT AUS BIELEFELD ist inzwischen eine selbstbewusste Botschaft der Stärke, Zusammengehörigkeit und ein Bekenntnis zu unserer Stadt in einer starken Region. Das Netzwerk hat es geschafft, Menschen und Unternehmen zusammenzubringen, um gemeinsam nach Lösungen zu suchen und die Zukunft aktiv zu gestalten.

Und natürlich werden wir auch zukünftig viel dafür tun, um den Wirtschaftsstandort Bielefeld über seine Grenzen hinaus bekannt zu machen und aufzuzeigen, was hier alles möglich ist.

Denn diese Stadt und ihre Wirtschaft ist wirklich beeindruckend „open minded“.

WEGE

Wirtschaftsentwicklungs-
gesellschaft 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

IMPRESSUM

Herausgeber: WEGE Wirtschaftsentwicklungsgesellschaft Bielefeld mbH
Geschäftsführer: Gregor Moss · Prokuristin: Brigitte Meier (V.i.S.d.P.)

Redaktion: Marc-Stefan Andres, Dr. Eike Birck, Corinna Bokermann, Redaktionsleitung: Thomas Volkmar **Design und Produktion:** Artgerecht Werbeagentur GmbH, www.artgerecht.de · Kreativ-Direktor: Thomas Volkmar · Art-Direktion: Pia Thiessat **Druck:** Mohn Media, Gütersloh · Auflage: 150.000 Exemplare **Bildnachweise** (wenn nicht im Artikel angegeben): Hersteller und Unternehmen, Bielefeld Marketing GmbH, WEGE mbH



Titelseite: © deterringdesign GmbH, Bielefeld Marketing/Philipp Pilz, Teutoburger Wald Tourismus/Dominik Ketz

INHALT

Chancen sehen

Verena Pausder im Interview

_4

Zukunft denken – Diversität leben

Bielefelder Wirtschaft
im Gespräch

_6

Recruiting „reloaded“

Bielefelder Startup revolutioniert
Bewerbungsprozess für Unter-
nehmen und Schüler*innen

_12

Our Smart Town

Digitale Lösung fördert
Chancengleichheit

_16

Retten statt verschwenden

Zu gut für die Tonne

_18

Pflege international denken

Zukunftswerk Leben & Gesundheit

_22

Weltoffener Marktführer

EK Retail: Innovationen
für den Einzelhandel

_24

Investition in die Zukunft

Böllhoff Bildungscampus

_28

Bunt und vielfältig

Bethel bildet Zukunft aus

_30

Bielefelder Erfolgsgeschichte(n)

Oberbürgermeister Pit Clausen
im Interview

_32

In eigener Sache

10 Jahre „Das kommt aus Bielefeld“

_35

Partnerschaftlich

Bielefelder Unternehmen
stellen sich vor

_38

VERENA PAUSDER

Sie ist Unternehmerin, Podcasterin, Keynote-Speakerin und Expertin für Digitale Bildung. Ihr Herz schlägt für Startups, Gründer*innen und den Wirtschaftsstandort Deutschland – und den FC Viktoria Berlin. Verena Pausder, deren familiäre Wurzeln in Bielefeld liegen, vereint dabei unternehmerische Leidenschaft mit gesellschaftlichem Engagement. Neue Impulse für die Zukunftsfähigkeit Deutschlands zu setzen treibt sie an.

CHANCEN SEHEN



W

as bedeutet
es für Sie,

**offen, vielfältig und zukunftsfähig –
also „open minded“ – zu leben
und zu arbeiten?**

Das bedeutet für mich zuerst, Chancen statt Risiken zu sehen. Nicht nur das, was schiefgehen könnte, in den Fokus zu rücken. Das gilt beruflich wie privat und spiegelt auch meine positive Grundhaltung. Auch wenn es darum geht, die Welt zu verändern. Offen zu sein, Neues interessant zu finden, das setzt Impulse frei. Ich bin eher neugierig, ganz nach dem Motto „Da möchte ich gern mehr drüber wissen“. Wenn eine Gründerin oder ein Gründer in einem Feld unterwegs ist, in dem ich nicht zuhause bin, bin ich immer sehr gespannt zu hören, welche Ideen und Pläne die- oder derjenige hat. Gleiches gilt für die Politik: Statt Ideen kleinzureden, bin ich offen für neue Ansätze und überlege, welche Vorteile diese mitbringen, statt gleich auf Konfrontation zu gehen.

Wie kann dieses Mindset helfen, Wirtschaft zukunftsfähig auszurichten?

Die Wirtschaft profitiert von zwei Dingen. Zum einen ist es die langfristige Perspektive, mit der man ein Unternehmen nachhaltig aufbaut und die Substanz erhält, statt nur kurzfristig auf Rendite ausgerichtet zu agieren. Gleichzeitig muss man offen für Neues sein, sich als Unternehmen immer wieder hinterfragen. Ich komme selbst aus einem Familienunternehmen, das seit 300 Jahren in Bielefeld Textilien produziert; da schlagen zwei Herzen in meiner Brust. In Generationen denken und nachhaltig wirtschaften, aber nicht krampfhaft an Dingen festhalten, die nicht überlebensfähig sind.

Sie sind designierte Vorstandsvorsitzende des Bundesverbands Deutsche Startups e.V. Was sind Ihre Ziele?

Ganz generell geht es mir darum, die Startups – das sind allein im Verband schon weit über 1.000 – öffentlich zu vertreten und ihnen Raum und Gehör zu verschaffen. Der Fachkräftemangel macht es notwendig, Prozesse einzuführen, die es ihnen beispielsweise leichter machen, Arbeitskräfte auch aus dem Ausland zu finden. Ein weiterer wichtiger Punkt: Startups einen fairen Wettbewerb angesichts großer Platzhirsche zu ermöglichen. Ein Stichwort ist die Überbürokratisierung, die zwar ein generelles Problem ist, aber gerade Startups hemmt. Natürlich möchte ich auch eigene Akzente setzen. Wir feilen gerade an den Eckpunkten, die ich mit einem neuen Team, das mit mir kandidiert, Anfang Dezember auf der Versammlung vorstelle.

INTERVIEW: Corinna Bokermann

FOTO: Patrycia Lukas

Wie sehen Sie die Bielefelder Startup-Szene?

Sehr positiv! Man sieht, dass etwas passiert ist, wenn man das Bielefelder Ökosystem mit Founders Foundation, Pioneers Club und Formaten wie der Hinterland of Things Konferenz betrachtet. In Bielefeld gibt es inzwischen viele Startups. Auch die Stadt ist mit dem Bielefelder Startup-Paket ganz weit vorne, indem sie die Hälfte der Mietkosten der Startups übernimmt und ein eigenes Netzwerk aufgebaut hat. Die strategischen Anstrengungen tragen Früchte, das stelle ich immer wieder fest. Ins Hinterland zu investieren lohnt sich also, denn es ist ganz vorne mit dabei. Und das sage ich nicht nur, weil ich Bielefelderin bin. Wir sollten eine große Stärke unseres Landes nutzen, die in seiner Dezentra-

lität liegt. Hier gibt es viele starke Zentren mit mittelständisch geprägten Unternehmen über das ganze Land verteilt. Und so ist es auch mit den Startups, die überall in Deutschland entstehen – nicht nur in Berlin. Das macht mir große Hoffnung, diese Entwicklung an vielen anderen Orten replizieren zu können.

Was hat Sie wie auch die fünf Co-Gründerinnen motiviert, 2022 die Frauenmannschaft des FC Viktoria Berlin zu übernehmen?

Ich selbst habe mit fünf angefangen, Fußball zu spielen. Für mich war es immer ein Hobby, da mir gar nicht klar war, dass es auch eine Karriereoption sein könnte. Das wollen wir mit dem FC Viktoria ändern. Die erste Frauenmannschaft des FC Viktoria Berlins auszugründen ist ein riesengroßes unternehmerisches wie sportliches Abenteuer. Auch weil nur drei Prozent der Führungspositionen in deutschen Fußballclubs von Frauen besetzt sind. Und auch bei den Investor*innen sind Frauen unterrepräsentiert. Umso großartiger ist es, dass von unseren 180 Investor*innen 70 Prozent weiblich sind. Das ist ein schönes Gegennarrativ zu dem homogenen Duktus. Denn ein „closed shop“ generiert nicht immer die besten Lösungen. Aber es braucht auch Mut, denn es gibt keine Blaupause für uns. Wir tragen das volle unternehmerische Risiko, sowohl finanziell als auch inhaltlich. Unserem Ziel, die Mannschaft innerhalb von fünf Jahren aus der Regionalliga in die 1. Bundesliga zu führen und den Frauen-Fußball in Deutschland nachhaltig zu verändern und nach vorne zu bringen, nähern wir uns Schritt für Schritt. Wir sind top motiviert und wollen mit den Spielerinnen dieses Jahr den Aufstieg in die 2. Bundesliga schaffen.

«



ZUKUNFT DENKEN

DIVERSITÄT LEBEN



W

arum das so ist, was
der positive Umgang mit

Diversität sowohl den Menschen als auch Firmen bringt und welche spannenden Ansätze es hierzu in Bielefeld gibt, diskutieren auf Einladung der WEGE (Brigitte Meier) **Romy Stühmeier** (Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit e.V. (kompetenz)), **Andreas Kämmer** (Comspace GmbH & Co. KG), **Laetitia Ecklé** (Influencer GmbH), **Daniela Siekmann** (NTT Data Business Solutions AG), **Natalie Schneider** (Miele & Cie. KG) und **Jürgen Hase** (P-ton AG).

Was bedeutet Diversität für Sie, Frau Siekmann?

Siekmann: Die Wachstumsgeschwindigkeit in der IT-Branche ist rasant. Die sich ständig ändernden Rahmenbedingungen bieten aber auch immer Chancen, von denen sowohl die Arbeitnehmenden als auch die Unternehmen profitieren können. Dies durfte ich auch persönlich erleben, als ich relativ früh, mit Anfang 20, in die Familienpflegeverantwortung kam. Diese passte nicht zu meiner damaligen Tätigkeit in der Beratung. Mit einer großen Offenheit und Flexibilität des Unternehmens haben wir eine gemeinsame Lösung gefunden. Ich wechselte den Job, aber nicht das Unternehmen. Auch später, als ich in die eigene Familienplanung ging, war das immer ein partnerschaftliches Verhältnis. Die Lebenswürfe entscheidet jede Familie, jede Person für sich. Die große Herausforderung für Unternehmen besteht darin, diese Individualität wahrzunehmen, wertzuschätzen und darauf einzugehen.

Schneider: Bei Miele mit seinen 23.000 Mitarbeitenden darf ich international das Thema vorantreiben, verschiedene Veranstaltungen dazu organisieren und es strukturell im Rahmen des gesamten Kulturwandlungsprozesses ins Unternehmen bringen. Wir sehen das auch in unserem kleinen Team mit zwölf internationalen Personen, das aus „jungen Wilden“ und älteren erfahrenen Mitarbeitenden besteht, die teilweise schon seit über 20 Jahren im Unternehmen sind. Das bringt Herausforderungen und Chancen – und das ist das Thema Diversität. Dazu gehört für uns viel Kommunikation, Transparenz, Neugierde und Offenheit.

Diversität war in der Wirtschaftswelt
ohne Frage schon immer wichtig.
Vor dem Hintergrund des steigenden
Fachkräftemangels gerät das Thema
jedoch stärker in den öffentlichen Fokus
und ist aus dem Bereich Human
Resources nicht mehr wegzudenken.
Immer mehr Unternehmen wertschätzen
die Vielfalt unter ihren Beschäftigten
inzwischen deutlich stärker.

INTERVIEW:

Marc-Stefan Andres, Brigitte Meier

FOTOS: Sarah Jonek

»

» **Hase:** Ich habe zwei Jahre mit meiner Familie in Katar gelebt, danach viereinhalb Jahre in Indien. Im Team war ich der einzige Deutsche, ich war selbst Gast, habe also Diversität mal andersrum erlebt. In der P-ton AG ist das Thema insofern interessant, als dass wir viele junge und ältere Mitarbeiter*innen haben. Unser Geschäft ist ja, neue Unternehmen zu gründen oder in Konzernen neue Innovationseinheiten zu integrieren – und dafür profitieren wir von diesen Unterschieden.

Ecklé: Mit unserer Firma setzen wir Influencer-Kampagnen um, vor allem im DACH-Raum, aber auch international. Wir legen dabei viel Wert auf diverse Kampagnen und achten natürlich immer darauf, dass sowohl Frauen als auch Männer im Mittelpunkt stehen. Wir haben zum Beispiel gerade eine wunderschöne Kampagne anlässlich der Frauen-Fußball-WM mit Volkswagen initiiert: „Ein Fußball“ – es heißt also nicht mehr „Frauenfußball“ oder „Männerfußball“. Als Team sind wir ebenso divers, mit sieben oder acht unterschiedlichen Nationalitäten bei zwölf Mitarbeitenden.

Kämmer: In der Tech-Branche beschäftigt uns das Thema Fachkräftemangel seit vielen Jahren. Und wenn wir dem begegnen wollen, denken wir natürlich auch schon recht früh über das Thema Diversität nach. Jeder Mensch ist anders, und jede Lebensphase ist unterschiedlich. Den verschiedenen Erwartungshaltungen müssen wir uns als Arbeitgeber stellen und für jeden individuell ein Angebot finden, das in der entsprechenden Lebensphase passt.

Stühmeier: kompetenz setzt sich für die Gleichstellung der Geschlechter ein. Wir bündeln Expertise aus Forschung und Praxis für die Anerkennung von Vielfalt als Erfolgsprinzip in Wirtschaft, Gesellschaft und technologischer Entwicklung. Dabei schauen wir auch selbst auf unsere Diversity-Dimensionen im Verein. Wir haben



Diversität darf keine Kampagne sein, sondern muss Alltag werden.

Jürgen Hase
P-ton AG



Ziel von Diversität sollte sein, dass es Stellen wie meine nicht mehr gibt, weil sie schlicht nicht mehr gebraucht werden.

Natalie Schneider
Miele & Cie. KG

bei uns Beschäftigte jeglichen Alters, mit Pflegeverantwortung oder auch mit Fluchterfahrungen. Diese vielfältigen Perspektiven unserer Mitarbeitenden schätzen wir sehr.

Welche Vorteile hat es, wenn Unternehmen besonders divers sind?

Ecklé: Diversität wird immer wichtiger, weil sich die jüngere Generation ganz anders mit Unternehmen und den jeweiligen Werten auseinandersetzt. Das merkt man beim Employer Branding und Recruiting. Das Erste, was sich Bewerber*innen anschauen, ist, wie flexibel der Arbeitgeber ist und welche Herangehensweisen er an das Thema Diversität hat.

Wie schätzen Sie den Umgang mit Diversität bei den Unternehmen ein, mit denen Sie arbeiten?

Ecklé: Es ist auf jeden Fall ein gewisser Druck da und alle versuchen, irgendwie mitzuhalten, auch wenn sie noch nicht alles umsetzen. Das finde ich aber auch nicht schlecht, denn was wäre die Alternative? Zu sagen, ich lasse mich dazu nicht drängen und mache einfach nichts? Als Frau mit Migrationshintergrund würde ich das nicht unterschreiben. Es ist nicht immer wichtig, aus welcher Motivation eine Bewegung entsteht, Hauptsache, sie entsteht!

Welche Vorteile hat eine höhere Diversität für Unternehmen?

Siekmann: Das Employer Branding ist das eine. Gleichzeitig stützen wissenschaftliche Studien die Arbeit eines Diversity Management, weil diese belegen, dass diverse Teams erfolgreicher sind und die Kundenbedürfnisse besser erfüllen können. Damit ist auch ein Management schneller überzeugbar.

Schneider: Bei Miele sehen wir die positiven Auswirkungen von Diver-

sität zum Beispiel bei Innovationen, die interdisziplinär erarbeitet werden, auch deswegen, weil wir international aufgestellt sind und so besonders gut erfahren können, was unsere Kunden vor Ort in den unterschiedlichen Ländern wollen.

Was sind aus Ihrer Sicht die Gelingfaktoren, um mehr Diversität zu erreichen?

Schneider: Wir müssen Diversität strukturell im Unternehmen verankern. Nur so kann das Thema einer der wichtigsten Säulen in der Unternehmenskultur werden.

Siekmann: Diese strukturelle Verankerung empfinde ich auch als wichtig. Wir merken, dass das Thema über die letzten Jahre nach und nach lebendig wird. Wir werden dabei nicht müde, zum Beispiel bei Einführungsveranstaltungen für neue Kolleg*innen oder in jährlich stattfindenden „values weeks“, die zugrundeliegenden Unternehmenswerte zu vermitteln.

Hase: Diversität darf keine Kampagne sein, sondern muss Alltag werden. Das Wichtigste ist aus meiner Sicht, dass wir lernen zuzuhören. Als ich zum Beispiel in Indien gelebt und gearbeitet habe, hätte es nichts gebracht, unseren deutschen Führungsstil durchzusetzen. Ich musste lernen und mich auf die für mich neue Kultur einlassen.

Kämmer: Das Zuhören finde ich auch besonders wichtig. Und wir müssen authentisch bleiben. Wir hatten mal einen Bewerber, der in sehr legerer Kleidung zum Vorstellungsgespräch kam. Als wir ihn eingestellt hatten, sagte er, dass er uns mit seiner Kleidung testen wollte. Er wollte wissen, ob wir wirklich das offene Unternehmen seien, wie wir es kommunizieren würden. Um auch noch mal auf die Lebensphasen einzugehen: Flexibilität ist enorm wichtig. Junge Leute haben ganz andere Herausforderungen als ältere, das müssen wir anerkennen und ermöglichen. Ein Beispiel: Wir haben bei uns nicht nur Kindkranktage, sondern auch Eltern- oder Großelternkranktage. Wenn also jemand in der Familie krank wird, können die Mitarbeitenden direkt einspringen. Darüber hinaus haben wir einen Kündigungsschutz für Lebenspartner*innen von Schwangeren eingeführt oder auch für Paare, die ein Kind adoptieren. Das sind gute Angebote, mit denen wir Menschen im Unternehmen halten können.

Stühmeier: Veränderte Lebensperspektiven können mit Verunsicherungen einhergehen. Es ist wichtig, dass Arbeitgeber*innen das berücksichtigen und flexibel darauf reagieren können. Eine Kollegin, die wir für eine Leitungsstelle vorgesehen hatten, stellte sich, als sie schwanger wurde, kritisch die Frage, wie sie Leitungs- und Sorgearbeit erfolgreich managen kann. Wir hatten daran keine Zweifel und haben uns gemeinsam entschieden, das als Team zu stemmen und die Elternzeit als Tandem aufzufangen. Das hat sehr gut funktioniert und alle waren zufrieden.

Schneider: Solche Lösungen sind toll und ich setze mich mit meinem Team dafür ein, dass diese auch von den Kolleginnen und Kollegen weltweit gesehen werden. Denn die Kommunikation ist grundlegend, um solche Ideen nachhaltig zu implementieren. Wir haben dafür zum Beispiel im vergangenen Jahr „Pioneer Sessions“ organisiert, bei denen Pionierinnen aus dem Unternehmen zeigen, wie sie ihre verschiedenen Lebensaspekte koordiniert bekommen. Eine Kollegin, die in der Trend-Analyse arbeitet, ist privat Feuerwehrfrau. Sie hat dann erzählt, wie sie diese Bereiche zusammenbringt. Eine andere Kollegin, die eine Leitungsposition im Marketing in Griechenland hat, hat berichtet, wie sie es schafft, mit vier Kindern diesen herausfordernden Job zu erfüllen. Und das sind tolle Vorbilder, die man zeigen und vernetzen kann.

Siekmann: Die Vereinbarkeit von Familie und Beruf wird immer wichtiger, und ebenso wichtig ist es, dass diese nicht mehr einseitig in die Richtung der Frauen geschoben wird. Dafür ergreifen wir viele kleine Maßnahmen, bieten zum Beispiel Beratung über einen Familienservice an oder eine etablierte Regelung, dass Eltern bei der Erkrankung eines Kindes in den ersten zwei Tagen kein Attest vom Arzt bringen müssen. Für die Eltern bedeutet das aber viel, weil sie sich erst einmal um das Kind kümmern können und nicht in überfüllten Wartezimmern sitzen müssen.

krankung eines Kindes in den ersten zwei Tagen kein Attest vom Arzt bringen müssen. Für die Eltern bedeutet das aber viel, weil sie sich erst einmal um das Kind kümmern können und nicht in überfüllten Wartezimmern sitzen müssen.

Hase: Ein Aspekt ist mir noch wichtig: Wir müssen auf der einen Seite als Gesellschaft und Arbeitgeber in der Lage sein, die Menschen zu unterstützen, die schwächer sind oder besonders unter Druck stehen. Auf der anderen Seite leben wir aber trotzdem weiterhin in einer Leistungsgesellschaft. Deswegen muss es aus meiner Sicht immer auch ein Geben und Nehmen sein.



*Das Erste, was sich Bewerber*innen anschauen, ist, wie flexibel der Arbeitgeber ist und welche Herangehensweisen er an das Thema Diversität hat.*

Laetitia Ecklé
Influencer GmbH



» **Sie haben viele positive Dinge geschildert. Wie kann die Gleichstellung von Mann und Frau und den weiteren Geschlechtern noch besser funktionieren?**

Ecklé: Fangen wir mit dem Positiven an. Wir sehen, dass Frauen beides können, Karriere und Kind, auch als Führungskraft. Die Digitalisierung hilft uns dabei ebenso wie die flexiblen Arbeitszeiten. Kontraproduktiv ist dagegen zum Beispiel die Diskussion um das Elterngeld. Wenn die Einkommensgrenze für das Elterngeld gesenkt wird, bleiben dann nicht viele gut ausgebildete Frauen eher wieder zuhause, weil die Männer immer noch besser verdienen als sie?

Kämmer: Das steckt immer noch in vielen Köpfen fest. Wir versuchen, das bei uns zu ändern, indem wir solche Punkte offen ansprechen. Bei unserem vierteljährlichen Open Space diskutieren wir genau über solche Themen. Wir können etwas im Kleinen dazu beitragen, indem wir gemeinsam vieles hinterfragen.

Stühmeier: kompetenz organisiert neben dem Girls' Day auch den Boys' Day, bei dem wir Jungen und jungen Männern unter anderem Jobs in der Pflege, Bildung oder Erziehung zeigen. Sie lernen dabei den Wert und Anspruch dieser Tätigkeiten kennen, die ja auch in der Familienkonstellation eine große Rolle spielen.

Siekmann: Ein Aspekt ist, den Druck von unten zu erhöhen. Ich bin ganz ehrlich, auch bei uns sind in den unteren Bereichen die Frauenquoten gut, aber wenn wir in Team- oder Projektleitungen schauen, haben wir doch wieder viele Männer. Um das zu ändern, haben wir ein Female-Empowerment-Programm konzipiert. Dafür habe ich in Deutschland 400 Kolleginnen angeschrieben, ob sie Interesse haben, sich mit Workshops und Trainings auf den Weg zu machen, ein Netzwerk zu gründen und sich gegenseitig zu befähigen. Das wurde sehr gut angenommen.

Sie haben viel über Geschlechtergerechtigkeit gesprochen, zur Diversität gehört aber auch die Zusammenarbeit der Generationen. Wie bekommen Sie diese in Ihrem Unternehmen hin?



Den verschiedenen Erwartungshaltungen müssen wir uns stellen und für jeden individuell ein Angebot finden, das in der entsprechenden Lebensphase passt.

Andreas Kämmer
Comspace GmbH & Co. KG

Hase: Wir haben auch viele junge Leute unter 30 und auch ältere Menschen über 60. Unser Geschäftsmodell ist ja, dass wir Ideen entwickeln, aus denen dann Unternehmen entstehen. Und dafür brauchen wir das Know-how aller Generationen, die wir in Teams zusammenbringen. Wir haben nur eine Besonderheit: Die Führung übernehmen immer die jungen Leute. Das hat am Anfang zu massiven Reibereien geführt, heute sind aber alle dankbar dafür. Wenn der Dialog klappt, funktioniert auch das Projekt.

Schneider: Das Verständnis füreinander ist sehr wichtig. Warum denken die Älteren tendenziell eher hierarchisch und sehen zum Beispiel ein Auto als Statussymbol an? Das müssen die Jüngeren verstehen und annehmen, weil wir Menschen ja nicht so einfach verändern können und wollen. Wir veranstalten zu diesen Themen auch Workshops, in denen wir – in die andere Richtung gedacht – zum Beispiel erklären, warum die jüngere Generation anders tickt und wie sie als Digital Natives aufwachsen. Um mehr Impulse zu bekommen, haben wir auch sehr viele Praktikanten, Auszubildende und Studierende. Die bringen immer viele neue Ideen und Arbeitsweisen mit ein.

Ecklé: Verständnis und Kommunikation sind definitiv zwei Schlüsselwörter. Auch wir haben Auszubildende und Praktikant*innen, die jünger sind als ich und schon ganz anders aufgewachsen sind, gerade mit Social Media. Unseren Kampagnen kommt das sehr zugute, weil die Zielgruppen unterschiedlich sind und wir so immer jemanden im Team haben, der sich besonders gut in diese hineinversetzen kann.

Stühmeier: Altersdiversität ist unheimlich wichtig, weil in diesem Spannungsfeld die besten Geschichten passieren. Das gilt vor allem auch dann, wenn man Produkte hat, die große Altersspannbreiten erreichen sollen, von ganz Jungen bis hin zu den Älteren.

Kämmer: Ich habe festgestellt, dass die Unterschiede zwischen Jung und Alt gar nicht so groß sind und dass man eine bestimmte Haltung und Bedürfnisse nicht nur am Alter festmachen kann. Wir haben junge Leute im Unternehmen, die wollen schnell viel Geld verdienen, und

ältere, die vor allem den Purpose im Blick haben.

Ich würde gerne vom Diversitätsaspekt „Alter“ zum Aspekt „Inklusion“ wechseln. Rund zehn Prozent der Bevölkerung haben eine Behinderung, ob angeboren, durch Krankheit oder Unfall erworben. Wie schätzen Sie dieses Thema ein?

Schneider: Das Leben verändert sich, das gilt auch beim Thema Behinderung. Wenn jemand einen Unfall hat oder krank wird, muss der Arbeitgeber mitgehen und sich darauf einstellen. Bei Miele als Familienunternehmen machen wir das schon sehr lange. Wir lassen niemanden alleine. Ein Beispiel: Ein Kollege aus dem Werk hat einen Sportunfall gehabt und konnte nicht mehr in seinem Beruf arbeiten. Er hat dann mit unserer Hilfe eine kaufmännische Ausbildung gemacht und wir setzen ihn nun im Kundenservice ein.

Stühmeier: Ein anderes Thema ist der psychisch-kognitive Bereich, zum Beispiel bei Burnouts. Es ist enorm wichtig, Führungskräfte dafür zu sensibilisieren, dass sie genau hinschauen bei ihren Kolleg*innen, aber auch für sich selbst Fürsorge betreiben. Es gibt Lebensphasen, in denen wir mal mehr, mal weniger belastbar sind. Dies anzuerkennen und gemeinsam nach individuellen Lösungen zu suchen, ist ein wichtiger Präventionsschritt.

Kämmer: Wir haben ein interessantes Online-Angebot eingeführt, um das eigene mentale und emotionale Wohlbefinden zu stärken. Unsere Mitarbeitenden können zum Beispiel Beratungsgespräche wahrnehmen, was ich am Anfang ehrlich gesagt nicht so gut fand: Das ist doch nicht Aufgabe des Arbeitgebers, dachte ich. Ich bin aber überzeugt worden und mittlerweile begeistert. Das Angebot wird gut angenommen. Es ist selbstverständlich anonym, aber wir erfahren



Altersdiversität ist unheimlich wichtig, weil in diesem Spannungsfeld die besten Geschichten passieren.

Romy Stühmeier
Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit e. V. (kompetenzz)



Wissenschaftliche Studien belegen, dass diverse Teams erfolgreicher sind und die Kundenbedürfnisse besser erfüllen können.

Daniela Siekmann
NTT Data Business Solutions AG

die generellen Themen. Das hilft uns, im Bereich Gesundheit weitere präventive Angebote zu machen.

Wir haben viele Themen angesprochen – und sind noch lange nicht bei allen angelangt, die es im Bereich der Diversität gibt. Welches Zukunftsbild haben Sie zum Abschluss für die Diversität in Ihrem Unternehmen im Blick?

Siekmann: Wir haben vor zwei Jahren mit dem Top-Management festgelegt, dass Diversität Teil unserer DNA werden und in allem Tun und Denken eine Selbstverständlichkeit werden soll. Daran arbeiten wir, und ich spüre schon jetzt, dass sich im Miteinander der Kolleg*innen etwas verändert hat.

Schneider: Ziel von Diversität sollte sein, dass es Stellen wie meine nicht mehr gibt, weil sie schlicht nicht mehr gebraucht werden. „Diversity, Equity and Inclusion“ gehören dann zur Kultur dazu, sie haben sich nachhaltig verselbstständigt. Jeder Mensch wird gewertschätzt und akzeptiert, so wie er ist.

Kämmer: Mein Zukunftsbild besteht aus einem Satz: Ich möchte, dass wir in einer menschlichen, lebensphasenorientierten und inklusiven Arbeitswelt tätig sein werden.

Ecklé: Ich würde mir wünschen, dass es nichts mehr Besonderes ist, diverse Kampagnen umzusetzen, sondern dass es einfach zur Selbstverständlichkeit geworden ist.

Stühmeier: Wir werden nicht müde werden, mit unseren Aktivitäten auf Missstände hinzuweisen, Lösungsansätze aufzuzeigen sowie Erfolgsgeschichten zu erzählen.

Hase: Das Bunte erlauben muss einfach das oberste Ziel sein am Ende. Wir müssen Respekt haben und Freiräume bewusst schaffen – und Diversität als große Chance sehen. <<



RECRUITING „RELOADED“

BIELEFELDER STARTUP
REVOLUTIONIERT
BEWERBUNGSPROZESS
FÜR UNTERNEHMEN UND
SCHÜLER*INNEN

TEXT: Corinna Bokermann

FOTOS: Susi Freitag

Fachkräfte sind Mangelware. Daher ist bereits der Nachwuchs stark umworben. Mit einer „Dating-Plattform“ für das Recruiting schlägt ein Bielefelder Startup jetzt einen neuen Weg ein, um den Nachwuchs von morgen anzusprechen. Das eigens für den Berufsorientierungsunterricht entwickelte Lernmanagementsystem verbindet den schulischen Unterricht mit dem Recruiting der Arbeitgeber. JoBooking heißt die digitale Lösung, um Unternehmen, Schulen und Schüler*innen miteinander zu vernetzen und Beziehungen aufzubauen. „Open-Minded und zukunftsorientiert nach Lösungen zu suchen, spiegelt in allem, was wir tun, unsere Haltung“, sagt Co-Founderin Yasemin Kesti. Und wer glaubt, es geht nur darum, Analoges in Digitales umzuwandeln, irrt.

Offen zu sein für neue

Ansätze treibt das Bielefelder Startup an und um. Seit eineinhalb Jahren arbeiten Yasemin Kesti, neben Henoch Derar, Tim Strulik als Co-Founder*in von JoBooking und Sowmya Kamath Ramesh, an ihrem Produkt. Jens Schneider und Merlin Sven Marek von der Impact IT Services GmbH haben das Team maßgeblich bei der Entwicklung unterstützt. Die Wirtschaftswissenschaftlerin Yasemin Kesti kümmert sich hauptsächlich um den Vertrieb und die Netzwerkarbeit, Wirtschaftsingenieur Henoch Derar ist verantwortlich für die Schulpartnerschaften, während Tim Strulik, Jens Schneider und Sowmya Kamath

Ramesh als Entwickler das technische Konzept umsetzen. „Jetzt befinden wir uns mitten im Markteintritt“, sagt die 38-Jährige. Entstanden ist die innovative Idee im Center for Entrepreneurship der Hochschule Bielefeld (HSBI). Das Team hat das EXIST-Gründerstipendium erhalten, um die wissenschaftlich entwickelte Lösung in den deutschen Markt zu bringen. Yasemin Kesti, deren Schwerpunkt Human Resources ist, hat sich gemeinsam mit ihrem Team intensiv mit dem sich verändernden Fachkräftemarkt beschäftigt. „Wo gibt es Probleme und warum?“ sind für sie Schlüsselfragen für den oft schwierigen und aufwendigen Matching-Prozess, an dem Unternehmen, Schulen und Schüler*innen beteiligt sind und dennoch häufig nicht zueinander finden. „Viele Unternehmen nutzen die Klaviatur des Recruiting nicht mehr zeitgemäß“, lautet ihr Fazit. „Wir brauchen eine moderne Lösung, da die Ressourcen und Kompetenzen in vielen Unternehmen nicht vorhanden sind und der alte Prozess bei jungen Menschen nicht mehr matcht.“

»





Junge Talente erreichen

Drei in eins heißt die Lösung des Bielefelder Startups, das aus einem Lernmanagementsystem, einem Bewerbermanagementsystem und zukünftig einer Anwendung für Lehrer besteht. JoBooking ist für den Berufsorientierungsunterricht ab der 8. Klasse gedacht. Die Rekrutierungsplattform für Nachwuchskräfte lässt sich durch das Lernmanagementsystem in den Schulunterricht einbinden und ermöglicht die Zusammenführung von Unternehmen, Schulen und Jugendlichen. Die Schüler*innen nutzen die Plattform, die auf ihr Mediennutzungsverhalten zugeschnitten ist und bei der Unternehmensprofile oder Stellenanzeigen ähnlich wie auf TikTok durchgeführt werden, im Unterricht. „Jede und jeder Jugendliche erstellt über die App selbstständig eine eigene Bewerbungs-Homepage, kann direkt Unternehmen kontaktieren, Fragen stellen oder auch Praktikumsplätze buchen“, listet Yasemin Kesti einige Möglichkeiten für Schüler*innen auf. Die individuelle Bewerbungs-Homepage, die jeder Schüler deutschlandweit versenden kann, gibt wiederum Raum, um eigene Aktivitäten oder Hobbys ausführlich zu beschreiben und so die eigenen Stärken und Interessen zu kommunizieren. „Das sind Talente, die Schüler*innen oft nicht zu Wort bringen. Ein wichtiger Game-Changer ist allerdings, dass Schüler*innen direkt von den Unternehmen über eine Chat-Funktion angesprochen werden dürfen“, unterstreicht die Gründerin. „Es ist für viele deutlich leichter, zunächst digital in Kontakt zu treten.“ Und durch die Verortung in der Schule erreichen Unternehmen in ihrer Region alle relevanten Jugendlichen der Partnerschulen direkt und ohne Streuverluste. Statt auf Bewerbungs-

Einfach, effektiv, digital

» Neue Wege im Recruiting-Prozess denken und finden – dafür steht das Team hinter JoBooking. Die ohnehin stattfindende Berufsorientierung in den Schulen mit dem Recruiting der Unternehmen zu verbinden lag für die Gründer*innen auf der Hand. Ziel ist es, den Bewerbungsprozess einfacher, effektiver und damit digitaler zu gestalten. Dafür hat das Ed-Tech-Start-up alle Beteiligten in die Entwicklung einbezogen. Die Schulen, mit denen das Team den Austausch gesucht hat, spiegeln die gesamte Bandbreite von Gesamtschulen über Realschulen und Berufskollegs bis hin zu Gymnasien. „Bereits jetzt nehmen mehr als 40% der Schulen in unserer Stadt an unserem Projekt teil“, so die Gründerin. Gleiches gilt für die Unternehmen aus der Region. Sie repräsentieren verschiedene Branchen und variieren in der Größe. So werden zukünftig Unternehmen wie die VerbundVolksbank OWL eG, die Sparkasse Bielefeld oder die Hettich GmbH & Co. KG JoBooking für ihr Recruiting einsetzen. „Die Probleme im Matching-Prozess sind für kleine, mittelständische und auch

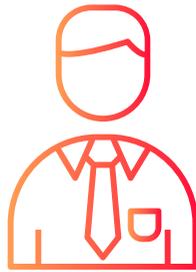


große Unternehmen vielfältig. Beim Recruiting spielen neben der Unternehmensgröße – damit einher geht oft die Bekanntheit eines Unternehmens – aber auch viele andere Faktoren eine Rolle. Einer der wichtigsten Erkenntnisse ist jedoch, dass Unternehmen und Schüler*innen zwar oft zur selben Zeit, aber an verschiedenen Orten suchen“, weiß Yasemin Kesti durch umfangreiche Validierungen. Die Bemühungen beider Parteien, zueinander zu finden, will JoBooking durch die digitale Plattform bündeln. „Unser Ziel ist es, die Tür zu öffnen, um den ersten Schritt zu erleichtern. Daher haben wir nach einer Lösung mit einem möglichst niedrigschwelligen Ansatz gesucht“, erklärt Yasemin Kesti. „Die Recruiting-Plattform ist zusammen mit den Menschen entstanden, für die sie entwickelt wurde.“

eingänge zu warten, können Unternehmen die im Unterricht erstellten Unterlagen sichten – sofern die Schüler*innen zustimmen. Außerdem können sie JoBooking als Kanal für ihr Azubi-Marketing nutzen, um auf freie Praktikums- und Ausbildungsstellen oder auf Messen und Veranstaltungen aufmerksam zu machen. „Vor allem haben Unternehmen die Chance, junge Menschen in ihrem Berufsorientierungsprozess aktiv über einen längeren Zeitraum zu begleiten. Einfach, indem sie ihnen zum Beispiel Praktika anbieten, über die Plattform kommunizieren und für Fragen und Anregungen zur Verfügung stehen“, erklärt Yasemin Kesti. Dabei arbeiten die Unternehmen in ihrem eigenen System: Das Bewerbermanagementsystem von JoBooking bietet besonders für kleine und mittelständische Unternehmen einen Mehrwert. „Viele Unternehmen profitieren immer noch nicht von solchen Anwendungen. Bei uns erhalten sie eine ‚End-to-End-Recruitinglösung‘ die sie von der Inserierung bis zur Stellenbesetzung begleitet. Für die großen Arbeitgeber bieten wir Schnittstellen zu ihren eigenen Systemen“, so Yasemin Kesti. Dabei ist JoBooking nicht nur für die Arbeitgeber aus OWL einsetzbar. Unternehmen können deutschlandweit bereits jetzt die Anwendung für ihre bestehenden Schulkooperationen nutzen und damit JoBooking in ihr AZUBI-Recruiting integrieren. Hier wird nochmals die Innovation des Startups deutlich, die darin besteht, verschiedene Arbeitswelten der User*innen digital und gekonnt zu vernetzen.

Offen für neue Produkte und Wege

Doch JoBooking will nicht nur die Sichtbarkeit der Unternehmen stei-

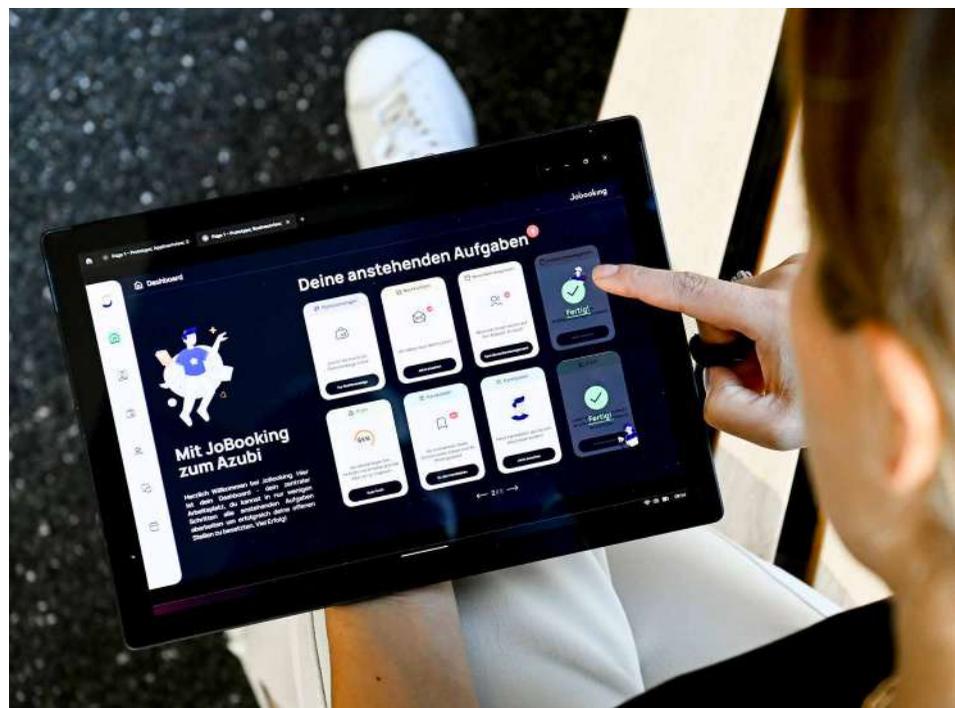


gern. „Uns geht es auch in Sachen Berufswahl darum, den Blick der jungen Menschen zu weiten. Weg von Stereotypen“, so die Founderin. Auf die große Welt beruflicher Ausbildungsmöglichkeiten macht die Plattform mit Schlagworten wie Alltagsheld, Menschenglücklichmacher, Weltverbesserer oder Menschenfreund Appetit. „Hier können sich Jugendliche, angepasst an ihre Bedürfnisse, informieren“, so die Bielefelderin mit Blick auf unentschlossene Jugendliche, und „ihren Blick erstmals auf die ‚Berufung‘ lenken anstatt nur auf die Kompetenzebene.“ Sie möchte mehr Leichtigkeit in den Recruiting-Prozess bringen. Überhaupt braucht es aus ihrer Sicht ein Mindset, das offen ist für neue Produkte und Wege. Dinge

neu und digital zu denken ist ihr ein Anliegen. „Bewährtes zu behalten schließt das nicht aus“, sagt sie. „Aber wir müssen uns fragen: Wie funktioniert Digitalisierung? Es kann nicht darum gehen, die Bewerbungsmappe, die früher per Post verschickt wurde, nur 1:1 als digitale Mappe zu verschicken. Vielmehr müssen wir uns fragen: Was ist das Ziel des analogen Prozesses und wie können wir diesen digital darstellen und realisieren?“

Das innovationsbasierte Startup geht dabei so vielfältig vor wie die Menschen, die dahinterstehen. „So unterschiedlich, wie wir sind, teilen wir doch die gleichen Werte: Familie, Freunde, Ehrlichkeit und ein offener Umgang miteinander. Wir arbeiten viel, sehr viel miteinander und so steht die Arbeit auch im Lebensmittelpunkt. Wir brauchen alle Talente für diese Projektarbeit, aber als Menschen wollen wir einen Ort schaffen, an dem jeder sein kann, wie er ist. Diese Haltung prägt uns in unserem gesamten Tun und spiegelt sich letztendlich auch in unserer Produktentwicklung“, unterstreicht Yasemin Kesti.

www.jobbooking.de <<



OUR SMART TOWN



DIGITALE LÖSUNG FÖRDERT CHANCENGLEICHHEIT

Es ist nicht das erste Startup,
das Bulut Alkis und Mert Tumay
auf den Weg bringen.
Nach den „Nachhilfe-Helden“,
gegründet 2019, steht jetzt
Our Smart Town in den Startlöchern.
„Die Idee für unser zweites Startup
ist durch die Nachhilfe-Helden
entstanden“, erzählen die beiden
Gründer, für die es eine
Herzensangelegenheit ist, mit ihren
Ideen Chancengleichheit
zu generieren. Über ihre
innovative Plattform können zukünftig
Zuschüsse für Klassenfahrten,
Schulmaterial und Nachhilfe
digital beantragt werden.

TEXT: Corinna Bokermann
FOTO: WEFRAE STUDIOS

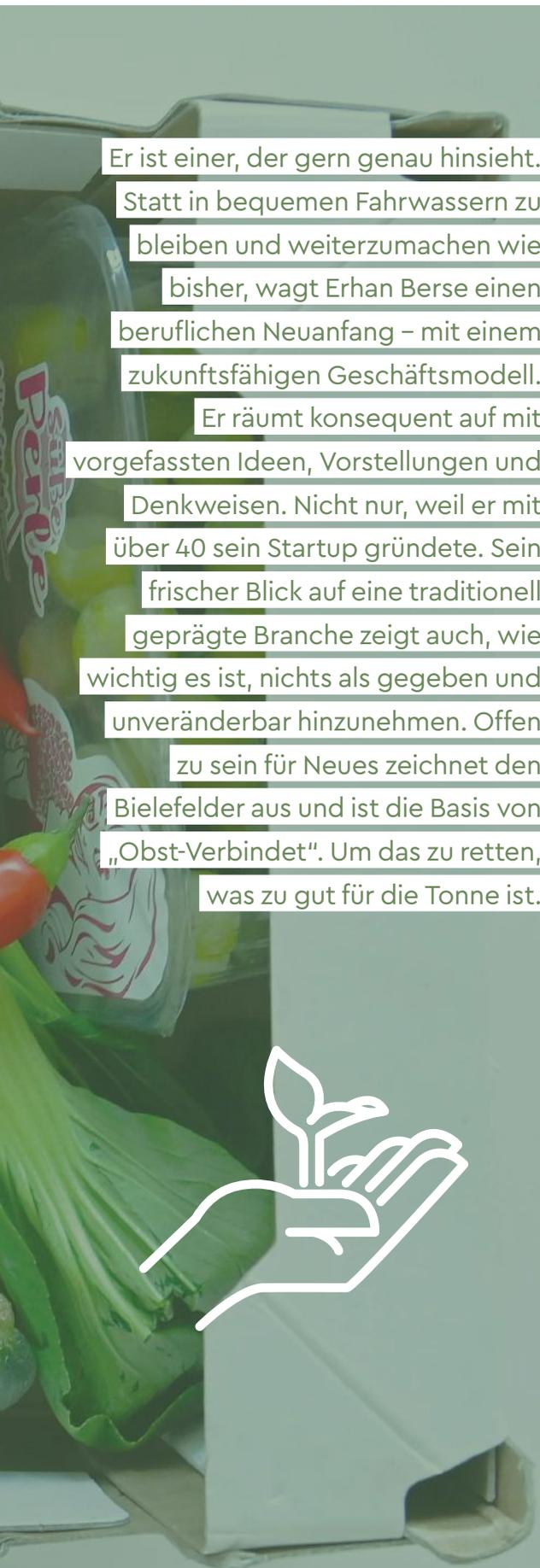
D amit wollen wir einen besseren Zugang zu Bildung ermöglichen und eine Verbesserung der Bildungsgerechtigkeit erreichen“, sagt Bulut Alkis. Ein wichtiges Instrument und wirksamer Hebel dafür ist das Bildungs- und Teilhabepaket, das für mehr Chancengleichheit sorgen soll. Es ermöglicht Kindern von Bürgergeld-Empfänger*innen Zuschüsse, die für das Lernen hilfreich bzw. notwendig sind – vom Schulbedarf über Nachhilfe bis hin zu Klassenfahrten. „Durch unser Lerninstitut haben wir aber schnell gemerkt, dass Familien nicht gut abgeholt werden und diese Förderungen nicht immer abrufen“, erklärt der 31-Jährige, der Bauingenieurwesen studiert hat. „Sie scheitern an der Bürokratie, aber auch an sprachlichen Barrieren.“ Hürden, die mit der Plattform von Our Smart Town, die sich aktuell noch im Reifeprozess befindet, abgebaut werden sollen. Durch wenige Klicks. Das mehrsprachige System – KI macht es möglich – erleichtert den Antragstellenden das Ausfüllen. Fehlen Daten, erfolgt automatisch eine Erinnerung. „Unvollständig ausgefüllte Anträge erreichen also gar nicht erst die Behörde“, bringt Bulut Alkis einen von vielen Vorteilen auf den Punkt. Und auch für die Datensicherheit hat das Start-up gesorgt, das in Sachen Blockchain mit der Hochschule Bielefeld (HSBI) zusammenarbeitet. Auf der Suche nach einer digitalen Lösung – zurzeit umfasst ein Antrag in Papierform noch bis zu 20 Seiten – haben die beiden Bielefelder alle involvierten Parteien mitgedacht und eingebunden. Neben den Familien der Schüler*innen sind es Schulen, Behörden und die Nachhilfeinstitute. „Unsere Bottom-up-Strategie hat uns geholfen“, so Mert Tumay, der mit Bulut Alkis in den jeweiligen Ämtern der Stadt hospitierte und weiß, wo es hakt.

„Das Bielefelder Startup-Paket hat uns als Gründern immens viele Türen geöffnet. Wir profitieren dabei sowohl von dem Netzwerk und dem inhaltlichen Austausch untereinander als auch von dem direkten Mietkostenzuschuss, der uns in den ersten drei Jahren finanzielle Sicherheit gibt“, betont Bulut Alkis. Ihrem Ziel, eine gerechtere und inklusivere Gesellschaft aktiv mitzugestalten, kommen die beiden Bielefelder mit ihrem zweiten Startup auf jeden Fall ein Stück näher. „Kommunen erwerben die Lizenz, für alle anderen ist unsere Plattform kostenlos“, so die zwei. <<



**RETTEN
STATT VER-
SCHWENDEN**

ZU GUT FÜR DIE TONNE



Er ist einer, der gern genau hinsieht. Statt in bequemen Fahrwassern zu bleiben und weiterzumachen wie bisher, wagt Erhan Berse einen beruflichen Neuanfang – mit einem zukunftsfähigen Geschäftsmodell. Er räumt konsequent auf mit vorgefassten Ideen, Vorstellungen und Denkweisen. Nicht nur, weil er mit über 40 sein Startup gründete. Sein frischer Blick auf eine traditionell geprägte Branche zeigt auch, wie wichtig es ist, nichts als gegeben und unveränderbar hinzunehmen. Offen zu sein für Neues zeichnet den Bielefelder aus und ist die Basis von „Obst-Verbindet“. Um das zu retten, was zu gut für die Tonne ist.

TEXT: Corinna Bokermann

FOTOS: Susi Freitag

T

ag für Tag landen Millionen Tonnen überschüssiger und noch genießbarer Lebensmittel, vor allem Obst und Gemüse, im Müll.

Durch die Verschwendung gehen nicht nur die Lebensmittel verloren, sondern auch die zur Herstellung benötigten Ressourcen. „Das muss nicht sein“, findet Erhan Berse. Mit „Obst-Verbindet“ setzt sich der Bielefelder für mehr Wertschätzung von bereits produzierten Lebensmitteln ein. Für mehr Nachhaltigkeit statt Lebensmittelverschwendung. Eine zukunftsträchtige Idee, die auch unserem Klima guttut.

Viele überschüssige Lebensmittel werden bereits gerettet. Meist solche, die in Supermärkten, Bäckereien und bei anderen Händler*innen am Ende der Handelskette übrigbleiben. „Die Arbeit wohltätiger Organisationen ist an dieser Stelle sehr wichtig“, betont Erhan Berse. „Es werden jedoch tonnenweise Lebensmittel entsorgt, die erst gar nicht den Weg in den Einzelhandel schaffen.“ Lebensmittel wertzuschätzen ist ihm ein Anliegen, was er mit „Obst-Verbindet“ in die Tat umsetzt. Die Wegwerf-Mentalität war und ist für ihn Motivation, etwas gegen die Lebensmittelverschwendung zu unternehmen – egal vor welchem Hintergrund sie entsteht. „Es war mein Herzenswunsch, das Konzept von ‚Obst-Verbindet‘ auf den Weg zu bringen“, erklärt Erhan Berse, der sich über die dynamische Entwicklung des im Juni 2021 gegründeten Startups freut. Inzwischen beschäftigt die WE Fresh GmbH zehn Mitarbeitende. Gülcan Augstein, verantwortlich für Marketing und Kommunikation, ist seit der ersten Stunde mit im Boot. Und sie kennt sich, wie Gründer und Geschäftsführer Erhan Berse, in der Branche aus.

Lebensmittel retten

Das Bewusstsein für die schnelle Verderblichkeit von frischem Obst und Gemüse begleitet ihn seit Jahren und war für ihn Ansporn, genau hinzusehen und nach neuen Wegen zu suchen. „Natürlich ist es weder das Ziel noch Intention, dass Obst und Gemüse in der Tonne landen, bevor sie jemals den Einzelhandel erreicht haben. Gründe dafür gibt es jedoch viele“, stellt Erhan Berse fest. Mal entsprechen Obst und Gemüse nicht der gewünschten Norm – zu klein oder groß, unförmig oder mit „Schönheitsfehlern“ versehen – oder es gibt andere Faktoren, die die Nachfrage negativ beeinflussen. Von landwirtschaftlicher Überschussproduktion bis hin zum Kaufverhalten der Endverbraucher*innen. Da es in diesem Sommer im Juli viel geregnet hat, wurden beispielsweise längst nicht so viele Melonen gekauft wie bei Sonnenschein, aber

»



Wir retten diese wertvollen Waren aus den unterschiedlichsten Handelsstufen der Lieferkette und führen sie wieder zurück in den Kreislauf.

Erhan Berse



- » die Melonen lagen erntefrisch zum Verkauf bereit. Die Gründe für einen stagnierenden Absatz sind vielfältig. „Und wenn sich kein Abnehmer findet, muss am Ende des Tages schnell entschieden werden, was mit dem Obst und Gemüse passiert“, schildert Erhan Berse die Situation von nicht verkauften Lebensmitteln aus Großmärkten, direkt von Erzeuger*innen oder Produzent*innen. „Wir retten diese wertvollen Waren aus den unterschiedlichsten Handelsstufen der Lieferkette und führen sie wieder zurück in den Kreislauf.“

Nachhaltig und klimafreundlich

25 Jahre Berufserfahrung und ein gewachsenes Netzwerk bilden das Fundament der WE Fresh GmbH. „Das brauchte ich auch, um überhaupt so ein Startup zu gründen. Es ist eine sehr traditionelle und persönliche Branche“, stellt Erhan Berse fest. „Das wäre mit 20 Jahren nicht denkbar gewesen.“ Später zu gründen bringt aus seiner Sicht gleich mehrere Vorteile mit sich. „Man hat aus Fehlern oder Fehlschlägen gelernt und auch die Lebenserfahrung hilft, bessere Entscheidungen zu treffen“, ist Erhan Berse überzeugt. Entscheidender als das Alter sind für ihn jedoch andere Dinge. Weitaus mehr Gewicht haben Individualität, das Timing beim Gründen und vor allem die Idee. Entscheidungsstärke und Durchhaltevermögen bringt der Bielefelder jedenfalls mit. Er weiß, was es heißt, mit Obst und Gemüse zu handeln.

Online bestellen, selbst abholen

Mittlerweile hat „Obst-Verbindet“ zahlreiche Verteilerstationen aufgebaut, wo Endverbraucher*innen die bestellten Lebensmittel und Waren abholen können. „Auch in der Verteilung wollen wir versuchen, möglichst nachhaltig und klimafreundlich zu agieren“, so der 44-Jährige. Wer im Online-Shop bis zum Vortag der Abholung bestellt, kann die Ware aus dem Retter-Sortiment am nächsten Tag abholen. In Bielefeld selbst gibt es neben der Zentrale am Großmarkt vier weitere Verteilstationen. „In Bielefeld gibt es im Harms Markt jetzt auch unseren ersten Retter-Shop“, so Erhan Berse. Dort kann man nicht nur bestellte (Retter-)Kisten abholen, sondern auch spontan vor Ort kaufen.

Rasant gewachsen

Selbst mit anpacken gehört für den Gründer dazu. Die Kisten mit Überschussware hat er anfangs selbst bestückt und sie mit Transportern ausgefahren. „Die Idee kam von Anfang an super an“, er-

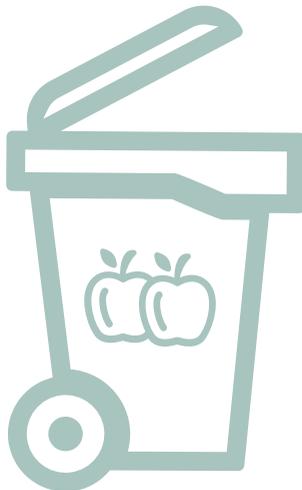
zählt er. Und auch alle anderen Faktoren passten. Und so sind aus einigen Kisten pro Woche 20.000 Kilogramm Lebensmittel pro Tag geworden. „Bei der rasanten Entwicklung mussten wir schauen, dass wir hinterherkamen“, so Erhan Berse. Längst versorgt „Obst-Verbindet“ nicht nur Bielefelder*innen und die Region OWL mit Obst- und Gemüseboxen. Auch in Hamburg und an der Grenze zu den Niederlanden hat das Bielefelder Unternehmen inzwischen Verteilstationen etabliert. Und das Netz wächst weiter. „Wir wägen jedoch auch im Sinne der Nachhaltigkeit ab, ob sich Touren lohnen. Denn wir wollen – nicht nur aus wirtschaftlichen Gründen – unsere Touren so planen, dass wir Leerfahrten vermeiden“, unterstreicht Erhan Berse.

Für einen nachhaltigen Konsum sensibilisieren

Auch andere Lebensmittel – jenseits von Obst und Gemüse – sind bei der WE Fresh GmbH inzwischen in den Fokus gerückt: Saisonware, die es ebenso wie andere Produkte aufgrund von Sortimentsbereinigungen, verändertem Verpackungsdesign, mangelnder Regalfläche oder aufgrund ihres Mindesthaltbarkeitsdatums nicht mehr in den Einzelhandel geschafft hat. „Wir wollen für einen nachhaltigen Konsum sensibilisieren. Dabei kann jeder von uns ein Teil der Lösung sein. Unser Ziel ist es, die Entsorgung wertvoller Lebensmittel zu stoppen und das Bewusst-

der Lebensmittelabfälle entstehen in Privathaushalten

60%



sein für einen nachhaltigen Umgang mit bereits produzierten Lebensmitteln zu schaffen“, sagt der Geschäftsführer. „Unser Konzept beinhaltet ein Stück weit auch einen Bildungsauftrag. Schließlich entstehen allein 60 Prozent der Lebensmittelabfälle in Privathaushalten.“ Fakten zum Thema Lebensmittelrettung trägt das Bielefelder Startup gern in die Welt hinaus. Nicht nur, um Eigenwerbung zu machen. Formate wie „Deutschland rettet Lebensmittel“ dienen auch der Aufklärung. Etwas Renommee darf es dann aber doch sein. Beim Bundeswettbewerb „Zu gut für die Tonne“ holte sich das Bielefelder Startup 2022 für sein Konzept eine Nominierung ab. „Darüber haben wir uns sehr gefreut“, sagt der Gründer.

Die Wertschätzung, die das Unternehmen den Lebensmitteln entgegenbringt, erstreckt sich übrigens auch auf andere Bereiche. „Wir beschäftigen viele Menschen mit unterschiedlichen Nationalitäten. Chancengleichheit ist für uns ein wichtiges Thema, ganz egal, welcher Herkunft, welchen Geschlechts oder sexueller Orientierung“, unterstreicht Erhan Berse, für den Eigenschaften wie Verantwortung, ein gutes Urteilsvermögen und Toleranz eine wichtige Rolle spielen. „Mitarbeitende aus verschiedenen Kulturen bringen eine Vielfalt an Wissen und Erfahrung mit. Es bringt so viele Vorteile, auf unterschiedliche Kompetenzen zurückgreifen zu können und voneinander zu lernen.“ Und so vertraut das Bielefelder Startup auf die Vielfalt und Kompetenzen, die seine Mitarbeitenden ins Unternehmen einbringen. „So divers wie unsere Gesellschaft ist auch unser Unternehmen“, betont Erhan Berse. Und so rettet „Obst-Verbindet“ nicht nur Lebensmittel, sondern verbindet auch Menschen.

www.obst-verbindet.de <<

PFLEGE INTERNATIONAL DENKEN

ZUKUNFTSWERK
LEBEN UND GESUNDHEIT



„Es ist ein Vorhaben von strategischer Bedeutung und kein Projekt.“
Das ist Dr. Bodo de Vries, Geschäftsführer des Ev. Johanneswerks, ganz wichtig.
„Ein Projekt hat einen Anfang und ein Ende. Wir möchten mit ‚Zukunftswerk
Leben und Gesundheit‘ dauerhaft Menschen aus der Türkei für eine Ausbildung
bei uns gewinnen und sie so gut integrieren, dass sie bleiben.“ Vor dem
Hintergrund des Fachkräftemangels geht das diakonische Unternehmen mit mehr
als 70 Einrichtungen und zahlreichen ambulanten Leistungen in ganz NRW
sowie rund 7.300 Mitarbeitenden neue Wege.

Der Name ist mit Bedacht gewählt: „Zukunftswerk steht dafür, dass wir tätig werden. Leben bedeutet, dass wir Verantwortung für die Migrant*innen übernehmen. Und Gesundheit bezeichnet die Zielsetzung, als Johanneswerk weiterhin gesund zu bleiben.“ Hintergrund ist der demographische Wandel, den der promovierte Sozialwissenschaftler als großes gesellschaftliches Problem begreift. „In den nächsten zehn Jahren werden allein im Bereich der Altenpflege 1.150 unserer Mitarbeitenden in Rente gehen. Das sind 27 Prozent.“ Um diese Lücke proaktiv zu schließen, hat das Ev. Johanneswerk seine Ausbildungskapazitäten erweitert. Ein weiterer Baustein ist das Anwerben von jungen Menschen aus der Türkei mit Hilfe eines Kooperationspartners in Ankara. Finanziell unterstützt wird das Vorhaben durch den Europäischen Sozialfonds (ESF) und die nordrhein-westfälische Landesregierung.
Im Mai 2023 kamen die ersten 18 Auszubildenden in Bielefeld an, um ihre Generalistische Pflegeausbildung zu beginnen. Zuvor hatten sie in der Türkei erfolgreich einen Deutsch-Kurs absolviert und werden weiterhin vor Ort engmaschig im Onboarding-Prozess und darüber hinaus betreut.
So werden die jungen Menschen u. a. bei der Wohnungssuche, in puncto Mobilität und bei Behördengängen unterstützt. „Wir wollen, dass die Auszubilden-



Dr. Bodo de Vries

INTERVIEW: Eike Birck
FOTOS: Barbara Franke,
Johanneswerk

den neben den Lernorten Schule und Praxis auch ein Leben außerhalb unserer Einrichtungen haben, und zeigen ihnen Möglichkeiten der Freizeitgestaltung auf. Wir wollen Integrationsprofis werden“, unterstreicht Dr. Bodo de Vries den Anspruch.

Kultur- sensibilität gefragt

Die Erfahrungen werden im hauseigenen Forschungsinstitut, dem Bielefelder Alters-Institut, gesammelt, ausgewertet und falls nötig, erfolgt eine Anpassung der Integrationsstrategie. Neben fachlichen Kompetenzen wird den Auszubildenden auch das hiesige Pflegeverständnis vermittelt. „In der Türkei versteht man unter einer Pflegeeinrichtung für ältere Menschen etwas anderes als wir hier in Deutschland. Dort ist ein Altenheim eher ein erweitertes betreutes Wohnen. In der Türkei ist die Pflege eher im familiären Kontext angesiedelt.“

Kultursensibilität – von beiden Seiten – ist ein wesentlicher Schlüssel zu einer erfolgreichen Integration. Das Ev. Johanneswerk hat seine Offenheit dabei vielfach unter Beweis gestellt und bereits reichlich Erfahrung gesammelt. Unter den 7.300 Mitarbeitenden befinden sich schon jetzt 90 unterschiedliche Nationalitäten.

«



WELT- OFFENER MARKT- FÜHRER

EK RETAIL: INNOVATIONEN FÜR DEN EINZELHANDEL



Gemeinsam ist man stärker. Das ist das Credo von EK Retail. Rund 4.000 Einzelhandelsunternehmen mit 8.000 Geschäften in 14 europäischen Ländern sind Mitglieder des genossenschaftlich organisierten Mehrbranchenverbundes mit Hauptsitz in Bielefeld. Der weltoffene Marktführer bringt den stationären Einzelhandel aus den Branchen Living, Elektro, Spielwaren, Baby, Mode, Wohnen,

Heimwerken, Sport und Bücher grenzüberschreitend nach vorn. Mit Services, die weit über eine gemeinsame Warenbeschaffung hinausgehen.

Keine Frage: Der stationäre Einzelhandel steht vor enormen Herausforderungen. Der Online-Handel, der nicht zuletzt einen kräftigen Schub durch die Corona-Pandemie erhielt – sichert sich immer größere Marktanteile. Aber der Einzelhandel hat entscheidende Vorteile: Er bietet ein Shopperlebnis mit allen Sinnen. Deshalb entwickelt EK Re-

tail für die Mitglieder – dazu zählen Fach- und Heimwerkermärkte, Kauf- und Warenhäuser, Wohnkaufhäuser und Modehäuser – neben dem Aufbau neuer Warenwelten und der Entwicklung kundennaher Emotionalisierungskonzepte ein zukunfts-sicheres digitales Leistungsspektrum. E-Commerce und stationärer Handel betrachten die Bielefelder als zwei Seiten derselben Medaille. „Hier geht es für unsere Fachhändler darum, ihre Stärken vor Ort mit allen

Vorteilen des Online-Geschäfts zu verbinden. Der Schlüssel zum Erfolg heißt individuelle Profilierung. Genau darauf sind unsere Markenstore-Konzepte, digitalen Services und Dienstleistungsangebote ausgerichtet“, sagt EK-Vorstandsvorsitzender Martin Richrath. „Entscheidend ist aber, wie gut man die Menschen auf der anderen Seite der Ladentheke mitnehmen kann. Und das können unsere Fachhändlerinnen und Fachhändler beispiellos gut.“



Mitbestimmung und Mitgestaltung

- » EK Retail setzt ganz bewusst auf eine enge partnerschaftliche Zusammenarbeit innerhalb der Händlergemeinschaft, um praxistaugliche Serviceleistungen anzubieten. Dabei bildet die 1925 gegründete Genossenschaft das stabile Fundament. Es garantiert die Transparenz der Entscheidungsfindung und gewährleistet die aktive Teilhabe der Handelspartner an der Entwicklung der EK: im Aufsichtsrat, der Vertreterversammlung sowie in zahlreichen Gremien wie Fachbeiräten, Erfahrungsaustausch-Gruppen oder in der Jungunternehmer-Gruppe Young Network. „Genossenschaften sind ewig junge Klassiker“, stellt Martin Richrath fest. „Welche Organisationsform sonst sichert die aktive Teilhabe der Mitglieder an der innovativen Entwicklung der Unternehmen und ist gleichzeitig eine tragfähige Grundlage der partnerschaftlichen Zusammenarbeit? Gut aufgestellte Genossenschaften wie EK Retail sind längst hochprofessionelle Netzwerke, die Märkte gestalten und damit vor allem mittelständischen Unternehmen Wettbewerbsfähigkeit und Wertschöpfung sichern. Allein stark, gemeinsam stärker: Nach diesem Grundsatz funktionieren Zusammenschlüsse inhabergeführter Einzelhändler gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten. Und so funktioniert auch EK Retail.“

Grüne Transformation

EK Retail versteht sich als weltweiter Marktführer und will die Entwicklungen in einer globalisierten Welt mitgestalten. „Als internationale Verbundgruppe bewegen wir uns rund um den Globus am Puls der Zeit und können so unsere eigenen Pläne, Handlungsweisen und



Konzepte frühzeitig auf Veränderungen von Märkten und Verbrauchergewohnheiten ausrichten“, berichtet Michael Richrath. „Das gilt besonders für die großen Herausforderungen, die über 2023 hinaus auch den unternehmerischen Alltag mitbestimmen. Dazu gehört zum Beispiel die Fokussierung auf das Thema Nachhaltigkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette bis hin zur Entwicklung entsprechender POS-Absatzlösungen. Das Wichtigste ist aber, dass alle Branchenakteure gemeinsam an Lösungen arbeiten. In der Händlergemeinschaft der EK bekommen wir das schon gut hin.“

EK Retail übernimmt Verantwortung in puncto Nachhaltigkeit. Die ESG-Strategie (Environment, Social and Governance) wird noch im Laufe des Jahres 2023 mit klaren und messbaren Zielen in das operative Geschäft aller sechs Business Units – EK Home, EK Fashion, EK Living, EK DIY, EK Sport sowie EK Books – implementiert. Dabei geht es um nachhaltiges Handeln entlang der gesamten Wertschöpfungskette: vom Rohstoffanbau bis zur Präsentation am POS und um die drastische Reduktion der eigenen Treibhausgas-Emissionen im Tagesgeschäft; vor allem aber darum, die Tür zum nachhaltigen Einkaufserlebnis im Fachgeschäft vor Ort ganz weit aufzumachen. Aktuelle Lösungen wie die Nachhaltigkeitsfläche „GreenChange“ im Modebereich treffen hier bereits spürbar den Nerv der Kunden.

EK goes „New Work“

Zur Mitgestaltung einer bunten, lebendigen Einzelhandelsszene, die nicht zuletzt die Attraktivität von Innenstädten überall in Europa ausmacht, braucht es deshalb in der Bielefelder Zentrale neben „alten Hasen“ auch junge Nachwuchskräfte, die wissen, wie z.B. die Digital Natives ticken. Die notwendige Kreativität für die Bewältigung der Zukunftsaufgaben im Handel sichern die Bielefelder, indem sie ihren Mitarbeitenden den Raum zur persönlichen und fachlichen Entfaltung geben. Sichtbares Zeichen dafür ist der umfangreiche Umbau des Bielefelder Headquarters in eine moderne Arbeitsumgebung im Sinne des „New Work“. EK investiert für die konsequente Weiterentwicklung des Kulturwechsels im Unternehmen einen niedrigen einstelligen Millionenbetrag und untermauert damit das Bekenntnis zum Standort Bielefeld. Geplant ist eine Fertigstellung Ende 2023.

Der Blick nach vorn

2025 wird EK Retail 100 Jahre alt. Wie der Handel der Zukunft aussieht? CEO Martin Richrath hat darauf eine Antwort: „Die Unterscheidung zwischen Offline und Online wird nur noch akademisch sein. Beide Welten werden zu einer, denn dem Kunden ist es egal, wie, wo und wann er einkauft – Hauptsache, er fühlt sich rundum wohl dabei. Deshalb gilt es auch, das gesellschaftlich immer wichtiger werdende Nachhaltigkeitsthema fest im Wertesystem des Fachhandels zu verankern. Wir werden unsere Handelspartner für diese Customer Journey qualifizieren und die Zukunft gemeinsam mit ihnen gestalten.“



DAS
KOMMT AUS
BIELEFELD.DE

**Da kann
ja jeder
kommen.**

Genau!

**Wir haben den Job,
der zu dir passt.**



www.das-kommt-aus-bielefeld.de/jobs

Mehr als **600 Jobs** bei Top-Unternehmen in Bielefeld

INVESTITION IN DIE ZUKUNFT

BÖLLHOFF BILDUNGSCAMPUS

Es tut sich so einiges bei der Böllhoff Gruppe. Direkt am Eingang zum Werksgelände entsteht auf einer Fläche von rund 2.000 Quadratmetern ein neues Ausbildungszentrum: der Böllhoff Bildungscampus.

Ein offenes Aus- und Weiterbildungskonzept, um das weltweit agierende, 1877 gegründete Familienunternehmen mit 43 Standorten in 25 Ländern zukunftsfähig aufzustellen.



TEXT: Eike Birck
FOTOS: Böllhoff Group

Die Überlegungen zu einem Bildungscampus gab es schon länger. Bislang mangelte es an Platz. Jetzt macht die älteste Produktionshalle in Bielefeld Platz für Neues. Die Qualität der Ausbildung weiter zu verbessern und gezielt Fachkräfte für die Zukunft fit zu machen – und das alles in einem Setting mit Wohlühlcharakter.

„Auf dem neuen Bildungscampus haben wir künftig doppelt so viel Platz“, freut sich Hubert Romoth, der seit über 20 Jahren bei Böllhoff tätig ist und seit 15 Jahren den Bereich Ausbildung leitet. „So können wir den Bedürfnissen der Fachabteilungen gerecht werden und unsere Ausbildungswerkstätten mit Equipment und IT-Programmen so ausstatten, wie es bei uns in der Produktion vorhanden ist.“

Die Böllhoff Gruppe mit 3.300 Beschäftigten, davon 1.400 Mitarbeitende in Deutschland, bildet in 25 verschiedenen Berufen in den technischen, logistischen und kaufmännischen Bereichen aus. „Wir haben eine hohe Übernahmequote von über 90 Prozent“, berichtet der Ausbildungsleiter Hubert Romoth. „Bislang hatten wir keine Schwierigkeiten, unsere Ausbildungsplätze zu besetzen.“ Damit das weiterhin so bleibt, investiert der Bielefelder Spezialist für Verbindungstechnik mit Montage- und Logistiklösungen 5 Millionen Euro.

Unter dem Dach des Bildungscampus werden technische Werkstätten mit modernen Schulungsräumen sowie einem Smart-Factory-Labor für die Themen Vernetzung und Robotik zusammengebracht. Das bewusst offen gestaltete Raumkon-



Marcel Rösner
Geschäftsführer,
Archimedes New Ventures

BÖLLHOFF
BILDUNGS
CAMPUS



Hubert Romoth
Ausbildungsleiter,
Böllhoff Gruppe

zept soll den Austausch fördern und Synergien ermöglichen. Und selbstverständlich Spaß machen. Auch ein Verbindungstechnik-Forum ist geplant: Hier sollen Böllhoff Produkte für Schüler*innen, Studierende und Gäste erlebbar werden, zum Beispiel im Rahmen von Hands-on-Events und Produktschulungen.

Mutig sein

Den Auszubildenden etwas zutrauen, damit hat die Böllhoff Gruppe bereits gute Erfahrungen gesammelt. „Unser Instagram-Kanal wird mit ein wenig Anleitung eigenständig von wechselnden Auszubildenden betreut. Das läuft sensationell“, so Frank Nientiedt, Head of Employer Branding. Und den Firmen-Podcast moderiert ebenfalls eine Auszubildende. Das ist der Spirit bei Böllhoff – offen sein für neue Ideen und sich trauen, Menschen eigenverantwortlich arbeiten zu lassen. Wie es zum Beispiel bei der Archimedes New Ventures – eine Tochter der Böllhoff Gruppe – der Fall ist. Die 2019 gegründete ANV unterstützt Startups in der frühen Phase mit finanziellen Mitteln, Know-how und Netzwerk, digitale Geschäftsmodelle erfolgreich weiterzuentwickeln. „Unternehmen müssen heute schneller innovieren“, stellt Geschäftsführer Marcel Rösner fest. „Deshalb ist der Austausch, die Investition und die Kooperation mit Startups so wertvoll, weil diese schneller und agiler mit einem Prototyp in den Markt gehen.“ Ziel ist es, die Transformation der Böllhoff Gruppe auch über dieses Vehikel voranzutreiben. Neben Phaina, einer KI-basierten Cloud-Lösung, mit der Produktberatung digitalisiert werden kann, ist die ANV in Unchained Robotics, Additive Marking und die P.S. Cooperation investiert. <<

BUNT UND VIELFÄLTIG

BETHEL BILDET ZUKUNFT AUS



Menschen unter-

schiedlicher Herkunft machen das Gesicht Bethels aus. Das spiegelt sich nicht zuletzt in unseren interkulturell zusammengesetzten Teams", erklärt Pastor Ulrich Pohl, Vorstandsvorsitzender der v. Bodelschwingschen Stiftungen Bethel. Über 16 Nationen und 140 Berufsgruppen arbeiten hier unter einem Dach. Aktiv um Arbeitskräfte – im In- wie im Ausland – zu werben, ist für die diakonische Einrichtung längst Alltag. „Als Arbeitgeber muss man in Zeiten des Fachkräftemangels bei der Gewinnung von Arbeitskräften heute schneller sein als früher. Entscheidend ist aber auch, was man den Arbeitnehmer*innen bieten kann“, erklärt Pastor Ulrich Pohl. Dabei spielt nicht immer nur das Bedürfnis nach mehr Geld eine Rolle. Das Thema Work-Life-Balance hat an Bedeutung gewonnen. Das Angebot in Bethel reicht von flexiblen Arbeitszeiten bis hin zur Arbeitsplatzgestaltung mit der Möglichkeit zum Home Office. „Abhängig davon, in welchen Berufsfeldern diese Optionen möglich sind“, sagt der Vorstandsvorsitzende.

Für die Personalakquise nutzt Bethel alle Kanäle – von Print bis Social Media. „Wir sind heute viel breiter aufgestellt, das betrifft aber nicht nur die Suche nach Mitarbeitenden, sondern auch die Selbstdarstellung“, so Ulrich Pohl. Einen Einblick in die Welt Bethels bietet jungen Menschen das Freiwillige Soziale Jahr. Knapp 500 Bethel-Jährlinge, darunter 40 junge Menschen aus aller Welt, u. a. aus der Ukraine, Tansania, Rumänien, Bulgarien, Japan, England oder der Türkei, nutzen zurzeit das Angebot, um sich im Leben und in der Berufswelt zu orientieren. „Das ist ein wichtiger Teil unserer Mitarbeitenden-Gewinnung. Zumal auch die Vergütung attraktiv

Zusammen leben,
lernen und arbeiten
– so verschieden
Menschen auch sind.
Das ist die Vision
Bethels und macht
Bielefeld so besonders.
Menschen mit
Behinderung sind hier
selbstverständlicher
Teil des Stadtbilds,
denn Bethel ist ein Teil
von Bielefeld.
Mit rund 24.000
Mitarbeitenden in acht
Bundesländern ist
Bethel aber auch eine
der größten
diakonischen
Einrichtungen
Europas.



Ulrich Pohl

ist. Und wir können uns als interessanter Arbeitgeber präsentieren“, unterstreicht Ulrich Pohl. Der Erfolg lässt sich in Zahlen messen: Rund 40 Prozent der ehemaligen FSJler werden zu Arbeitnehmer*innen. Einige absolvieren gleich in Bethel ihre Ausbildung, andere kehren nach einer Ausbildung oder einem Studium zurück. Auch davon, dass Bielefeld eine Bildungs- und Wissenschaftsstadt mit einer medizinischen Fakultät ist, profitiert Bethel. „Das sind allein 300 Studierende in jedem Semester“, macht Ulrich Pohl deutlich.

Rund 300.000 Menschen betreut Bethel pro Jahr. Und so findet sich die vielfältige Bielefelder Stadtgesellschaft auch in Bethel wieder. So divers wie die Mitarbeitenden sind auch die Menschen, die in den unterschiedlichen Einrichtungen betreut werden. „Ganz praktisch wirkt sich das unter anderem auf die Speiserversorgung aus, die vielfältigen Aspekten gerecht werden muss“, weiß Ulrich Pohl. Für Menschen da zu sein ist der Auftrag Bethels seit der Gründung 1867. Seitdem setzt sich die diakonische Einrichtung für Kranke, Ältere, Benachteiligte und Menschen mit Behinderung ein. Mit einem vielfältigen Netz der Hilfe: ambulante Dienste und Betreutes Wohnen, Werkstätten, Kitas, Schulen und Ausbildungsstätten, Kliniken und Hospize.

Doch nicht nur mit Blick auf unterschiedliche Bedürfnisse und Bedarfe ist Bethel divers aufgestellt. „Auch die Arbeit Bethels selbst fußt auf mehreren Säulen“, so der Bielefelder. Neben den Beschäftigten engagieren sich allein rund 500 Ehrenamtliche in Bethel. Sie kümmern sich um Menschen, die im Leben so nicht zurechtkommen. „Bethel immer wieder ins Bewusstsein zu rücken ist und bleibt trotzdem unsere Aufgabe“, so Ulrich Pohl. <<



TEXT: Corinna Bokermann
FOTO: Susi Freitag



BIELEFELDER ERFOLGS- GESCHICHTE(N)

Vor zehn Jahren fiel der Startschuss. Pit Clausen drückte im Rahmen des „Mittelstandsforums“ vor 400 Gästen in der Bielefelder Stadthalle auf den sprichwörtlichen roten Knopf und stellte damit symbolisch das Wirtschaftsportal der WEGE mit dem treffenden Namen DAS KOMMT AUS BIELEFELD online. Als Oberbürgermeister und Vorsitzender des Aufsichtsrats der WEGE – Wirtschaftsförderung für Bielefeld – versteht sich Pit Clausen als Ermöglicher der Wirtschaft.

In einem Gespräch schauen wir gemeinsam zurück und selbstverständlich nach vorn.

Herr Clausen, 10 Jahre DAS KOMMT AUS BIELEFELD: Haben Sie beim Startschuss im Jahr 2013 mit dieser Erfolgsgeschichte gerechnet?

Wir haben uns im Vorfeld lange Gedanken darüber gemacht, wie wir die Leistungen der Bielefelder Wirtschaft sichtbarer machen können. Daraus hat sich ein großartiges Format entwickelt. Wir haben überraschende Produkte und Dienstleistungen auf dem Portal vorgestellt – und tun das noch immer. Das ist der rote Faden. Die Geschichten rund um die Bielefelder Wirtschaft, viele Unternehmen sind in ihren Nischen Weltmarktführer, haben auch bei mir immer wieder zu Aha-Erlebnissen geführt. »



2013



» **Woran denken Sie dabei?**

Ich denke dabei zum Beispiel an CNC-Maschinen aus Bielefeld, die nicht nur in der Automobilindustrie gebraucht, sondern in der Medizintechnik zur Fertigung von Zahnimplantaten oder Prothesen eingesetzt werden. Das finde ich beeindruckend. Oder dass hier bei uns Strandkörbe in großem Stil hergestellt werden. Und dass die meisten jungen Menschen in Deutschland ihre erste eigene Reise mit einem Jugendreiseanbieter aus Bielefeld starten. Oft sind die Bielefelder Produkte selbst nicht so bekannt, aber sie sorgen dafür, dass das große Ganze funktioniert. Wahrscheinlich wissen die wenigsten, dass in jedem Auto ein Stück Verbindungstechnik aus Bielefeld steckt.

Der Bielefelder Wirtschaft mehr Sichtbarkeit zu verschaffen ist ein Aspekt, der andere ist das Netzwerk. Was macht es stark?

Es ist bemerkenswert, dass so viele Unternehmen mitmachen, weil es ihnen Freude bereitet, sich aktiv in das Netzwerk einzubringen, und weil sie den Mehrwert des kollegialen Austausches schätzen. Über 300 Unternehmen sind dabei, 125 davon mit Partnerstatus und finanzieller Beteiligung. Weitere 75 neu gegründete Unternehmen und Startups gehören zum erweiterten Kreis. Im Netzwerk

treffen wir auf kleinere, mittlere und große Unternehmen, traditionsreiche Familienunternehmen, Konzerne und Startups – und das quer durch alle Branchen. Die Unternehmerinnen und Unternehmer sind offener geworden und positiv neugierig darauf, wie andere ihre Herausforderungen und Fragestellungen angehen. Das alles ist allerdings kein Selbstläufer. Das DKAB-Team um Brigitte Meier ist immer nah dran an den Unternehmen und reagiert flexibel auf die Themen der Zeit; auf die großen Herausforderungen, die alle bewegen, wie zum Beispiel Fachkräftesicherung, Nachhaltigkeit und Digitalisierung. In all diesen Bereichen bringt das Netzwerk die Unternehmen zusammen, fördert den Austausch untereinander und sorgt für fachlichen Input von Expert*innen in unterschiedlichen Formaten wie Workshops, Vorträgen oder beispielsweise einer Themenwoche wie der Green Innovation Week. Der pragmatische Ansatz und die Nähe zur Interessenlage der Unternehmen sind die Schlüssel zum Erfolg. So ist es für viele Unternehmen mittlerweile eine Selbstverständlichkeit, bei DAS KOMMT AUS BIELEFELD mit dabei zu sein. Das freut uns natürlich sehr.

Offen, vielfältig und zukunfts-fähig, also zusammengefasst „open minded“: Das ist der Titel des diesjährigen Magazins. Welche Rolle spielt Diversität beim Thema Arbeitskräftesicherung?

Arbeitskräftesicherung ist das zentrale Thema. Das ist es bereits seit vielen Jahren, aber die Dringlichkeit nimmt zu. Hier müssen Unternehmen neue Wege gehen und sich für unterschiedlichste Zielgruppen öffnen, die als Arbeitskräftepotenzial heran- und weitergebildet werden können. Diversität spielt dabei eine große Rol-

le. Die Gleichbehandlung von Frauen und Männern, von Jüngeren und Älteren sowie der Abbau kultureller Hürden, Inklusion und altersgerechtes Arbeiten sind Herausforderungen, mit denen sich Unternehmen auseinandersetzen müssen. Wer Talente für sich gewinnen möchte, muss zeigen, dass Diversität zur Unternehmenskultur gehört. Bei der Gewinnung von Arbeitskräften aus dem Ausland – die meisten Menschen, die zu uns nach Bielefeld ziehen, kommen übrigens aus Europa – müssen wir den Blick auf unsere Willkommenskultur lenken. Da können wir noch besser werden. Das sind alles Themen, die wir gemeinsam im Netzwerk angehen und dazu Wissen und Erfahrungen teilen. Als Kommune können wir in bestimmten Bereichen, wenn es zum Beispiel um die Anerkennung von Schul-, Studien- oder Berufsabschlüssen geht, unterstützen.

Blicken wir nach vorn: Wie gut ist die Bielefelder Wirtschaft für die Zukunft aufgestellt?

Ich bin zuversichtlich und habe dafür zwei Indizien. Durch einen breiten Branchenmix sind wir divers genug aufgestellt, sollte es mal einer Branche nicht so gut gehen. Außerdem ist Bielefelds Wirtschaft vergleichsweise gut durch Krisen, wie Corona-Pandemie und die Auswirkungen des russischen Angriffskrieges auf die Ukraine, gekommen. Das zeigt die Resilienz unserer Wirtschaft. Und wir sind schon etwas stolz darauf, dass DAS KOMMT AUS BIELEFELD den Wirtschaftsstandort erfolgreich nach vorn gebracht und immer zur passenden Zeit die richtigen Angebote für die Unternehmen geschaffen hat. Da wollen wir natürlich auch zukünftig am Ball bleiben.

«

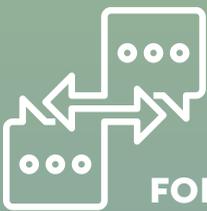


DAS KOMMT AUS BIELEFELD



verbessert die mediale Sichtbarkeit Bielefelder Unternehmen und macht Wirtschaft nahbar und transparent. So erfahren Professionals, Studierende, Ausbildungs- und Gründungsinteressierte, warum es sich lohnt in Bielefeld zu arbeiten und leben.

Darüber hinaus werden hier die aktiv mitwirkenden Unternehmen bestens vernetzt und profitieren von verschiedenen Formaten, um sich fachlich zu den Fokusthemen: **Fachkräftesicherung, nachhaltiges Wirtschaften und Digitalisierung & Innovation** auszutauschen.



FORMATE DES WISSENSTRANSFERS IM NETZWERK

- Jährliche WIRTSCHAFT LIVE Events in Unternehmen
- Monatliche Partnertreffen zu den Fokusthemen
- Deep Dives und Trainings
- People Company Werkstatt
- Green Innovation Week
- Azubi-Netzwerk



MASSNAHMEN ZUR MEDIALEN SICHTBARKEIT DER UNTERNEHMEN

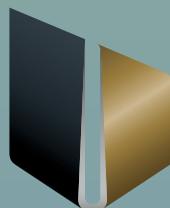
Das Wirtschaftsportal www.das-kommt-aus-bielefeld.de mit:

- Insights und News aus Unternehmen
- Monatliche Fokusthemen
- Green Stories
- Jobportal der Partnerunternehmen
- Startup- und Gründungszene



SOCIAL MEDIA

Posts und Kampagnen auf Facebook, Instagram und LinkedIn



german
brand
award
23
winner

1,8 Millionen
WEBSITEAUFRUFE SEIT BEGINN

13.400

FOLLOWER*INNEN

insgesamt auf Facebook,
Instagram und LinkedIn

GERMAN BRAND AWARD

für die Social Media-Kampagne
„Unglaublich oder wahr“



PRINTMAGAZIN

(jährlich) mit großer über-
regionaler Reichweite

Über
750.000
AUFRUFE

der Standortvideos insgesamt
auf Facebook, YouTube, Instagram



VIDEOFORMATE

- Videoreihe: Das ist Bielefeld – bereit für dich
- Standortvideos
- Clips von und mit Mitarbeiter*innen

PODCASTREIHE

mit Persönlichkeiten aus der
Bielefelder Wirtschaft



Das Team:

Ilka Alefsen
Dr. Astrid Schwarzer
Brigitte Meier
Ulrike Meier



2023

STIMMEN VON PARTNER- UNTERNEHMEN

DAS KOMMT AUS BIELEFELD (DKAB)



„Das kommt aus Bielefeld“
ist eine großartige Initiati-
ve für unsere Stadt. Wir als STOCK-
MEIER Gruppe möchten aktiv dazu
beitragen, die Vielfalt und Qualität
der Produkte aus Bielefeld zu för-
dern und stolz darauf sein, unse-
ren Teil zur Stärkung der heimischen
Wirtschaft beizutragen.“

Peter Stockmeier,
geschäftsführender Gesellschafter
der STOCKMEIER Gruppe



„Unsere Stadt vereint eine
offene und vielfältige Ge-
sellschaft, in der Menschen tagtä-
glich füreinander eintreten. DKAB
fördert diese wertschätzende und
erfolgreiche Form des Zusammenle-
bens und -arbeitens. Das unterstüt-
zen wir als diakonischer Träger aus
Überzeugung und freuen uns, auch
künftig Teil dieses inspirierenden
Netzwerks zu sein.“

Pastor Dr. Ingo Habenicht,
Vorsitzender des Vorstands und
der Geschäftsführung Evangelisches
Johanneswerk



„ Im Namen der OEDIV-Geschäftsführung gratulieren wir zum 10-jährigen Bestehen. DKAB beeindruckt uns mit ihrem vielfältigen Netzwerk aus verschiedenen Unternehmen und Personen. Auf eine weiterhin erfolgreiche und bereichernde Partnerschaft!“

Dr. Philipp Zielke, Jasmin Gronwald und Frank Pickert,
OEDIV-Geschäftsführung



„Bielefeld hält sich medial gern im Hintergrund, obwohl diese Stadt so viel zu bieten hat. Auch deshalb sind wir hier seit fast 100 Jahren verwurzelt. DKAB verbindet Wirtschaft und Menschen und trägt die großen unternehmerischen Qualitäten Bielefelds nach draußen. Da sind wir gern dabei!“

Martin Richrath,
Vorstandsvorsitzender
EK Retail



„ Das Herz von Seidensticker schlägt seit über 100 Jahren in Bielefeld. Als langjähriger Partner von DKAB schätzen wir insbesondere den transparenten und inspirierenden Austausch unter den Mitgliedern.“

Dr. Silvia Bentzinger,
CEO der Marke Seidensticker



„ Für uns als überregional tätiges B2B-Unternehmen hat DKAB insbesondere die Wahrnehmung von Halfar System als Marke wie auch als Arbeitgeber vor Ort in Bielefeld erhöht. Bewerber berufen sich regelmäßig auf DKAB als Informationsquelle. Darüber hinaus blicken wir auf viele Jahre mit DKAB-Veranstaltungen hohen Niveaus zurück und freuen uns aufs Netzwerken in den kommenden Jahren.“

Kathrin Stühmeyer-Halfar,
Geschäftsführerin Halfar
System GmbH



„ Es ist immer wieder spannend bei Netzwerktreffen oder Kongressen in Deutschland zu zeigen, was aus Bielefeld kommt. Viele Menschen sind verblüfft, wenn sie die Vielzahl der Unternehmen erkennen. Die Bedeutung von Bielefeld spielt nicht nur in Sachen Vertrauen eine große Rolle, sondern auch beim Akquirieren von neuen, jungen Fach- und Führungskräften. Das bestärkt uns immer wieder darin, bei DKAB mitzumachen.“

Kristina Oehler,
Geschäftsführende Gesellschafterin,
ruf Holding GmbH & Co. KG



„ In den vergangenen Jahren haben wir von der Founders Foundation gemeinsam mit der Initiative „Das kommt aus Bielefeld“ zahlreiche Projekte realisiert und schätzen das Engagement des Teams sehr! Denn eins muss uns klar sein: Damit qualifizierte Talente hier bleiben oder hierher zurückkehren, hier wohnen, leben, Familien gründen und arbeiten braucht es ein ganzes Ökosystem aus starken Partner*innen, die gemeinsam eine lebenswerte Heimat schaffen.“

Dominik Gross,
Geschäftsführer Founders
Foundation gGmbH



„ Die Idee, die Bielefelder Unternehmen zu vernetzen und der Welt mit der treffenden Bezeichnung „Das kommt aus Bielefeld“ die Stärke unseres Wirtschaftsstandort zu zeigen, haben ausgereicht, um Partner zu werden. Dies hat sich in den vergangenen 10 Jahren mehr als ausgezahlt, denn die Impulse, die auf den immer interessanten Events gesetzt wurden und werden, sind für unser Unternehmen bereichernd und wertvoll. Wir bedanken uns beim ganzen DKAB-Team für das stetige Engagement für die Partnerunternehmen.“

Michael Born,
Geschäftsführer AGFEO



STARKE PARTNER



IN EINEM STARKEN NETZWERK

Das Unternehmensnetzwerk und Wirtschaftsportal der Bielefelder Wirtschaftsförderung

DAS KOMMT AUS BIELEFELD schafft Sichtbarkeit und vernetzt die mitwirkenden Partnerunternehmen zu Schwerpunktthemen. Mit innovativen Formaten werden gleichermaßen Wissenstransfer und der kollegiale Austausch gefördert. Rund 300 Unternehmen – quer durch alle Branchen – engagieren sich in dem agilen Netzwerk. Das Ziel: Bielefelds Wirtschaft auf allen Kanälen sichtbar zu machen.



Made in Bielefeld – und das schon seit über 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 in Brackwede.

Als einer der führenden Anbieter

von Telekommunikationslösungen ist es heute dennoch keine Selbstverständlichkeit mehr, die Entwicklung und die Produktion von IP-Systemtelefonen und ITK-Systemen, aber auch softwarebasierten virtuellen Kommunikationslösungen, in Deutschland zu betreiben. Der digitale Wandel ist dabei ein zentrales Thema. AGFEO hat sich

dieser Herausforderung früh gestellt und entwickelte schon früher VoIP- und IP-basierte ITK-Lösungen für den Profibereich. Die Produkte können daher auch nur über verifizierte AGFEO-Partner bezogen werden. Außerdem versteht sich das Unternehmen als Vollsorbitmentler und verfolgt den hauseigenen „Systemgedanken 4.0“ – alle aus einer Hand.

Das sich ständig erweiternde Produktportfolio umfasst hochwertige, selbstentwickelte und produzierte Systemtelefone und moderne IP-Telefonanlage. Letzteres in Form von sogenannten On-Premise-Lösungen, als auch virtuellen Telefonanlagen (SoftPBX), wie die hochmoderne und innovative HyperVoice. Peripheriegeräte, wie diverse Headsets unterschiedlicher Funk-Technologien, SmartHome-Komponenten und Softwarelösungen wie das VISO-fon, gehören ebenfalls dazu. – alles „das kommt aus Bielefeld“!

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



Ihr Immobiliendienstleister – Die Nummer 1 in OWL

Die BGW hat sich längst vom reinen Wohnraumversorger zum modernen Dienstleistungsunternehmen entwickelt, das mit einer Vielzahl von kundenorientierten Angeboten Verantwortung für die Stadt Bielefeld und ihre Bürger:innen übernimmt. Sie stellt gute und erschwingliche Wohnungen für alle Bevölkerungsgruppen zur Verfügung. Auch die energetische und damit klimaschützende Modernisierung liegt im Fokus ihrer Tätigkeiten. Zudem entwickelt und realisiert die BGW Konzepte im Bereich Wohnen und Leben. Das Bielefelder Modell und die Zukunfts-Kita haben dabei sogar bundesweit für Aufmerksamkeit gesorgt und schon viele Nachahmer gefunden.

BGW Bielefelder Gesellschaft für Wohnen und Immobiliendienstleistungen mbH
Carl Meyerstraße 1
33613 Bielefeld
Tel.: +49 0521 8809-01
www.bgw-bielefeld.de

Qualität aus Bielefeld

Wir – die BST, eine hundertprozentige Tochter der elexis AG – sind ein Hightech-Unternehmen mit Sitz in Bielefeld. Unsere Kunden sind Firmen, die selbst produzieren. Wir unterstützen sie im gesamten Produktionsprozess, damit sie ihre bahnförmigen Produktionen einwandfrei durchführen können. Mit unserer Hochtechnologie sind wir in diesem Bereich schon seit über 60 Jahren am Markt und auf der ganzen Welt führend. Wir sind ein moderner und attraktiver Arbeitgeber und ständig auf der Suche nach qualifiziertem und engagiertem Personal.

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

Diamant Software hat eine Vision

... die intelligenteste Rechnungswesen-Software der Welt zu entwickeln. Als unabhängiger und richtungsweisender Spezialist für das Rechnungswesen und Controlling ist der Softwarehersteller fest im Markt verwurzelt. 1980 starteten zwei Personen. Heute entwickeln über 350 Mitarbeitende mit Pioniergeist, Zuverlässigkeit und Fachexpertise hochwertige Software für mittelständische Organisationen. Diamant ist ganz vorne mit dabei, Automatisierung und KI im Rechnungswesen zu verankern.

Diamant Software GmbH
Stadtring 2
33647 Bielefeld
Tel.: +49 521 94260-0
www.diamant-software.de



Offen über Probleme sprechen

Über Haarausfall, Karies, Scheidentrockenheit und trockene Haut sprechen die Menschen nicht gerne? Wir bei Dr. Wolff schon! Wo vielfältige Tabu-Themen das Leben erschweren, verbessern unsere Produkte die Lebensqualität von Menschen – und das bereits seit 1905.

Der wissenschaftlich belegte Nutzen in den Bereichen Haar-, Haut-, Intim- und Zahnpflege hat den Marken Alpecin, ALCINA, Plantur, Karex, Linola, Bioniq® und Vagisan zu internationaler Bekanntheit und Beliebtheit verholfen. Mit einem verschreibungspflichtigen Arzneimittel gibt es auch einen Problemlöser für übermäßiges Schwitzen in den Achseln. Für mehr Infos: nervtdichdeinschwitzen.de

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



Taschen, in denen mehr steckt

... mehr Kreativität, mehr Funktion, mehr Werbemöglichkeiten, mehr Nachhaltigkeit. Darum dreht sich beim Taschenspezialist HALFAR® alles.

Ob bei Entwurf, Fertigung, Veredelung oder Vertrieb der Taschen und Rucksäcke als Werbeatikel oder als maßgeschneiderte textile Lösung. Die Bielefelder sind für Kund*innen in vielen Branchen die Ansprechpartner Nummer eins für professionelle Taschen. Und für Mitarbeitende, als modernes, familiengeführtes Unternehmen, einer der attraktiven Arbeitgeber vor Ort.

Halfar System GmbH
Ludwig-Erhard-Allee 23
33719 Bielefeld
Tel.: +49 521-98244-0
www.halfar.com



Visionär im Interior Design

Seit mehr als 75 Jahren steht die JAB ANSTOETZ Group für Qualität, Design und innovative Lösungen im Bereich Textilien und Inneneinrichtung. Die Unternehmensgruppe hat sich mit einem breiten Angebot an hochwertigen Stoffen, Teppichen und Teppichböden, Wohnaccessoires, Polstermöbeln und Polsterbetten international einen erstklassigen Ruf erworben.

Seit der Gründung im Jahr 1946 hat sich das Unternehmen die Liebe zum Detail und die Hingabe zum Handwerk bewahrt, die sich in jedem Produkt widerspiegeln. Es ist diese Symbiose aus Tradition und Innovation, die die JAB ANSTOETZ Group zu einer Ikone der Branche macht.

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

SCHÜCO



Schüco – Systemlösungen für Fenster, Türen und Fassaden

Schüco entwickelt und vertreibt Systemlösungen für Gebäudehüllen aus Aluminium, Stahl und Kunststoff. Das Produktportfolio umfasst Fenster-, Tür-, Fassaden-, Lüftungs-, Sicherheits- und Sonnenschutzsysteme. Beratung, digitale Lösungen, Maschinen zur Fertigung sowie ein kundennaher Service runden das Portfolio ab. Als eines der führenden Unternehmen der Bauindustrie hat sich Schüco dem Ziel verschrieben, Vorreiter für ganzheitliche Nachhaltigkeit zu sein und einen aktiven Beitrag zur Verwirklichung von Klimaneutralität und Kreislaufwirtschaft im Bauwesen zu leisten.

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

Sparkasse Bielefeld



Sparkasse – Weil's um mehr als Geld geht!

Die im Jahr 1825 gegründete Sparkasse Bielefeld ist mit einer Bilanzsumme von 7,8 Mrd. Euro und rund 1000 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.

Sparkasse Bielefeld
Schweriner Straße 5
33605 Bielefeld
Tel.: +49 521 294-0
www.sparkasse-bielefeld.de

Stadtwerke Bielefeld

Du bist lebenswert!

Und gemeinsam machen wir Bielefeld lebenswert.



Gemeinsam für ein lebenswertes Bielefeld

Zukunftsorientierte Infrastruktur, nachhaltige Angebote und kundennahe Services – dafür stehen die sechs Unternehmen der Stadtwerke Bielefeld. Mit umweltfreundlicher Strom- und Wärmeversorgung, sauberem Trinkwasser, attraktivem Mobilitätsangebot, schnellem Internet, modernster Abfallverbrennung sowie Freizeitspaß pur bereichern wir das Leben der Menschen und gestalten unsere Stadt. Regional und verantwortungsbewusst aufgestellt, sind wir ein zuverlässiger Partner für Wirtschaft und Kommune. Digital kompetent vernetzt sowie persönlich vor Ort haben wir stets die Bedürfnisse unserer Kund:innen im Blick – für ein lebenswertes Bielefeld.

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



Die starke Mitgliederbank der Region

Gut 113.000 Mitglieder und 165.000 Kunden vertrauen auf unsere Stärke und unsere innovativen Ideen – und das seit mehr als 160 Jahren. Mit einer Bilanzsumme von 5,57 Mrd. Euro gehören wir bundesweit zu den größten Volksbanken.

Neben einem umfassenden digitalpersönlichen Mehrwertangebot für unsere Mitglieder und Privatkunden sind wir ein verlässlicher Partner für den heimischen Mittelstand. Bereits seit 2009 bieten wir nachhaltige Geldanlagen an, die strengste ökologische, soziale und ethische Auflagen erfüllen.

Volksbank Bielefeld-Gütersloh eG
Kesselbrink 1
33602 Bielefeld
Tel.: +49 521 544-0
www.volksbank-bi-gt.de



Kompetenz für Aufarbeitung in Bielefeld

Die ZF Friedrichshafen AG ist ein weltweit aktiver Technologiekonzern und liefert Systeme für die Mobilität von Pkw, Nutzfahrzeugen sowie Industrietechnik. ZF ist mit 165.000 Mitarbeiter*innen an 168 Produktionsstandorten in 32 Staaten sowie mit 19 Hauptentwicklungsstandorten in 9 Ländern vertreten. Das Werk am Standort Bielefeld beschäftigt 215 Mitarbeiter*innen und hat sich auf die Aufarbeitung von Kupplungsaggregaten für den After-Markt spezialisiert. Am Standort Bielefeld wurde gezeigt, dass die Aufarbeitung von Produkten nicht nur ein Umweltthema ist, sondern auch wirtschaftlich lukrativ sein kann. Der Standort arbeitet mit dem Prinzip „Cradle to Cradle“.

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



Gemeinsam einzigartig – gemeinsam stark

Die beauty alliance Deutschland GmbH & Co. KG ist Deutschlands größtes Parfümerie-Netzwerk. In Zahlen: über 200 Mitglieder, über 1.100 Parfümerien, über 1.000 Kosmetiklounges, 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 Deutschland GmbH & Co KG
Große-Kurfürsten-Str. 75
33615 Bielefeld
Tel.: +49 521 520 77 0
www.beauty-alliance.de

Die Digitalisierung Bielefelds mitgestalten

bpi solutions ist ein unabhängiges Software- und Beratungshaus, das NACHHALTIG seit gut 40 Jahren als Spezialist für zukunftsweisende IT-LÖSUNGEN und DIGITALISIERUNG am Markt agiert. Wir bieten NEW WORK durch flexible Arbeitszeiten, hybrid und mobil, Aus- und Weiterbildung, dynamische Teams, spannende Projekte, ... Wir freuen uns auf DICH!

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



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 160 Mitarbeiter/-innen. Gemeinsam gestalten wir die Zukunft.

Berg & Co. GmbH Spanntechnik
Gildemeisterstraße 80
33689 Bielefeld
Tel.: +49 5205 759-0
www.berg-spanntechnik.de



Exceeding your Expectations

bluecue entwickelt individuelle digitale Strategien, um die Prozesse, die Teamarbeit und die Wertschöpfung in Unternehmen zukunftsfähig zu gestalten. Dabei optimieren wir 3 wesentliche Kernelemente der Arbeit:

- Digitale Kommunikationskanäle und Informationsaustausch
- Verarbeitung von Daten und Transparenz digitaler Prozesse
- Digitale Kompetenzen im Team der Zukunft

bluecue consulting GmbH & Co. KG
August-Schroeder-Str. 4
33602 Bielefeld
Tel.: +49 521 9227 9800
www.bluecue.de



Erfolgreiche Verbindungen aus Ostwestfalen

In Bielefeld verwurzelt, in der Welt zu Hause: Die Böllhoff Gruppe ist heute weltweit aktiv als 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. Rund um den Globus gestalten mehr als 3.300 Mitarbeitende die Zukunft der Verbindungstechnik.

Böllhoff Gruppe
Archimedesstraße 1-4
33649 Bielefeld
Tel.: +49 521 4482-01
www.boellhoff.com



Aus gutem Grund. Aus der Region.

Mineralwasser ist ein Geschenk der Natur. Deshalb liegt uns der Schutz dieses wertvollen Produkts sehr am Herzen. Bereits seit der Gründung 1925 handelt Carolinen Brunnen nach dem Grundsatz „Aus der Region, für die Region“. So legt das Familienunternehmen viel Wert darauf, dass die Carolinen-Getränke mit Mitarbeitern aus der Region hergestellt werden. Seit jeher vereint Carolinen Tradition und Innovation.

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



DMG MORI – Global One Company

DMG MORI ist ein weltweit führender Hersteller von hochpräzisen Werkzeugmaschinen und nachhaltigen Technologien. Ganzheitliche Automatisierungs- und Digitalisierungslösungen erweitern das Kerngeschäft mit Dreh- und Fräsmaschinen, Advanced Technologies und Additive Manufacturing. DMG MORI ist weltweit in 88 Ländern präsent – mit 16 Produktionswerken, 113 Vertriebs- und Servicestandorten – für über 100.000 Kunden aus 57 Branchen.

DMG MORI AKTIENGESELLSCHAFT
Gildemeisterstr. 60
33689 Bielefeld
Tel.: +49 5205 74 0
www.dmgmori.com



Wir machen Nähtechnik!

Dürkopp Adler ist der größte Hersteller von industrieller Nähtechnik in Europa. Als traditionsreiches Bielefelder Unternehmen liefern wir seit mehr als 160 Jahren innovative Nähmaschinen und Nähanlagen in die Automobil- und Polsterindustrie und an Hersteller von hochwertiger Bekleidung, Lederwaren und technischen Textilien in der ganzen Welt. Vernetzbare Nähmaschinen und automatisierte, robotergestützte Nähprozesse sind bei uns, als Vorreiter und Innovationsführer der Branche, bereits heute Realität.

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



Der Möbelverband in Ihrer Region

Wir sind einer der größten Möbelverbände in Europa. Dank enormer Innovationskraft und einem leidenschaftlichen Team arbeiten wir an zukunftsfähigen Lösungen. Für mehr als 200 Mitglieder mit über 400 Standorten sichern wir die besten Einkaufskonditionen und bündeln unser Know-how im Marketing, Datenmanagement und der Zentralregulierung. Entdecken Sie unser Markenportfolio rund um Interliving und weiteren Handelsmarken.

Einrichtungspartnerring VME GmbH & Co. KG

An der Wesebreede 2 · 33699 Bielefeld
Tel.: +49 521 208850
www.einrichtungspartnerring.com
www.interliving.de



Internationaler Dienstleister für den Einzelhandel

Als Mehrbranchenverbundgruppe unterstützt die EK rund 4.000 Einzelhändler in Europa. Oberstes Ziel ist es, den lokalen Handel zu inspirieren und so zu unterstützen, dass er das Leben der Menschen bereichert. Die EK ist Einkaufsgemeinschaft, Marketingverbund und Kompetenznetzwerk in einem und unternimmt alles, um die Zukunft ihrer Handelspartner zu sichern und damit zu einer nachhaltigen und erlebnisreichen Einzelhandelslandschaft vor Ort beizutragen.

EK/servicegroup eG
Elpke 109 · 33605 Bielefeld
Tel.: +49 521 2092-0
www.ek-retail.com



Die visionären Tiefzieher.

Euscher gehört zu den führenden Herstellern von Präzisionstiefzieherteilen 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 Verpackungsapplikationen und für Automobilanwendungen.

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



Das gute Werk

Das Ev. Johanneswerk ist einer der großen diakonischen Träger Deutschlands mit Sitz in Bielefeld. Rund 7.300 Mitarbeiter*innen sind in mehr als 70 Einrichtungen in Nordrhein-Westfalen tätig. Die diakonischen Angebote richten sich an alte und kranke Menschen sowie Menschen mit Assistenzbedarf, Kinder und Jugendliche.

Ev. Johanneswerk gGmbH
Schildescher Str. 101
33611 Bielefeld
Tel.: +49 521 801-2000
www.johanneswerk.de



Der Personalengpass- löser für medizinische Einrichtungen. Seit 2001.

Vermittlung von medizinischen Fachkräften ist Vertrauenssache. Mit unserem Team aus über fünfzig hervorragend ausgebildeten und motivierten Kolleg*innen vermittelt die FAA Facharztagentur GmbH & Co. KG deutschlandweit Ärzte*innen und Psycholog*innen an Einrichtungen des Sozial- und Gesundheitswesens, sowie Unternehmen in der freien Wirtschaft

FAA Facharztagentur GmbH & Co. KG
Gadderbaumer Str. 19 · 33602 Bielefeld
Tel.: +49 521 489510
info@facharztagentur.de
www.facharztagentur.de



Agiles Produkt- und Servicemanagement

greenique ist als IT-Unternehmen im Bereich Produkt- und Servicemanagement tätig. Mit modernster Technologie und agilen Prozessen begleiten wir Kund:innen in der sich wandelnden Arbeitswelt. Neben Agile Coaching und individuellen Eigenentwicklungen zeichnet uns eine Platinum Partnerschaft mit dem Softwarehersteller Atlassian aus. Seit 2022 sind wir zudem Workato Partner und optimieren eure Arbeitsabläufe mit cleveren Automationen.

greenique – by acocon GmbH
August-Schroeder-Str. 4
33602 Bielefeld
www.greenique.de



Wir bewegen OWL

Hellmann Worldwide Logistics hat sich seit seiner Gründung vor 150 Jahren zu einem weltweit führenden Logistikkdienstleister 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.

**Hellmann Worldwide Logistics_
return_Germany GmbH & Co. KG**
Friedrich-Hagemann-Str. 40
33719 Bielefeld
Tel.: +49 521 293 00
www.hellmann.com



Starke Leistung zwischen Tradition und Innovation

Vor mehr als 90 Jahren gegründet, ist HLB Stückmann heute die führende selbstständige Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungsgesellschaft in OWL. Es sind die Werte, für die wir stehen – und die 200 Menschen, die sie täglich umsetzen. Wir beraten, optimieren und prüfen. Und zwar nie nach Schema F, sondern immer individuell, leidenschaftlich und mit Weitsicht – rund um alle steuerlichen und wirtschaftlichen Themen.

HLB Dr. Stückmann und Partner mbB
Elsa-Brändström-Str. 7
33602 Bielefeld
www.stueckmann.de



Ihr kompetenter IT-Partner

Als IT-Dienstleister fokussieren wir uns auf die kompetente und zuverlässige Betreuung von kleinen und mittelständischen Unternehmen aus der Bielefelder Region. Mit unserem umfassenden Service und Know-how rund um Security, Telekommunikation, Webdesign und Cloud Computing sind wir Ihr Ansprechpartner für all Ihre IT-Belange, verlieren dabei aber nicht Ihre ganz individuellen Anforderungen und Bedürfnisse aus den Augen.

invo-IT GmbH & Co. KG
Blomestraße 24
33609 Bielefeld
Tel. +49 521 800 65555
www.invo.it



Bielefeld.cloud – sicher und zertifiziert

Wir verbinden als Internet Service Provider, IT-Systemhaus mit eigenem Rechenzentrum und global agierender M2M-Lösungsanbieter weltweit Menschen und Maschinen. Zahlreiche Kunden aus Ostwestfalen nutzen bereits unsere Bielefeld Cloud, um ihre Daten zu sichern oder ihre IT auszulagern. Mit unseren 40 MitarbeiterInnen und 25 Jahren Erfahrung planen wir Ihre IT-Konzepte und unterstützen Sie bei der Umsetzung. Für uns ist nicht die Größe Ihres Unternehmens entscheidend, sondern gemeinsam die optimale IT-Lösung für Ihr Business zu finden

Marcant AG
Herforder Str. 163a · 33609 Bielefeld
Tel.: +49 521 95945-0
www.marcant.net



Innovative HiTec-Papiere

Mitsubishi HiTec Paper produziert hochqualitative gestrichene Spezialpapiere für den Weltmarkt. Mit zirka 500 Beschäftigten werden am traditionsreichen Standort Bielefeld innovative Thermo-, Inkjet-, Selbstdurchschreibe- und Barrierepapiere für flexible Verpackungen hergestellt. Modernste Produktionstechnologien sowie weltweiter Vertrieb und Technischer Service kennzeichnen das Unternehmen.

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



IT-Expertise seit mehr als 25 Jahren

OEDIV Oetker Daten- und Informationsverarbeitung KG als ein Unternehmen der Oetker-Gruppe ist Premiumanbieter von Managed Services für den deutschen Mittelstand. Als zertifizierter SAP- sowie Google Cloud- und Microsoft-Partner übernimmt OEDIV die technische Expertise in allen IT-Themen. Neben dem Betrieb von SAP-Systemen zählen Collaboration und Workplace Services, Cloud-Anwendungen, Cybersecurity und Human Resource Services zum Portfolio.

**OEDIV Oetker Daten- und
Informationsverarbeitung KG**
Bechterdisser Str. 10
33719 Bielefeld
Tel.: +49 521 26050-101
www.oediv.de



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 GmbH

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



Ihre Spezialisten rund um die Gewerbeimmobilie

Bei SAI Streich beschäftigt sich ein Team aus erfahrenen Immobilienvermittlern, Architekten und Hausverwaltern effizient und lösungsorientiert mit allen Bereichen der Gewerbeimmobilie. Seit über 60 Jahren stellen wir den nachhaltig wirtschaftlichen Erfolg von Gewerbeimmobilien konsequent sicher. Wir fokussieren uns dabei auf Bielefeld und OWL, um möglichst greifbar für unsere Kunden zu sein und eine professionelle regionale Kenntnis und Vernetzung bieten zu können.

SAI Streich GmbH

Otto-Brenner-Str. 209
33604 Bielefeld
Tel.: +49 521 299 00-0
www.sai-streich.de



seidensticker

Mehr als eine Marke

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

Ob am Firmensitz in Bielefeld oder in den eigenen Produktionsstätten: unternehmerische Verantwortung und Nachhaltigkeit gehören zum allgegenwärtigen Leitbild der Unternehmensgruppe.

Seidensticker Group

Am Stadtholz 39 · 33609 Bielefeld
Tel.: +49 521 306-0
www.seidensticker.com



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!

Müsing GmbH & Co. KG

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



STERNBERG Software – besser Beraten.

Digitalisierung und ortsunabhängiges Arbeiten machen auch vor Verwaltungen nicht Halt – eine papierlose Sitzungsvor- und -nachbereitung, die zeitsparende Recherche in Archiven oder virtuelle, geheime Abstimmungen und Wahlen erleichtern die Gremienarbeit enorm. STERNBERG sorgt dafür, dass Papierstapel und Präsenzpflicht der Vergangenheit angehören. Kommunen, Unternehmen und Organisationen erhalten alles, was für eine zeitgemäße Verwaltung benötigt wird.

STERNBERG Software GmbH & Co. KG

Kerkmannstraße 1 · 33729 Bielefeld
Tel.: +49 521 97700-0
info@sternberg24.de
www.sitzungsdienst.net



Horizonte eröffnen, Menschen inspirieren

Als forschungsstarke Universität mit internationaler Ausstrahlung und innovativen Lehrkonzepten leistet die Universität Bielefeld einen wichtigen Beitrag zu einer fortschrittlichen und partizipativen Wissensgesellschaft. Sie ist ein attraktiver, familiengerechter Arbeits- und Studienort, der sich durch eine offene Kommunikationskultur, gelebte Interdisziplinarität, Vielfalt und die Freiheit zur persönlichen Entfaltung auszeichnet.

Universität Bielefeld

Universitätsstraße 25
33615 Bielefeld
Tel.: +49 521 106-00
www.uni-bielefeld.de

UNSERE PARTNER IN DER ÜBERSICHT



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



**E
BI**



WWW.DAS-KOMMT-AUS-BIELEFELD.DE



**DAS KOMMT AUS BIELEFELD ist ein Projekt der
Wirtschaftsentwicklungsgesellschaft Bielefeld mbH**

WEGE[•]
Wirtschaftsförderung für Bielefeld