

2024

CLUB REPORT

DAS MAGAZIN FÜR MARKETINGPROFIS

**Impulse setzen,
Netzwerk erweitern**

Marketing Club mit neuem
Vorstand und neuem Namen

**Kommunikation auf
allen Kanälen**

Polizei forciert direkte
Kontakte zur Bevölkerung

**MARKETING
VON A BIS Z**
Das Marketing-
Netzwerk in OWL

www.mc-owl-bielefeld.de

POTENZIALE UND GEFAHREN

**KI fordert Wirtschaft,
Wissenschaft, Verbände
und Gesellschaft**

OWL bleibt innovative und
dynamische Region mit
großen Zukunftsplänen



MARKETING CLUB
OSTWESTFALEN-LIPPE

Deutsche Bank



Performance nachhaltig denken.

SailGP, das spannendste Segelrennen der Welt, beweist, dass sich Nachhaltigkeit und das Streben nach Höchstleistung nicht ausschließen. Ein Anspruch, dem auch wir als Deutsche Bank uns verpflichtet fühlen. Deshalb unterstützen wir das Germany SailGP Team auf seinem Weg an die Weltspitze.

#PositiverBeitrag

Ihr Kontakt:
Fabian Kauczok
Wealth Management
Leiter Marktgebiet Bielefeld
+49(0)521-592-573
Fabian.Kauczok@db.com



Deutsche Bank ist
Globaler Partner



Mehr zu unserem neuen Sponsoring und den Nachhaltigkeitsambitionen: [deutschewealth.com](https://www.deutschewealth.com)

Foto: Sarah Jonek



Der Vorstand für den Marketing Club Ostwestfalen-Lippe e. V., gewählt auf der Mitgliederversammlung am 19. Februar 2024 im Welcome Forum der Schüco International KG (v. l.): Nils Hensdiek, Programmplanung, Schatzmeister Ralf Sommer, Präsidentin Sabine Schoner, Geschäftsführer André Mielitz, Fabian Kauczok, Mitgliederbetreuung. Auf dem Foto fehlen: Daniela Köller, Marketing OWL Projektteam, und Eric Adelt, Neumitgliederwerbung. Ausführlicher Bericht auf den Seiten 31 bis 33.

IMPULSE SETZEN, NETZWERK ERWEITERN

Liebe Clubmitglieder, liebe Weggefährtinnen und Weggefährten,

zuerst einmal: Ihr seid einfach großartig! Dass unsere Clubabende so lebendig und gut besucht sind, ist nicht selbstverständlich und wird von anderen Marketing Clubs positiv wahrgenommen. Dafür an alle ein riesengroßes Dankeschön.

Es erfüllt mich persönlich mit großer Freude und auch ein bisschen mit Stolz, dass unser geschätzter Alf Meyer zur Heyde das Amt des Präsidenten, das er seit 2018 mit großem Engagement ausgefüllt hat, in meine Hände legt. Es ist gut, dass er dem Club im Beirat erhalten bleibt. Natürlich bedanke

ich mich auch bei allen MC Mitgliedern, die mich bei der Mitgliederversammlung gewählt haben. Danke für euer Vertrauen!

Wir können mit Recht stolz sein, unter den zehn erfolgreichsten Clubs im BVMC gelistet zu werden. Der Bundesverband der Marketing Clubs ist hervorgegangen aus dem ehemaligen DMV – dem Deutschen Marketing Verband. Die Umfirmierung erfolgte, damit schon im Namen des Bundesverbandes deutlich wird, dass es unser Dachverband ist. Lest dazu auch den Beitrag auf der Seite 68. BVMC Geschäftsführer Florian Möckel kennen viele von euch aus seiner aktiven Zeit bei uns im Club. „It's all about change“ war das Motto des Deutschen Marketing Tags 2023. Die Welt

unterliegt einem ständigen Wandel – mit guten, gleichwohl auch schrecklichen Ausmaßen. Ich muss in diesem Zusammenhang an die temperamentvolle Rede von Prof. Dr. Gunther Olesch denken, der 20 Jahre in der Geschäftsführung von Phoenix Contact war und jetzt im Beirat der Urban Service Group (ADU) sitzt, die wir im August 2023 mit der Marketing OWL ausgezeichnet haben. Besonders ist mir in Erinnerung geblieben, dass Olesch davon sprach, dass wir Deutschen dazu neigen, ein eher negatives Bild von unserem Land und unserer wirtschaftlichen Lage zu zeichnen. Egal, in welches Land der Erde er gereist war: Alle Menschen, mit denen er sprach, vereinte ein wesentlich positiveres Bild von Deutschland. ➔

➔ Das hat mich zum Nachdenken gebracht. Sollten wir nicht mit viel mehr Optimismus durchs Leben gehen, gerade wenn die Zeiten extremer werden? Optimismus kann beflügeln und Motivation zu Veränderungen geben, ohne dabei die Realität aus den Augen zu verlieren. Ärmel hochkrepeln, anstatt sich im Pessimismus zu verlieren.

Helfen kann dabei, sich auf Veränderungen einzulassen, in seinem eigenen Umfeld das menschlich Bestverträgliche zu tun, offen zu sein für die Meinung anderer, aber auch immer zu hinterfragen, Berichterstattungen, aber auch das eigene Denken und Handeln kritisch zu reflektieren und ein respektvoller Umgang miteinander. Das alles zusammen könnte zu einer lebenswerteren Gesellschaft beitragen. Zusammen und nicht Gegeneinander sollte das Denken bestimmen.

Unser Marketing Club Ostwestfalen-Lippe ist nicht nur ein Ort der Wissenserweiterung und -vertiefung, sondern auch ein Ort des Sich-Vernetzens, getragen von dem Gedanken, sich auszutauschen, gegenseitig zu empfehlen und zu unterstützen. Wir sollten unsere herausragende MC Community, die sich aus Fachleuten der unterschiedlichsten Branchen zusammensetzt, im positiven Sinne nutzen.

Vorstandsmitglied Nils Hensdiek, der mich bereits in den letzten zwei Jahren erfolgreich unterstützt hat, folgt als Verantwortlicher für die Programmplanung. Darüber freue ich mich und werde ihn gerne unterstützen, denn das MC Programm bleibt nach wie vor meine Leidenschaft. Unsere MC Veranstaltungen bieten auch in Zukunft



Foto: Mathews Fernandes

Sabine Schoner, Jahrgang 1971, wurde am 19. Februar 2024 auf der MC Mitgliederversammlung zur MC Präsidentin gewählt. Die Mutter von drei Kindern arbeitet im Marketing und Vertrieb des Kultur- und Kongresszentrums „Kultur Räume Gütersloh“. Seit 2015 ist sie Mitglied im Marketing Club, seit 2022 Mitglied im Vorstand, zuletzt verantwortlich für die Programmgestaltung.

eine gute Durchmischung von spannenden Vorträgen mit externen Referentinnen und Referenten sowie Best-Practice-Beispielen von Unternehmen vor Ort und sollen insgesamt auf noch mehr interaktive Formate ausgebaut werden. So ist unter anderem der OWL-Cup mittlerweile zu einem beliebten Event geworden.

Kooperationsveranstaltungen mit anderen Vereinen, Verbänden, Institutionen und Organisationen in OWL sollen dazu beitragen, das Netzwerk zu erweitern und neue Impulse zu setzen. So wollen wir die Kooperation mit dem IHC reaktivieren. Bereits erfolgreich läuft die Kooperationsveranstaltung mit dem MC Braunschweig, der einmal im Monat online einen kurzen Impulsvortrag zu Rechtsthemen im Marketing anbietet. Persönlich habe ich mir auf die Fahne geschrieben, zukünftig mehr Referentinnen ins Boot zu holen und, auch auf Wunsch von Marketing Club Mitgliedern, eine Veranstaltung ausschließlich für Frauen im MC zu implementieren. Ein Konzept, das

bereits in anderen Marketing Clubs erfolgreich umgesetzt und auch auf Bundesebene vorangetrieben wird: Unter dem Motto „It's all about visibility“ fand im Mai 2023 der 1. Kongress Marketing Frauen in Leipzig statt. Weitere Wünsche nach speziellen Themen oder auch zur Clubgestaltung sind immer herzlich willkommen, denn sie tragen zu einem aktiven und lebendigen Clubleben bei.

Ich freue mich auf eine ertragreiche Arbeit im MC Vorstand und im MC Beirat, die unseren Club mit wertvollen Ideen und Anregungen unterstützen. Wir alle verstehen uns als engagiertes Team, das den Marketing Club Ostwestfalen-Lippe, zusammen mit euch, in eine erfolgreiche Zukunft führen wird.

Sabine Schoner
Präsidentin

NEUER NAME

Bei der Mitgliederversammlung des Marketing Clubs OWL Bielefeld e. V. am 19. Februar 2024 wurde den Mitgliedern vom MC Vorstand der neue Name Marketing Club Ostwestfalen-Lippe vorgestellt. Die damit verbundene Satzungsänderung stand zur Abstimmung. Der überwiegende Teil dieses Club Reports 2024 wurde bereits vor der Mitgliederversammlung produziert. Der neue Name konnte also nicht mehr in die komplette Berichterstattung einfließen. Wir bitten um Verständnis.

Die Redaktion



seidensticker

INHALT

3 IMPULSE SETZEN, NETZWERK ERWEITERN

Sabine Schoner über ihre Ziele als neue Präsidentin des Marketing Clubs

8 DANK AN EINEN ENGAGIERTEN PRÄSIDENTEN

Alf Meyer zur Heyde übergibt das Vorstandsamt nach sechs Jahren

10 KOMMUNIKATION AUF ALLEN KANÄLEN

Polizeipräsidentin Dr. Sandra Müller-Steinhauer will ins Gespräch kommen

14 HSBI: ZWEITER BILDUNGSWEG WAR GESTERN

Hochschule Bielefeld als gelungenes Beispiel für Umbenennung

18 BIELEFELD RESEARCH AND INNOVATION CAMPUS (BRIC)

Kooperation zwischen Wirtschaft und Wissenschaft

20 KI TRANSPARENT MACHEN

Schwerpunktthema von Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft

24 OWL: EINE INNOVATIVE UND DYNAMISCHE REGION

OstWestfalenLippe GmbH steuert das gemeinsame Marketing

28 LEUCHTTURM FÜR KREATIVWIRTSCHAFT

KreativInstitut.OWL auf dem Campus Detmold

30 16. MARKETING OWL AN ADU URBAN SERVICE GRUPPE

Großer Festakt in Paderborn am 25. August 2023

31 MITGLIEDERVERSAMMLUNG 2024

Neuer Vorstand, neuer Name

34 STARKE KOOPERATIONEN, ANGEBOTE FÜR JÜNGERE

MC Geschäftsführer André Mielitz über die Aufgaben für 2024

36 MC PROGRAMM 2024

Ausblick auf Veranstaltungen und Highlights

42 VERTRAUEN IST ALLES

Marketing als Erfolgsfaktor für Kanzleien

44 AGIL. AMBITIONIERT. ABWECHSLUNGSREICH.

MC Themen und Rückblick 2023

62 BUNDESVERBAND MARKETING CLUBS

Deutscher Marketing Tag in Augsburg / DMP 2023 für Strauss / Awards / BVMC: neuer Name, neuer Präsident

70 GÜTERSLOH MARKETING GMBH

Neuausrichtung des Stadtmarketings

72 BIELEFELD MARKETING GMBH

Gemeinsam für eine lebendige Bielefelder City

74 WEGE MBH

WEGE für Bielefelds Wirtschaft

76 UNIVERSITÄTSGESELLSCHAFT BIELEFELD

Der Bielefelder Weg

78 VORTEILE FÜR MITGLIEDER

Leistungskatalog des MC / Impressum

80 MARKETING VON A BIS Z

Mitgliedsunternehmen präsentieren ihre Angebote

Foto: Polizei Bielefeld



Dr. Sandra Müller-Steinhauer ist seit Oktober 2022 Polizeipräsidentin in Bielefeld. Kommunikation ist für sie und ihre Teams ein großes Thema: „Wir sind so nahbar, wie es geht. Denn ohne das Vertrauen der Bevölkerung ist alles nichts.“ Bericht und Interview auf den Seiten 10 bis 12.

building excellence



Zukunftsweisende Immobilien in ganz Europa –
vom Design über den Bau bis zu Services im Betrieb.

goldbeck.de

 **GOLDBECK**

DANK AN EINEN ENGAGIERTEN PRÄSIDENTEN

Mit großem Beifall dankten die Mitglieder des Marketing Clubs Alf Meyer zur Heyde. Nach sechs Jahren im Amt übergab der Präsident des Clubs die Amtsgeschäfte an seine Nachfolgerin Sabine Schoner.

Foto: Sarah Jonek



Applaus und Blumen von Vorgänger Alf Meyer zur Heyde für die soeben gewählte Präsidentin. Sabine Schoner übernahm das Amt auf der gut besuchten MC Mitgliederversammlung am 19. Februar 2024 im Schüco Welcome Forum.

Fotos: Susanne Freitag



Bei der Kooperationsveranstaltung mit dem Industrie- und Handelsclub Ostwestfalen-Lippe im Mai 2019 (v. l.): MC Präsident Alf Meyer zur Heyde, Jörg-Uwe Goldbeck, geschäftsführender Gesellschafter Goldbeck GmbH, IHC Präsident Eduard R. Dörrenberg und Dr. Albert Christmann, persönlich haftender Gesellschafter der Dr. August Oetker KG.

Der Diplom-Bankbetriebswirt hat für seinen Arbeitgeber neue Aufgaben übernommen. Alf Meyer zur Heyde leitet als Managing Director der Deutschen Bank bereits seit zwei Jahren die Beratung zur Zukunft und Nachhaltigkeit für Privatkunden in Deutschland. Seit Herbst 2023 ist er zudem Generalbevollmächtigter bei der BHW Bausparkasse AG, einer Tochtergesellschaft der Deutschen Bank mit Sitz in Hameln. Zuvor war er Marktgebietsleiter



Preisverleihung der Marketing OWL 2018 an die Seidensticker Group: (h. v. l.) Martin Friedrich, Seidensticker Group, MC Präsident Alf Meyer zur Heyde, MC Geschäftsführer André Mielitz, Silvia Benzinger, Vorstandsmitglied Seidensticker Group sowie (v. v. l.) MC Beiratsmitglied Gerd Oliver Seidensticker, Nicole Seidensticker-Delius und Frank Seidensticker.

der Deutschen Bank für Ostwestfalen und das Hochsauerland und Sprecher der Geschäftsleitung für diese Region.

Gefragt nach den herausragenden Entwicklungen in seiner Amtszeit, führt der gebürtige Bielefelder, Jahrgang 1975, auf: „Wir haben heute stabile Finanzen und konnten unseren Mitgliedern in allen Jahren ein durchgängig attraktives und abwechslungsreiches Programm bieten,

auch in der Corona-Zeit. Ich freue mich über eine Professionalisierung im Vorstand und die aktive Zusammenarbeit mit dem Beirat. Und: Wir konnten jetzt fast alle Vorstandsposten an die nächste Generation überführen; auch das ist nicht selbstverständlich.“

Und welche Aufgaben müssen aus seiner Sicht seine Nachfolgerinnen und Nachfolger im Vorstandsteam bewältigen? Alf Meyer zur Heyde, der sich selbst als engagierten Teamplayer beschreibt: „Die Zukunft im Blick behalten und von Anfang an für die eigene Nachfolge sorgen, was nicht immer einfach ist.“ Er glaubt daran, dass es noch mehr Interaktion aller Vorstands- und Beiratsmitglieder mit den Mitgliedern geben sollte, um dieses Ziel zu erreichen. Und er hat auch einen besonderen Wunsch für die Zukunft des Clubs: „Ich wünsche mir weiterhin ein intensives Clubleben, weil ich das gerne auch zukünftig als aktives Mitglied genießen möchte.“



QUALITÄT PRÄGT.

Die GRÄFE Gruppe ist Spezialist für die Aufwertung von Printprodukten. Im Auftrag von Druckereien, Herstellern von Verpackungen, Agenturen und Markenartiklern wird anspruchsvollen Druckerzeugnissen mit unterschiedlichen Veredelungseffekten der letzte Schliff gegeben. Die technischen Möglichkeiten und Verfahren sind hierbei weit gefächert. Verpackungen, hochwertige Akzidenzprodukte, Etiketten oder Kalender erhalten durch Veredelung Akzente mit hohem Aufmerksamkeitspotential. Sie machen Ihr Produkt multisensorisch wirksam und unverwechselbar.

Als Druckveredeler bringen wir Ihre Printkommunikation zum Strahlen – von der ersten Inspiration bis zur technisch perfekten Umsetzung.

Bielefeld · Landau · graefe-gruppe.de



GRÄFE
VEREDELUNGSGRUPPE

Polizeipräsidentin Dr. Sandra Müller-Steinhauer will mit der Bevölkerung ins Gespräch kommen

KOMMUNIKATION AUF ALLEN KANÄLEN

Also früher, da war das so. Wenn die Polizei etwas zu verkünden hatte, ließ der Polizeipräsident zu einer Pressekonferenz einladen. Dorthin kamen von den örtlichen Zeitungen auserwählte Journalisten, Polizeiberichterstatte genannt. In der Regel blieben die älteren Herren unter sich. Polizeipräsidentinnen gab es nicht und auch in den Redaktionen konnten sich nur wenige Frauen als Spezialistinnen für Mord und Totschlag durchsetzen. Allenfalls holten sie als Volontärinnen in der Polizeistation die ausgedruckten täglichen Meldungen ab, die anschließend in der Redaktion zu standardmäßig formulierten Einspaltern umgedichtet wurden. Meistens ging es um Unfälle, Einbrüche, Trunkenheit am Steuer, aus dem Ruder gelaufene Schlägereien.

Noch vor zehn Jahren war der Einsatz von Social Media eine Ausnahmerecheinung in den Polizeibehörden. Wer sich heute über die Polizei Bielefeld schlaumachen will, findet alle wesentlichen Informationen im Web. In der Kommunikationsabteilung, die von Sonja Rehmert, Erste Kriminalhauptkommissarin, geleitet wird, arbeiten acht Profis für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Und Polizeipräsidentin Dr. Sandra Müller-Steinhauer steht bei vielen Terminen auf der Bühne. Ihr Ziel: Mit der Bevölkerung ins Gespräch kommen und die OWL-weit zuständige Behörde, ihre Aufgaben und die rund 1.400 Menschen, die dort arbeiten, offensiv zu vertreten. Kommunikation und Marketing sind längst gelebter Alltag.

Von Susanne Schaefer-Dieterle

Sandra Müller-Steinhauer ist seit 1. Oktober 2022 in Bielefeld. Am Abend ihrer offiziellen Amtseinführung am 11. Oktober 2022 ließ sich die 51-Jährige im WDR Studiogespräch Lokalzeit OWL intensiv befragen. Es folgten Gespräche mit den regionalen Tageszeitungen. Im ersten großen Interview mit der „Neuen Westfälischen“ berichtete sie von ihrem Ziel, das subjektive Sicherheitsgefühl der Bielefelderinnen und Bielefelder zu verbessern. Müller-Steinhauer ist Juristin, arbeitete als Staatsanwältin für Kapitaldelikte und war im NRW-Justizministerium zuständig für organisierte Kriminalität, Cybercrime, Drogendelikte und Wirtschaftskriminalität. In dieser Zeit hat sie hinter die Kulissen blicken und viel lernen können. Sie hat eng mit vielen Expertinnen und Experten zusammengearbeitet, Reden für die Minister geschrieben. Sie hat Öffentlichkeit hergestellt, blieb aber selbst im Hintergrund.

Foto: Polizei Bielefeld



„Coffee with a Cop“: Im November 2023 besuchte NRW-Innenminister Herbert Reul die OWL-Metropole und kam mit Bürgerinnen und Bürgern vor dem Rathaus ins Gespräch.

Der NW sagte sie im März 2023: „Kriminalität ist heute nicht mehr so einfach. Früher hat man eine Bank überfallen. Heute spielt vieles in der digitalen Welt und ist subtiler. Cybercrime ist ein Wachstumsmarkt. Man kann sich heute im Internet ohne

Fachexpertise einen kriminellen Baukasten zusammenstellen („Crime as a service“). Sich ein Botnet zuzulegen, um damit andere lahmzulegen, ist selbst im Internet möglich. Nicht nur im Darknet. Diese Form der versteckten Bedrohung ist noch gar

Foto: Polizei Bielefeld



Stadt Bielefeld und das Polizeipräsidium Bielefeld luden am 6. Dezember 2023 zu einem Benefizkonzert für die Bielefelder Frauenhäuser in die Rudolf-Oetker-Halle ein. Über die große Resonanz freuten sich (v. l.) Michael Heiks und Nadja Loschky, Intendanz der Bielefelder Bühnen, Polizeipräsidentin Sandra Müller-Steinhauer und Ingo Nürnberger, Erster Beigeordneter der Stadt.

nicht so richtig präsent. Deshalb begreife ich meine neue Aufgabe nicht als etwas Neues. Ich habe eigentlich nur den Schreibtisch gewechselt.“ Dieser Wechsel ist 18 Monate nach dem Amtsantritt längst vollzogen. Sandra Müller-Steinhauer und ihre Teams

pflügen eine intensive, offene Kommunikation über die Aufgaben, die die Polizei NRW heute managen muss. Es beginnt beim Personalmarketing: Wie gewinnt die Polizei qualifizierten Nachwuchs, motiviert gute Leute und hält sie auf Dauer im System?

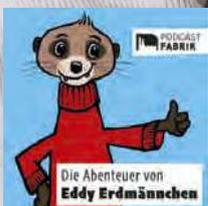
Nachwuchsgenerierung ist ein bedeutendes Thema, auch auf Messen. Und wie kommen Spezialisten an Bord? Zum Beispiel für das Gemeinsame Monitoring- und Kommunikations-Center (GMKC), Arbeitsplätze, an denen top spezialisierte Kolleginnen und Kollegen das Internet einschließlich Social Media permanent nach strafbaren Spuren durchforsten. Das alles kann nur funktionieren, wenn die Arbeitsatmosphäre im Polizeipräsidium stimmt. Und wenn draußen, in der Bevölkerung, klar ist, dass hier 1.400 Menschen arbeiten, die Teil der Bevölkerung sind.

Diese Botschaften werden heute auf vielen Kanälen kommuniziert. Die Polizei NRW ist auf YouTube, Facebook, Instagram, auf X (vormals Twitter), WhatsApp oder TikTok aktiv. Es gibt zahlreiche Podcasts. Und in der OWL-Metropole seit einem Jahr Sendungen bei Radio Bielefeld. Der Leiter der Mordkommission hat seine Arbeit ➔



Nahezu 40 % aller Deutschen hören regelmäßig Podcasts!*

*RMS Podcast Studie, September 2022, rund 16.500 befragte Personen ab 14 Jahren



Podcast? Wir machen das!

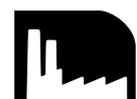
Du möchtest Podcasts für die Unternehmenskommunikation nutzen? Bei uns bist du richtig.

- Produktion von Unternehmenspodcasts
- Workshops
- Audiobranding
- Werbung in unseren Podcast-Marken

Mehr als 30 Jahre Audioproduktion - vom Radiospot bis zum Soundbranding. Und mehr als 5 Jahre Podcast!

Jetzt unverbindlich anfragen!
Alle Infos auf podcastfabrik.de

Eine Marke von
ams 
Radio und MediaSolutions

 **PODCAST
FABRIK**

☛ erklärt, das Thema „Verkehr“ spiele eine große Rolle, zum Auftakt stellte sich die Polizeipräsidentin in einem Interview den Fragen der Bürgerinnen und Bürger. Sie handelt nach dem Motto: „Wir sind so nahbar, wie es geht. Denn ohne das Vertrauen der Bevölkerung ist alles nichts.“

Transparenz und kurze Wege

Sandra Müller-Steinhauer will „erklären, was wir tun.“ Daher nutzt sie öffentliche Auftritte als Informationspflicht gegenüber der Öffentlichkeit. Sie beschreibt sich selbst als nicht gerade großen Fan häufiger Bühnenpräsenz, „aber ich profitiere von einem erstklassigen Team, sodass ich mich perfekt vorbereiten kann.“ Sie hat aber auch keine Scheu, öffentlich zu sagen, dass sie nicht alles wissen kann und sich oft erst einmal schlaumachen muss, um sich anschließend sinnvoll kümmern zu können. Es treibt sie das Wissen um die Macht der Transparenz, etwa beim großen Thema „Prävention“, das ohne Mitwirkung der Bevölkerung nicht zu bewältigen ist. Gleiches gilt für Zeugenauftritte. Auch hier werden alle Kanäle genutzt. Wie auch beim Thema des unerträglichen sexuellen Missbrauchs von Kindern.

Jeden Morgen gibt es im Polizeipräsidium an der Kurt-Schumacher-Straße in Bielefeld eine große Lagebesprechung. Kurze Wege sind eine Voraussetzung für die erfolgreiche Arbeit. Dabei bedrückt ein Thema, das Sorgen bereitet: Die Zahl der Gewalteinwirkungen gegenüber Polizistinnen und Polizisten ist erschreckend hoch. Beleidigungen, Nachstellungen, Nötigungen sind an der Tagesordnung. Hinzu kommen brutale körperliche Angriffe wie Mitte Januar 2024 in Bielefeld-Heepen: Ein polizeibekannter Bielefelder hat einen Beamten mit einem Schraubendreher schwer verletzt.

„Unsere Uniformierten auf der Straße sind Markenbotschafter der Polizei, aber natürlich auch selbst Teil der Bevölkerung“, versucht die Polizeipräsidentin eine schlüssige Einordnung. Selbstverständlich machen auch Polizistinnen und Polizisten Fehler – „mit denen wir offen umgehen

wollen“, sagt Sandra Müller-Steinhauer. Aber sie fordert auch Respekt für ihre Kolleginnen und Kollegen, die tagtäglich ihren Dienst an der Gesellschaft leisten.

Haus des Jugendrechts

Wichtig ist ihr das Bemühen um Kinder und Jugendliche, die Straftaten begehen: „Hier müssen wir zusammen mit der Stadt in die Zukunft investieren.“ In enger Zusammenarbeit mit Stadt und Staatsanwaltschaft Bielefeld arbeitet die Polizei in Bielefeld an einem Haus des Jugendrechts, das es in NRW schon in mehreren Großstädten gibt.

Dort agieren in der Regel die Jugendsachbearbeitung der Polizei, die Jugendhilfe im Strafverfahren und die Dezernate für Jugendsachen der Staatsanwaltschaft eng zusammen. Sie befassen sich mit jugendlichen und heranwachsenden Tatverdächtigen, die mehrfach strafrechtlich in Erscheinung getreten sind und denen eine beginnende oder sich verfestigende kriminelle Zukunft vorhergesagt wird. Ziel ist es, kriminelle Karrieren von jugendlichen und heranwachsenden Straftäterinnen und

Straftätern zu beenden oder wenigstens deren Rückfallquote zu verringern, um so die Jugendkriminalität insgesamt zu reduzieren. Das wäre ein wesentlicher Beitrag zur Verbesserung des Sicherheitsgefühls und der Sicherheitslage.

Polizeipräsidentin Dr. Sandra Müller-Steinhauer: „Die aktuelle Entwicklung der Jugendkriminalität seit Ende der Corona-Pandemie betrachte ich mit Sorge. Wir dürfen nicht zulassen, dass sich Delinquenz bei Jugendlichen verfestigt und sie die Täter von morgen werden. Uns alle – Polizei, Justiz und Jugendamt – verbindet bei der Unterschiedlichkeit der Aufgaben das gemeinsame Ziel, so auf Jugendliche und Heranwachsende einzuwirken, dass sie künftig ein Leben ohne Straftaten führen. Das kann uns nur gemeinsam mit gebündeltem Fachwissen gelingen und dazu versammeln wir uns jetzt unter einem Dach. Das Haus des Jugendrechts ist neben der Initiative ‚Kurve kriegen‘ ein weiterer Baustein zur Prävention und Bekämpfung der Kinder- und Jugendkriminalität.“ ☛

AUSBILDUNG, WEITERBILDUNG, STUDIUM

Bielefeld ist der nordöstlichste Standort der Hochschule für Polizei und öffentliche Verwaltung Nordrhein-Westfalen (HSPV NRW). Der Studienort besteht bereits seit 1976. Rund 1.200 Studierende erfahren die fachtheoretische Ausbildung in den Gebäuden Am Stadtholz 24, jedes Jahr nehmen etwa 450 Studierende ihr Studium in Bielefeld auf. Die Lehrveranstaltungen gestalten 30 hauptamtlich Lehrende und rund 200 Lehrbeauftragte. Und im Polizeipräsidium an der Kurt-Schumacher-Straße gibt es Einblicke in den Arbeitsalltag.

Auch in der Fachoberschule Polizei, die in OWL Standorte in Bielefeld und Bad Oeynhausen hat, lässt sich die Polizeipräsidentin sehen. Hier gibt es spannende Angebote für junge Frauen und Männer mit Mittlerer Reife oder Fachabitur, die dann ein FH-Studium machen wollen. Das Interesse ist groß: 2023 gab es NRW-weit mehr als 10.000 Bewerbungen; 3.000 Interessierte konnten genommen werden. Die Behördenleiterin der Bielefelder Polizei macht unmissverständlich klar, dass auch Menschen mit mittlerem Bildungsabschluss gute Polizistinnen und Polizisten sein können. „Unabhängig davon, woher Sie kommen und ob Sie Abitur oder einen mittleren Schulabschluss haben – uns sind Ihr Wille und Ihre Motivation wichtig. Wir fördern diejenigen, die für die Polizei und damit auch für die Werte, die wir als Polizei verkörpern, eintreten.“

www.next-level-polizei.de

Zwischen Tür und Zarge

SIMONSWERK, führender Hersteller von Bändern und Bandsystemen aus Rheda-Wiedenbrück, steht für Qualität, Ästhetik und Innovation. Alle hochwertigen Produkte von SIMONSWERK verleihen Räumen eine besondere Wertigkeit. Verschiedene Oberflächen und Ausführungen unterstreichen den Charakter spezifischer Raumstrukturen – so etwa das Bandsystem TECTUS®. Mit SIMONSWERK öffnen und schließen sich Türen – unter Berücksichtigung von Dynamik, Balance und Stabilität.



It all hinges on excellence.

www.simonswerk.de

Hochschule Bielefeld als gelungenes Beispiel für Umbenennung

HSBI: DAS „FACH“ IST WEG, DAFÜR STEHT „ARTS“ IM NAMEN

Im laufenden Geschäft den Firmennamen zu ändern, ist eine Herausforderung, an der sogar kapitalstarke Branchengrößen scheitern können. Ein bekanntes Beispiel ist das 1881 gegründete Unternehmen Karstadt, das schon mit dem Namen KarstadtQuelle in Schiefelage geraten war und mit dem Namen Arcandor nicht gerettet werden konnte. Auch die Umfirmierung in Galeria Karstadt Kaufhof brachte keinen Erfolg.

Ein völlig anderes, höchst positives Beispiel ist die Umbenennung der traditionsreichen Fachhochschule Bielefeld, die 2022 ihr 50. Jubiläum feierte. Am 19. April 2023 hat sie sich umbenannt und heißt seitdem Hochschule Bielefeld – University of Applied Sciences and Arts, kurz HSBI. Vorausgegangen war ein mehrjähriger Diskussionsprozess, der alle Statusgruppen der Hochschule einbezog. Die heutige HSBI gehörte in der Gruppe der Fachhochschulen zu den letzten in Deutschland, die diesen Schritt gegangen ist.



Foto: P. Pollmeier/HSBI

Dr. Lars Kruse, Leiter der Hochschulkommunikation, ist als Markenbotschafter unterwegs.

Das Präsidium der Hochschule beauftragte Dr. Lars Kruse, Leiter der Hochschulkommunikation, mit der Moderation der Entscheidungsfindung und der Umsetzung der Umbenennung. Am 17. April 2023 präsentierte er die Besonderheiten der großen Namensumstellung vor dem Marketing Club OWL Bielefeld. Rund ein

Jahr später zieht er eine positive Bilanz: „Die Zeit war reif. Und wir können heute zufrieden feststellen: Besser hätte es kaum laufen können.“

Das „Fach“ ist weg und dafür trägt die Hochschule nun das „Arts“ im Namen. Hinter der Umbenennung samt Einführung

eines neuen Corporate Designs steckt ein langer Prozess – ein großer Schritt für die Hochschule Bielefeld, die mit rund 10.500 Studierenden und 900 Beschäftigten in 6 Fachbereichen und 75 Studiengängen an den Standorten Bielefeld, Minden und Gütersloh die größte Hochschule für Angewandte Wissenschaften in OWL ist.

Mit dem neuen Namen folgte die traditionsreiche FH zwar einem Bundestrend – seit den Nullerjahren hatten sich zahlreiche Fachhochschulen in Deutschland in Hochschule für Angewandte Wissenschaften oder nur in Hochschule umbenannt und auch Gesetzgebung und Behörden benutzen diese Begriffe. Viel entscheidender aber war für die Hochschulleitung in Bielefeld, dass mit der Umbenennung dem gewandelten Profil der Hochschule Rechnung getragen wird.

„Zweiter Bildungsweg war gestern“

„Früher war es die Aufgabe der Fachhochschulen, den Akademikermangel auszugleichen, indem sie auch Menschen ohne Hochschulqualifikation den Zugang zu einem Studium ermöglichten. Entsprechend verschult war das Studium. Aber der zweite Bildungsweg war gestern“, erklärt Dr. Lars Kruse, der die

Gesamtprojektleitung mit seinem Start an der Hochschule Ende 2020 verantwortete. „Heute sind wir offen für unterschiedliche Bildungsbiografien. Bei uns kann man in ganz unterschiedlichen Modellen studieren, zum Beispiel in Vollzeit, praxisintegriert mit Anstellung und Bezahlung in einem Unternehmen oder berufsbegleitend abends und am Wochenende. Und man kann auch seine Doktorarbeit schreiben. Über die Hälfte unserer Studierenden haben die Allgemeine Hochschulreife und studieren bei uns, weil ihnen das Angebot mit seinem großen Praxisbezug und seiner engen Verzahnung von Lehre und praxisbezogener Forschung zusagt – nicht, weil ihnen wie in früheren Jahren die Unis versperrt sind.“

Außerdem sei der Name Fachhochschule nicht mehr zeitgemäß gewesen, weil dem Portfolio der Hochschule neben der Lehre längst Forschung und Transfer als zweite und dritte Säule hinzugefügt worden waren.

Ein anderer Aspekt war, dass man nicht mehr mit der in Bielefeld angesiedelten privaten Fachhochschule des Mittelstandes (FHM) verwechselt werden wollte. Durch den Zusatz „Arts“ im Namen werden künftig auch die starken Studiengänge des Fachbereichs Gestaltung sowie die Architekturstudiengänge am Campus Minden im Hochschulnamen abgebildet. Der neue Name passt also deutlich besser zur Corporate Identity.

Neue CI: Intensive Arbeit über Jahre

„Corporate Identity ist bei uns Breiten-sport“, erklärte der Leiter Hochschulkommunikation vor dem Marketing Club. „An der CI haben wir in den vergangenen Jahren in unterschiedlichen Arbeitsgruppen intensiv gearbeitet. Da ging es um unser Selbstverständnis, um unser Leitbild Lehre, um unser Qualitätsverständnis. Besonderes Augenmerk haben wir überdies auf Vielfalt, Gendergerechtigkeit und

Familienfreundlichkeit gelegt. Das alles bleibt ein laufender Prozess.“

Das neue Corporate Design verabschiedete sich von bunten Farben, die seit den Nullerjahren verwendet wurden und stark auf den Printbereich ausgerichtet waren. Es war längst schwierig geworden, das alte CD für Social-Media-Kanäle einzusetzen.

Die Fassade des 2015 eröffneten Hauptgebäudes der Hochschule auf dem Campus Bielefeld lieferte die Inspiration für die neue Wort-Bild-Marke. Die dezent unterschiedliche Farbigkeit und die Anordnung der Fassadenelemente sind eine Arbeit des Künstlers Josef Schwaiger und erinnern an ein Elektroenzephalogramm (EEG), mit dem Gehirnaktivitäten aufgezeichnet werden. „Unser Anspruch ist es, dass das, was im Gebäude passiert, mit gedeihlichen Gehirnaktivitäten zu tun hat“, meint Kruse schmunzelnd. ➔

formdrei

Messe und Event GmbH

Wir realisieren
nachhaltige
Markenauftritte.

Messebau
Showrooms
Kundenevents

 www.formdrei.de
 info@formdrei.de





Fotos: P. Pollmeier/HSBI

Kruse freut sich, dass der gewaltige Aufwand mit einem Etat von rund 700.000 Euro gemanagt werden konnte, „auch dank unserer engagierten IT-Spezialistinnen und -Spezialisten, die sehr viele Aufgaben intern regeln konnten.“ Freuen konnte sich das verantwortliche Team in der Hochschulkommunikation auch über fast durchweg positive Reaktionen auf das neue Design: „Wir haben viel Lob bekommen. Und das tut nach so einem Prozess ja auch gut.“

Im Jahresbericht 2022 wurde ausgiebig über die Hintergründe zur Namensänderung berichtet, HSBI Präsidentin Prof. Dr. Ingeborg Schramm-Wölk erläuterte die Hintergründe der Entscheidungen. Auf der HSBI Website finden sich Hinweise zum Corporate Design: <https://www.hsbi.de/presse/corporate-design>

Von Susanne Schaefer-Dieterle

Die neue Wort-Bild-Marke wurde sukzessive und klar geregelt auf Beschilderung, Medien und Merchandising-Artikeln eingebracht.

➔ Das Gebäude bringt die früher über die Stadt verstreuten Fachbereiche an einem Ort zusammen. Die drei vertikalen Elemente des Logos stehen sinnbildlich für die vielen Dreiklänge, für die die Hochschule steht. Das sind Lehre, Forschung, Transfer. Oder Digitalisierung, Internationalisierung, Nachhaltigkeit. Und auch die drei Standorte Bielefeld, Minden, Gütersloh. Die HSBI ist heute Multiplikatorin von Inhalten, Wissen und Werten. Ein Ort der Reflexion, der immer offen für Veränderung ist.

„Unser Anspruch war es, ein zeitloses, flexibles und gleichwohl spannungsgeladenes Design zu schaffen“, so Kruse. „Und Spannung lässt sich am besten durch Gegensätze erzeugen. Deshalb kontrastieren wir unsere Wort-Bild-Marke mit ihren Ecken und Kanten und ihrem harten Schwarz-Weiß-Kontrast mit weichen und zurückhaltenden Naturfarben und mit einer warmen, authentischen Fotografie, in der die Menschen dieses Hauses und ihre konkrete Arbeit im Mittelpunkt stehen.“

Neues CD: Auch eine Frage des Geldes

Für den Umgang mit dem CD gibt es klare interne Regeln, die in den Leitlinien zum

Umgang mit Logos zusammengefasst sind. Es gibt Vorlagen für Briefbögen, PowerPoint-Präsentationen oder Visitenkarten. Auch die Umsetzung für Merchandising-Artikel ist klar geregelt.

Für Dr. Lars Kruse ist das eine der wesentlichen Erkenntnisse aus mehr als zwei Jahren intensiver Arbeit mit dem Thema. Der interne Diskussionsprozess muss breit angelegt werden. In einer Hochschule bedeutet das, dass alle Statusgruppen mitgenommen werden. Bei Präsentationen, in Workshops, in Arbeitsgruppen, bei Abstimmungen. Aber: „Der Fahrplan musste allein schon aus Gründen der Kosteneffizienz eingehalten werden“, sagt der Kommunikationschef.

Neuer Name, neue Ausschilderung am Hauptgebäude, Verkehrsschilder, Namensschilder und Visitenkarten, die komplette Neuorganisation des WWW – angefangen von der internen wie externen Platzierung des neuen Namens über Suchmaschinenmarketing bis hin zum Auftritt in den sozialen Kanälen. Oder die Plakatkampagne, die drei Wochen in OWL lief. Das ist keine Kleinigkeit, kostet Arbeit, Geld und Nerven.

Hochschule Bielefeld (HSBI)

- Gegründet 1971 als Fachhochschule Bielefeld
- Drei Standorte: Bielefeld, Minden und Gütersloh
- 6 Fachbereiche: Gestaltung, Campus Minden, unter anderem mit Architektur, Ingenieurwissenschaften und Mathematik, Sozialwesen, Wirtschaft, Gesundheit
- 10.290 Studierende (Stand 12/2023), 788 internationale Studierende (Stand 12/2023)
- 219 Professuren, 62 Lehrkräfte für besondere Aufgaben (Stand 10/2023)
- 338 wissenschaftliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
- 309 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Technik und Verwaltung
- 41 Bachelorstudiengänge, 28 Masterstudiengänge, 7 Zertifikatsstudiengänge
- 6 Forschungsinstitute
- Zertifiziert als familiengerechte Hochschule

www.hsbi.de

GO GREEN



NACHHALTIGE
TASCHEN,
NEU GEDACHT.



**JETZT
ENTDECKEN.**



HALFAR

Starke Taschen.

Vertrieb über den Werbemittelhandel
Halfar System GmbH D-33719 Bielefeld | Germany
Telefon: +49 (0) 521 / 98 244-0
www.halfar.com

KOOPERATIONEN ZWISCHEN WIRTSCHAFT UND WISSENSCHAFT

Mit dem Bielefeld Research and Innovation Campus (BRIC) entwickelt sich ein lokales Innovationsökosystem, das den Zugang von Unternehmen in OWL zur Forschungslandschaft auf dem Campus Bielefeld ermöglicht.



Foto: BRIC

Herbert Vogel (r.) ist Vorsitzender des Vorstands der Universitätsgesellschaft Bielefeld und hat sich seit 2019 als ehrenamtlicher Geschäftsführer um die Belange des BRIC gekümmert. Sein Nachfolger ist Pedro Campos Silva. Der 39 Jahre alte Diplom-Geograf hat unter anderem als Unternehmensberater bei der vormaligen Energieagentur NRW in Düsseldorf und Wuppertal Kontakte zwischen Wissenschaft und Unternehmen koordiniert. Drei Jahre lang hat er in Bielefeld bei der WEGE Wirtschaftsentwicklungsgesellschaft gearbeitet, sich um Themen wie Flächenmanagement gekümmert und dabei die Rahmenbedingungen im Oberzentrum Bielefeld und in der Region OWL kennengelernt.

Die Arbeitsschwerpunkte des BRIC sind vielfältig. Forschungsorientierte Unternehmen, die bereits Erfahrungen in der Zusammenarbeit mit der Wissenschaft haben, können auf dem Campus Bielefeld wissenschaftliche Projekte umsetzen und dafür auch die Infrastrukturen der Universität Bielefeld und der Hochschule Bielefeld (HSBI, vormals Fachhochschule Bielefeld) nutzen.

Das sechsköpfige ThinkTank OWL Team spricht insbesondere kleine und mittlere Unternehmen (KMU) sowie Deep-Tech Spin-offs an und formt gemeinsam mit den Forschenden des Campus neue Kooperationsformate mit ihnen. So sollen KMU einen unkomplizierten Zugang zur Spitzenforschung erhalten und ihre Innovationstätigkeit ausbauen. Angesprochen werden auch Unternehmen, die bisher wenig Kontakt zu den Hochschulen auf dem Campus hatten. Online, per Telefon oder direkt mit Entwick-

lungswerkshops in den Unternehmen werden mögliche Themen und Projektansätze – immer ausgehend von konkreten Fragestellungen der Unternehmen – besprochen. Sind diese Themen identifiziert, folgen das Matching mit den Expertinnen und Experten am Campus sowie zielgerichtete, intensivere Formate, zum Beispiel Runde Tische, um Aufgabenstellungen und Lösungsansätze zu konkretisieren.

Der Start einer Zusammenarbeit ist niedrigschwellig. Der kurze Weg für Unternehmen zur zukunftsorientierten Forschung der Bielefelder Hochschulen ist das übergeordnete Ziel. Professorinnen und Professoren initiieren zum Beispiel Abschlussarbeiten von Studierenden, in denen Themen und mögliche Lösungsansätze beschrieben werden. Bis zu diesem Punkt entstehen den Unternehmen keine externen Kosten. Vielmehr geben die Transferexpertinnen und

-experten vom BRIC sogar noch Hinweise auf passgenaue Fördermittel – vom Transfer- oder MID-Gutschein vom Land NRW über die steuerliche Forschungszulage bis hin zu aktuellen Ausschreibungen auf Bundes- oder EU-Ebene – um die Kooperation so attraktiv wie möglich zu machen. Auch bei einer direkten Auftragsforschung, wo mögliche Kosten individuell nach Projektumfang vereinbart werden, entstehen die Kosten erst mit offiziellem Projektstart.

Die Gewinnung und Ansiedlung von Instituten außeruniversitärer Forschungseinrichtungen schafft einen weiteren Impuls für innovative Forschungsk Kooperationen auf dem Campus Bielefeld. Die BRIC GmbH, die auch zu diesem Zweck im Jahr 2019 von den vier Gesellschaftern – Universität Bielefeld, Hochschule Bielefeld, Stadt Bielefeld sowie Industrie- und Handelskammer Ostwestfalen – gegründet wurde, ist dabei die zentrale Schnittstelle. Unter dem gemeinsamen Dach bündeln die Gesellschafter ihre Aktivitäten im Bereich Technologie- und Wissenstransfer und schaffen eine Plattform, auf der Unternehmen mit Spitzenforschung an den Herausforderungen der Zukunft arbeiten.

Auf der Website von BRIC gibt es umfangreiche Informationen über Kooperationen, Veranstaltungen und Projekte, die bereits erfolgreich laufen. Möglich ist auch die Anmeldung zu einem Newsletter oder die Nutzung von LinkedIn.

www.bric-owl.de
www.bric-owl.de/projekte
www.thinktank-owl.de

Gemeinsam stark.

Miteinander erfolgreich Wege gehen – mit dem passenden Partner.



Piening 
Personal

Gemeinsames Schwerpunktthema von Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft

KI TRANSPARENT MACHEN

Etwa jedes achte Unternehmen in Deutschland nutzt laut einer Erhebung des Statistischen Bundesamts für 2023 bereits Künstliche Intelligenz. Bei Unternehmen mit über 250 Beschäftigten ist es bereits jedes dritte. KI-Technologien zur Spracherkennung, zur Automatisierung von Arbeitsabläufen oder zur Unterstützung bei der Entscheidungsfindung stehen an der Spitze der Einsatzmöglichkeiten, gefolgt von Technologien zur Analyse von Schriftsprache. Eingesetzt werden sie in den unterschiedlichsten Geschäftsbereichen von der Finanzverwaltung über die IT-Sicherheit bis zum Management – und nicht zu vergessen im Marketing.



Foto: P. Pollmeier/HSBI

Den Kongress KI@HSBI 2023 begleitete eine Expo zur KI-Technik, die bereits entwickelte Techniken wie beispielsweise smartphonegesteuerte Abläufe in der Textilindustrie präsentierte.

Aus Anwendungen innerhalb von Marketingstrategien ist die Künstliche Intelligenz nicht mehr wegzudenken. Ein Beispiel: Hyperpersonalisierung durch KI-Algorithmen. Durch hoch entwickelte Algorithmen kann KI nicht nur das individuelle Verhalten und die Präferenzen der Nutzerinnen und Nutzer analysieren, sondern auch diese Echtzeitdaten nutzen, um dynamische und relevante Inhalte zu generieren. Ohne diese Fähigkeit KI-gestützter Systeme gäbe es die sofortige Optimierung von Marketingkampagnen auf den Social-Media-Plattformen nicht.

Die Automatisierung von Marketingaktivitäten hat durch KI einen weiteren Schub erhalten. Von der personalisierten E-Mail-Aussendung bis zur automatisierten Content-Erstellung – KI-gesteuerte Systeme erledigen nicht nur effizient wiederkehrende Aufgaben, sondern lernen aus den Ergebnissen, um sich kontinuierlich zu optimieren. Auch im Segment Kunden-

service verändern KI-gestützte Chatbots die Maßstäbe. Durch ihre fortschrittliche, natürliche Sprachverarbeitung bieten sie nicht nur schnelle Antworten, sondern können komplexe Interaktionen mit Kundinnen und Kunden führen. Und das sind nur einige Beispiele von vielen.

Der rasant voranschreitende Einsatz von Künstlicher Intelligenz in Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft bietet nicht nur immense Chancen, er stellt sowohl Unternehmen als auch den gesamten Bildungssektor vor Herausforderungen: als Gegenstand von Forschung und Entwicklung und in der Ausbildung. Im Handwerk und an den Hochschulen müssen Absolventinnen und Absolventen zukunftsfit gemacht werden, um den Wirtschaftsstandort Deutschland wettbewerbsfähig zu halten.

Aber es sind nicht nur die Chancen und Herausforderungen, die derzeit im Fokus

sind. KI macht vielen Angst. Denen, die es gelassener sehen, bereitet sie „nur“ Sorge. Vom Wegfall von Arbeitsplätzen über die Problematik gezielter Desinformation und einer Verschiebung des Realitätsempfindens – Stichwort Deep Fake – bis zu einer KI-regierten Menschheit reicht da die Bandbreite.

Das hat auch die Europäische Union auf den Plan gerufen, wie unter anderen die „absatzwirtschaft“ in ihrem Newsletter berichtete. Der AI Act der EU – ein knapp 900 Seiten langer Gesetzestext – wurde am 2. Februar 2024 von den ständigen Vertretern der EU-Mitgliedsländer einstimmig verabschiedet. Er soll für einen einheitlichen, sicheren Umgang mit KI in Europa sorgen und das Vertrauen in diese neuen Technologien stärken. Fest steht: Künstliche Intelligenz wird unsere Lebens- und Arbeitswelt in den meisten Bereichen verändern und dafür müssen wir gerüstet sein.



Foto: Timo Blaschke

Im Rahmen des Projekts KI-Zukunftswerkstatt der FHM sind auch die beiden Hands on Workshops „ChatGTP“ entstanden, die im Marketing Club OWL Bielefeld auf große Resonanz gestoßen sind (v. l.): Prof. Dipl. Des. Jochen Dickel, Studienleitung Kommunikationsdesign, Forschungsleitung Emergente Medientechnologien, Prof. Dr. jur. Meike Probst-Klosterkamp, Studienleitung Media Management & Innovation, Medienrecht, MC Vorstand Eric Adelt, MC Schatzmeister Ralf Sommer, Prof. Dr. Astrid Kruse, Dekanin Fachbereich Medien, Markus Hirschmeier, MC Beirat.

KI-Zukunftswerkstatt der FHM

An der Fachhochschule des Mittelstands FHM Bielefeld hat man auf diese Entwicklung reagiert und bereits im Herbst 2022 die KI-Zukunftswerkstatt ins Leben gerufen. Gebildet hat sich ein Team von Professorinnen und Professoren der FHM, das die aktuellen KI-Entwicklungen diskutieren sowie die Möglichkeiten und Grenzen von KI in verschiedenen Branchen und Berufen ausloten will. Das dafür gewählte Werkstattformat soll Raum schaffen, KI-Anwendungen gemeinsam auszuprobieren und zu bewerten, Chancen und Risiken zu diskutieren und konkrete Anwendungsfälle zu evaluieren.

Diskutiert wurde das Thema auch am 30. November 2023 auf dem KI-Symposium der FHM „Ein Jahr ChatGPT – Eine Standortbestimmung: KI einfach machen?!“. Rund 90 Teilnehmerinnen und Teilnehmer nahmen an der hybriden Veranstaltung in Präsenz am Kölner Hochschul-Campus und über eine Online-Plattform teil. Studierende, Lehrende, KI-Anwenderinnen und -Entwickler diskutierten den Status quo Künstlicher

Intelligenz in Handwerk, Medien, Bildung und Psychologie und zogen das Fazit: „Um Risiken der KI zu minimieren und ihre Chancen zu vergrößern, sollte möglichst vielen Menschen Begeisterung und Kompetenz im Umgang mit KI vermittelt werden.“

www.fh-mittelstand.de

Kongress KI@HSBI 2023

Die Hochschule Bielefeld (HSBI) hat am 30. November 2023 erstmalig einen Kongress zum Thema „Künstliche Intelligenz (KI) und ihre Anwendungsmöglichkeiten“ ausgerichtet. Unter dem Motto „Solutions im Fokus“ tauschten sich rund 360 Teilnehmende, darunter Vertreterinnen und Vertreter von Unternehmen sowie Studierende, Lehrende und Promovierende der HSBI über aktuelle Entwicklungen im KI-Bereich aus.

Prof. Dr. Susanne Boll, Professorin für Medieninformatik und Multimediasysteme an der Universität Oldenburg, betonte in ihrer Keynote „Wo sich Mensch und KI begegnen – Mensch-Technik-Interaktion im Zeitalter der Künstlichen Intelligenz“: „Mensch

und KI begegnen sich heute schon überall. Wichtig bei der Entwicklung von KI ist, dass Menschen, die mit KI arbeiten, verstehen, was sie tut, die Kontrolle über die KI haben und sie zum Wohle der Arbeit und Gesellschaft einsetzen können.“ Dr. Vanessa Just, Expertin für Nachhaltigkeit und Digitalisierung, gab Input zum Thema „Hype oder Hilfe – Brauchen Unternehmen KI?“. Unternehmen riet sie, sich nicht nur mit dem Technologieeinsatz, sondern auch mit möglichen Use Cases oder auch Problemstellungen auseinanderzusetzen.

Einblicke in aktuelle KI-Anwendungen und die damit verbundenen Prozesse und Herausforderungen erhielten die Teilnehmenden in sechs parallelen Sessions. Organisiert wurde der Kongress vom Institute for Data Science Solutions (IDaS) der HSBI, das sich in seiner Arbeit inhaltlich auf die Themen Künstliche Intelligenz, Optimierung, Simulation und Data Science fokussiert. ➔

www.hsbi.de

Foto: P. Pollmeier/HSBI



Keynote-Speakerinnen Dr. Vanessa Just und Prof. Dr. Susanne Boll gemeinsam mit IDaS-Sprecher Prof. Dr. Hans Brandt-Pook und HSBI-Präsidentin Prof. Dr. Ingeborg Schramm-Wölk (v. l.)

Universitäten Bielefeld und Paderborn suchen Wege zur Erklärbarkeit

Im Sonderforschungsbereich/Transregio 318 „Constructing Explainability“ (Erklärbarkeit konstruieren) erarbeiten Forschende beider Universitäten seit 2021 Wege, die Nutzerinnen und Nutzer in den Erklärprozess einzubinden und damit ko-konstruktive Erklärungen zu schaffen. Dafür untersucht das 21-köpfige, interdisziplinäre Forschungsteam die Prinzipien, Mechanismen und sozialen Praktiken des Erklärens und wie diese im Design von KI-Systemen berücksichtigt werden können. Ziel sind verstehbare Assistenzsysteme, die beispielsweise Rückfragen der Nutzerinnen und Nutzer beantworten und passgenaue Erklärungen liefern können.

Im neuen Forschungspodcast geben die Forschenden Einblick in ihre Arbeit und erklären, warum erklärbare KI einen wichtigen Schritt in die Zukunft der KI-Forschung darstellt. Prof. Dr.-Ing. Britta Wrede, Medizinische Fakultät OWL der Universität Bielefeld, moderierte das Gespräch mit den Sprechern des Sonderforschungsbereichs, Prof. Dr. Katharina Rohlfing, Professorin für Psycholinguistik an der Universität Paderborn, und Prof. Dr. Philipp Cimiano, Informatiker an der Universität Bielefeld.

www.explaining-explainability.podigee.io

KI-Akademie OWL

Dach für die Vielzahl von KI-Forschungs- und Vermittlungsprojekten in der Region könnte bald die KI-Akademie OWL sein. Die Forschungseinrichtung zu Künstlicher Intelligenz (KI) soll unter Federführung der Universität Bielefeld gemeinsam mit der Hochschule Bielefeld, der Technischen Hochschule Ostwestfalen-Lippe und der Universität Paderborn aufgebaut werden. Über fünf Jahre soll die KI-Akademie

mit bis zu 7,4 Millionen Euro vom Bund gefördert werden.

„Die Entscheidung zugunsten der KI-Akademie OWL ist ein wichtiger Meilenstein“, sagte Prof. Dr. Angelika Epple, Rektorin der Universität Bielefeld. „Die Entscheidung würdigt einerseits die Bielefelder Forschungserfolge zu KI, insbesondere zu Kognitiver Interaktionstechnologie, und andererseits die enge Zusammenarbeit der staatlichen Hochschulen in Ostwestfalen-Lippe in diesem Forschungsgebiet.“

Die KI-Akademie OWL soll auf drei Säulen stehen: Forschung und Ausbildung von KI-Talenten, Beratung und Coaching für die Wirtschaft sowie Verankerung von KI-Kompetenzen in der Gesellschaft. Der Start ist für 2024 geplant. Leiten soll sie Prof. Dr. Barbara Hammer, Forschungsgruppenleiterin am Center for Cognitive Interaction Technology (CITEC) der Universität Bielefeld.

www.uni-bielefeld.de

Foto: Universität Bielefeld



Erfreut über die Förderzusage für den Aufbau einer KI-Akademie OWL (v. l.): die Rektorin der Uni Bielefeld, Prof. Dr. Angelika Epple, Prof. Dr. Barbara Hammer vom Forschungsinstitut CITEC und die Bielefelder SPD-Bundestagsabgeordnete Wiebke Esdar.



Wir schaffen erfolgreiche Verbindungen.

Böllhoff ist weltweit Partner für 360° Verbindungstechnik mit Montage- und Logistiklösungen. Als familiengeführtes Unternehmen stehen wir seit 1877 für langfristigen Erfolg durch Innovationskraft und Kundennähe. Wir kennen die spezifischen Anforderungen unserer Kunden aus allen Industrien und unterstützen sie dabei, erfolgreiche Verbindungen zu schaffen.

Die OstWestfalenLippe GmbH gibt Impulse und steuert das gemeinsame Marketing

OWL: EINE INNOVATIVE UND DYNAMISCHE REGION

Wir Ostwestfalen und Lipper lieben unsere Region – und wissen auch, was sie in Wirtschaft, Wissenschaft und in puncto Lebensqualität zu bieten hat. Die Bekanntheit und das Image als Hightech-Standort haben sich in den vergangenen Jahren erheblich verbessert. Durch eine konsequente Bündelung der Kräfte und eine gezielte Regionalentwicklung unter der Koordination der OstWestfalenLippe GmbH sind viele Leuchtturmprojekte entstanden, die nicht nur die Standortqualität verbessern, sondern auch bundesweit und international eine hohe Aufmerksamkeit finden. Schwerpunktthemen für die Zukunft sind beispielsweise Nachhaltigkeitstransformation sowie Arbeitskräftesicherung und Bildung.



Zur Eröffnung der Hannover Messe 2023 besichtigt NRW-Minister Oliver Krischer (M.) das MONOCAB der TH OWL, über das wenige Stunden zuvor bereits live im ZDF berichtet wurde.



Fotos: OWL GmbH

Teuto-Atmosphäre auf der Hannover Messe 2023: NRW-Wirtschaftsministerin Mona Neubaur spricht mit (v. r.) Björn Böker, Geschäftsführer OWL GmbH, Wolfgang Marquardt, Prokurist OWL GmbH, und Günter Korder, Geschäftsführer it's OWL, in der Lounge des OWL Gemeinschaftsstands.

Von Wolfgang Marquardt,
Prokurist OstWestfalenLippe GmbH

Der Spitzencluster it's OWL mit über 200 Unternehmen und Forschungseinrichtungen gilt als Paradebeispiel, wie Wirtschaft und Wissenschaft gemeinsam neue Technologien erforschen und erfolgreich in den Mittelstand bringen. Im Projekt Datenfabrik.NRW entwickeln Claas und Schmitz Cargobull beispielsweise gemeinsam mit vielen Partnern ein neues Modell für die datengetriebene Fabrik der Zukunft – und integrieren 50 Anwendungen für Künstliche Intelligenz in den laufenden Betrieb. Ansätze aus it's OWL werden in der ganzen Welt übertragen, zum Beispiel durch Innovationslabore in Malaysia und Korea.

Ein zweites Beispiel ist die REGIONALE 2022. Unter dem Motto „Urban Land OWL“ haben engagierte Innovatoren neue Ansätze für das Zusammenspiel von Stadt und Land auf den Weg gebracht. Wie beispielsweise das MONOCAB, ein intelligentes Einschienenfahrzeug der Technischen Hochschule OWL, das die individuelle Mobilität im ländlichen Raum erheblich verbessern wird. Innovationen wie diese sind die Grundlage für erfolgreiches Regionalmarketing. So organisiert die OstWestfalenLippe GmbH gemeinsam mit it's OWL und owl maschinenbau den OWL Gemeinschaftsstand auf der Hannover Messe. Vom 22. bis 26. April 2024 präsentieren über 30 Unternehmen, Forschungseinrichtungen und Netzwerke neue Ansätze im Bereich KI und Nachhal-

tigkeit – und sind somit eine hervorragende Visitenkarte für den Hightech-Standort OWL. Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Fachkräfte – der Stand findet eine große Resonanz.

Auch auf der EXPO REAL – Europas größter Gewerbeimmobilienmesse in München – ist OWL vertreten. Vom 7. bis 9. Oktober 2024 präsentiert die OWL GmbH gemeinsam mit den Städten Bielefeld, Gütersloh und Paderborn die attraktiven Ansiedlungsmöglichkeiten. Und als zweitstärkste Tourismusregion in NRW war der Teutoburger Wald Tourismus auf der Internationalen Tourismus Börse ITB vom 5. bis 7. März 2024 mit einem internationalen Publikum in Berlin im Gespräch.



OWL auf der EXPO REAL in München



Fotos: OWL GmbH

OWL Gemeinschaftsstand auf der Hannover Messe: Eine starke Visitenkarte für den Hightech-Standort OWL

Möglich ist diese große Sichtbarkeit durch das Engagement vieler Partner, die sich an den gemeinsamen Aktionen beteiligen – und auch als Botschafter die Innovationskraft der Region nach außen tragen. Das ist eine gute Basis für die OstWestfalenLippe GmbH, die Zukunft unserer Region zu gestalten – mit den Schwerpunktthemen

Nachhaltigkeitstransformation, Arbeitskräftesicherung und Bildung sowie Regionalmarketing.

So werden wir beispielsweise kleine und mittlere Unternehmen mit passgenauen Angeboten wie Schulungen und Workshops unterstützen, ihre CO₂-Emissionen zu

reduzieren und Ressourcen effizient einzusetzen. Darüber hinaus wollen wir einen Masterplan mit ambitionierten Zielen und Leuchtturmprojekten erarbeiten, um OWL als Modellregion für Nachhaltigkeit weiterzuentwickeln, und neue Instrumente für die Fachkräftesicherung unserer Unternehmen erforschen, beispielsweise strategische ➕

PAYROLL OUTSOURCING: ZEIT UND KOSTEN SPAREN

IHRE VORTEILE:

- » Begegnen Sie dem Fachkräftemangel: unser Team kümmert sich um alle wichtigen Prozesse Ihrer Entgeltabrechnung.
- » Unsere cloudbasierte HR-Plattform sorgt für effiziente HR-Prozesse.
- » Nutzen Sie digitale Tools für Onboarding, Personalakte, Zeitwirtschaft und die Mitarbeiter-App.
- » Profitieren Sie durch verschiedene Service-Modelle von flexiblen und skalierbaren Lösungen für Ihr Unternehmen.



Belegschaftsplanung, neue Arbeitsmodelle, generationsübergreifenden Wissenstransfer und Social Media Recruiting.

Ein Schlüssel dafür sind Künstliche Intelligenz und Digitalisierung. In diesen Themenfeldern hat die Region viele Erfahrungen und geht mutig voran. Das zeigte beispielsweise der erste KI Summit NRW am 25. Januar 2024, der natürlich in OWL stattgefunden hat. Ein weiteres Beispiel ist

das Kommunikatorenntreffen des Spitzenclusters it's OWL, bei dem sich im Dezember 2023 über 70 Kommunikationsverantwortliche aus Unternehmen und Forschung über die Potenziale von KI für Unternehmenskommunikation, Marketing, Pressearbeit und Social Media ausgetauscht haben. Dabei gab es viele Überraschungen, was generative KI-Anwendungen in der Text-, Sprach- und Bilderstellung schon können – und wie schnell sie lernen.

Als Fazit bietet sich an: Lassen Sie uns die Zukunft und das Image unserer Innovationsregion gemeinsam weiter gestalten. Mit Ideenreichtum, Offenheit und KI. Die Ost-WestfalenLippe GmbH steht als Plattform bereit, Kräfte zu bündeln und Ideen mutig voranzutreiben. 🚀

www.ostwestfalenlippe.de

www.its-owl.de



Foto: Hauser/Pund Jomann

Im Sommer 2024 ist es soweit: Die Wissenswerkstadt an der Wilhelmstraße in Bielefeld wird eröffnet. Im Erdgeschoss gibt es Sitzplätze für 340 Personen, zahlreiche Großveranstaltungen sind in Vorbereitung. Massiv engagieren wollen sich die Universität Bielefeld und die Hochschule Bielefeld, die eigene Ausstellungsflächen im Obergeschoss haben. Mit dem Betrieb der rund 2.800 Quadratmeter großen Fläche hat die Stadt die Bielefeld Marketing GmbH beauftragt. Der Arbeitsauftrag: Eine Schnittstelle zwischen Wissenschaft, Wirtschaft, Kultur, Stadtgesellschaft und Tourismus schaffen. Der selbstbewusste Kommentar der Marketing-Profis lautet: So einen Ort wie die Wissenswerkstadt, die im Sommer 2024 direkt in der Bielefelder Innenstadt eröffnet wird, gibt es in Deutschland noch nicht.

BIELEFELD GASTGEBERSTADT FÜR INTERNATIONALEN WETTBEWERB FAMELAB

Weltweit treten jedes Jahr Nachwuchsforschende beim FameLab an, einem vom britischen Cheltenham Science Festival initiierten Wettbewerb für Wissenschaftskommunikation. Vor Publikum und Jury erhalten die Teilnehmenden auf der Bühne drei Minuten Zeit, ein selbst gewähltes wissenschaftliches Thema möglichst überzeugend und mitreißend zu erklären. Für viele junge Forschende war FameLab bisher schon ein beruflicher Einstieg in die

Welt der professionellen Wissenschaftskommunikation.

Bielefeld ist in diesem Jahr gleich doppelt Gastgeberstadt. Die Wissenswerkstadt organisiert sowohl einen regionalen Vorentscheid von FameLab Germany am 11. April 2024 im TOR 6 Theaterhaus als auch das große Deutschland-Finale am 12. Juni 2024 vor rund 1.000 Zuschauern in der Rudolf-Oetker-Halle.

Neben Bielefeld ermitteln Dresden, Karlsruhe und Regensburg in weiteren Vorentscheiden jeweils zwei Gewinnerinnen und Gewinner, die beim Finale in der Hochschulstadt am Teutoburger Wald antreten. Wer sich beim nationalen Finale in Bielefeld durchsetzt, darf Deutschland auf internationaler Bühne vertreten.

www.famelab-germany.de

Wir lieben Zahlen - sind aber nicht 08/15



Bielefeld

OCTA Steuerberater
Ralf Sommer
Hauptstr. 138-142
33647 Bielefeld
T: 0521/942730

Bielefeld Altstadt

OCTA Steuerberater
Ralf Sommer
Neustädter Str. 29
33602 Bielefeld
T: 0521/942730

Rheda-Wiedenbrück

OCTA Steuerberater
Wiedenbrück GmbH
Marienstr. 13
33378 Rheda-Wiedenbrück
T: 05242/182080

Paderborn

OCTA Steuerberater
Paderborn GmbH
Nordstr. 40-42
33102 Paderborn
T: 05251/297190



octa-stb.de

KreativInstitut.OWL auf dem Kreativ Campus Detmold LEUCHTTURM FÜR KREATIVWIRTSCHAFT

Nach nur knapp anderthalb Jahren Bauzeit hat das Team des KreativInstitut.OWL (KIO) im September 2023 das neue Gebäude auf dem Kreativ Campus Detmold bezogen. Als Leuchtturmprojekt für die Kreativwirtschaft in Ostwestfalen-Lippe und darüber hinaus wird das KIO zur neuen Heimat der Forschung, der kreativen Entwicklung von nachhaltigen Geschäftsmodellen und des Transfers zwischen Kultur- und Kreativwirtschaft und der Gesellschaft.

Das KreativInstitut.OWL ist ein Verbundprojekt der Technischen Hochschule Ostwestfalen-Lippe (TH OWL), der Universität Paderborn und der Hochschule für Musik Detmold. Dieses bundesweit einmalige Vorhaben ist von der REGIONALE gefördert und vereint die kreativschöpferischen Fähigkeiten der unterschiedlichen Disziplinen. Gebündelt werden sowohl die Expertise aus Medienwissenschaften und Informatik als auch aus benachbarten Kreativdisziplinen. „Wir freuen uns, das KreativInstitut.OWL als Mittelpunkt für Forschung, Trans-



Foto: KreativInstitut.OWL

fer und wissenschaftsbasierten Dialog mit der Kreativwirtschaft zu etablieren“, erklärt Guido Falkemeier, Institutsleitung des KreativInstitut.OWL.

Das Ministerium für Wirtschaft, Industrie, Klimaschutz und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen ist Fördergeber für das Projekt KreativInstitut.OWL. Bei der Einweihung war Ministerin Neubaur vor Ort. Im Bild (v. l.): Der Vizepräsident für Wissens- und Technologietransfer von der Universität Paderborn, Prof. Dr. René Fahr, die Kanzlerin der TH OWL, Nicole Soltwedel, NRW-Wirtschaftsministerin Mona Neubaur, der Präsident der TH OWL, Prof. Dr. Jürgen Krahl, der Rektor der Hochschule für Musik Detmold, Prof. Dr. Thomas Grosse, und Prof. Dr. Guido Falkemeier, Institutsleitung des KreativInstitut.OWL.

fer und wissenschaftsbasierten Dialog mit der Kreativwirtschaft zu etablieren“, erklärt Guido Falkemeier, Institutsleitung des KreativInstitut.OWL.

Bereits im Frühjahr 2022 war auf dem Campusgelände an der Bielefelder Straße der Neubau für den Fachbereich Medienproduktion eröffnet worden. Zum Kreativ

Campus Detmold gehört außerdem der Campus an der Emilienstraße, auf dem die Fachbereiche Detmolder Schule für Gestaltung sowie Bauingenieurwesen lehren, lernen und forschen.

www.kreativ.institute/de
www.th-owl.de/medienproduktion

Deutscher Nachhaltigkeitspreis 2023 für Miele, Beckhoff und ZF in Bielefeld OWL UNTERNEHMEN AUSGEZEICHNET

Foto: Christian Köster



Im Rahmen des 16. Deutschen Nachhaltigkeitspreises sind 2023 erstmals die „Vorreiter der Transformation“ in 100 verschiedenen Branchen ausgezeichnet worden. Die Auszeichnung wird vergeben

von der Stiftung Deutscher Nachhaltigkeitspreis e. V. in Zusammenarbeit mit der Bundesregierung, kommunalen Spitzenverbänden, Wirtschaftsvereinigungen, zivilgesellschaftlichen Organisationen

und Forschungseinrichtungen. Erfreulich: Gleich mehrere Unternehmen aus OWL wurden am 23. November 2023 im Maritim-Hotel Düsseldorf ausgezeichnet.

Das Verler Unternehmen Beckhoff Automation erhielt den ersten Preis in der Branche „Mess- und Regeltechnik“, die Gütersloher Miele-Gruppe wurde als Sieger in der Branche „Haushaltsgeräte“ ausgezeichnet. Ebenfalls einen ersten Preis – ausdrücklich für sein Werk in Bielefeld – erhielt der Autozulieferer ZF. Die Unternehmen Goldbeck, Bauindustrie, COR und Knake, beide Möbelbranche, Benteler, Metallindustrie, der SC Paderborn, Sportwirtschaft, und die Seidensticker Group, Textilindustrie, waren auf den zweiten oder dritten Plätzen vertreten.

www.nachhaltigkeitspreis.de

meet **légère**

- **120 Design Zimmer**
in unterschiedlichen Kategorien
- *faces* **Restaurant & Bar** –
Breakfast, Lunch, Dinner & Drinks in
unserer mehrfach ausgezeichneten Bar
- **217m² Platz zum Netzwerken**
für bis zu 215 Personen
- **Parkplätze** am Haus
- **Kostenfreies Highspeed Wi-Fi**
im gesamten Hotel
- **Zentrale Stadtlage**
und mehr...



Mehr Informationen & Buchungen unter:
+49 (0) 521 4 89 58 - 130 / -131 oder
sales.bielefeld@legere-hotelgroup.com



**check
in now**

legere-hotelgroup.com

16. Verleihung der Marketing OWL an ADU

GROSSER FESTAKT IN PADERBORN

„An diesem Abend hat das Paderborner Unternehmen ADU gleich einen doppelten Grund zum Feiern“, stellte Alf Meyer zur Heyde, Präsident des Marketing Clubs OWL Bielefeld, in seinem Grußwort fest. Am 25. August 2023 standen die feierliche Verleihung des renommierten Marketing-Preises und zugleich der Festakt „30 Jahre ADU“ auf dem Programm.



Die MC Vorstandsmitglieder (v. l.) Eric Adelt, Sabine Häring, Sabine Schoner, André Mielitz, Daniela Köller, Alf Meyer zur Heyde und Ralf Sommer waren nach Paderborn gekommen, um die Marketing OWL für ADU an Jürgen Urban (M. r.) zu übergeben. Der nahm die Auszeichnung gemeinsam mit Gattin Sigrid Urban (M.) und ADU-Geschäftsführerin Franziska Hempel (4. v. r.) entgegen.

Viele langjährige Weggefährten, Partner, Kunden, Freunde und Mitarbeitende fanden sich im inklusiven Hotel Vivendi in Paderborn ein, um Geschäftsführer Jürgen Urban zu diesem besonderen Jubiläum zu gratulieren. Paderborns Bürgermeister Michael Dreier würdigte die außerordentliche Erfolgsgeschichte von ADU und das soziale Engagement der Holding. Landrat Christoph Rüther betonte die Rolle als großer Arbeitgeber in der Region und bedankte sich für 30 Jahre „top Job“. Heiko Gellmann, stellvertretender Hauptgeschäftsführer der IHK Ostwestfalen zu Bielefeld, gehörte ebenso zu den Gratulanten wie Prof. Gunther Olesch, Beiratsmitglied der ADU Holding. Moderiert wurde der Abend von Julia Ures.

Der zweite Teil des Abends stand ganz im Zeichen der Marketing OWL, die nach 2016 zum zweiten Mal in ihrer Geschichte nach Paderborn vergeben wurde. Die Laudatio hielt Uwe Wollgramm, Geschäftsführer von ams Radio & MediaSolutions und den Lokalradios der Region, Preisträger der Marketing OWL 2020.

Geschäftsführerin Franziska Hempel und Marketingleiterin Katharina Schwarzkopf kommentierten anschließend die siegreiche Bewerbungspräsentation mit dem emotionalen Imagefilm von ADU.

www.adu-urban.de



Fotos: Sarah Jonck



17. MARKETING OWL 2024: BEWERBUNGEN BIS 15. APRIL

Das Ziel ist gesetzt: Die 17. Marketing OWL soll bei einer festlichen Abendveranstaltung im Herbst 2024 vergeben werden. Die Auszeichnung an Unternehmen in der Region OWL für eine konsequente Markenpolitik wird seit 1997 vergeben. Seit 2016 erfolgt die Ausschreibung alle zwei Jahre. Den Vorsitz der hochkarätig besetzten Jury hat Gerd Oliver Seidensticker, Mitglied im MC Beirat. Die in Bronze gegossene Eule (englisch: OWL) steht für den geschärften Blick markt- und marketing-orientierter Unternehmen in Ostwestfalen-Lippe. Informationen und Hinweise auf das Bewerbungsverfahren in der MC Geschäftsstelle: mc@artgerecht.de

Der Club heißt jetzt Marketing Club Ostwestfalen-Lippe e. V.
Sabine Schoner folgt als Präsidentin auf Alf Meyer zur Heyde

NEUER NAME, NEUES PRÄSIDIUM

Top Location, interessante Inhalte, weitreichende Entscheidungen: Die Mitgliederversammlung 2024 des Marketing Clubs begeisterte rund 70 Clubmitglieder. Die wichtigsten Neuerungen: Der Club heißt jetzt Marketing Club Ostwestfalen-Lippe e. V. Und er hat einen neuen Vorstand mit Sabine Schoner als Präsidentin.

Die neue MC Präsidentin machte gleich klar: Erfolgreich sein kann der Club nur mit einem engagierten Team an der Spitze. Folgerichtig versteht sie sich als Teamplayerin und dankte nicht nur den Vorstandsmitgliedern, sondern auch den Beiratsmitgliedern für ihr ehrenamtliches Engagement. Die Nachfolgerin des mit großem Applaus verabschiedeten Präsidenten Alf Meyer zur Heyde forderte alle Clubmitglieder auf, sich mit Ideen, konkreten Vorschlägen und selbstredend auch mit aufbauender Kritik direkt an die Vorstandsmitglieder zu wenden.

Der Rückblick auf das Programm 2023, das in diesem Club Report umfangreich dargestellt ist, demonstrierte einmal mehr, dass der Marketing Club Ostwestfalen-Lippe mit exzellenten Veranstaltungen punkten kann. An 19 Terminen haben rund 780 Mitglieder und Gäste teilgenommen. Der Zulauf auf Termine, die 2024 bereits stattgefunden haben, deutet auf eine erfolgreiche Zukunft. So verabschiedete sich Alf Meyer zur Heyde, der aus dem Vorstand in den MC Beirat wechselt, mit Optimismus aus dem Amt des Präsidenten. Der Club ist mit mehr als 400 Mitgliedern bestens aufgestellt, es gibt zugkräftige Programmideen, der neue Vorstand sprüht vor Ideen.

Mindestens genauso wichtig: Schatzmeister Ralf Sommer konnte auf eine solide finanzielle Aufstellung hinweisen. Der Club verfügt über ausreichend liquide Mittel. Säumige Zahlerinnen und Zahler werden im Jahr 2024 konsequent zur Zahlung aufgefordert – oder aus dem Club verabschiedet. Sommer erläuterte auch den Hintergrund zur Erhöhung des Mitgliedsbeitrags, der ersten seit rund 20 Jahren. Wesentliche Ursache ist eine Erhöhung



Foto: Sarah Jonek

Bisher ein gutes Team, seit der Mitgliederversammlung in neuen Rollen. Sabine Schoner wurde zur MC Präsidentin gewählt. Ihr Vorgänger Alf Meyer zur Heyde engagiert sich künftig im MC Beirat.



Mitglieder von Vorstand und Beirat kommentierten die erfolgreichen Veranstaltungen des Jahres 2023. Am Mikro: MC Geschäftsführer André Mielitz.

der Zahlungen des Clubs an den Bundesverband Marketing Clubs (vormals DMV). Auf Bundesebene spielen neue Strukturen, veränderte Zuschnitte und inflationsbedingte Mehrausgaben die entscheidende Rolle für eine Erhöhung nach zehn Jahren. Die Mitgliederversammlung stimmte der Erhöhung zu, forderte den neuen Vorstand aber gleichzeitig auf, die Aktivitäten auf

Bundesebene kritisch zu begleiten. Die angekündigte Satzungsänderung umfasste die Umbenennung des DMV in Bundesverband Marketing Clubs (BVMC), die Umbenennung der Junioren in Marketing Pioniere sowie den neuen Namen Marketing Club Ostwestfalen-Lippe e. V. Hintergrund sind die Bestrebungen, den vormaligen MC OWL Bielefeld künftig in ganz OWL auf



Thomas Lauritzen, Leitung International Services und Pressesprecher von Schüco, präsentierte das Welcome Forum, in dem die MV 2024 stattfand.



Fotos: Sarah Jonek

Der Beirat des Marketing Clubs Ostwestfalen-Lippe e. V. (v. l.): Gerd Oliver Seidensticker, Sprecher des Beirats, Markus Hirschmeier, Ralf Markötter, Uwe Wollgramm und Alf Meyer zur Heyde, der nach seiner Zeit als MC Präsident in den Beirat wechselte. Auf dem Foto fehlen Kati Bölefahr und Torsten Scholz.

➔ die Bühne zu bringen. Letzter Anlass für diese Entscheidung war die Auflösung des MC Paderborn. Der neue Name wird den Mitgliedern und der interessierten Öffentlichkeit offensiv kommuniziert. Auch der neue Internetauftritt des Clubs wird durch den neuen Namen geprägt.

Verabschiedet wurde bei der MV Vorstandsmitglied Sabine Häring, die 30 Jahre lang ehrenamtlich im Club gearbeitet hat und die Kontakte zur Bundesebene forcierte. Sie warb darum, das vielfältige Programmangebot des BVMC zu nutzen.

Ein spannendes Zukunftsprojekt präsentierte MC Beiratsmitglied Uwe Wollgramm, der für das Beiratsprojekt „Marketing Master Class“ warb. Start war am 15. März 2024. Bis zum 7. Juni werden rund 20 junge Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Alter zwischen 20 und 29 Jahren von der kostenfreien, intensiven Weiterbildung profitieren. Eine detaillierte Information ist bereits allen MC Mitgliedern zugeschickt worden. Die Mitgliederversammlung 2024 endete mit intensivem Networking und persönlichen Gesprächen. Die Atmosphäre im aufregend gestalteten Welcome Forum von Schüco passte bestens. Thomas Lauritzen, Leitung International Services und Pressesprecher von Schüco, erhielt als Repräsentant seines Unternehmens großen Applaus für die Chance, die Mitgliederversammlung des MC in diesem überzeugenden Ambiente stattfinden lassen zu können. ➔

VERABSCHIEDUNG SABINE HÄRING

Nach mehr als 30 Jahren aktiver Mitarbeit im Marketing Club OWL Bielefeld hat Sabine Häring (60) bei der Mitgliederversammlung 2024 ihr Vorstandsamt niedergelegt. Die Mitglieder, der Vorstand und der Beirat dankten für eine lange Zeit großen Engagements. Anfang der 1990er-Jahre entschied sich die langjährige Mitarbeiterin von Miele in Gütersloh, dem Club beizutreten. Von Anfang an engagierte sich die Diplom-Kauffrau über das übliche Maß hinaus. Eine der ersten Aktivitäten war die Ausrichtung eines Familientags für Clubmitglieder im Westfälischen Freilichtmuseum Detmold. Gemeinsam mit anderen jüngeren Clubmitgliedern holte sie im Juni 1999 das deutschlandweit ausgeschriebene Juniorencamp (Marketing Camp '99) nach Bielefeld. Auf dem Schulbauernhof in Ummeln gab es drei inhaltsreiche wie ausgelassene Tage mit jungen Marketingmenschen aus ganz Deutschland. Es folgten zahlreiche weitere Veranstaltungen im damaligen Juniorenkreis, heute die Marketing Pioniere.

Seit 1997 vergibt der Marketing Club den renommierten Marketingpreis „Marketing OWL“. Sabine Häring war viele Jahre lang im Organisationsteam. Gefragt war sie auch bei der Ausrichtung des 50. Jubiläums des Clubs im Jahr 2005 in der damals gerade eröffneten Dr. Oetker Welt. Und seit mehr als 25 Jahren war sie auf Bundesebene aktiv. Zuletzt vertrat sie die Interessen des MC bei den Frühjahrstagungen des DMV, der jetzt als Bundesverband Marketing Clubs (BVMC) auftritt. In dem Netzwerk der mehr als 60 Marketing Clubs in Deutschland war und ist Sabine Häring bestens bekannt. Auch an zahlreichen Veranstaltungen des Deutschen Marketing Tags hat sie teilgenommen.



Foto: Sarah Jonek

30 Jahre ehrenamtliches Engagement für den Marketing Club: Sabine Häring war bis zur Mitgliederversammlung 2024 Mitglied im Vorstand und Repräsentantin des Clubs auf Bundesebene. Künftig will sie das Veranstaltungsprogramm als Teilnehmerin ohne Verpflichtungen genießen.



Gute Stimmung und fröhliches Netzwerken im Anschluss an eine entscheidungsreiche Mitgliederversammlung: Im Umfeld des Welcome Forums des Unternehmens Schüco lässt sich bestens tagen und genießen. Präsidentin Sabine Schoner dankte dem Unternehmen für die großzügige Einladung. Eine umfangreiche Bildergalerie der gut besuchten Mitgliederversammlung findet sich auf: www.mc-owl-bielefeld.de

DIE ZWEI NEUEN IM MC VORSTAND



Nils Hensdiek ist verheiratet und Vater eines Kindes.



Fabian Kauczok ist verheiratet und Vater von drei Töchtern.

Fotos: Sarah Jonck

Das Vorstandsteam des Marketing Clubs Ostwestfalen-Lippe hat seit der Mitgliederversammlung 2024 zwei neue Mitglieder.

Nils Hensdiek hat gemeinsam mit Sabine Schoner bereits das MC Programm 2023 mitgestaltet. Seine Motivation für sein Engagement im Marketing Club: Gemeinsam die Region stärken. „Kommunikation und Vernetzung funktionieren nur, wenn auch eine attraktive Plattform dafür geschaffen wird. In den letzten Jahren durfte ich bereits aktiv an Veranstaltungsformaten unseres Marketing Clubs mitwirken. Durch die hochkarätigen Veranstaltungsformate kommen immer wieder Interessierte sowie Expertinnen und Experten aus den unterschiedlichsten Unternehmen und Funktionen zusammen. Diesen

Gewinn für jede Teilnehmerin und für jeden Teilnehmer empfinde ich als sehr vielversprechendes Netzwerktool und gleichzeitig als große Leidenschaft. Durch die aktive Mitarbeit auf Vorstandsebene freue ich mich bereits jetzt, auch zukünftig für spannende und interessante Netzwerkabende mit tollen Vernetzungschancen arbeiten zu dürfen.“ Hensdiek wurde 1983 in Rheda-Wiedenbrück geboren und ist Verkaufsberater der Hilti Deutschland AG – SHK.

Fabian Kauczok ist 40 Jahre alt und wohnt in Bielefeld. Aufgewachsen im Kreis Herford, ist er nach der Ausbildung bei der Deutschen Bank in Bielefeld für zwölf Jahre nach Frankfurt gegangen und hat dort in verschiedenen Funktionen des Wealth Managements der DB

gearbeitet. Seit 2017 ist er wieder in Bielefeld und hat beruflich zuletzt die Märkte in Bremen, Essen und Hannover mitverantwortet. Seit Sommer 2023 ist er Marktgebietsleiter Wealth Management in Ostwestfalen, dem Hochsauerland und in Nord-Westfalen.

Seine Motivation, sich im Marketing Club zu engagieren, beschreibt er so: „Der Marketing Club bietet eine sehr agile Plattform, die ein buntes Themenspektrum abdeckt und viele spannende Menschen vereint. Als Leiter einer kundenzentrierten Mannschaft schätze ich die vielen Impulse rund um Marktauftritt, moderne Führung sowie Zukunftsthemen. Daher freue ich mich auf das Vorstandsendagement für den Club.“

MC Geschäftsführer André Mielitz zu den Aufgaben für 2024

POSITIVE ENTWICKLUNGEN, STARKE KOOPERATIONEN, ANGEBOTE FÜR JÜNGERE

Die Mitgliederentwicklung ist weiterhin positiv. Das Interesse der rund 400 Mitglieder am Programm ist groß. Vorstand und Beirat haben viele Ideen und nutzen mit großem Engagement ihre Netzwerke, um für den Marketing Club zu werben. MC Geschäftsführer André Mielitz blickt zuversichtlich in die Zukunft des Clubs.



Foto: Sarah Jonck

MC Geschäftsführer André Mielitz (l.) ist begeistert von der Beiratsinitiative Marketing Master Class, die am 15. März 2024 bei Seidensticker vorgestellt wurde. Hauptakteur bei diesem Angebot für 20- bis 29-Jährige aus Unternehmen in OWL ist MC Beiratsmitglied Uwe Wollgramm. Bei der MC Mitgliederversammlung präsentierte Wollgramm das anspruchsvolle Projekt, bei dem sich auch MC Beiratsmitglied Torsten Scholz besonders einbringt.

Er selbst und das Team in der MC Geschäftsstelle in der Artgerecht Werbeagentur in Bielefeld haben wie jedes Jahr die Mitgliederversammlung vorbereitet, 2024 am 19. Februar. Auf der Tagesordnung stand auch die Umbenennung des Clubs in Marketing Club Ostwestfalen-Lippe. Der neue Name, der mit einer Satzungsänderung verbunden ist, signalisiert eine Entwicklung, die den MC Vorstand seit Jahren beschäftigt. Zu den großen Clubterminen

in Bielefeld kommen Mitglieder aus der gesamten Region OWL. Einzelne Vorträge aber leiden darunter, dass Mitglieder längere Wege scheuen – und sich Vorträge und Meetings vor Ort wünschen. Deutlich wird das im Kreis Gütersloh, in Lippe oder im Großraum Minden. In der Konsequenz soll es mit Unterstützung von engagierten MC Mitgliedern vor Ort bis maximal drei Termine geben, bei denen eine längere Anfahrt nicht notwendig ist.

Eine Einrichtung von festen Arbeitskreisen oder Teil-Clubs soll es laut André Mielitz nicht geben. „Das wäre zu aufwendig und entspricht auch nicht den Interessen vieler Clubmitglieder, die ein attraktives Programm auf hohem Niveau wünschen, bei dem das Netzwerk insgesamt im Mittelpunkt steht.“ In Paderborn gab es in den vergangenen Jahren immer einen eigenständig agierenden MC Club, der sich 2023 aufgelöst hat. Neu gegründet

Ehlert MIT SYSTEM
ZUM GENUSS

wurde der Verein Marketing & Sales e. V., für den sich Matthias Teutrine engagiert, Inhaber des Unternehmens Teutrine Medien & Consulting mit Sitz in Detmold. Der neue Verein und der MC OWL wollen sich austauschen und ihren Mitgliedern den Zugang zu den Veranstaltungen ermöglichen.

Geändert hat sich auch die Strategie, jüngere Marketingmensen in speziellen Clubmeetings anzusprechen. Immer wieder äußern gerade jüngere Mitglieder oder potenzielle Interessentinnen und Interessenten den Wunsch, am Clubleben insgesamt teilnehmen zu wollen. Aktivitäten wie zuletzt durch die Young Professionals oder die Marketing Pioniere wurden in OWL in den letzten Monaten wenig genutzt.

Gleichwohl gibt es Top-Veranstaltungen auf Bundesebene, die sich speziell an jüngere Mitglieder richten. Und auch das von MC Beiratsmitglied Uwe Wollgramm initiierte Projekt „Marketing Master Class“ dürfte für Interesse bei jungen Marketingleuten sorgen. Die Altersgruppe von 20 bis 29 Jahre soll gezielt angesprochen werden. Die Idee: MC Mitgliedsunternehmen können ihre jungen Mitarbeitenden zu einer Auftaktveranstaltung entsenden, die dem gegenseitigen Kennenlernen dient. Bei dieser Gelegenheit werden 3er- oder 4er-Teams gebildet, die unternehmensübergreifend drei Monate lang an Zukunftsprojekten arbeiten. Die Unternehmen selbst bestimmen jeweils einen Mentor oder eine Mentorin. Die Projektergebnisse werden bei einer Abschlussveranstaltung präsentiert. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer werden ein Zertifikat erhalten. Idealerweise können die Unternehmen von den Projekthaltungen und Projektergebnissen der Marketing Master Class profitieren.

Der Marketing Club Ostwestfalen-Lippe ist in den letzten Jahren jünger und weiblicher geworden – „dennoch gibt es Luft nach oben“, sagt das erfahrene Clubmitglied André Mielitz. Etwas unglücklich findet Mielitz, der seit 2001 im MC Vorstand tätig ist, die Umbenennung des Deutschen Marketing Verbands auf Bundesebene in Bundesverband Marketing Clubs – zumal die Kommunikation immer noch von DMV spricht, auch auf der Website. „Es ist immer schwierig, einen eingeführten Namen zu ändern und die Kommunikation in aller Konsequenz, auf allen Ebenen umzusteuern.“ Mielitz schätzt den Deutschen Marketing Tag als Highclass-Veranstaltung auf Bundesebene. „Alle weiteren Aktivitäten des neu positionierten Bundesverbands müssen wir erst einmal beobachten.“

Aktualisiert werden soll der MC Webauftritt. Die Ausschreibung für die Marketing OWL 2024 ist fertig; in diesem Jahr hoffen die Verantwortlichen, zeitnah nach der Jursitzung die Preisverleihung inszenieren zu können – Corona hatte den jahrelang erfolgreichen Ablauf in den letzten vier Jahren gestört. 🍷

LIKE A
ROLLING
STONE

100 JAHRE EHLERT → 100 Jahre Partnerschaft!

WIR SAGEN »DANKE«!

Seit 100 Jahren rocken wir die Bühne der Bedarfsartikel: hinter den Kulissen, als Berater und Dienstleister. Und dafür möchten wir denen Danke sagen, ohne die das alles nicht möglich gewesen wäre: Unseren Kunden, unseren Partnern und unseren Mitarbeitenden sowie ihren Familien! Dank euch! ... gemeinsam bleiben wir in Bewegung – und gehen mit System in die Zukunft!

Ehlert **100** SEIT 1924 JAHRE Ehlert
EHLERT

SEIT 1924

EIN PARTNER. ALLE BEDARFSARTIKEL. FÜR IHRE PRODUKTION.

WWW.EHLERT-GMBH.DE WWW.EHLERT-SHOP.DE



PROGRAMM 2024

ERFAHRUNG UND WISSEN FÜR DIE ZUKUNFT

Das Programm 2024 des Marketing Clubs OWL Bielefeld wird permanent aktualisiert und durch die MC Geschäftsstelle an die MC Mitglieder kommuniziert. Weitere Infos gibt es auf der Website. Die Planungen sind flexibel, sodass auch Themen aufgenommen werden können, die sich aufgrund aktueller Ereignisse ergeben.

www.mc-owl-bielefeld.de

15. Januar 2024

So sprengst du deine Grenzen – in zehn Schritten zum Unmöglichen

Dr. Thomas Taut

Vortragsredner, Seminarleiter,
Coach und Bestseller-Autor, Wien
Ort: Beresa OWL GmbH & Co. KG
Am Stadtholz 35, 33609 Bielefeld

29. Januar 2024

Der süße Weg bei der Sollich KG – Changemanagement zwischen Edelstahl und Schokolade

Kai Wallasch

Mitglied der Geschäftsleitung
SOLLICH KG, Bad Salzuffen
Ort: SOLLICH KG
Siemensstraße 17-23, 32105 Bad Salzuffen

19. Februar 2024

Mitgliederversammlung 2024

Ort: Schüco International KG
Karolinenstraße 1-15, 33609 Bielefeld

26. Februar 2024

Cleveres Recruiting auf Social Media – durch „New Marketing“ Top-Talente anziehen, gewinnen und binden

Halil Eskitürk

Geschäftsführer
ABH24 GmbH & Co. KG, Bielefeld
Ort: ABH24 GmbH & Co. KG
Gütersloher Straße 52, 33649 Bielefeld

11. März 2024

Flexibel, offen, anspruchsvoll sucht ... Das Corporate Office 2.0

Catrin Krayer

Senior Expert – Infrastructure I Change
Communications, KPMG AG Wirtschafts-
prüfgesellschaft, Hamburg
Ort: KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
Am Lenkwerk 1, 33609 Bielefeld

15. März 2024

Auftaktveranstaltung Marketing Master Class

Uwe Wollgramm

Journalist und Geschäftsführer
Audio Media Service Produktionsgesellschaft
mbH & Co. KG, Bielefeld

Thorsten Scholz

Head of Global Marketing
NTT DATA Business Solutions, Bielefeld
Ort: Seidensticker Group
Am Stadtholz 39, 33609 Bielefeld

8. April 2024

„Rock your Team“

Walter Irion

Speaker und Trainer /
selbstständiger Eventmanager, Bietigheim
Ort: Pioneers Club
Ritterstraße 8, 33602 Bielefeld

27. Mai 2024

Schwachstelle Mensch – Diese psychologischen Faktoren spielen beim Hacken eine Rolle

Nicholas Peters

Geschäftsführender Gesellschafter
HXNWRK GmbH, Bielefeld
Ort: NATIVES GmbH & Co. KG
Ravensberger Straße 12a, 33602 Bielefeld

10. Juni 2024

Emotionales Marketing – hochkomplexe Inhalte emotional transportieren

Max Rachals

Filmmacher, Autor und Produzent, München

Martin Hippe

Vorsitzender
Mirame Arts e. V., Gütersloh
Ort: wird bekannt gegeben

25. Juni 2024

Willkommen im Zeitalter des posthumanen Marketings!

Dirk Engel

Unabhängiger Markt- und Medienforscher,
Frankfurt am Main
Ort: NATIVES GmbH & Co. KG
Ravensberger Straße 12a, 33602 Bielefeld

9. Dezember 2024

DIE KLAPPE 2024

Jahresausklang mit inspirierenden Kurzfilmen
des prestigeträchtigen Bewegtbild-Awards
Ort: Kamera
Feilenstraße 4, 33602 Bielefeld

Weitere Veranstaltungen sind in Planung, darunter die Kooperationsveranstaltung Unternehmertag OWL 2024 sowie die Verleihung der 17. Marketing OWL.

GERMAN BRAND AWARDS FÜR ARTGERECHT WERBE- AGENTUR UND TMC – THE MARKETING COMPANY

Foto: Artgerecht



Thomas Volkmar, Bettina Rieso, beide Artgerecht, Ulrike Meier, WEGE, Dr. Klaus Bockermann, Bockermann Fritze, und André Mielitz, Geschäftsführer Artgerecht (v. l.)

Bei der Verkündung der Gewinner der German Brand Awards 2023 in Berlin war die Freude groß. Die Bielefelder Werbeagentur Artgerecht setzte sich mit gleich zwei Projekten gegen die Konkurrenz durch. Für die erfolgreiche Social-Media-Kampagne „Unglaublich oder wahr?“ für die Wirtschaftsentwicklungsgesellschaft Bielefeld (WEGE) gab es einen Preis in der Kategorie „Excellence in Brand Strategy and Creation – Brand Communication – Digital Campaign“. Für das Kundenmagazin „b|facto“ der Bockermann Fritze Unternehmensgruppe aus Enger konnte Artgerecht in der Kategorie „Excellence in Brand Strategy and Creation – Brand Communication – Storytelling & Content Marketing“ einen German Brand Award für sich verbuchen.

www.artgerecht.de

Foto: TMC



Ebenfalls zweimal durfte sich Mirco Welsing, Geschäftsführer TMC, freuen: Sein Team erhielt in der Kategorie „Excellence in Brand Strategy and Creation – Brand Design – Corporate Brand“ einen German Brand Award für ein Projekt mit der EK/servicegroup eG aus Bielefeld sowie eine „Special Mention“-Auszeichnung für Branding und Corporate Design einer neuen Unternehmensholding, der InFamily Foods-Gruppe aus Versmold/Gütersloh.

www.tmc-gmbh.de



**ENTWICKELT FÜR
20 JAHRE GLÄNZENDE
ERGEBNISSE.
TAG FÜR TAG.¹**

QUALITÄT, DIE IHRER ZEIT
VORAUSS IST

MEHR ENTDECKEN AUF MIELE.COM

1) Während der Entwicklungsphase der Geschirrspülserie G 7000 hat Miele Modelle & Kernkomponenten mit 5600 Spülgängen (= 280 Spülgänge p. a.) in div. Programmen getestet. Mehr: miele.de/20Jahre

Anlaufstelle für Mitglieder, Referentinnen und Referenten sowie Gremien

DIE GESCHÄFTSSTELLE – VIELSEITIG, GUT ORGANISIERT UND ENGAGIERT

Stefanie Mork und Marie Stein sind das Team der Geschäftsstelle des Marketing Clubs OWL Bielefeld. Ein umfangreiches Veranstaltungsprogramm wie das des Marketing Clubs wäre ohne ihre Unterstützung bei der Organisation der Clubabende nicht durchführbar. Sie beantworten die Fragen der rund 400 Mitglieder, verschicken Einladungen oder Interessentenpakete und betreuen die Social-Media-Aktivitäten des Clubs.

Zahlreiche Vereine und Clubs klagen über Mitgliederschwund nach der Zeit der Corona-Pandemie. Wodurch ist es dem MC gelungen, seine guten Zahlen stabil zu halten?

Viele Firmen wissen gerade deshalb den deutlichen Mehrwert einer guten Vernetzung noch mehr zu schätzen und da bietet der Marketing Club die beste Plattform in OWL. Durch das Modell der Firmenmitgliedschaften können verschiedene Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die Veranstaltungen besuchen – das gibt den Unternehmen mehr Flexibilität und dem Club Planungssicherheit.

Auf welchen Social-Media-Plattformen ist der Club aktiv?

Viele sind heute bereits beim Berufseinstieg auf LinkedIn, um sich zu vernetzen. Darauf haben wir reagiert und sind sowohl auf LinkedIn als auch auf Instagram noch aktiver geworden. Diese direkte Interaktion kommt an und stößt auch bei Followern außerhalb des Clubs auf Interesse. Das hat reichlich Potenzial für die Zukunft.

Außerdem gibt es eine Kooperation mit dem Pioneers Club in Bielefeld. In diesem Zusammenhang ist eine kostenfreie Start-up-Mitgliedschaft entstanden. Drei Jahre können Unternehmen in der Gründungsphase diese nutzen und müssen lediglich die für den Club anfallende BVMC Gebühr leisten.

Muss ich mich als Mitglied anmelden und darf ich Gäste mitbringen?

Ja, unbedingt! Genauso wichtig ist aber auch eine Absage, falls man verhindert sein

sollte. Denn wir müssen die Teilnehmerzahlen für die Locations und das Catering abschätzen. Gerne können auch Gäste mitgebracht werden. Diese zahlen einen Gastbeitrag von zurzeit 35 Euro. Studierende und Auszubildende können übrigens – nach Anmeldung in der MC Geschäftsstelle – kostenlos teilnehmen; die einschlägigen Lehrstühle an den Hochschulen in Ostwestfalen-Lippe sind über unsere Programme informiert.

Kann ich an den Veranstaltungen der anderen BVMC Clubs teilnehmen?

Ja, stets nach Anmeldung. Falls die Veranstaltungen nicht ausgebucht sind, ist es kein Problem. Alle Informationen zu den rund 65 BVMC Clubs und zu deren Programmen

sind auf der Website des Bundesverbands Marketing Clubs zu finden: www.marketingverband.de.

Wie kann ich die Geschäftsstelle erreichen, wenn ich Fragen oder Ideen habe?

Bei Fragen, Interesse an einer Mitgliedschaft oder Ideen zur Ausrichtung einer Veranstaltung kann sich jeder und jede gerne direkt an uns wenden.

Per Mail an mc@artgerecht.de oder telefonisch von montags bis donnerstags 9 bis 13 Uhr unter **0521 521959-0**.

Informationen und Anmeldemöglichkeiten findet man auf unserer Website:

www.mc-owl-bielefeld.de



Stefanie Mork (l.) und Marie Stein

Foto: Djamila Sonst



KONGRESS- UND EVENTZENTRUM STADTHALLE BIELEFELD



IHRE BÜHNE FÜR

PERFEKT INSZENIERTE EVENTS

HAUPTVERSAMMLUNG

HAUSMESSE

GALA

FIRMENFEIER

VERTRIEBSTAGUNG



**STADTHALLE
BIELEFELD**
Kongress und Event

www.stadthalle-bielefeld.de

Der Marketing Club OWL Bielefeld in Zahlen

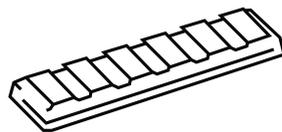
VERSTÄRKTER BLICK AUF DIE REGION OWL

Mit seinem exzellenten regionalen und deutschlandweiten Netzwerk und einem hochkarätigen Veranstaltungsprogramm bietet der Marketing Club OWL Bielefeld erstklassige Gelegenheiten für Know-how-Transfer über Themen, Trends und Marketing „made in OWL“. Dank stabiler Mitgliederzahlen – Ende 2023 waren es 409 Mitglieder – rangiert er unter den TOP 10 im Clubranking der mehr als 60 Clubs im Bundesverband Marketing Clubs.

Starke Firmenmitgliedschaften und die jahrzehntelange Verbundenheit mit Unternehmen der Region OWL haben daran ebenso Anteil wie die engagierte Arbeit von Vorstand, Beirat und Geschäftsstelle. Mit verstärkten Aktivitäten für jüngere Mitglieder und einer Neuaufstellung des Clubs innerhalb der Region OWL soll diese positive Entwicklung vorangetrieben werden. Mehr dazu im Beitrag von MC Geschäftsführer André Mielitz auf Seite 34.

Zum Erfolg 2023 trugen bei:

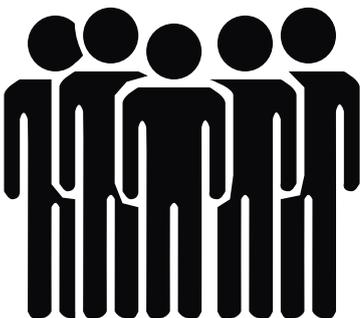
278
RIEGEL
NERVENNAHRUNG



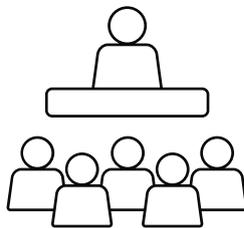
1
VERLEIHUNG
DER MARKETING OWL



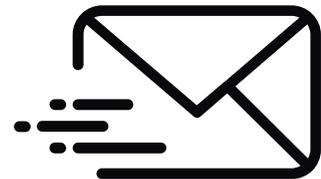
409
MITGLIEDER



19
HOCHKARÄTIGE
CLUBVERANSTALTUNGEN



3.258
VERSENDETE
E-MAILS



412
FOLLOWER
AUF INSTAGRAM



1
NEUE KOOPERATION MIT
DEM MC BRAUNSCHWEIG





BRANDI
RECHTSANWÄLTE

CREATE
FUTURE

www.brandi.net

Erfolgsfaktor Marketing

VERTRAUEN IST ALLES – NICHT NUR FÜR KANZLEIEN

Anwaltskanzleien sind in einer besonderen Position: Sie verkaufen eine auf Vertrauen basierende Dienstleistung und werden zudem regelmäßig mit kritischen Vorurteilen betrachtet. Gleiches gilt für Steuerberaterinnen oder Wirtschaftsprüfer. Grund dafür ist nicht selten die Verwendung einer kryptischen Sprache, die viel zu komplex ist und deshalb auf Unverständnis stößt.



Fotos: Sarah Jonak

André Mielitz, Artgerecht Werbeagentur GmbH, MC Geschäftsführung, Karen Roberz, Marketingleiterin HLB Stückmann, Patrizia Ferrera, BRANDI Rechtsanwälte, Liane Allmann, Kitty & Cie, Volker Voelcker, PwC, Markus Gattwinkel, Wirtschaftskanzlei Streitbörgers, und Hendrik Koch, KPMG

so aufbereitet sein, dass der Laie sie nicht nur auf Anhieb versteht, sondern auch den Nutzen dahinter erkennt. „Sie müssen die Perspektive wechseln“, forderte sie die Berufsträger auf. „Sie müssen im Blick haben, was ein Mandant davon hat, wenn er den Beitrag liest. Sind Texte zu kompliziert formuliert, liest sie keiner.“

Vertriebsorientierte Kommunikation müsse sich immer am (potenziellen) Mandanten oder an den Bedürfnissen der Mandantin orientieren. Marketing optimiert den Content, sorgt für Sichtbarkeit und dafür, dass die Anwältin, der Steuerberater oder die Wirtschaftsprüferin einen sympathischen und kompetenten Eindruck hinterlässt. Letztlich sei der USP der Mensch.

Das Thema der ersten Veranstaltung des Marketing Clubs OWL Bielefeld nach der Sommerpause 2023 traf ganz offenbar den Nerv der Zeit. Zahlreiche Mitglieder und Gäste trafen sich in dem neu gestalteten Foyer von HLB Stückmann und Partner, führende selbstständige Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungsgesellschaft in OWL. Marketingleiterin Karen Roberz hatte die Idee zu der spannenden Veranstaltung mit Liane Allmann (Kitty & Cie.).

Gastgeber Dietmar Engel, Partner bei HLB Stückmann, freute sich, die viel gefragte Speakerin begrüßen zu dürfen, und zeigte sich beeindruckt, dass ein Post bei LinkedIn von Liane Allmann 400.000 Aufrufe erzielte. „Das ist aber nicht normal“, wiegelte die Vortragende lachend ab. Und kam gleich zum Thema: „Vertrauensbildung.

Essenziell für Anwält*innen, Steuerberater*innen und Wirtschaftsprüfer*innen“. Das Thema sei aber nicht nur speziell für diese Berufsgruppen von existenzieller Bedeutung, sondern für alle Branchen. „Alles fußt auf Vertrauen“, machte Diplom-Betriebswirtin Liane Allmann deutlich.

Allerdings sei das Marketing von Kanzleien in der schwierigen Position, eine schwer sichtbar zu machende Beratungsleistung zu verkaufen. Zudem sei die Sprache von Anwälten, Steuerberatern und Co häufig kryptisch. Berufsträger müssen zwischen einer Online-Beratung, für die sie haftbar gemacht werden könnten, wenn sie sich unpräzise ausdrücken, und einer digitalen Kompetenzpräsentation, beispielsweise in Form eines Blog-Beitrags, unterscheiden. Letztere sollten idealerweise journalistisch

Nach dem spannenden Impulsvortrag von Liane Allmann stellten sich Karen Roberz, HLB Stückmann, Patrizia Ferrera, BRANDI Rechtsanwälte, Hendrik Koch, KPMG, Volker Voelcker, PwC, und Markus Gattwinkel, Streitbörgers, bei einer Podiumsdiskussion den Fragen der erfahrenen Strategieberaterin. Es ging um die Akzeptanz von Social Media in den verschiedenen Kanzleien, um Budgets und HR-Strategien.



Dietmar Engel, Partner bei HLB Stückmann, Inputgeberin Liane Allmann, HLB Marketingleiterin Karen Roberz, MC Geschäftsführer André Mielitz (v. l.)

DON'T BE BASIC



BE WILD



HIRSCHMEIERMEDIA
VISUAL IDENTITY

AGIL. AMBITIONIERT. ABWECHSLUNGSREICH.

Mit starken Themen und dem Fokus auf die Herausforderungen unserer digitalisierten Welt ging der Marketing Club OWL Bielefeld ambitioniert durch das Veranstaltungsjahr 2023. Dabei standen KI Chatbots, Cyber Security und agile Arbeitsweisen ebenso auf der Agenda wie die Themen Nachhaltigkeit, GEN Z, Datenschutz und Kanzleimarketing. Kooperationen mit der Talkreihe BIEpulsiv und dem Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher e. V., die festliche Verleihung der 16. Marketing OWL an ADU in Paderborn und nicht zuletzt der 2. Golf Cup und DIE KLAPPE rundeten das breite Spektrum ab. Die 19 Clubveranstaltungen wurden ergänzt durch die digitalen Angebote des Berufsverbands Marketing Clubs (BVMC), und so boten sich den rund 400 Mitgliedern viele hervorragende Gelegenheiten zu beruflichem und persönlichem Austausch und zur „Selbstbedienung in fremder Erfahrung“ im größten Marketingnetzwerk in OWL.

1 EDV-Unternehmensberatung Floß GmbH

CYBERKRIMINALITÄT – EIN ANGRIFF, VIELE OPFER

Der Einstieg ins neue Clubjahr am 16. Januar 2023 hätte spannender kaum sein können. Unter dem Motto „Cyberangriffe richtig abwehren – selten nur ein Thema der IT“ widmeten sich Thomas Floß und Sebastian von der Au einem Thema, das viele Unternehmen nach wie vor unterschätzen. „Die Frage ist nicht, ob es jemanden trifft, sondern nur wann!“, warnte Sebastian von der Au, der seit Oktober 2022 Inhaber der EDV-Unternehmensberatung Floß GmbH ist. Gemeinsam mit Unternehmensgründer Thomas Floß sensibilisierte er in seinem Vortrag für typische Angriffsstrategien, erläuterte aber auch Abwehrmaßnahmen. ➊



1 Im Pioneers Club in Bielefeld (v. l.): Eric Adelt, MC Vorstand, Sebastian von der Au und Thomas Floß, beide EDV-Unternehmensberatung Floß GmbH, und MC Programmvorstand Sabine Schoner

Fotos: Susanne Freitag



Mit unseren Dienstleistungen in eine **umweltbewusstere Zukunft**: Nachhaltigkeit, die Ihren Erfolg unterstützt.

In der ADU Service Gruppe verwandeln wir Nachhaltigkeit von einem Prinzip in gelebte Praxis, die Ihnen messbare Vorteile bringt. Durch den Einsatz umweltschonender Reinigungsmittel und -techniken, sowie als erstes klimaneutrales Sicherheitsunternehmen in OWL, leisten wir einen aktiven Beitrag zum Umweltschutz. Dadurch ermöglichen wir Ihrem Unternehmen, aktiv an dieser wesentlichen Veränderung teilzuhaben.



Energieeffiziente Ausstattung und Wassersparkonzept



1. Klimaneutrales Sicherheitsunternehmen in OWL



Nachhaltige Reinigungsmittel und Recyclingkonzept



Faire Vergütungspolitik für unsere Mitarbeitenden

Dank PODS:
- 90%
Plastik-Müll einsparen!



ADU

Urban Service Gruppe

Königsbrügge 8 | 33602 Bielefeld
Beratung Tel.: 05 21/800 656-00

     www.adu-urban.de



WEITERE STANDORTE: PADERBORN · GÜTERSLOH · HANNOVER · KASSEL · RATINGEN · DORTMUND

② Prof. Dr. Natalie Bartholomäus, Prof. Dr. Manuel Stegemann, HSBI

GEN Z – WER KOMMT DA EIGENTLICH?

Das Interesse der Clubmitglieder war groß am 30. Januar 2023, der Konferenzsaal der HSBI, vormals Fachhochschule Bielefeld, voll besetzt. Denn die Generation Z – darunter werden zwischen 1995 und 2014 Geborene gefasst – stellt Human Resources und Marketing von Unternehmen zunehmend vor Herausforderungen. Wer kommt da eigentlich und worin unterscheidet sich diese Generation von anderen? Und: Wie stelle ich mich richtig auf? Viel evidenzbasierte Forschung gibt es zu dem Thema bislang nicht. Natalie Bartholomäus, Professorin für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Personalmanagement und Organisation, und zugleich HSBI Vizepräsidentin für Nachhaltigkeit und strategisches Human Resources Management, und Prof. Dr. Manuel Stegemann reicherten ihre interaktiven Vorträge mit Anekdoten aus der eigenen Praxis an und griffen immer wieder Anmerkungen der Gäste auf.



MC Geschäftsführer André Mielitz, Prof. Dr. Natalie Bartholomäus, HSBI, Sabine Schoner, MC Programmvorstand, Prof. Dr. Markus Stegemann, HSBI, und Eric Adelt, MC Vorstand, in der Hochschule Bielefeld (v. l.)

Fotos: Sarah Jonek



③ Mitgliederversammlung 2023

GUT AUFGESTELLT!

Zur Mitgliederversammlung des Marketing Clubs OWL Bielefeld am 6. Februar 2023 begrüßte MC Präsident Alf Meyer zur Heyde in der Kantine der Stadtwerke Bielefeld. Gastgeber Marcus Lufen, Leiter Marketing und Innovation bei der Stadtwerke Bielefeld GmbH, skizzierte, wie sich das „Neue Normal“ mit Homeoffice & Co bei den Stadtwerken gestaltet. Martin Knabenreich und Kati Bölefahr von der Bielefeld Marketing GmbH berichteten, wie sie die „Marke Bielefeld“ in einem strategischen Prozess vorantreiben. MC Geschäftsführer André Mielitz, MC Programmvorstand Sabine Schoner und Schatzmeister Ralf Sommer gaben einen Rückblick über ihre Aufgabengebiete.



MC Geschäftsführer André Mielitz (l.) und MC Präsident Alf Meyer zur Heyde (r.) im Gespräch mit Markus Lufen, Leiter Marketing und Innovation, Stadtwerke Bielefeld

Fotos: Alexander Dean Eigenrauch



Starke Lösungen für die gesamte IT

Mit unserem breiten Leistungsspektrum betreuen wir Unternehmen in allen Bereichen der IT. **Wir kümmern uns 24/7** darum, dass die Systeme laufen – ganzheitlich, performant und ganz ohne Schnickschnack.

- Analyse
- Consulting
- IT-Management
- Application-Management
- IT-Prozesssteuerung
- Cybersecurity
- Schulung der Mitarbeitenden
- 24/7 Support

Wir verschaffen Ihnen **mehr Zeit fürs Wesentliche!**

4 Entsorgungsbetriebe Lübeck

#WIRFUERBIO – NEUE WEGE IN DER ABFALLWIRTSCHAFT

Bei der Jahrestagung des DMV (jetzt BVMC) im November 2022 belegte die Kampagne in der Kategorie „Best of DMV“ den zweiten Platz für ausgezeichnetes regionales Marketing. Am 27. Februar 2023 stellte Dr. Jan-Dirk Verwey (EBL) die Kampagne #wirfuerbio auf Einladung des MC in Bielefeld vor. Gemeinsam mit sechs anderen norddeutschen Unternehmen der Abfallwirtschaft machen sich die EBL seit 2017 stark, um dafür zu sensibilisieren, dass Biomüll eine Grundlage für wertvolle Ressourcen ist. Deshalb: Kein Plastik in die Biotonne!



Zu Gast bei Beresa OWL: Dr. Jan-Dirk Verwey, geschäftsführender Direktor der Entsorgungsbetriebe Lübeck (r.), mit den MC Vorstandsmitgliedern Erik Adelt und Sabine Schoner
Fotos: Sarah Jonck

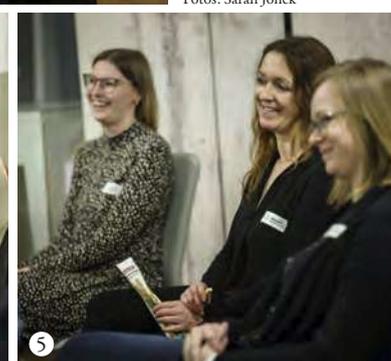
5 Diamant Software GmbH

NEUE WEGE GEHEN: AGILITÄT

Agilität, das bedeutet nicht nur Beweglichkeit oder Leichtigkeit in der Bewegung, sondern auch Erfindungsreichtum, die Beweglichkeit im Geist in guter Reaktionszeit. Für Bastian Seehaus ist gerade das in der VUCA-Welt, in der wir leben, entscheidend. VUCA steht für: volatil, uncertain, complex und ambiguous. „Wir brauchen Strukturen in Unternehmen, um auf die sich wandelnde Situation reagieren zu können“, machte er die Dringlichkeit, neue Wege zu gehen, deutlich. Am 13. März 2023 stellte er den Mitgliedern des MC diese agilen Prinzipien vor: offen sein für Neues, Zusammenarbeit, Vertrauen & Unterstützung, Reflexion & Lernen.



MC Programmvorstand Sabine Schoner, Bastian Seehaus, Scrum Master/Agile Coach, Diamant Software GmbH, und Jessica Thamm, NATIVES (v. l.)
Fotos: Sarah Jonck



V O L V O



Einfach. Elektrisch. Erleben.

Der neue Volvo EX30.

Jetzt bis zu 24 Stunden vollelektrisch Probe fahren.

Zukunftsweisende Technologie, vielseitiger Stauraum und begeisternde Innenraumdesigns aus recycelten Materialien – entdecken Sie selbst, wie viel in unserem bisher kleinsten SUV steckt.



¹ Volvo EX30, Gewinner in der Kategorie „Kleine SUV/Crossover“ (Importwertung). Berichterstattung in auto motor und sport, Ausgabe 05/24.

Autohaus Markötter GmbH

Artur-Ladebeck-Straße 208
33647 Bielefeld

Tel. 0521 942550
volvocars-haendler.de/markoetter/bielefeld

 **MARKÖTTER**

6 BIEpulsiv Talk

THE BIG FIVE

Am 3. März 2023 war der Marketing Club Gast bei der Talkreihe BIEpulsiv im Lenkwerk in Bielefeld. Moderatorin Franziska Schütz begrüßte die Architektin und Speakerin Dr. Manuela Kramp aus Lemgo zu ihrem Vortrag „Wissen, Wirken, Erfolg ... es geht immer“. Mit unschlagbarer Energie und Witz führte sie kurzweilig durch die Bausteine Motivation, Standfestigkeit, Handeln, Disziplin und Energie. Diese Big Five sind ihre Impulse für ein erfolgreiches und selbstwirksames Handeln, das auf Motivation und Disziplin aufbaut. Ein unterhaltsamer Abend mit Mit-mach-Elementen und der Gelegenheit, über das Netzwerk hinaus Kontakte zu knüpfen.



Dr. Manuela Kramp ist nicht nur Architektin und Speakerin, sondern auch mehrfache Deutsche, Europa- und Weltmeisterin im Kunstradfahren.

Fotos: Hirschmeier Media GmbH & Co. KG



7 Hochschule Bielefeld (HSBI)

AUS FH WIRD HSBI

Eine Sneak Preview der besonderen Art bot sich dem Marketing Club OWL Bielefeld am 17. April 2023: Zwei Tage vor der offiziellen Umbenennung der Fachhochschule Bielefeld gab Dr. Lars Kruse, Leiter der Hochschulkommunikation, einen spannenden Einblick in den Prozess, der letztlich zum neuen Namen führte. Fortan heißt sie Hochschule Bielefeld – University of Applied Sciences and Arts (HSBI). Einer der Gründe dafür: „Früher war es die Aufgabe der Fachhochschulen, den Akademikermangel auszugleichen, indem sie auch Menschen ohne Hochschulqualifikation den Zugang zu einem Studium ermöglichten. Entsprechend verschult war das Studium. Aber der zweite Bildungsweg war gestern“, so Dr. Lars Kruse.



Dr. Lars Kruse, HSBI (M.), umgeben von MC Vorstands- und engagierten Mitgliedern (v. l.): Nils Hensdiek, Sabine Schoner, Sabine Häring, Eric Adelt, Laura Menne, Sven Scheffler

Fotos: Sarah Jonck



INNOVATION PRINTING
ENGRAVING TECHNOLOGY CONVERTING
STEPPED HEX
DRUPA 2024



ZECHER

ANILOX ROLLERS

FLEXO

DEVELOPMENT
PIONEERS

SLEEVES
LABELS

CORRUGATE
CLEANING

H.I.T.

DIE BESTE RASTERWALZEN-LÖSUNG FÜR IHRE BEDÜRFNISSE

- Hightech mit Tradition „Made in Germany“
- Herstellung von Keramik- und Chrom-Rasterwalzen
- Individuelle Rasterwalzen-Lösungen für Kunden in aller Welt
- Anilox Reinigungsmittel für Ihre Druckanwendung
- Zusätzliche Serviceleistungen wie drucktechnische Beratung, Vermessungen, Druckanalysen, Laserreinigung



Zecher GmbH • Görlitzer Straße 2 • 33098 Paderborn • Germany
Tel. +49 5251 1746-0 • contact@zecher.com • www.zecher.com

Wir freuen uns auf Sie!
Halle 15 / C31



28. Mai -
07. Juni 2024
Düsseldorf
www.drupa.de

drupa

8 NOLO Digital Marketing Agentur

CORPORATE INFLUENCING

Unternehmen stehen vor der Herausforderung, sich von Mitbewerbern abzugrenzen und Sichtbarkeit zu erzeugen – möglichst auf allen Social-Media- und Networking-Portalen. Lara Köllner, Geschäftsführerin der Digital Marketing Agentur NOLO, skizzierte am 8. Mai 2023, welche wichtige Rolle Mitarbeitende durch Corporate Influencing dabei spielen können, wenn sie darüber berichten, wie die Produktentwicklung läuft oder wie es mit New Work aussieht. Mitarbeitende werden so als Markenbotschafter eingesetzt, um durch authentische Kommunikation und zielgruppenspezifischen Content die Bindung zu bestehenden Zielgruppen zu vertiefen und potenzielle Zielgruppen zu erreichen.



In den Räumen der Natives GmbH & Co. KG (v. l.): Inhaberin Jessica Thamm, Eric Adelt, MC Vorstand, Lara Köllner, NOLO GmbH, Nils Hensdiek, MC Mitgliedergewinnung

Fotos: Susanne Freitag

9 Methode LEGO® Serious Play® (LSP)

„DENKEN MIT DEN HÄNDEN“

Das Setting am 22. Mai 2023 machte schon neugierig. Der Marketing Club OWL Bielefeld war zu Gast bei Kultur Räume Gütersloh zu einen Workshop zum Thema „Teambuilding“. Im Kleinen Saal der Stadthalle waren Tische mit bunten LEGO-Steinen vorbereitet. Michael Barsakidis, LSP-Moderator und Lehrbeauftragter der Leibniz-Fachhochschule und an der Leibniz Uni in Hannover, vermittelte die Methode LEGO® Serious Play®, mit der in einem moderierten Prozess konkrete Themen- und Problemstellungen aus der Unternehmens- und Organisationspraxis bearbeitet werden können. Ein lockerer und zugleich spannender Abend. ➕



Spielend gut aufgelegt (v. l.): Eric Adelt und Sabine Häring, beide MC Vorstand, Moderator Michael Barsakidis, MC Programmvorstand Sabine Schoner und Co-Moderator Uwe Rissiek

Fotos: Stefanie Mork



Modernes Marketing: greifbar & erfolgreich

NOLO – alles, was Du für modernes Marketing brauchst.

Kunden gewinnen

Sichtbarkeit & Leads durch digitales Marketing

Mitarbeiter gewinnen

Neue Wege gehen und offene Stellen besetzen

Individuelles Marketing

Strategie, Webseiten, SEO, Social Media Marketing uvm.

Jetzt Termin buchen



NOLO

10 Hands-on-Workshop „ChatGPT“

KI CHATBOTS VERSTEHEN UND PRODUKTIV NUTZEN

Die Resonanz war riesengroß, die Veranstaltung am 31. Mai 2023 schnell ausgebucht. Der Marketing Club OWL Bielefeld war zu Gast in der Fachhochschule des Mittelstands (FHM). Wer ChatGPT noch nicht ausprobiert hatte, bekam hier ganz praktisch die Möglichkeit dazu. „Die Kunst ist es, mit der Maschine so zu sprechen, dass das bestmögliche Ergebnis generiert wird“, erklärte Prof. Dipl.-Des. Jochen Dickel. Gemeinsam mit seinen Kolleginnen Prof. Dr. Astrid Kruse und Prof. Dr. Meike Probst-Klosterkamp gab er fachlichen Input und leistete Hilfestellung beim Ausprobieren.



MC Programmvorstand Sabine Schoner, MC Geschäftsführer André Mielitz, Prof. Dr. Astrid Kruse, FHM, Ralf Markötter, MC Beirat, Prof. Dr. Meike Probst-Klosterkamp, FHM, und Prof. Jochen Dickel, FHM (v. l.)

Fotos: Stefanie Mork

11 Kooperationsveranstaltung mit dem BVM e. V.

DAS ZUGLABOR

Bei der traditionellen Kooperationsveranstaltung mit dem Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher e. V. am 5. Juni 2023 gewährte Christine Schaper überraschende Einblicke in die Marktforschungsstrategie der Deutsche Bahn AG in Frankfurt. Zusammen mit ihrem Team verantwortet die Marktforscherin dort den Bereich Kundenzufriedenheit und Mobilität. „Die Deutsche Bahn, Frankfurt und Bielefeld haben eines gemeinsam: Sie sind besser als ihr Ruf“, sagte sie einleitend. Im Zuglabor werden ausgesuchte Kundinnen und Kunden beispielsweise befragt, wie die Innenausstattung von Zügen beschaffen sein muss, damit sich die Fahrgäste wohlfühlen. Die Ergebnisse fließen in die Neugestaltung der Zugausstattung ein, um die Kundenzufriedenheit zu steigern. ➔



Christine Schaper, DB Fernverkehr AG, Ingo Sander, rc – research & consulting GmbH, Uwe Rössler, MC Beirat, die Sprecher der Marketing Pioniere Sven Scheffler und Laura Menne, Nils Hensdick, MC Mitgliedergewinnung (v. l.)

Fotos: Sarah Jonck



ZEIGEN, WAS MÖGLICH IST!

WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG **FÜR BIELEFELD**

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

Als Wirtschaftsförderung der Stadt Bielefeld unterstützen wir Sie dabei – mit Wissen, Erfahrung und einem starken Netzwerk

MEHR ERFAHREN UNTER:
WEGE-BIELEFELD.DE



BI **WEGE**[•]
Wirtschaftsförderung für Bielefeld

12 2. Marketing OWL Golf-Cup 2023

SPORTLICHES SOMMERFEST

Auch wenn es das Wetter nicht so gut gemeint hat, die Stimmung beim 2. Marketing OWL Golf-Cup am 22. Juni 2023 war sonnig. Echte Golferinnen und Golfer lassen sich auch von Regen nicht abschrecken. Der Schnupperkurs konnte überdacht stattfinden und das sich anschließende Sommerfest wurde kurzerhand in die schönen Räumlichkeiten des Rossini verlegt – die Gastronomie des Golf Club Teutoburger Wald e. V. Clubmanager Michael Vorbäumen und Jugendkoordinatorin Bettina Vogt hatten alles bestens vorbereitet und so hatten Golfer und Nicht-Golfer einen wunderbaren Tag.



12

Prof. Dr. Eric Schirrmann, FHM Bielefeld, Rolf Olaf Meyer, R & R Patent, Luke Sommer, MC Schatzmeister Ralf Sommer, MC Geschäftsführer André Mielitz, Marcel Cardinal, iNOEX GmbH, und Markus Hirschmeier, Hirschmeier Media GmbH & Co. KG (v. l.)

Fotos: Sarah Jonck

13 Prof. Dr. Dr. Marko Sarstedt

VERKAUFEN MIT ALLEN SINNEN

Fühlen, Sehen, Riechen, Hören, Schmecken – wer mit dem Orchester der Sinne spielen kann, der schafft ein gutes Einkaufserlebnis für seine Kunden. Multisensorik ist der Fachbegriff und ein Forschungsthema von Prof. Dr. Dr. Marko Sarstedt, der am 28. August 2023 in Bielefeld zu Gast war. Bei Natives & Co. erläuterte er, wie Düfte das Kaufverhalten beeinflussen. Ein Aspekt, der dem durch Online-Handel arg gebeutelten stationären Einzelhandel nützen kann. Denn es gibt einen ganz entscheidenden Vorteil: „Das Einkaufserlebnis ist mit allen Sinnen erfahrbar“, betonte Marko Sarstedt. ➔



12



12



13



13



13

Prof. Dr. Dr. Marko Sarstedt, Ludwig-Maximilians-Universität München, Sabine Schoner, MC Programmvorstand, Sabine Häring, MC Vorstand, und MC Geschäftsführer André Mielitz (v. l.)

Fotos: Sarah Jonck

INTERROGARE

WIR SIND

MARKTFORSCHUNG

Individuell, flexibel, methodisch kompetent und dabei immer die Anforderungen und Wünsche unserer Kund:innen im Fokus – das ist Interrogare.

Wir freuen uns auf Ihr Projekt!

www.interrogare.de



14 Blockchain Games

NEUE WEGE IM DIGITALEN MARKETING

Der Clubabend am 25. September 2023 war eine Premiere: Christian Witte hatte es mit einer ungewohnten Zielgruppe zu tun. „Normalerweise stehe ich vor Gamern oder Krypto-Nerds, nicht vor einem Marketing Club“, erklärte der Co-Founder von Blue Kraken Online. Gemeinsam mit Frank Holz, Managing Direktor GAWOONI MetaLabs, stellte er ein Thema vor, das im Bereich Marketing noch brandneu ist: Wie man erfolgreich die virtuelle Spielwelt mit Themen/Brands der realen Welt verbindet.



Nils Hensdiek, MC Mitgliedergewinnung, Frank Holz, Managing Direktor GAWOONI MetaLabs, Christian Witte, Co-Founder Blue Kraken Online, MC Schatzmeister Ralf Sommer und Markus Hirscheimer, Hirscheimer Media GmbH & Co. KG (v. l.)

Fotos: Sarah Jonek

15 Fachhochschule des Mittelstands

RELOADED: HANDS-ON-WORKSHOP „CHATGPT“

„Das Interesse und die Resonanz beim ersten Workshop in der Fachhochschule des Mittelstands (FHM) im Mai zum Thema ChatGPT waren riesig“, stellte Schatzmeister Ralf Sommer zur Begrüßung fest. Grund genug für eine zweite Auflage und Prof. Dr. Astrid Kruse, Prof. Dr. jur. Meike Probst-Klosterkamp und Prof. Dipl.-Des. Jochen Dickel stellten am 17. Oktober 2023 freundlicherweise ein weiteres Mal ihr Know-how als inspirierenden Input zur Verfügung.



Prof. Dr. Astrid Kruse, Dekanin Fachbereich Medien an der FHM, stellte die FHM KI-Zukunftswerkstatt vor.

16 werning.com GmbH

DATENSCHUTZ BREMST DIE WIRTSCHAFT?!

Was genau schützen Datenschutzgesetze eigentlich? „Die Grundrechte und Grundfreiheiten natürlicher Personen, wenn deren Daten erhoben werden“, erklärte Thomas Werning. Der Geschäftsführer der werning.com GmbH und der MoeWe Datenschutz GmbH gab am 30. Oktober 2023 bei Natives Hinweise und Tipps, wie Unternehmen sich respektvoll, umsichtig und analog zur DSGVO einrichten können – und sich selbst damit vor Abmahnwellen und rechtlichen Problemen schützen. 🌐



Jessica Thamm, Natives GmbH & Co. KG, Thomas Werning, werning.com GmbH, und MC Programmvorstand Sabine Schoner (v. l.)

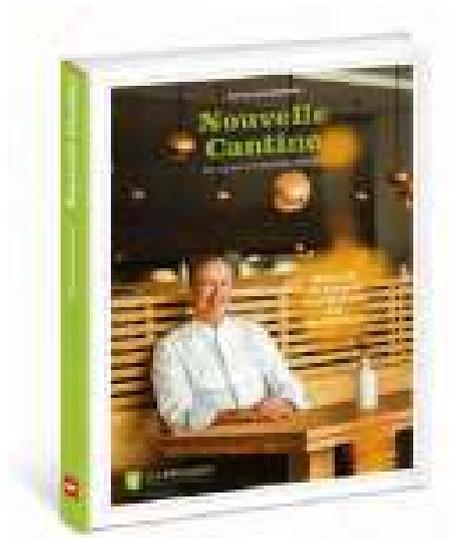
Fotos: Sarah Jonek

Gut Kochen für Viele

**Das Betriebsrestaurant als ein Ort, an dem Gesundheit und Genuss an oberster Stelle steht.
Verwandeln Sie zusammen mit uns Ihre Kantine in ein modernes Betriebsrestaurant, als Zeichen
der Wertschätzung gegenüber Ihren Mitarbeitern**



Wir betreiben 21 Betriebsrestaurants in ganz Deutschland.



Unser Buch: Nouvelle Cantine

Zu Bestellen unter:
www.business-restaurants.de
www.delius-klasing.de/nouvelle-cantine-1396
oder im gut sortierten Fachhandel



Leidenschaft für guten Geschmack

Unser größtes Potential sind unsere Mitarbeiter. Wir bieten diverse Weiterbildungs- und Qualifizierungsmöglichkeiten an.



Unser Podcast: Genuss für die Ohren

Unser Podcast bietet eine Austauschplattform von Experten und Praktikern.
Auf Apple Podcast
Jetzt reinhören!



17 Sportclub Verl von 1924 e.V.

SC VERL ROCKT DIE 3. LIGA

Bielefelder Gäste und Mitglieder des Marketing Clubs traten am 27. November 2023 die Reise zum „Auswärtsspiel“ nach Verl an. Sabine Schoner freute sich über die große Resonanz im VIP-Raum „1924“ der Sportclub Arena – und das trotz des unerwarteten Wintereinbruchs. Der grüne Rasen des SC Verl versteckte sich unter einer weißen Schneedecke. Fußballfunktionär Hans-Josef Katzwinkel, der in verschiedenen Funktionen beim SC Verl tätig war und ist, berichtete allerlei Wissenswertes aus der Historie und neueren Geschichte des Cubs, der zum Zeitpunkt der Veranstaltung vom Aufstiegs(!)-Relegationsplatz der 3. Liga grüßte. Und hob hervor: „Wir haben die geringsten Personalkosten pro erreichtem Punkt in der Liga.“



17 Bruno Schroeder, Schroeders Likör Manufaktur, Eric Adelt, MC Vorstand, Andreas Schroeder, Schroeders Likör Manufaktur, Sabine Schoner, MC Vorstand, Hans-Josef Katzwinkel, Ralf Markötter, MC Beirat, und Markus Hirschmeier, Hirschmeier Media GmbH & Co. KG (v. l.)

Fotos: Sarah Jonek



18 DIE KLAPPE

HUMORVOLL, SELBSTIRONISCH UND ERNST

Die Stimmung am 11. Dezember 2023 war wieder bestens. DIE KLAPPE stand auf dem Programm – die letzte Veranstaltung des Jahres in der Kamera in Bielefeld. 117 Agenturen waren in den 43. Wettbewerb um die 48 begehrten Trophäen gegangen. Sie gilt als wichtigste Auszeichnung für kommerzielle Bewegtbildformate aus Deutschland, Österreich und der Schweiz. Insgesamt gab es 21 Mal Bronze, 22 Mal Silber und 5 Goldmedaillen. Viele der Filme drehten sich um Nachhaltigkeit, wie der Hornbach-Film „Lass die Natur mal machen“, der gleich zwei Mal mit Gold ausgezeichnet wurde. Aber auch viele lustige Clips gab es zum Ausklang des Marketing-Jahres zu sehen. 🍷



18 Nils Hensdiek, MC Mitgliedergewinnung, Eric Adelt, MC Vorstand, Markus Hirschmeier, Hirschmeier Media GmbH & Co. KG, MC Geschäftsführer André Mielitz, Annabelle Mielitz und Sabine Schoner, MC Programmvorstand (v. l.)

Fotos: Sarah Jonek



IHR REGIONALER
TEAM
VERSTÄRKER



WARTEN SIE NICHT LÄNGER:

**Finden Sie Mitarbeiter*innen
auf sämtlichen Kanälen.**

Ein Angebot der Mediengruppe Neue Westfälische
Niedernstraße 21-27 | 33602 Bielefeld | www.nw.de

teamverstaerker-owl.de



Marketingbranche diskutierte in Augsburg digitalen und gesellschaftlichen Wandel

ÄRA DES RASANTEN WANDELS

Am 10./11. Oktober 2023 traf sich die Marketing-Community wieder live zum Deutschen Marketing Tag (DMT) – dieses Mal in Augsburg im Kongress am Park. Unter dem Motto „It’s all about CHANGE“ versammelten sich die führenden Köpfe der Branche, um die Zukunft des Marketings in einer Ära des rasanten Wandels zu diskutieren.

New Intelligence, New Work, New Business Models, New Customer – diese vier Leitthemen gaben die Richtungen vor und ermöglichten tiefere Einblicke in die verschiedenen Aspekte des derzeitigen gesellschaftlichen Wandels. Das Thema „Künstliche Intelligenz“ dominierte dabei die Diskussion, Marketer und Agenturen lieferten zahlreiche Use Cases als Input.

Der Kongress wollte die Marketing-Community inspirieren und dazu ermutigen, sich zu öffnen für die Veränderungen und sich zu bewegen. In den Panels, in den Sessions, in den Pausengesprächen – überall war deutlich zu spüren, dass nicht zuletzt die Dynamik dieser gesellschaftlichen Entwicklungen ein Thema ist, das stark beschäftigt. Dazu gehört auch die Sorge vor den Auswirkungen der technischen Veränderungen auf Unternehmen und Mitarbeitende.

New Work ist im Marketing angekommen. Egal ob Agenturen, Institutionen oder Unternehmen: Das Interesse und die Notwendigkeit zur Auseinandersetzung damit sind in der Breite präsent. Dr. Michael Trautmann, Co-Founder und Chief Growth Officer bei New Work Masterskills, schilderte in seiner Keynote, was für Menschen heute die Qualität des Arbeitsplatzes ausmacht: Autonomie und emotionale Sicherheit.

Mehr als 500 Besucherinnen und Besucher nahmen am DMT23 teil, dazu über 100 Referentinnen und Referenten. Es gab 17 Deep-Dive-Sessions sowie Keynotes, Paneldiskussionen und eigene Masterclasses. Hochaktuelle Keynotes hielten: Prof. Dr.



BVMC Geschäftsführer Florian Möckel (l.) stellte Claudio Montanini vor, der den Deutschen Marketing Tag 2023 erstmals als neuer Präsident des Bundesverbands Marketing Clubs eröffnete.

Peter Gentsch, Entrepreneur und Experte in Marketing und KI: „Rethink Marketing: Wie ChatGPT und Co. Märkte und Marken revolutionieren“; Katja Brandt, CEO DACH Mindshare: „Nachhaltigkeit im Mediageschäft“; Anna Alex, Unternehmerin und Business Angel: „#Naturepositive – das neue klimaneutral? Warum Unternehmen sich in Zukunft um die Natur kümmern“.

Auch die Marketing Pioniere des BVMC hatten sich intensiv mit dem Motto „It’s all about CHANGE“ beschäftigt und mit ihren Beiträgen – unter anderem zur Transformation der Marke Mövenpick – die eigene Bühne bespielt. Prof. Dr. Dr. Marko Sarstedt, Vorstand für Wissenschaft und Innovation im BVMC, ließ wie jedes Jahr aktuelle Forschungsprojekte deutscher

Marketing-Nachwuchswissenschaftler in einem Science Slam pitchten.

„Marketing hat Relevanz. Das war deutlich spürbar auf dem Deutschen Marketing Tag. Marketing pusht als wesentlicher Faktor die wirtschaftliche Prosperität, treibt Innovationen und schafft es, auch in unsicheren Zeiten die Menschen zu erreichen. Deshalb ist es eminent wichtig, dass Marketingexperten in den Unternehmen Führung übernehmen – sei es im Vorstand als CMO oder im Aufsichtsrat aufseiten der Anteilseigner“, resümierte Claudio Montanini, Präsident des Bundesverbands Marketing Clubs.

www.marketingverband.de
www.marketing-tag.de



Foto: BVMC

ÜBER DEN BUNDESVERBAND MARKETING CLUBS E.V (BVMC)

Der Bundesverband Marketing Clubs e.V. (BVMC) ist der Berufsverband der Marketingverantwortlichen und die verbindende Organisation der mehr als 60 Marketing Clubs in Deutschland. Er bietet ein Netzwerk für praxisnahe Weiterbildung und Wissensaustausch

und fördert die Nachwuchsarbeit. Darüber hinaus werden herausragende Leistungen im Marketing und der Kommunikation mit verschiedenen Awards ausgezeichnet sowie der Deutsche Marketing Tag, als wichtigstes Branchentreffen in Deutschland,

veranstaltet. Gleichzeitig vertritt der BVMC die Interessen seiner Clubs mit ihren über 12.000 Mitgliedern gegenüber Politik, Wirtschaft und Gesellschaft.

www.marketingverband.de



INNOVATIONSMUT, TATKRAFT

UND TEAMPOWER

SIND UNSERE VISION.

Als einer der europaweit führenden Hersteller von Türen und Toren suchen wir Talente, die Teil eines zukunftsorientierten und kreativen Teams werden wollen.

Bewerben Sie sich jetzt auf: www.teckentrup.biz/karriere



Umfassende Einarbeitung



Leistungsgerechte Vergütung



Betriebliche Altersvorsorge



Business Bike



Flexible Arbeitszeiten



Weiterbildungsangebote

Deutscher Marketing Preis 2023 geht an Workwear- und Utility-Brand

STRAUSS HAT KULTSTATUS ERREICHT

Am 10. Oktober wurde im Rahmen des Deutschen Marketing Tages 2023 im Kurhaus Göggingen der Deutsche Marketing Preis (DMP) 2023 feierlich übergeben. Die Engelbert Strauss GmbH & Co. KG, Europas führende Workwear- und Utility-Brand, erhielt die Auszeichnung für herausragende Leistungen.

Foto: BVMC



BVMC Präsident Claudio Montanini (l.) und Laudator Prof. Dr. Wolfgang Merkle übergaben den wichtigsten Marketingpreis im deutschsprachigen Raum an Rabea Grünewald (2. v. l.) und Sabine Pozo, Engelbert Strauss GmbH & Co. KG.



Die ikonische Strauss-Arbeitshose hat unter Fans mittlerweile Kultstatus. Das Unternehmen, das zu Deutschlands Top 5 Online-Retailern gehört und seine Produkte ausschließlich direkt vertreibt, setzt seit einigen Jahren auf einen starken Markenauftritt und begeistert die Szene mit Kooperationen mit Metallica, Super Mario oder den Kansas City Chiefs und der National Football League (NFL). Die Jury würdigte die ganzheitliche Marketingkonzeption von Strauss. „Wir sehen den riesigen Erfolg der Marke vor allem in der konsequenten und ganzheitlich strategischen Marketingarbeit begründet. Die Brand Story ist stimmig und stringent: Metallica, Super Mario, die UEFA EURO 24 – die Partner sind smart gewählt. Bei

Strauss hat Marketing Führungsfunktion. Das honorieren wir mit dem Deutschen Marketing Preis 2023“, sagte Prof. Dr. Wolfgang Merkle, Präsident des Marketing Clubs Hamburg und Juror des Deutschen Marketing Preises, in seiner Laudatio.

Henning Strauss, der das Familienunternehmen gemeinsam mit Vater Norbert und Bruder Steffen führt, sagte dazu in einem Interview mit der „absatzwirtschaft“: „Unser Ziel ist es, dass die Menschen sich mit Strauss identifizieren und die Marke als Teil ihres Lebens sehen. Um diese Art von emotionaler Bindung zu schaffen, müssen wir Erlebnisse kreieren und besondere Aufmerksamkeit auf scheinbar kleine Details legen, sei es ein herausragendes Produkt,

ein einzigartiges Einkaufserlebnis im Geschäft oder die Gestaltung des Versandkartons. Kurz gesagt: Marke programmiert Gefühle auf ein Logo. Marketing ist bei uns Chefsache.“

Ins Finale des Deutschen Marketing Preis 2023 hatten es neben dem Preisträger folgende Unternehmen geschafft: Cupra, Indeed, Lichtblick, Deutsche Lufthansa, Alfred Ritter, MediaMarkt / Saturn, BVG – Berliner Verkehrsbetriebe. Die acht Unternehmen wurden direkt vom BVMC und der Jury nominiert und konnten am 30. August 2023 digital vor der Jury ihre preisverdächtigen Cases präsentieren.

www.engelbert-strauss.de

BOB-AWARD 2023



Foto: BVMC

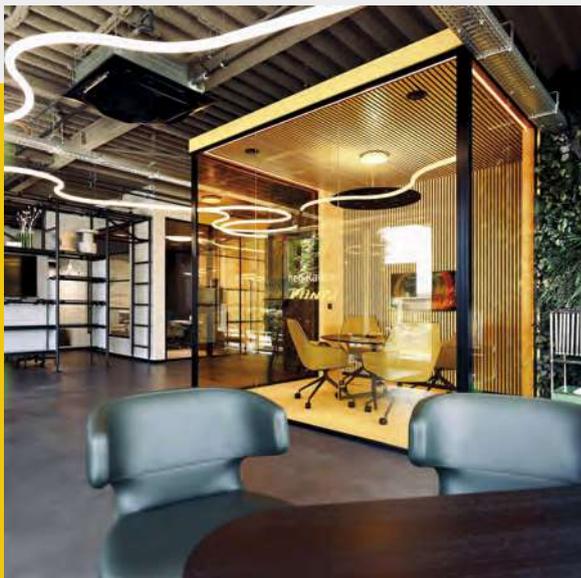
Gruppenbild mit den Gewinnern aus elf Kategorien: Die Preisverleihung des BoB-Awards 2022 fand am 15. Juni 2023 in Berlin statt. Vergeben wurden 5 x Gold, 7 x Silber und 12 x Bronze für herausragende Leistungen in der Business-to-Business-Kommunikation.

Der Kreativ- und Konzeptwettbewerb BoB „Best of Business-to-Business“ Communication Award wird jedes Jahr vom Bundesverband Marketing Clubs e.V. ausgeschrieben, 2023 in elf Kategorien. Er ist die einzige Plattform für das Segment der B2B-Kommunikation im deutschsprachigen Raum. Seit 1997 gibt es den branchenübergreifenden Wettbewerb für die DACH-Region. Seit 2017 wird der Award unter dem Mantel des Bundesverbands Marketing Clubs (vormals DMV) verliehen und setzt den Maßstab für kreative und erfolgreiche B2B-Kommunikation.

Der Einreichungszeitraum ist beendet. Die Jurysitzung findet am 24. April 2024 in München statt. Zum zweiten Mal übernehmen Christian Daul, CEO Reinsclassen GmbH & Co. KG, und Géraldine Tenten den Juryvorsitz. Die Preisverleihung im Stil eines Winner Dinners ist für den 20. Juni 2024 in Berlin geplant.

www.bobaward.de

New Work New Spaces!



Jetzt
Besichtigung
vereinbaren!

pro office steht seit über 30 Jahren für Qualität und Innovation im Bereich Arbeitsplatzgestaltung. Jetzt schlagen wir ein neues Kapitel in unserer Firmengeschichte auf, das von radikalem Wandel und visionärer Neugestaltung geprägt ist. Unser umfangreicher Umbau an der Herforder Straße in Lemgo repräsentiert das größte Investitionsprojekt in unserer Geschichte. Anstelle von tristen Büroflächen schaffen wir eine inspirierende und produktive Umgebung, die die Art und Weise, wie Menschen arbeiten, neu definiert. Wir sind stolz darauf, eine völlig neue Arbeitswelt zu präsentieren: Das pro office „Flex“.

www.prooffice.de

Marken-Award 2023 honoriert gesellschaftliche Relevanz

HERAUSRAGENDE MARKENPERSÖNLICHKEITEN

Gleich doppelt vergab die Jury 2023 den Marken-Award in der Kategorie „Markenpersönlichkeit“ an zwei außergewöhnliche Frauen: Tatjana Kiel, CEO Klitschko Ventures und Gründerin der Initiative #WeAreAllUkraines, und die Familienunternehmerin Alicia Lindner, Co-CEO Annemarie Börlind und DadoSans.

Foto: Vogt



Die Jury und die Preisträgerinnen und Preisträger des Marken-Award 2023 in der Townhall der Handelsblatt Media Group in Düsseldorf

„Sie machen uncoole Produkte cool und mischen den Kosmetikmarkt auf, haben Ihr Unternehmen erfolgreich durch die Corona-Krise geführt, übernehmen Verantwortung und zeigen, dass man sie auch teilen kann. Und Sie vereinbaren diesen anspruchsvollen Job mit einer Familie mit drei Kindern“, hob Simone Gudlick, Henkel, in ihrer Laudatio zum Marken-Award für Alicia Lindner hervor.

Tatjana Kiel wurde für ihr „außergewöhnliches soziales Engagement und ihre Initiative“ ausgezeichnet. Die langjährige CEO von Klitschko Ventures und Vertraute der beiden Klitschko-Brüder ist Mitgründerin der Initiative #WeAreAllUkraines und

entwickelte dort skalierbare Hilfsprojekte für Menschen in der Ukraine und Geflüchtete. „Viele Unterstützer, die nicht in der Öffentlichkeit stehen wollen, haben mich unheimlich beeindruckt. Diesen Menschen möchte ich ein Gesicht geben“, erläuterte Tatjana Kiel ihre Motive.

Der Preisträger 2023 in der Kategorie „Markenführung“ war CFP Brands für die erfolgreiche Neuausrichtung der Marke Fisherman’s Friend in der jungen Zielgruppe. Die Telekom AG erhielt einen Marken-Award in der Kategorie „Gesellschaftliches Engagement“ für ihre Initiative „Gegen Hass im Netz“.

MARKEN-AWARD 2024

Seit 2001 zeichnen die „absatzwirtschaft“ und der Bundesverband Marketing Clubs exzellente Leistungen in der Markenführung aus. Unternehmen und Agenturen können sich in den Kategorien „Markenführung“ und „Gesellschaftliches Engagement“ für den renommierten Marken-Award bewerben. Bewerbungsschluss ist der 5. April 2024. Die Bekanntgabe der Juryentscheidung findet am 10. Juni 2024 im Rahmen eines Live-Events in Düsseldorf statt.

www.marken-award.de

why do birds gewinnt den Best of BVMC

SOUNDS OF THE CITY

Die regionalen Marketing Clubs zeichnen jedes Jahr besondere Unternehmen/Leistungen in ihrer Umgebung mit ihren Marketingpreisen aus. Diese Gewinner können im Anschluss für den Preis Best of BVMC nominiert werden.

2023 setzte sich in einem Live-Pitch im Rahmen einer Session auf dem #DMT23 in Augsburg ein Unternehmen aus der Region Ost vom MC Berlin durch. Die Zuschauer entschieden sich für die Agentur why do birds mit dem Audiobranding Case „Weil wir dich lieben“ für die Berliner Verkehrsbetriebe. Weitere Finalisten waren „FINNE – Das Bio Craft Beer aus Münster“ aus der Region Nord vom MC Münster-Osnabrück und „Weckbacher Sicherheitszentrum.NRW – Die Marketing-Story“ aus der Region West vom MC Dortmund.

why do birds beschreibt den Ansatz zur mehrfach preisgekrönten Kampagne so: „Die Kernidee des neuen BVG Sounds ist von Berlin inspiriert. Menschen aus über 190 Ländern sind hier zu Hause. Die Stadt steht für eine Vielfalt an Lebensentwürfen, Kulturen und geschlechtlichen Identitäten. Die BVG verbindet diese Vielfalt miteinander, begleitet die Menschen durch die bunte Metropole und bietet ihnen eine Bühne. Für das Audio Branding haben wir deshalb unzählige Berliner Stimmen aufgenommen. Gesungen und gesprochen. Männlich, weiblich und transgender.“

Eine kurzweilige Projektskizze in Text, Ton und Film ist zu finden auf:

www.whydobirds.de/cases/bvg-audio-branding

Foto: BVMC



Die BVMC Beiratsmitglieder Andrea Ney (l.) und Dr. Rolf Schwerdtfeger (r.) übergaben den Best of BVMC an die Vertreter von why do birds und an den Marketing Club Berlin.

rosenberger
media

WIR MACHEN BOTSCHAFTEN SICHTBAR

INDIVIDUELL · PERSÖNLICH · NAH



INDIVIDUELL + SCHNELL

MIT LED-LEUCHTGRAFIKEN

Mobile Messesysteme plus Digital Signage Displays – das ideale Team, um ihre Botschaft flexibel sichtbar zu machen. Einfach im Handling und werkzeuglos aufzubauen.

Von der Beratung über das Layout bis zur Fertigung ist Ihr Projekt bei uns in guten Händen.

Besuchen Sie uns in Milse und lassen Sie sich überzeugen.

DIGITALDRUCK
MESSESYSTEME
DIGITAL SIGNAGE
FAHRZEUGFOLIERUNG
WERBETECHNIK

www.rosenberger-media.de

Rosenberger Media GmbH & Co. KG | Milser Straße 37 | 33729 Bielefeld

Bundesverband Marketing Clubs (BVMC) löst DMV ab / Claudio Montanini neuer Präsident

NEUER NAME, NEUER PRÄSIDENT

Viele müssen sich erst noch daran gewöhnen: Auf der Mitgliederversammlung der mehr als 60 deutschen Marketing Clubs im Mai 2023 wurde der Berufsverband mit einem neuen Namen versehen. Eine Mehrheit der Versammlung entschied sich für Bundesverband Deutscher Marketing Clubs (BVMC). Die Begründung: Der gemeinsame Markenkern des nationalen Verbands und der 60 regionalen Clubs sei der Marketing Club.

Seit Mai 2023 hat der Verband auch einen neuen Präsidenten. Claudio Montanini, Mitinhaber der Kommunikationsagentur PSM&W in Frankfurt, bringt langjährige Erfahrung in der Gremienarbeit mit und war 14 Jahre lang Präsident im Marketing Club Frankfurt. Er hat Ralf E. Strauß abgelöst, der sein Amt im März 2023 nach zehn Jahren niedergelegt hatte.

Im Hintergrund lief bereits der Transformationsprozess mit dem Programm „DMV der Zukunft“, das von BVMC Geschäftsführer Florian Möckel und seinem Team forciert wurde. Möckel wurde in Leipzig zum Mitglied des Vorstands ernannt, was zu einer engeren Verzahnung des Hauptamtes mit dem Ehrenamt führen soll. Die Region OWL wird von Mirco Welsing repräsentiert, der als Vorstand Digitalisierung im Amt bestätigt wurde. Einzige Frau im aktuell amtierenden achtköpfigen Vorstand ist Ute Poprawe, Vorstand MarketingFrauen. Auch im fünfköpfigen Beirat gibt es mit Andrea Ney, Beirätin Region Ost, nur eine Frau.

Claudio Montanini beschrieb die vordringlichen Aufgaben des neuen Vorstands so: „Wir stehen vor weitreichenden Veränderungen als Berufsverband, den wir unter neuer Fahne als Bundesverband Marketing Clubs nach innen emotional aufladen und nach außen als die Marketing-Community positionieren werden. Wichtig ist mir, dass wir künftig national mit allen regionalen Clubs als ein Marketing Club agieren und uns auf die drei Kernthemen Relevanz, Content und Fortbildung fokussieren.“

www.marketingverband.de



Foto: BVMC

Der neue Vorstand des BVMC (v. l.): Marcel Bewersdorf, Vorstand Öffentlichkeitsarbeit, Kommunikation & Content, Ute Poprawe, Vorstand MarketingFrauen, Rolf Schwerdtfeger, Sprecher des Beirats, Peter Brawand, Vizepräsident und Vorstand Verbandsmanagement, Claudio Montanini, Präsident, Florian Möckel, Geschäftsführer, Steffen Köster, Vorstand Mitgliederbetreuung und -akquisition, Mirco Welsing, Vorstand Digitalisierung, Heiko Holzgräber, Vizepräsident und Vorstand Finanzen. Nicht im Bild: Prof. Dr. Dr. Marko Sarstedt, Vorstand Wissenschaft/Innovation.

INTERNATIONAL, ZERTIFIZIERT, OHNE PRÜFUNGEN: SMP

Der BVMC vergibt jetzt in Deutschland den Titel Senior Marketing Professional (SMP), das international anerkannte Gütesiegel in der Marketingbranche. Der Titel wird qua Lebenslauf und Marketing-Expertise vergeben und über die eigene Weiterbildung aufrechterhalten. Die Europäische Marketing Confederation (EMC) stellt den Rahmen für das Programm mit internationaler Akkreditierung bereit.

Mit dem SMP können Marketer über Ländergrenzen hinweg erfolgreich sein. Der SMP-Titel entspricht Level 6 (Bachelor) des European Qualifications Framework und wird über das Qualitätsmanagementsystem gewährleistet. Die EMC stellt den Rahmen für dieses Conti-

nuous Development Program (CDP) mit internationaler Akkreditierung bereit. Der entwickelte Code of Conduct sorgt zudem für ein einheitliches Wertesystem der SMPler. Für die Aufrechterhaltung des Titels ist das Sammeln von Permanent-Education(PE)-Punkten erforderlich. Der SMP-Titel ist für drei Jahre gültig.

Der Senior Marketing Professional wird bereits vergeben in Großbritannien, den Niederlanden, der Schweiz und Litauen. Irland, Österreich und Portugal planen einen Beitritt für 2024.

[www.marketingverband.de/
weiterbildung/senior-marketing-
professional](http://www.marketingverband.de/weiterbildung/senior-marketing-professional)



*Ihre erste Adresse
in Ostwestfalen-Lippe*



*Das Persönliche ganz **besonders**.
Das Besondere ganz **persönlich**.*

Parkhotel Gütersloh
Kirchstr. 27
33330 Gütersloh

T +49 5241 877 - 0
F +49 5241 877 - 400
info@parkhotel-gt.de
www.parkhotel-gt.de

 [linkedin.com/showcase/parkhotel-gt](https://www.linkedin.com/showcase/parkhotel-gt)



PARKHOTEL
Gütersloh
★★★★★



Exklusiv für Firmenkunden

Stadtmarketinggipfel diskutiert die inhaltliche Arbeit
Unterstützung durch Experten aus Hamburg

NEUAUSRICHTUNG DES STADTMARKETINGS

Vom Citymanagement zum strategischen Stadtmarketing – die Gütersloh Marketing GmbH stellt sich neu auf und hat sich dabei Expertise von außen ins Boot geholt. Wie sich der Transformationsprozess gestaltet, darüber berichten Gitte Trostmann, stellvertretende Vorsitzende der Gesellschafterversammlung der Gütersloh Marketing GmbH, und Interimsgeschäftsführer Ralph Fritzsche.



Foto: Lena Descher/Gütersloh Marketing GmbH

Fußgängerzone Berliner Straße

Wann und wie wurde der Prozess der Neuausrichtung auf den Weg gebracht?

Gitte Trostmann: Durch das Ausscheiden des Geschäftsführers in 2023 bestand die Möglichkeit, die bisherigen Tätigkeiten der Gütersloh Marketing GmbH zu reflektieren und für die Zukunft neu zu bewerten. Hierfür beschloss der Rat der Stadt Gütersloh, zunächst einen Stadtmarketinggipfel veran-

stalten zu lassen, um alle am Stadtmarketing interessierten Bürger*innen, Politik und weitere Stakeholder einzubeziehen. Die in der Vergangenheit bearbeiteten Themenfelder wurden analysiert und hinterfragt, neue Denkanstöße gegeben.

Ralph Fritzsche: Nach der Auswertung der Ergebnisse des Stadtmarketinggipfels

stand fest, dass die inhaltliche Arbeit der Gütersloh Marketing GmbH neu justiert werden sollte. Um nach dem Ausscheiden des Geschäftsführers externe Expertise für diesen Prozess zu gewinnen, wurde eine Beratungsleistung ausgeschrieben. Die Wahl fiel auf die Stadtmanufaktur GmbH aus Hamburg, die über eine entsprechende Expertise verfügt.

Wie sind Stakeholder (Politik, Gesellschafterversammlung und andere) und die Mitarbeitenden in den Prozess der Neuausrichtung eingebunden worden?

Ralph Fritzsche: In einem strukturierten Prozess von Oktober 2023 bis Februar 2024 wurde in verschiedenen Workshops mit der Gesellschafterversammlung, Stakeholdern und den Mitarbeiter*innen der Gütersloh Marketing GmbH die Neuausrichtung der Gesellschaft erarbeitet.

Wie wurde der Prozess in der Gesellschafterversammlung empfunden und bewertet?

Gitte Trostmann: In der Gesellschafterversammlung haben wir dem Prozess, der uns von der Stadtmanufaktur beschrieben wurde, gerne zugestimmt. Wir haben konstruktiv in zwei Workshops mit weiteren Stakeholdern aus der Gütersloher Wirtschaft und Vereinen zunächst Vision und Mission erarbeitet, anschließend daraus kurz- und mittelfristige Ziele abgeleitet. Als besonders wichtig haben wir die Aufgabenkritik empfunden. Das war im Hinblick auf die Neuausrichtung sehr wertvoll. Die Ergebnisse sind im Februar 2024 im Fachausschuss vorgestellt, diskutiert und einstimmig beschlossen worden.

Ralph Fritzsche: Es freut mich sehr, dass der Prozess zur Neuausrichtung so konstruktiv von allen Beteiligten begleitet worden ist. Das einstimmige Ergebnis zeugt von der Zufriedenheit mit dem Prozess und den Ergebnissen. Nun muss der Rat der Stadt Gütersloh noch zustimmen. Anschließend wird es eine Ausschreibung für eine neue Geschäftsführung der Gesellschaft geben.

Welche Ziele sind mit der Neuausrichtung verbunden?

Ralph Fritzsche: Die wichtigsten Ziele sind die Ausweitung vom Innenstadtmarketing zu einem Marketing der Gesamtstadt. Zudem soll die Wirtschaftlichkeit der Gesellschaft erhöht werden. Dafür werden neue Veranstaltungsformate kreiert und umgesetzt. Das Stadtjubiläum 2025 bietet hierfür einen guten Anlass. Die



Foto: Maybrit Hammer/Gütersloh Marketing GmbH

Gitte Trostmann, stellvertretende Vorsitzende der Gesellschafterversammlung, und Interimsgeschäftsführer Ralph Fritzsche vor dem Service Center der Gütersloh Marketing GmbH

Gesellschaft muss zudem innerhalb der Stadt sichtbar werden und sowohl die Partner*innen als auch die Mitarbeiter*innen müssen zufrieden mit den Tätigkeiten der Gesellschaft sein.

Gitte Trostmann: Uns als Gesellschafter ist es auch wichtig, möglichst viele Personen aus der Gütersloher Wirtschaft und Gesellschaft miteinzubeziehen. Hierfür soll es zukünftig einmal im Jahr einen Stadtmarketingtag geben, zu dem interessierte Stakeholder aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft eingeladen werden. Hier werden die bisher erreichten Ziele dargestellt, reflektiert und Anregungen eingeholt. Zudem wird ein neu zusammengesetzter Beirat die Geschäftsführung beraten und bei der Umsetzung der Ziele unterstützen.

Welche Vision und Mission sind für die Gesellschaft entwickelt worden?

Gitte Trostmann: Die Vision in Bezug auf das Jahr 2030 besagt, dass durch ein ganzheitlich ausgerichtetes Stadtmarketing nach innen und außen die Gütersloh Marketing GmbH einen relevanten Beitrag zur Zukunftssicherung und Gestaltung der Stadt Gütersloh als Lebens- und Arbeits-

raum für Einwohner*innen und Unternehmen gleichermaßen leistet. Dabei soll sie sich aktiv in den Stadtdiskurs einbringen und wirtschaftlich handeln.

Ralph Fritzsche: Die Mission sagt aus, dass die Gütersloh Marketing GmbH die Vermarktungsorganisation der Stadt Gütersloh ist. Sie bringt sich als aktiver Impulsgeber für das positive Stadterlebnis ein. Sie vermittelt zwischen Interessen, koordiniert Aktivitäten und Maßnahmen und ermöglicht Projekte, indem sie in Kontakt mit den Akteur*innen steht und auf Augenhöhe partnerschaftlich agiert.

Worauf dürfen sich die Gütersloherinnen und Gütersloher 2024 freuen?

Gitte Trostmann: Neben den nächsten Veranstaltungen wie dem Gütersloher Frühling wirkt die Gütersloh Marketing GmbH unter Federführung des Fachbereichs Kultur an der Planung des 200-jährigen Stadtjubiläums in 2025 mit. Die Bürger*innen dürfen sich bereits heute auf viele schöne Veranstaltungen freuen.

www.guetersloh-marketing.de

City-Management der Bielefeld Marketing GmbH

GEMEINSAM FÜR EINE LEBENDIGE BIELEFELDER CITY

Was macht eine Innenstadt attraktiv? Ganz klar: Es ist das gute Zusammenspiel aus städtebaulichen Aspekten, Handel, Dienstleistungen, Gastronomie und kulturellen Veranstaltungen. All das sorgt dafür, dass Menschen gern in die Bielefelder Innenstadt kommen. Und weil das kein Selbstläufer ist, stellen Wirtschaftsentwicklungsgesellschaft (WEGE), Stadtentwicklung der Stadt Bielefeld und Bielefeld Marketing das City-Management Bielefeld, das für frischen Wind in der Innenstadt sorgt. Der MC CLUB REPORT hat mit den City-Managerinnen Birgit Schroers und Julia Lehmann von Bielefeld Marketing gesprochen.

Foto: Sarah Jonek



Die City-Managerinnen Birgit Schroers (links) und Julia Lehmann (rechts) sorgen für frischen Wind in der Bielefelder Innenstadt.

Frau Schroers, wie wollen Sie die Bielefelder City beleben?

Birgit Schroers: Bei Bielefeld Marketing haben wir vor allem Marketingmaßnahmen im Blick, die die Innenstadt profilieren und damit die Stadtmarke stärken und ausbauen. Wir haben ein neues, bedürfnisgerechtes Marketingformat entwickelt, das unserer Stadt Charakter geben und Menschen verbinden soll. Die Innenstadt muss erlebbarer werden! Es geht dabei um Leichtigkeit, Spaß und Identifikationsmöglichkeiten bei unserem 2023 gestarteten Konzept CityLife.

Was verbirgt sich hinter CityLife?

Birgit Schroers: CityLife umfasst vielfältige Erlebnisse wie Aktionen, die die Menschen auf emotionaler Ebene und auf Augenhöhe überzeugen. CityLife ist spontan, unkompliziert, sympathisch, kostenlos. Aktionen wie hippe Tanzshows, die Plätze zum Leben erwecken, Musik-Acts, die Menschen mitreißen und mitsingen lassen oder die Teledisco, die wir uns aus Berlin geliehen haben, sind Beispiele für positive Störer im Alltag. Die kleine Disco-Telefonzelle wurde sehr gefeiert und betanzelt und hat für hohes mediales Interesse gesorgt, was wiederum zu

Stolz und Identifikation bei den Bielefelderinnen und Bielefeldern führt. Stolz und Identifikation sind wichtige Aspekte, denn wir alle sind Markenbotschafter für unsere Stadt.

Und Sie binden dabei die Bielefelderinnen und Bielefelder ganz bewusst ein?

Julia Lehmann: Auf jeden Fall. Eine Stadt zu beleben, ist eine Gemeinschaftsaufgabe. Das kann nur mit einem partizipativen Marketingansatz funktionieren. Mit konkreten Beteiligungsformaten wie dem Ideenwettbewerb „Deine Fan-Aktion für Bielefeld“ wird der Mitmachcharakter unterstrichen. Der Aufruf an alle Bielefelder, Ideen für die Innenstadt einzureichen, hat 2023 zu vier Gewinnerprojekten geführt, die alle noch im selben Jahr erfolgreich umgesetzt wurden. Die Fan-Aktion wurde unterstützt und gefördert vom Bund und von unseren Bielefeld-Partnern. Ohne diese Unterstützung wären markenbildende Formate in dem Umfang nicht möglich.

Worauf dürfen sich die Bielefelderinnen und Bielefelder 2024 freuen?

Julia Lehmann: Nach einem erfolgreichen CityLife-Auftakt machen wir in dem Stil weiter. Wir haben jede Menge Ideen, die Innenstadt anziehend zu gestalten, zum Beispiel mit einer coolen Lichtershow an der Karstadt-Fassade, und viele weitere Überraschungen, über die wir auf unserer frisch gelaunchten Website informieren.

www.citybielefeld.de

vonBusch

UMDENKEN. DIGITALISIEREN. JETZT.



ENTDECKEN SIE INNOVATIONEN UNTER
www.vonbusch.digital

PRINTLÖSUNGEN

Lösungen von klein bis groß
mit einzigartigem Service.

DIGITALE TRANSFORMATION

Lassen Sie uns Ihr Wegweiser in
der digitalen Welt sein.

INFRASTRUKTUR

Mit mobilem Equipment bieten wir
Ihnen Flexibilität. Ob WLAN, RFID
oder Handscanner – wir haben die
passende Lösung für Ihre Anforder-
ungen.

DRUCKEREI

Flexibilität und Qualität mit unserer
Digitaldruckerei „NightRider“.



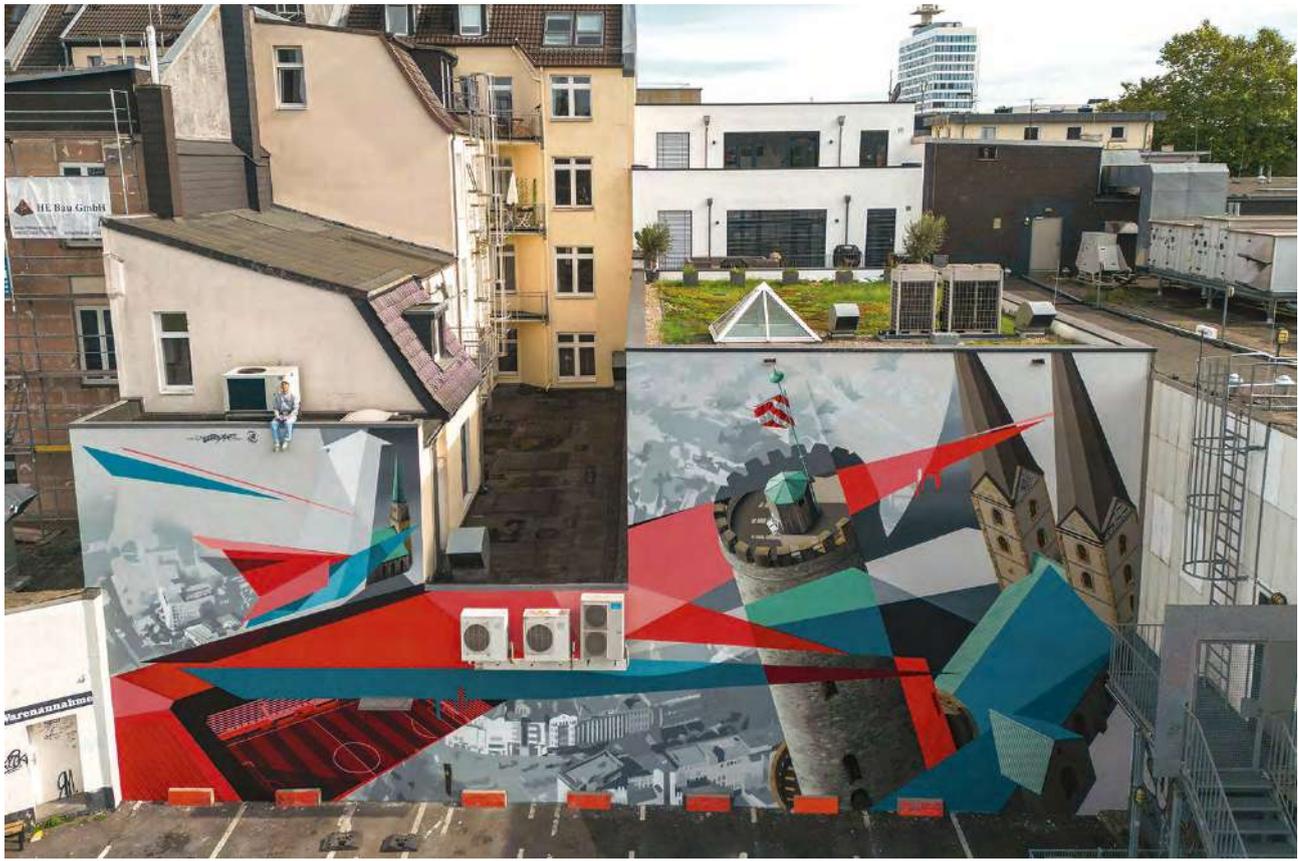


Foto: Einsyckartig

Das City.Team beauftragte den Graffiti-Künstler Einsyckartig mit der Gestaltung eines einzigartigen Wandbilds in der Friedenstraße.

WEGE FÜR BIELEFELDS WIRTSCHAFT

Wirtschaftsentwicklungsgesellschaft – klingt umständlich, ist es aber nicht. Dahinter verbirgt sich ein Team, das ganz unkompliziert, pragmatisch und mit vielen frischen Ideen ein Ziel verfolgt: Bielefelds Wirtschaft nach vorn zu bringen. Die WEGE, so die griffigere Kurzform, geht voran und ist die Ansprechpartnerin für die Unternehmerinnen und Unternehmer des ostwestfälischen Oberzentrums.

„Als städtische Wirtschaftsförderung sind wir die zentrale Anlaufstelle für alle Fragen rund um die Wirtschaft in Bielefeld. Unser Unternehmensservice unterstützt und vernetzt Unternehmen, um optimale Rahmenbedingungen für eine erfolgreiche Geschäftsentwicklung zu schaffen“, beschreiben Brigitte Meier und Henrich Hardieck, beide Geschäftsleitung WEGE, die Aufgabenstellung des Teams. Dies umfasst alle standortrelevanten und betrieblichen Anliegen der Bielefelder Unternehmen: von Immobilienfragen über die Interessenver-

tretung gegenüber Ämtern und politischen Gremien bis hin zur Vermittlung hilfreicher Kontakte.

Dabei ist das WEGE-Team ganz nah dran an Bielefelds Unternehmen – auch physisch. Denn zahlreiche Besuche vor Ort – mehrmals im Jahr gemeinsam mit dem Oberbürgermeister – stehen auf dem Programm. „Ob es sich um ein renommiertes Unternehmen, einen mittelständischen Handwerksbetrieb oder ein Startup handelt – bei Unternehmensbesuchen gewinnen wir

immer wertvolle Einblicke. Wir verstehen, warum Produkte aus Bielefeld zu den besten ihrer Branche gehören oder welche Auswirkungen die Baustelle auf den Standort hat. Nur durch solch persönliche Erfahrungen können wir die Rolle einer aktiven Wirtschaftsförderung glaubwürdig ausüben“, ergänzt Henrich Hardieck.

Unglaublich, aber wahr ...

Wenn Borussia Dortmund und Bayer 04 Leverkusen zu Hause auflaufen, betreten sie immer auch ein Stück Bielefeld. Stimmt

Fotos: WEGE.mbh



Hanna Drabon heißt Gründer Torben Stallmann mit Bielefelder Startup Paket willkommen.



Im Herbst 2023 feierte DAS KOMMT AUS BIELEFELD sein zehnjähriges Jubiläum.

das? Die Antwort lautet: Ja! Und damit das auch jeder in Deutschland weiß, startete die WEGE vor über zehn Jahren die Kampagne DAS KOMMT AUS BIELEFELD. Das Ziel? Bielefeld als Wirtschaftsstandort in den Fokus zu rücken und zu zeigen, dass hier weitaus mehr entsteht, als viele erwarten.

Waren es zunächst Berichte zu überraschenden Produkten und Dienstleistungen, hat das WEGE-Team die Kampagne inzwischen zu einem der größten Unternehmensnetzwerke der Stadt weiterentwickelt. Über 300 Unternehmen aus Bielefeld – darunter 125 mit Partnerstatus – sind aktiv dabei.

Quer durch alle Branchen kommen die Unternehmen zusammen, um sich zu vernetzen und voneinander zu lernen. „Der Austausch innerhalb unseres Netzwerks ist eine echte Bereicherung, denn Unternehmen stehen vor ähnlichen Herausforderungen bei großen Themen wie Fachkräftesicherung, Nachhaltigkeit und Digitalisierung“, betont Brigitte Meier. „Als Wirtschaftsförderung unterstützen und moderieren wir nicht nur den Austausch, sondern bieten auch diverse Formate, um konkretes Know-how zu vermitteln.“

Vergesst Berlin – Bielefelds Startup-Szene wächst und wächst

Auf die innovative Startup-Szene kann Bielefeld zu Recht stolz sein. Auch wenn die Mieten in Bielefeld deutlich bezahlbarer sind als in Berlin, stellen solche Fixkosten junge Unternehmen vor Herausforderungen. Deshalb hat die WEGE das Bielefelder Startup Paket aufgelegt. Es beinhaltet einen auf drei Jahre angelegten monatlichen Mietzuschuss von bis zu 650 Euro. Weitere Benefits kommen durch die Kooperation mit Partnerunternehmen zustande, wie zum Beispiel ein kostenloses Bankkonto oder eine Startup-Mitgliedschaft im IHC. Das Förderprogramm richtet sich an Startups, die mit ihrer Geschäftsidee neue Impulse für den Wirtschaftsstandort setzen möchten. „Unser langfristiges Ziel ist es, die Startups hier nicht nur wachsen zu lassen, sondern sie auch hier zu halten. Daher möchten wir sie frühzeitig mit der Bielefelder Wirtschaft vernetzen“, so Hanna Drabon, die das Bielefelder Startup Paket leitet.

Frischer Wind für die City

Die Attraktivität und Aufenthaltsqualität in der Innenstadt zu steigern – das ist die Aufgabe des City.Teams, das sich aus Vertreterinnen der Stadt Bielefeld, von Bielefeld Marketing und der WEGE zusammensetzt.

Die WEGE übernimmt dabei erneut die zentrale Rolle als Ansprechpartnerin für die Wirtschaft – in diesem Fall für die Händler*innen und Gastronom*innen in der Bielefelder City. „Wir bilden die Schnittstelle zwischen dem Einzelhandel und der Stadtverwaltung, aber auch zu Immobilieneigentümer*innen und Nutzer*innen von Handels- und Gewerbeimmobilien. Zusätzlich übernehmen wir das Immobilienmanagement für die Innenstadt“, so Desirée Lukowski, Citymanagerin bei der WEGE.

Mit aufmerksamkeitsstarken Aktionen wie etwa dem Pop-up-Store-Projekt „Tapetenwechsel“ kommt neues Leben in die Innenstadt. Immobilieneigentümer*innen stellen einen Leerstand zur Verfügung, wo für eine gewisse Zeit ein Laden entsteht, also aufpoppt. Weitere Aktionen, die einfach Spaß machen, sind die Schaufenster-Beklebung von Leerständen oder das Street-Art-Projekt in der Friedenstraße mit Artkumpan.

www.wege-bielefeld.de
www.das-kommt-aus-bielefeld.de
www.bielefelder-startup-paket.de
www.citybielefeld.de/city

UGBi Universitätsgesellschaft Bielefeld

DIE UNIVERSITÄT BIELEFELD UND DER BIELEFELDER WEG

Für die Zukunft der Universität Bielefeld hat das neu besetzte Rektorat der Universität viele Pläne. Professorin Dr. Angelika Epple, seit 1. Oktober 2023 neue Rektorin, definiert ihre Arbeit in der Tradition der Reformuniversität, sieht die Hochschule aber gleichzeitig gefordert, den Reformgedanken weiterzuentwickeln und weitreichende Wandlungsprozesse zu initiieren. Vor Mitgliedern der UGBi Universitätsgesellschaft Bielefeld skizzierte die neue Rektorin zahlreiche Aufgabenstränge. Die Veranstaltung im Bielefelder Légère Hotel richtete sich exklusiv an UGBi Mitglieder.



Foto: Stefan Sittredt

Im Légère Hotel in Bielefeld wurde Professorin Dr. Angelika Epple vom UGBi Vorstandsvorsitzenden Herbert Vogel (r.) und von Geschäftsführer Dr. Rainer Wend begrüßt, der ein spannendes Gespräch mit der neuen Rektorin moderierte.

Ein großes Thema sind Digitalisierung und die Entwicklungen der KI, auch im Kontext von Studium und Lehre. Die optimierten Ausbildungen von Lehrerinnen und Lehrern gewinnen vor dem Hintergrund der gesellschaftlichen Bedeutung der Erziehung in den Schulen ein neues Gewicht. Der Ausbau der Medizinischen Fakultät OWL ist ein weiteres bedeutsames Thema. Und auch die umfangreichen Baumaßnahmen

auf dem Campus Bielefeld werden das Rektorat noch viele Jahre beschäftigen. Professorin Dr. Angelika Epple hat die Vision von einem unverwechselbaren Profil der Universität Bielefeld, die international an Gewicht gewinnt. Zusammen mit ihrem Team im Rektorat ist sie davon überzeugt, dass drei oder vier große Forschungsthemen dafür sorgen können, dass die Exzellenzen der Universität

Bielefeld eine Strahlkraft entwickeln, die weit über nationale Grenzen hinausgeht. Dieser Bielefelder Weg wird neben dem umfangreichen Alltagsgeschäft der Universität im Mittelpunkt der Profilbildung der Hochschule stehen.

UGBi unterstützt die Uni seit fast 60 Jahren
Die zukunftsorientierte Arbeit in der Universität Bielefeld, die rund 25.000 Studierende

hat, wird seit 1966 von der UGBi Universitätsgesellschaft Bielefeld unterstützt. Bis zum 60. Jubiläum im Jahr 2026 dürften rund sieben Millionen Euro in die unterschiedlichen Fördertöpfe geflossen sein. Das reicht von der Finanzierung und öffentlichkeitswirksamen Verleihung bedeutender Preise über die Förderung einzelner Fakultäten, die beeindruckende Anträge für ihre Fördervorhaben stellen, bis zur Unterstützung von Kunst und Kultur, die in der Universität einen durchaus beachtlichen Stellenwert haben. In der Hochphase der Corona-Zeit wurden besonders hart betroffene Studentinnen und Studenten finanziell unterstützt.

Die rund 600 Mitglieder der UGBi – Unternehmen, Vereine, Institutionen und Organisationen sowie Privatpersonen und Hochschulangehörige – profitieren von dem breit angelegten Programm des Vereins der Freunde und Förderer der Universität Bielefeld. Seit 1983 zeichnen die Dissertationspreise im Frühjahr die Besten der Besten aus. Beim Karl Peter Grottemeyer-Preis, der nach dem früheren Rektor der Uni benannt wurde, geht es seit 1997 um gute Lehre. Die Preisverleihung 2023 fand im Rahmen der Fachtagung Bl.teach statt, die sich einen ganzen Tag lang mit den Voraussetzungen für gute Lehre befasste. Das Besondere an diesem Preis, der von einer Jury bestimmt wird: Studierende schlagen die potenziellen Preisträgerinnen und Preisträger vor. 2023 wurde Dr. Stefan Hopp von der Fakultät für Chemie ausgezeichnet. Der Preis ist mit 3.000 Euro dotiert und wird von der Volksbank Bielefeld-Gütersloh gesponsert.

Mit 40.000 Euro ist der Jörg Schwarzwich Inventor Award einer der höchstdotierten Preise, die an Universitäten vergeben werden. Der Preis wird in enger Kooperation mit der Universität Bielefeld ausgelobt. Stifter Jörg Schwarzwich hat für zehn Jahre sein Engagement garantiert. Seit 2019 werden herausragende Erfindungen von Angehörigen der Universität Bielefeld ausgezeichnet, die patentiert und damit gewerblich geschützt sind. Jüngster



Foto: Amy Ess, Universität Bielefeld

Preisverleihung für den Karl Peter Grottemeyer-Preis 2023, der im Rahmen der Fachtagung Bl.teach vergeben wurde (v. l.): Thomas Mühlhausen, Vorstand der Volksbank Bielefeld-Gütersloh eG, die den Preis für gute Lehre mit 3.000 Euro sponsert, Preisträger Dr. Stefan Hopp von der Fakultät für Chemie, UGBi Kuratoriumsmitglied Susanne Schaefer-Dieterle.

Preisträger ist Prof. Dr. Norbert Sewald, Fakultät für Chemie, der sich mit seinen Teams aktuell besonders mit der Vernichtung von Tumorzellen beschäftigt.

Exklusive Einladungen an die Mitglieder der UGBi

Zu all diesen Preisverleihungen, die Raum für intensiven Austausch bieten, werden die Mitglieder der UGBi eingeladen. Die Universitätsgesellschaft unterstützt zudem ehrgeizige Projekte wie das BRIC, Bielefeld Research + Innovation Campus. Bei dieser Kooperation zwischen Wirtschaft und Wissenschaft geht es um ein lokales Innovationsökosystem, das den Zugang von Unternehmen in OWL zu der herausragenden Forschungslandschaft auf dem Campus Bielefeld ermöglicht. Neben der Uni sind die HSBI, die Stadt Bielefeld sowie die Industrie- und Handelskammer Ostwestfalen beteiligt.

Blicke hinter die Kulissen: Das macht die Mitgliedschaft in der UGBi besonders interessant. In Gütersloh gab es im Klinikum eine Präsentation zu Robotik und Künstlicher Intelligenz in der Medizin. Die Entwicklung der Medizinischen Fakultät OWL mit ihren herausragenden Ansätzen ist

seit Jahren ein Dauerthema bei exklusiven UGBi Veranstaltungen. Kanzler Dr. Stephan Becker nimmt sich mindestens einmal pro Jahr Zeit für Führungen durch die umfangreichen Baumaßnahmen auf dem Campus. Mit Spannung erwartet wird auch ein erster Einblick in die Wissenswerkstadt in der Bielefelder Innenstadt, die im Sommer 2024 eröffnet werden soll. Nahezu nebenan bezieht die Uni im Goldbeck-Hochhaus sechs Etagen, um psychotherapeutische Forschungs- und Lehrambulanzen für die Psychotherapie anbieten zu können.

UGBi Vorstandsmitglied und Geschäftsführer Dr. Rainer Wend ist davon überzeugt, dass es sich lohnt, Mitglied in der UGBi zu werden. „Wer sich für die Uni und ihre zukunftsweisenden Forschungen interessiert, ist bei uns richtig. Bei uns erfahren die Mitglieder zeitnah und mit Blick hinter die Kulissen, was sich an unserer grandiosen Universität tut, auf die wir alle stolz sein können.“

www.uni-bielefeld.de/ugbi

UNIVERSITÄTSGESellschaft
BIELEFELD
Verein der Freunde und Förderer
der Universität Bielefeld e. V.

Vorteile für Mitglieder auf einen Blick

SELBSTBEDIENUNG IN FREMDER ERFAHRUNG

LEISTUNGSKATALOG

MARKETING CLUB OSTWESTFALEN-LIPPE E. V.

- Aktuelles Marketingwissen für die berufliche Praxis
- Wissenstransfer von Marketing-Erfolgscases aus unterschiedlichen Branchen
- Kontakte und Erfahrungsaustausch zu / mit Marketing-Professionals der Region
- Zugang zum BVMC Netzwerk der Marketing-Community: über 12.000 Mitglieder an allen BVCM Standorten in Deutschland und Österreich
- Ein bis zwei Vortragsveranstaltungen pro Monat; Veranstaltungsreihe „Selbstbedienung in fremder Erfahrung“
- Premiumveranstaltung: Marketing OWL
- Extraveranstaltungen für Marketing Pioniere (ehemals JuMPs)
- Mitglieder werden zu jeder Veranstaltung per E-Mail eingeladen
- Social-Media-Kanäle des Clubs informieren über aktuelle Veranstaltungen
- Bei allen Veranstaltungen anschließende Berichterstattung im Internet mit Bildergalerie für Mitglieder und Medien
- Extranet für Mitglieder
- Abonnement der „absatzwirtschaft“; „absatzwirtschaft“-Newsletter, Online-Abonnement „HORIZONT“
- Magazin „Club Report“
- Gäste sind willkommen: Gastbeitrag 35 Euro; bei digitalen Veranstaltungen entfällt der Gastbeitrag
- Sonderkonditionen für Veranstaltungen und Angebote des Bundesverband Marketing Clubs (BVMC)

HERAUSGEBER:

Marketing Club Ostwestfalen-Lippe e. V.
in Zusammenarbeit mit Mielitz Verlag GmbH

REDAKTION:

ssd Kommunikation
Susanne Schaefer-Dieterle, Martina Höke
Am Pferdekamp 11, 33619 Bielefeld
Tel.: 05 21-1 36 50-30
www.ssd-kommunikation.de

REDAKTION „MARKETING VON A BIS Z“:

Dr. Eike Birck, Freie Autorin und Journalistin
eike.birck@gmx.de
c/o Goldstraße 16–18, 33602 Bielefeld
Tel.: 05 21-9 32 56-0

ANZEIGENKOORDINATION:

Mielitz Verlag GmbH
Anzeigenleitung: André Mielitz, V.i.S.d.P.
Anzeigenberatung: Ebru Calik, Sigrid Förster, Stefanie Freitag,
André Mielitz, Stefanie Mork, Djamilia Sonst, Marie Stein
Anzeigenkoordination: Stefanie Mork, Marie Stein
Goldstraße 16–18, 33602 Bielefeld
Tel.: 05 21-9 32 56-0
www.mielitz-verlag.de

DESIGNKONZEPT UND REALISATION:

Artgerecht Werbeagentur GmbH
Creative Director: Thomas Volkmar
Art Direction: Alicia Retemeier, Sarah Bröcker
Goldstraße 16–18, 33602 Bielefeld
Tel.: 05 21-9 32 56-0
www.artgerecht.de

DRUCK:

Hans Gieselmann Druck und
Medienhaus GmbH & Co. KG
Ackerstraße 54, 33649 Bielefeld
Tel.: 05 21-9 46 09-0
www.gieselmanndruck.de

VEREDELUNG TITEL:

Gräfe Druckveredelung GmbH
Eckendorfer Straße 82–84, 33609 Bielefeld
Tel.: 05 21-97 20 5-0
www.graefe-druckveredelung.de

MARKETING CLUB OSTWESTFALEN-LIPPE E. V.

GESCHÄFTSFÜHRENDER VORSTAND:

Sabine Schoner (Präsidentin)
André Mielitz (Geschäftsführer)
Ralf Sommer (Schatzmeister)

CLUBSEKRETARIAT:

Stefanie Mork, Marie Stein

GESCHÄFTSSTELLE:

Artgerecht Werbeagentur GmbH
Goldstraße 16–18, 33602 Bielefeld
Tel.: 05 21-5 21 95 90
mc@artgerecht.de
www.mc-owl-bielefeld.de

IMPRESSUM



MISSION POSSIBLE: SO VIEL DRUCK MUSS SEIN.

Brauchen Sie ein gutes Druckprodukt? Dann sind Sie bei uns an der richtigen Stelle. Jeder hier gibt sein Bestes, damit Sie ein besonders gutes Ergebnis in den Händen halten können. Zum Beispiel Peter aus der Kundenberatung. Er wird mit Ihnen gemeinsam herausfinden, wie Sie Ihr Ziel am besten erreichen können. Und dann wird er einen Plan machen, an dessen Ende die Lieferung steht. Doch zuvor macht Olli richtig Druck. Olli arbeitet an unserer neuen XL Speedmaster Druckmaschine von Heidelberg. Was für Sie als Kunde heißt: Makellose Drucke, auch bei nicht alltäglichen Druckprojekten und kurzfristigen Terminen. Silke ist die Frau im Hintergrund, sie sorgt dafür, dass die fertigen Druckprodukte ohne Verzögerung direkt, über unsere hauseigene Logistik, zu Ihnen gebracht werden.

Wie gesagt, richtiger Druck ist gar nicht so einfach. Wenn Sie beim nächsten Mal einen wichtigen Auftrag planen, schauen Sie nicht nur auf den Preis, sondern auch darauf, was Sie dafür bekommen. Oder noch besser – schauen Sie einfach mal vorbei. Peter, Olli, Silke und ihre 100 Kollegen*innen sind ganz in der Nähe.

QUALITÄT SEIT
75
JAHREN

 Hans Giesermann Druck und Medienhaus GmbH & Co. KG
Ackerstraße 54 | 33649 Bielefeld | Telefon: 0521 94609-0
info@gieselmanndruck.de | www.gieselmanndruck.de

GIESELMANN
DRUCK UND MEDIENHAUS

Mitgliedsunternehmen präsentieren ihre Angebote

STARKE UNTERNEHMEN FÜR EINE STARKE REGION

- | | | | |
|----|---|-----|--|
| 84 | Agiles Arbeiten
OCTA Steuerberater, Bielefeld | 100 | Digitalisierungsberatung
von Busch GmbH, Bielefeld |
| 85 | Alternativer Postdienstleister
CITIPOST OWL GmbH & Co. KG, Bielefeld | 102 | Digitale Transformation
DI.UNIT GmbH, Bielefeld |
| 88 | Attitude-Behaviour-Gap
Hochschule Bielefeld – University of Applied Sciences and Arts | 104 | Druckerzeugnisse
Hans Gieselmann Druck und Medienhaus GmbH & Co. KG, Bielefeld |
| 89 | Architekturlösungen
tab Architekturbüro für Hochbauplanung GmbH, Paderborn | 106 | Druckveredelung
GRÄFE Druckveredelung GmbH, Bielefeld |
| 90 | Ausbildungsmarketing
Zeitungsverlag Neue Westfälische GmbH & Co. KG, Bielefeld | 107 | Emotionale Marketinglösungen
IP Adelt GmbH, Bielefeld |
| 92 | Bandlösungen
SIMONSWERK GmbH, Rheda-Wiedenbrück | 108 | Engineering-Partner
Oltrogge GmbH & Co. KG, Bielefeld |
| 93 | Betriebsgastronomie
Kampmann Business Restaurants GmbH | 109 | Event-Location
Ravensberger Park Veranstaltungen GmbH, Bielefeld |
| 94 | Boutique-Agentur
NOLO GmbH, Versmold | 110 | Familienunternehmen
Mense GmbH, Gütersloh |
| 96 | Business Solutions
NTT DATA Business Solutions AG, Bielefeld | 112 | Golf Club
Golf Club Teutoburger Wald Halle/Westfalen e.V. |
| 97 | Catering
Genusswerkstatt by GOP, Bielefeld | 114 | Immobilien
Mario Kramer Immobilien GmbH, Bielefeld |
| 98 | Content-Strategien
Artgerecht Werbeagentur GmbH, Bielefeld | 114 | Immobilienvermittlung
DAHLER Bielefeld/Gütersloh |
| 99 | Creative Factory
VOGELSÄNGER STUDIOS GmbH & Co. KG, Lage | 116 | Innovative Dienstleistungen
Urban Holding & Central Services GmbH, Paderborn |

118	Innovative Studiengänge Fachhochschule des Mittelstands (FHM) GmbH, Bielefeld
119	IoT- und Cloud-Solutions MarcanT AG, Bielefeld
120	IT-Dienstleister Media IT Partner GmbH & Co. KG, Bielefeld
121	IT-Lösungen TRADING.POINT GmbH, Bielefeld
122	IT-Sicherheit ho.Systeme GmbH + Co. KG, Halle/Westfalen
123	Karrierehomepage Teckentrup GmbH & Co. KG, Verl-Sürenheide
123	Kommunikationsmanagement ssd Kommunikation, Bielefeld
124	Kongress- und Eventzentrum Stadthalle Bielefeld Betriebs GmbH, Bielefeld
126	Kultur- und Kongresszentrum Kultur Räume Gütersloh
126	Kundenbindung Stadtwerke Bielefeld GmbH, Bielefeld
128	Markenpositionierung Textilkontor Walter Seidensticker GmbH & Co. KG, Bielefeld
130	Marktforschung Interrogare GmbH, Bielefeld
132	Medien Mix Tips-Verlag GmbH, Bielefeld
133	Medien- und Datendienstleister Rosenberger GmbH & Co. KG, Bielefeld
134	Messebau conform GmbH, Halle/Westfalen
136	Messebau & mehr formdrei Messe und Event GmbH, Bielefeld

Und jetzt?

Kontaktieren Sie uns:



Mitgliedsunternehmen präsentieren ihre Angebote

STARKE UNTERNEHMEN FÜR EINE STARKE REGION

137 Nachhaltig
ardventure, Agentur für visuelle Kommunikation
Acar & Rehm GbR, Bielefeld

138 Nachhaltige Druckluftkomponenten
BOGE KOMPRESSOREN Otto Boge GmbH &
Co. KG, Bielefeld

139 Nachhaltige Mobilität
Autohaus Markötter GmbH, Bielefeld

140 Nachhaltige Werbetaschen
Halfar System GmbH, Bielefeld

142 Natürlich mit Strenge
Strenge GmbH & Co. KG, Gütersloh

143 Payroll Outsourcing
SP_Data GmbH & Co. KG, Herford

144 Personaldienstleistung
Piening GmbH, Bielefeld

146 Persönlicher Service
VIVENO Group GmbH, Parkhotel Güterlosh

147 Photovoltaik
Energieversum GmbH & Co. KG, Gütersloh

148 Portfoliomanagement
Deutsche Bank AG, Bielefeld

149 Podcasts
audio media service Produktionsgesellschaft mbH &
Co. KG, Bielefeld

150 Rasterwalzen
Zecher GmbH, Paderborn

152 Rechtsberatung
BRANDI Rechtsanwälte Partnerschaft mbB,
Bielefeld

154 Standortmarketing
Sparkasse Bielefeld

155 Smarte Hausgeräte
Miele & Cie. KG, Gütersloh

156 Sustainability Challenge
GOLDBECK GmbH, Bielefeld

158 Tagungshotel
LÉGÈRE HOTEL & LÉGÈRE EXPRESS, Bielefeld

159 Traditionsunternehmen
Gustav Ehlert GmbH & Co. KG, Verl

160 Vermögensmanagement
CONCEPT Vermögensmanagement GmbH & Co.
KG, Bielefeld

162 Veganes Sortiment
Dr. August Oetker Nahrungsmittel KG, Bielefeld

162 Versicherungslösungen + Risikomanagement
LEUE & NILL GmbH + Co. KG, Dortmund

164 Visuelle Kommunikation
Hirschmeier Media GmbH & Co. KG, Bielefeld

165 Workplace-Consulting
pro office Büro + Wohnkultur, Bielefeld

166 Wealth Management
Baden-Württembergische Bank, Bielefeld

PREMIUM TECHNOLOGIE, DIE DEN UNTERSCHIED MACHT.



Als einer der Pioniere der Druckluftbranche legen wir Wert darauf, alles selbst zu entwickeln und zu fertigen. Hochwertige Bauteile sind das eine, doch erst wenn alle Komponenten optimal aufeinander abgestimmt sind, kann ein komplexes Druckluftsystem seine volle Leistung entfalten ... und das Energiesparen auf die Spitze treiben. Maßgeschneidert für Ihren Bedarf, sorgt eine BOGE Anlage von Anfang an für den entscheidenden Effizienzvorsprung. Mit der Übernahme von INMATEC, Weltmarktführer für Stickstoff- und Sauerstoffgeneratoren, wollen wir diesen Vorsprung für Sie weiter ausbauen, denn „Excellence made in Germany“ liegt uns im Blut – seit 1907.



Premium-Kompressoren – hergestellt in Deutschland.

OCTA STEUERBERATER, BIELEFELD

New Work in der Steuerberatung – OCTA geht neue Wege

Strategisches Vorgehen ist ein wesentliches Merkmal von OCTA Steuerberater – mit insgesamt vier Standorten in Bielefeld, Paderborn und Rheda-Wiedenbrück und rund 50 Mitarbeitenden eine der größten Steuerkanzleien und Unternehmensberatungen in OWL. Erfolg ist eine Teamleistung und deshalb steht „Agiles Arbeiten“ ganz oben auf der Agenda. Ein Gespräch mit OCTA-Partner Ralf Sommer.

Ralf, warum ist dir „Agiles Arbeiten“ so wichtig?

Die Arbeitswelt ändert sich rasend schnell. Darauf müssen unsere Kunden flexibel reagieren – und wir selbstverständlich auch. Unsere professionelle Beratung basiert auf der Kompetenz und dem Engagement unserer Mitarbeitenden. Damit unsere Zusammenarbeit möglichst perfekt funktioniert, müssen wir wissen, was unser Team braucht, um weiterhin exzellente Leistungen für unsere Kunden zu erbringen. Aus diesem Grund veranstalten wir mit allen Mitarbeitenden regelmäßig Workshops, um die Vision des agilen Arbeitens zu erreichen. Dabei ist es uns wichtig, dass sich alle mit ihren Ideen einbringen können und wir uns insgesamt ein Bild davon machen können, was unsere Mitarbeitenden von uns als moderner und agiler Arbeitgeber erwarten.

Welche Erkenntnisse ziehst du aus den Workshops?

Ich habe schon sehr viel dabei gelernt. Es gilt, Mitarbeitende zu motivieren, sich Gedanken darüber zu machen, wie wir in Zukunft arbeiten möchten. Wir befinden uns in einer äußerst schnellleibigen Zeit. Die Halbwertszeit von Wissen und Fähigkeiten ist so kurz wie nie zuvor. Somit gilt es, uns als Unternehmen und uns als handelnde Personen zu befähigen, mit diesen neuen Herausforderungen umzugehen. Und genau das ist auch der Grund, dass es nicht bei einem Workshop



Foto: Isaac Quisppe Castillo

im letzten Jahr geblieben ist. Im September 2023 war das unser Auftakt zu einem agilen Arbeiten bei OCTA Steuerberater.

Und wie sieht es mit der praktischen Umsetzung aus?

Mit den Ergebnissen aus den Workshops können wir sehr gut weiterarbeiten. Wir haben Arbeitskreise zu den Themen Employer Branding, Kommunikation, EDV und IT, Deadlines und Sanktionen sowie Wissensmanagement gebildet und schon viele Ergebnisse generiert. Es ging dabei teilweise um sehr einfache Dinge, die uns bei unserer täglichen Arbeit störten oder einfach nicht mehr passten. Ganz pragmatisch wird jetzt zum Beispiel unser Aufenthaltsraum umgestaltet oder der Empfang am Standort Bielefeld-Brackwede ist neu gestaltet worden. Und wir haben für unsere Auszubildenden und neuen Mitar-

beitenden ein Patenmodell eingeführt, um das Onboarding zu erleichtern. Wir arbeiten an unserer Feedback-Kultur sowie an der Integration von KI in unsere Arbeitsprozesse. Auch im Bereich Wissensmanagement sind wir auf einem guten Weg. Aber all das ist nur der Anfang einer Reise hin zu einem agilen Geschäftsmodell in einer so konservativ geprägten Branche wie der Steuerberatung. Und nicht nur unsere Mitarbeitenden werden davon profitieren, sondern auch unsere Kunden und Geschäftspartner, die auch in Zukunft einen modernen und fortschrittlichen Partner an ihrer Seite haben. Wir halten ihnen auch weiterhin den Rücken frei und unterstützen sie dabei, ihre Ziele zu erreichen.

www.octa-stb.de

CITIPOST OWL GMBH & CO. KG, BIELEFELD

Postdienstleistungen made in OWL

Wenn Briefe, Zeitungen und Co. passend zum Frühstück da sind, dann waren sehr wahrscheinlich die Zusteller*innen der Citipost am Werk. Mit mehr als 30 Millionen Sendungen pro Jahr ist das Bielefelder Unternehmen der größte alternative Briefdienstleister in der Region OWL. Er setzt auf neue Dienstleistungen und künftig verstärkt auf digitale Möglichkeiten. Darüber hat der CLUB REPORT mit Geschäftsführer Mark Kobert gesprochen.

Foto: Citipost OWL



Geschäftsführer Mark Kobert

Herr Kobert, bei Ihnen ist einiges in Bewegung. Welche neuen Dienstleistungen werden Sie künftig im Portfolio haben? Schrittweise ergänzen wir unsere Dienstleistung durch den Bereich Paketzustellung. Gestartet wird die eigene Zustellung in Bielefeld und später in Gütersloh. Paket-sendungen außerhalb unserer Zustellgebiete werden an ein Partnerunternehmen übergeben. Ein weiteres Zukunftsthema sind die Potenziale der Digitalisierung. Schon länger bieten wir mit unserem „Digital Letter“ die Möglichkeit, Dokumente bequem vom Computer aus hochzuladen – Drucken, Kuvertieren, Frankieren und Zustellen erledigen wir. Selbstverständlich gibt es weiterhin die Möglichkei-

mente über den Druckertreiber oder über eine API-Schnittstelle an uns zu übergeben. Darüber hinaus arbeiten wir daran, den sicheren Versand verschlüsselter E-Mails anzubieten. Ebenso entwickeln wir eine Lösung, Dokumente für unsere Kundinnen und Kunden zu digitalisieren und zu organisieren. All diese Neuerungen gehen sukzessive im Jahr 2024 an den Start. Aber schon jetzt beraten wir unsere Kund*innen zu Einsatzmöglichkeiten.

Stichwort Beratung – welchen Stellenwert nimmt der persönliche Kontakt zu Ihren Kund*innen ein?

Das spielt bei uns eine sehr große Rolle. Unsere Kund*innen können sehr viel Zeit,

aber auch Geld sparen, wenn Briefe, Pakete und vieles mehr aus einer Hand organisiert wird. Wir entwickeln maßgeschneiderte Dienstleistungspakete. Wir nehmen die Post unserer Kund*innen persönlich. Deshalb haben wir unser Vertriebsteam neu aufgestellt und die Bereiche der Kundenbetreuung und der Kundengewinnung getrennt, um mit gezielt eingesetzten Kompetenzen punktgenauen Service zu bieten. Außerdem haben wir uns im Innendienst mit neuen Kolleg*innen gut verstärkt.

Welche Vorteile haben Unternehmen, wenn Sie mit Citipost OWL zusammenarbeiten?

Neben der Beratung, unserem persönlichen Service, über den wir gerade gesprochen haben, ist unsere Regionalität ein großer Vorteil für unsere Kund*innen. Wir sind in OWL zu Hause und liefern in der Region besonders schnell und zuverlässig aus. In den Postleitzahlbereichen 32 und 33 laufen sämtliche Postdienstleistungen in Eigenregie. Zudem liegt uns der Umweltschutz sehr am Herzen. Mit unseren Green-Mail-Produkten bieten wir unseren Auftraggebenden einen klimafreundlichen Versand. Und schon jetzt ist ein Großteil unserer Flotte klimaneutral unterwegs – Tendenz steigend. Wir arbeiten permanent daran, unserem Slogan „Persönlich. Regional. Ökologisch“ gerecht zu werden.

www.citipost-owl.de

75
JAHRE MUT

**DIE RICHTIGE BÜHNE
FÜR DEINE GESCHICHTE
UND DAS SEIT 75 JAHREN**





/imagine prompt vogelsaenger.de/legacy/75YRS
awesome studio with all aspects of what we do
#FOTO #FILM #CGI #EVENT #anything else
--turbo because deadline is near and we are late
--style BEBRAVE --weird 3000

Was ist die Attitude-Behaviour-Gap?

An der Hochschule Bielefeld (HSBI) untersuchen Forschende im Wirtschaftspsychologischen Labor, warum Menschen manchmal das eine denken und das andere tun. Eine spannende Frage auch für Marketingexperten.

Foto: P. Pollmeier/HSBI



Links: Prof. Dr. Gerrit Hirschfeld forscht und lehrt seit 2019 an der HSBI. Rechts: Mit dem mobilen Eyetracker, den Wirtschaftspsychologie-Doktorandin Eliza Starke austestet, kann beispielsweise das Kaufverhalten untersucht werden.

Prof. Dr. Gerrit Hirschfeld, Psychologe an der Hochschule Bielefeld (HSBI), weiß: „In der Sozialwissenschaft gibt es eine große Diskrepanz zwischen der Gültigkeit von Fragebögen und Beobachtungen. Das spiegelt die sogenannte Attitude-Behaviour-Gap wider – Menschen berichten das eine, tun aber eigentlich das andere. Deshalb ist es in der Forschung erforderlich, den Fokus von einfachen Fragen wie ‚Wie wichtig ist Ihnen Umweltschutz?‘ auf die Untersuchung der tatsächlichen Entscheidungen von Personen zu verlagern: Wann sind Menschen bereit, mehr Geld für umweltschonende Produkte auszuge-

ben? Die Schwierigkeit bei Befragungen ist beispielsweise, dass sie voraussetzen, dass Menschen wissen, warum sie was tun. Aber: Menschen sind generell nicht gut darin, ihre Fähigkeiten und ihr Handeln korrekt zu beschreiben – oft halten wir uns für viel rationaler als wir eigentlich sind.“ Die Forschenden an der HSBI hingegen können feststellen, wie sich die Personen tatsächlich verhalten. Dafür nutzen sie unter anderem das Wirtschaftspsychologische Labor. Bewerbungsgespräche oder Tests für Führungskräfte und Entscheidungsträger kann das Team hier auf den Prüfstand

stellen. Und: Die Wirtschaftspsychologie-Experten möchten mehr untersuchen als nur das Konsumverhalten: „Wir wollen wissen: Wie können wir Menschen dazu bringen, sich für nachhaltige Lösungen zu entscheiden?“ Die Verhaltensforschung an der HSBI kann dazu beitragen, bestehende Forschungslücken zu schließen, neue Konzepte zu validieren und Handlungsempfehlungen für Unternehmen zu liefern. Wer an Kooperationen interessiert ist, kann sich gerne an transfer@hsbi.de wenden.

www.hsbi.de

TAB ARCHITEKTURBÜRO FÜR HOCHBAUPLANUNG GMBH, PADERBORN

Maßgeschneiderte Lösungen geben Ideen Raum

Energiekrise, Bürokratie, hohe Kosten für Baumaterial und gestiegene Zinsen – der Traum vom Eigenheim, Umbau oder der Investition muss dennoch nicht platzen. Der Schlüssel liegt im bedarfsgerechten Bauen, das nicht nur nachhaltig und effizient, sondern auch kosteneffektiv und zukunftsorientiert ist.

„Wir legen großen Wert auf die individuelle Beratung unserer Kunden. Unser Ansatz besteht darin, aufmerksam zuzuhören, Wünsche zu verstehen und dann präzise zu ermitteln, welcher konkrete Bedarf besteht“, betont Farhad Tawalalli, Inhaber des tab Architekturbüros. Ob im gewerblichen Bereich oder im privaten Wohnungsbau – die Schlüssel zur Kosteneffizienz liegen in clever gestalteten Grundrissen, die teilweise multifunktionale Nutzung ermöglichen, ohne dabei den ästhetischen Aspekt zu vernachlässigen. Neben dem Neubau bietet der Erwerb und die energetische Sanierung von Bestandsimmo-

bilien eine attraktive Möglichkeit für den Haus(um)bau. Das tab Architekturbüro gestaltet aus Altbauten „Neubauten“. Und setzt auf modernste Technik dank schneller und präziser 3D-Planung. „Mithilfe von virtuellen Rundgängen via VR-Brille vermitteln wir unseren Kunden ein besseres Raumgefühl und ein tieferes Verständnis für das geplante Bauvorhaben“, ergänzt Farhad Tawalalli, der als Architekt über eine mehr als 20-jährige Expertise im Gewerbebau, der Revitalisierung gewerblicher Flächen sowie im Wohnungsbau verfügt. Sein Partner Vitali Becker, staatlich geprüfter Techniker, blickt auf 15



Foto: Farhad Tawalalli

Jahre Erfahrung in der Bauüberwachung und -koordination sowie im Ladenbau und steht für einen reibungslosen Ablauf auf der Baustelle.

www.tab-architektur.de

IHR EVENT UNSERE RÄUME

Kongress ■ Messe ■ Tagung ■ Feier

**LIVE UND
HYBRID**

**KULTUR
RÄUME
GÜTERSLOH**

ZEITUNGSVERLAG NEUE WESTFÄLISCHE GMBH & CO. KG, BIELEFELD

Vom Nachwuchs profitieren: Ausbildungsmarketing als Erfolgsfaktor für Unternehmen

Employer Branding, Crossmedia-Marketing, Social Recruiting sind die angesagten Buzzwords im Bereich Personalmarketing. Letztlich geht es um die einfache Frage: Wie bekomme ich für mein Unternehmen die richtigen Mitarbeiter; vor allem die richtigen Nachwuchskräfte?

Die Wirtschaft von morgen steht und fällt mit der Qualität ihrer Fachkräfte. Der demografische Wandel und der steigende Bedarf an qualifizierten Arbeitskräften erfordern ein Umdenken in der Personalgewinnung. Ein gezieltes Ausbildungsmarketing ermöglicht es Unternehmen, frühzeitig Kontakte zu potenziellen Talenten herzustellen. Durch eine ansprechende Darstellung des Ausbildungsangebots können junge Menschen für die eigene Branche und das Unternehmen begeistert werden. „Als großes Medienhaus in Ostwestfalen sind wir Ansprechpartner für viele Unternehmen in der Region rund um das Recruiting. In einer Zeit, in der der Wettbewerb um talentierte Mitarbeiter intensiver wird, ist es für Unternehmen von entscheidender Bedeutung, auch in das Ausbildungsmarketing zu investieren“, sagt Andreas Schulze, Stellenmarktmanager bei der Neuen Westfälischen.

Anzeigen im Stellenmarkt der Zeitungsgruppe Neue Westfälische und digital im großen Stellenportal in OWL – www.job.nw.de, job.mt.de und lz.job.de – sind dabei immer noch ein probates Mittel, über starke Reichweiten viele potenzielle Kandidaten zu erreichen; ebenso wie die Specials „Startklar“ und „azubify“. Aufmerksame Zielgruppen sind hier u. a. auch die Eltern und Familien, die „Berater“ der Jugendlichen.

Digitale Kanäle nutzen

Der Fokus im Recruiting liegt aber immer mehr auf der Bespielung digitaler Kanäle,



Andreas Schulze, Stellenmarktmanager bei der Neuen Westfälischen

Photo: NW

sowohl additiv als auch alternativ zu Printformaten. Die Inhouse-Digitalagentur der NW gehört mittlerweile zu den größten Lösungsanbietern für digitale Recruiting-Strategien in der Region. Je nach Stellenprofil werden individuelle Lösungen entwickelt und Kanäle ausgewählt, um junge Talente zeitgemäß anzusprechen – das Portfolio reicht von Facebook, Instagram, Google, TikTok bis hin zu Spotify und YouTube. In 2023 haben hunderte von Unternehmen die langjährige Expertise der NW-Digital-Experten erfolgreich genutzt, um vakante Jobs zu besetzen. Dabei schätzten die

HR- und Marketingverantwortlichen vor allem den Rundumservice von der strategischen Beratung bis hin zur technischen Umsetzung. Digitale Recruiting-Optionen sind abrufbar unter den Webadressen teamverstaerker-owl.de oder media.nw.de – oder Interessierte vereinbaren einfach einen unverbindlichen, aber zielführenden, Beratungstermin. „Unser Talent liegt darin, die Talente für Ihr Unternehmen zu scouten“, betont Andreas Schulze.

www.nw.de

Ihre Photovoltaikanlage mit **Energieversum**

1

Mal entscheiden

25

Jahre sorgenfrei



SIMONSWERK GMBH, RHEDA-WIEDENBRÜCK

Bandsysteme von SIMONSWERK – seit über 130 Jahren Qualität Exzellenz in Produkt und Service

Als international tätige Unternehmensgruppe baut die SIMONSWERK GROUP ihre Kernkompetenz im Bereich hochwertiger Bandsysteme weltweit kontinuierlich aus. Gelebte Kundennähe, langjähriges Vertrauen und stete Innovationskraft prägen die vielfältigen Produktlösungen, maßgeschneiderten Dienstleistungen und den Erfolg der Unternehmensgruppe, die Lösungen für alle Anforderungen liefert.



ANSELMII



TECTUS



COLCOM

Fotos: Tectus, Anselmii, Colcom

Die neu positionierte Marke SIMONSWERK bündelt die gesamte Kompetenz an Bandsystemen, vereint technisches Know-how mit Designanspruch auf höchstem Niveau und bietet ein großes Produktportfolio für jeden Anspruch. Mit hochwertigen Bandsystemen für Objekt-, Wohnraum- und Haustüren bietet SIMONSWERK Produktlösungen für alle Einsatzbereiche und Materialien – für Holz über Glas bis hin zu Kunststoff und Aluminium. Die Marken TECTUS und ANSELMII bieten komplett verdeckt liegende Bandsysteme für moderne, flächenbündige Raumstrukturen und ein Maximum an Ästhetik innerhalb reduzierter Gestaltungskonzepte. Die stromlose magnetische Schließung KEEP CLOSED bietet hierbei eine smarte Alternative zu herkömmlichen Schließsystemen und erhöht damit den Bedien-

komfort. Durch die gezielte Erweiterung des Produktportfolios um hydraulische Bandkonzepte für Glastüren mit integrierter Dämpf- und Schließfunktion eröffnet die Unternehmensgruppe ihren Kunden weitere Gestaltungsmöglichkeiten. Die hydraulischen Türbänder sind dank ihrer ausgezeichneten Eigenschaften vielseitig einsetzbar – sowohl für Objektüren als auch für Wohnraumbereiche, an Innen- oder Außentüren.

Gestaltungsfreiheit dank Oberflächen- vielfalt

Materialien, Oberflächen und Haptik prägen den Charakter eines jeden Raumes. Umso wichtiger ist es, dass alle Details perfekt aufeinander abgestimmt sind. Die Bandsysteme von SIMONSWERK ermöglichen maximale Gestaltungsfreiheit, denn

sie vereinen Design und Funktion auf höchstem Niveau mit unterschiedlichsten Materialien. Dabei spiegelt die Echtheit des Materials seinen Wert wider – und den des Produkts. Neben Edelstahl oder Kupfer ist Mattschwarz eine der zeitlosen Oberflächen. Sie ist vielseitig einsetzbar und wirkt – je nach Umgebung – zeitlos, edel oder zurückhaltend. Darüber hinaus lassen sich für jedes Projekt Türbänder in Wunschfarben realisieren. Als auffällige Akzente oder harmonische Begleiter unterstützen die Produkte so das Gestaltungskonzept des Raumes.

www.simonswerk.com

KAMPMANN BUSINESS RESTAURANTS GMBH

Nouvelle Cantine – ausgezeichnete Betriebsgastronomie

Gleich mehrere Preise konnte Bernhard Kampmann bereits für sein innovatives Konzept für moderne Betriebsgastronomie in Empfang nehmen, u. a. von der Initiative Food & Health. Sein Buch „Nouvelle Cantine“ wurde mit einer Silbermedaille beim literarisch-kulinarischen Wettbewerb der Gastronomischen Akademie Deutschlands ausgezeichnet. „Ein Buch mit Relevanz“, urteilte die aus 60 Experten bestehende Jury. Seit 2017 betreibt der Meisterkoch des Bielefelder Schlichte Hof – bekannt und beliebt für exquisite westfälische Küche – „Kampmann Business Restaurants“ mit insgesamt 22 Betriebsrestaurants in ganz Deutschland. Über die Trendwende in der Gemeinschaftsverpflegung hat er mit dem CLUB REPORT gesprochen.

Herr Kampmann, was unterscheidet ein Betriebsrestaurant von einer Kantine?

Im Mittelpunkt stehen frische und regionale Zutaten, natürlicher Geschmack, ein anregendes Ambiente und ein nachhaltiger Betrieb. Im Schlichte Hof arbeiten wir bereits seit 1991 mit regionalen Produkten und waren schon vor der Zeit, als Nachhaltigkeit in aller Munde war, sehr streng. Die Erzeugnisse stammten aus einem Umkreis von 50 Kilometern. Ein weiterer Aspekt ist das Handwerk. Das beherrschen nur gut ausgebildete Köche. Wir kochen auch in den Betriebsrestaurants frisch, das unterscheidet uns natürlich erheblich vom Convenience Food konventioneller Kantinen. Aber das Wichtigste ist der Faktor Mensch. Angefangen bei den Mitarbeitenden an der Ausgabe, die den Gästen einen guten Appetit wünschen und Fragen zu den Gerichten beantworten bis zum Showkochen vor den Augen der Gäste. In unseren Betriebsrestaurants entsteht immer auch eine Bindung zu den Menschen.

Die Betriebsrestaurants à la Kampmann sehen auch schon ganz anders aus ...

Das Ambiente mit einer warmen Farbgebung ist sehr wichtig. Die Mitarbeitenden sollen ihre Pause genießen, zur Ruhe kommen oder sich mit Kollegen austauschen. Durch eine besondere Architektur mit Nischen und Maßnahmen, wie begrünten Wänden oder Stuhlgleitern reduzieren wir den Geräuschpegel. Wir wollen das



Foto: Thorsten Doerk

Meisterkoch Bernhard Kampmann

Liebblingsrestaurant am Arbeitsplatz sein. Die Herausforderung dabei ist, jeden Tag dieselben Gäste zu begeistern. Deshalb gibt es jeden Tag drei komplett neue Menüs. Sehr gut kommt das Wunschgericht an, das Mitarbeitende per Mail bei uns einreichen können.

Wie ist die Resonanz auf Ihr Konzept der Nouvelle Cantine?

Wir können uns nicht beklagen (*lacht*). Die Anfragen häufen sich. Bevor wir zusammen mit einem Unternehmen den Transformationsprozess starten, führen wir intensive Gespräche, ob die Unternehmenskultur für Nouvelle Cantine bereit ist. Wir haben keine vorgefertigten Pläne, wie

das zu gestaltende Restaurant aussehen wird. Es wird à la carte auf das Unternehmen zugeschnitten. Unser Anspruch ist es, mit dem Restaurant Herzstück des Unternehmens zu sein. Die Investitionen zahlen sich mittelfristig für unsere Kunden aus. Sie können mit frischer und gesunder Verpflegung ihren Mitarbeitenden ihre Wertschätzung zeigen. Das ist auch vor dem Hintergrund des Arbeitskräftemangels und mit Blick auf potenzielle Bewerber ein wertvolles Benefit, mit dem Unternehmen sich als gute und verantwortungsbewusste Arbeitgeber im Rahmen eines Employer Brandings positionieren können.

www.business-restaurants.de

NOLO GMBH, VERSMOLD

Mit einem strategischen Beratungsprozess zum Ziel

Seit 2017 begleitet die Boutique-Agentur NOLO mit Sitz in Versmold Unternehmen quer durch alle Branchen und Größen dabei, ihr digitales Marketing nach vorn zu bringen. Im Gespräch mit dem CLUB REPORT verrät Inhaberin Lara Köllner, warum sie auch manchmal samstagnachts Mails beantwortet.

Frau Köllner, warum eigentlich Boutique-Agentur?

Das ist tatsächlich ein fest eingeführter Begriff, den man aus der Modebranche kennt. Damit möchten wir unterstreichen, dass die persönliche Betreuung unserer Kund*innen im Vordergrund steht. Als wir 2017 mit NOLO an den Start gingen, lag unser Fokus zunächst auf Suchmaschinenoptimierung (SEO) und der Entwicklung von Websites – oftmals ein anonymes Agenturgeschäft mit Ticket-System und Hotline. Das wollten wir von Anfang an anders gestalten. Bei uns bekommt jeder Kunde einen festen Ansprechpartner und die Betreuung, die er sich wünscht. Und wenn ein wöchentlicher Jour Fixe gewünscht wird, dann machen wir das.

Sie arbeiten strategisch. Wie sieht das aus?

Häufig kommen Unternehmen mit einer diffusen Vorstellung, dass sie zum Beispiel im Bereich Social-Media-Marketing „mal was machen müssten“. Hier setzt unser strategischer Beratungsprozess an. Zusammen mit den Kunden erarbeiten wir, welche wirtschaftlichen Ziele erreicht werden sollen. Zu den am häufigsten genannten, zählen Kunden bzw. Mitarbeitende zu gewinnen sowie die allgemeine Sichtbarkeit zu steigern. Wir betrachten, welche Maßnahmen schon durchgeführt wurden oder werden und dann betrachten wir die Ressourcen – Budget, Mitarbeitende – und prüfen, wie der Markt aussieht. Im Rahmen des Budgets setzen wir mit unserer Strategie an. Das kann die Einführung eines Onlineshops sein, Sichtbarkeit bei Google – bezahlt



Foto: NOLO

Inhaberin Lara Köllner

oder organisch –, oder unterschiedliche Maßnahmen in den sozialen Medien. SEO ist ein gutes Tool, um die Zielgruppe genau dort zu erreichen, wo sie gerade ein aktives Interesse an einem Produkt oder einer Dienstleistung bekundet. Ich persönlich bin auch ein großer LinkedIn-Fan, weil man damit nicht „nur“ Mitarbeitende, sondern auch Kunden gewinnen kann.

Quer durch alle Branchen und vom Ein-Frau/Mann-Unternehmen bis zum Konzern – inwiefern profitieren Ihre Kunden davon?

Auf diese Weise sind wir branchenübergreifend immer auf dem Laufenden, was neue Marketing-Trends und Anforderungen von

Google, LinkedIn, Instagram & Co. angeht. Außerdem sehen wir, wie sich das User-Verhalten verändert. Das passiert in der einen Branche oft eher als in einer anderen, aber früher oder später betrifft es alle.

Und warum arbeiten Sie manchmal noch so spät am Wochenende?

(lacht) Wir machen im Bereich SEO sehr viel für Publisher. Wenn ich dann zum Beispiel eine Show betreue, die live im Fernsehen läuft, sitze ich jeweils zwei Stunden vor und nach der Ausstrahlung vor dem Rechner. Und wenn zwischendurch Leerlauf ist, beantworte ich Mails.

www.nolo.marketing

MIT HERZBLUT ANS ZIEL.
UND WIR GEBEN NOCH EINE
PRISE ADRENALIN HINZU.
ERLEBE GRENZENLOSE MOBILITÄT.



BERESA

beresa.de

NTT DATA BUSINESS SOLUTIONS AG, BIELEFELD

Business Solutions für nachhaltige Innovationen

Das global agierende SAP®-Beratungshaus NTT DATA Business Solutions aus Bielefeld hat seinen ersten Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht – Auftakt für eine regelmäßige, jährliche Berichterstattung. Das verantwortliche Engagement des IT-Dienstleisters wird in den kommenden Jahren schrittweise gestärkt und erweitert.

Übergeordnete Bezugsgrößen dabei sind die 17 globalen Ziele für nachhaltige Entwicklung der UN sowie die Vorgaben des Deutschen Nachhaltigkeitskodex. Neben vielen Maßnahmen, die das Unternehmen entlang der Dimensionen Soziales, Umwelt und nachhaltige Unternehmensführung im eigenen Haus umsetzt, liegt ein starker Hebel darin, mittelständische Kunden mit Branchen- und Technologie-Know-how in ihrer digitalen und nachhaltigen Transformation zu begleiten. So werden Lösungen entwickelt, um Emissionen entlang der Wertschöpfungskette erfassen, auswerten und berichten zu können; Datenplatt-

formen und KI-Systeme ermöglichen eine nachhaltige Planung und Steuerung zum Beispiel von Tourismusregionen oder Produktionsprozessen in Landwirtschaft und Lebensmittelproduktion. Weil der Einsatz von IT mit einem hohen Energieverbrauch und entsprechend hohen Emissionen verbunden ist, werden die Rechenzentren von NTT DATA Business Solutions in Deutschland bereits heute mit Ökostrom betrieben und nutzen hochmoderne Luftkühlung sowie effiziente Abwärmesysteme, um den Energieeinsatz zu minimieren. Der vollständige Nachhaltigkeitsbericht kann hier eingesehen werden:



Norbert Rotter, Vorstandsvorsitzender von NTT DATA Business Solutions AG und EVP von NTT DATA, Inc.

<https://nttd.link/nachhaltigkeitsbericht>.

www.nttdata-solutions.com



Du bist einzigartig!

Und im Stadtwerke Club
schenken wir dir
außergewöhnliche Erlebnisse.

Für unsere Kund:innen*
mit einem Stromtarif,
BITel-Internetvertrag,
moBiel- oder Bäder-Abo

* gemäß AGB Stadtwerke Club



GENUSSWERKSTATT BY GOP, BIELEFELD

Firmenevents und Caterings aus Leidenschaft

Ob ein Mitarbeiter-Sommerfest mit Beachparty-Flair, ein hauseigener Weihnachtsmarkt oder eine Tagung mit royalem Ambiente – wer sein nächstes Firmenevent mit der Genusswerkstatt by GOP plant, kann auf jeden Fall eines erwarten: eine Veranstaltung, die von A bis Z außergewöhnlich ist.

Foto: Genusswerkstatt



Von der Speisen- und Getränke-Auswahl über Dekoration und Live-Entertainment aller Art bis hin zur Ausführung vor Ort mit einem herzlichen und professionellen Team – die Catering-Profis sorgen seit mehr als 20 Jahren für ein „Rundum-sorg-

los“-Paket. Dabei gehen sie individuell auf die Kunden ein und entwickeln so ein maßgeschneidertes Konzept für die Veranstaltung.

„Das gesamte Team ist immer mit viel Herzblut und Leidenschaft dabei und möchte dem Kunden ein besonderes Erlebnis bieten. Dabei stehen Qualität, Kreativität und ein faires Preis-Leistungs-Verhältnis für uns stets im Vordergrund“, erklärt Marie Böttcher, Veranstaltungsleitung der Genusswerkstatt by GOP.

„Um den Gästen ein Lächeln ins Gesicht zu zaubern, muss es nicht immer das teuerste Produkt sein. Selbst eine simple

Currywurst wird mit verschiedenen Toppings und Saucen zu einem Highlight für den Gaumen“, ergänzt die Prokuristin. Neben klassischem Cateringservice beim Kunden betreut die Genusswerkstatt auch eigene stimmungsvolle Locations, wie das Schloss Bückeberg und die angrenzende Eventlocation Lilly's, das Forum in Melle, die Sportschlounge im Hækker Wiehenstadion Rödinghausen, das Schloss Ovelgönne in Bad Oeynhausen und die Stadthalle in Lübbecke.

www.gop-gw.de

www.sauber.jetzt



ARTGERECHT WERBEAGENTUR GMBH, BIELEFELD

Geschichtenerzähler seit 25 Jahren

Kommunikation braucht gute Geschichten und keine Märchen. Besser gesagt: eine zielgerichtete Content-Strategie. Sie ist ein entscheidendes Element für jedes erfolgreiche Marketing und bildet das Rückgrat einer zielgerichteten und effektiven Ansprache der jeweiligen Zielgruppen. Wie es der Artgerecht Werbeagentur bereits seit 25 Jahren gelingt, stets den richtigen Ton zu treffen, darüber berichtet Kreativ Direktor Thomas Volkmar in seinem Gastbeitrag.

Am Anfang steht die richtige Content-Strategie. Sie ermöglicht es, die Markenbotschaft klar zu definieren und die Positionierung im Markt zu stärken. Durch die gezielte Erstellung von Inhalten wird die Zielgruppe überzeugend angesprochen und die eigene Einzigartigkeit hervorgehoben. Konsistente und hochwertige Inhalte helfen dabei, das Vertrauen der Zielgruppe zu gewinnen und die Glaubwürdigkeit als Experte in der Branche zu etablieren. Mit einer gut durchdachten Content-Strategie werden nicht „nur“ relevante Themen ventilert, sondern auch wertvolles Wissen vermittelt, was langfristig zu einer loyalen Kundenbasis führt.

Durch die gezielte Verbreitung von ansprechenden Inhalten wird die Markenbekanntheit erhöht und eine größere Reichweite erzielt. Dabei werden die verschiedensten Kanäle, wie PR, Social Media, Blogs, Videos etc. effektiv genutzt, um die vorab definierte Zielgruppe zu erreichen und zu involvieren.

Zudem ist qualitativ hochwertiger Content ist ein wesentlicher Faktor für ein gutes Suchmaschinenranking Ihrer Website.

Sechs Punkte für eine erfolgreiche Content-Strategie

Zielgruppenanalyse:

Wir Analyse gründlich Ihre Zielgruppe, um zu verstehen, welche Arten von Inhalten diese ansprechen und welche Bedürfnisse sie haben.

Themenrecherche und -planung:

Wir identifizieren relevante Themen und Keywords, die Ihre Zielgruppe interessieren und die zu Ihrem Unternehmen passen. Daraus entwickeln wir einen



Redaktionsplan, der die regelmäßige Veröffentlichung von Inhalten über verschiedene Kanäle hinweg unterstützt.

Content-Formate und Kanäle:

Wir berücksichtigen alle relevanten Content-Formate für die Online- und Offlinekommunikation, um Ihre Botschaft auf vielfältige Weise zu verbreiten.

Contententwicklung und -produktion:

Ob Text, Foto oder Video – mit unserem großen Team aus Redakteur*innen, Designer*innen, Social-Media-Expert*innen, Kameraleuten und Programmierer*innen produzieren wir sämtliche Content-Formate.

Qualitätskontrolle und -optimierung:

Wir stellen sicher, dass alle Inhalte, die wir produzieren von hoher Qualität sind und den Bedürfnissen Ihrer Zielgruppe entsprechen.

Messung und Analyse:

Wir verwenden verschiedene Tools, um regelmäßig den Erfolg unserer Cont-

ent-Strategie zu messen, zu analysieren und gegebenenfalls zu optimieren. Dabei sind Metriken wie Engagement, Traffic, Conversions und ROI entscheidende Parameter.

Alles eine Frage der Haltung.

Ideen, über die man spricht, müssen außergewöhnlich sein. Kreativ, lebendig, intelligent. Im Idealfall sind sie so einfach, dass sie auf einen Bierdeckel passen.

Seit 1999 entwickeln wir im Herzen der Bielefelder Altstadt genau solche Ideen, mit konzeptionellem Ansatz und hoher gestalterischer Qualität. Und wir glauben an ihre Kraft, egal in welchem Medienkanal sie eingesetzt wird.

Wir denken – mit, nach, quer, um die Ecke aber vor allem denken wir weiter! Darüber hinaus haben wir eine klare Philosophie, wie und für wen wir arbeiten. Artgerecht – Echt außergewöhnliche Kommunikation seit 25 Jahren.

www.artgerecht.de

VOGELSÄNGER STUDIOS GMBH & CO. KG, LAGE

VOGELSÄNGER STUDIOS

feiern Firmenjubiläum – 75 Jahre Mut

Keine Branche ist so schnelllebig wie die Werbe- und Kreativbranche. Die VOGELSÄNGER STUDIOS haben es verstanden, sich seit 75 Jahren immer wieder neu zu erfinden. Das Schmiermittel im Maschinenraum der Kreativität: Mut. Deshalb lautet der Claim seit 2018: „BE BRAVE“. „Wir glauben fest daran, dass eine gute Geschichte die beste Werbung ist. Dazu braucht es Mut – auf beiden Seiten“, ist die Vogelsänger-Familie überzeugt.

Alfred Vogelsängers Pionierleistung legte den Grundstein zum heutigen Erfolg. Der Kommandant zur See rettete seine Leica-Kleinbildkamera aus den Wirren des Zweiten Weltkriegs und machte 1947 sein Hobby zum Beruf. Als Fotografengeselle lichtete er zunächst Bauernhochzeiten und Konfirmationen ab und eröffnete 1949 in einer Scheune in Bösingfeld ein Fotostudio. Mit viel Mut ging Alfred seine nächste Vision an: ein großes Fotostudio für Möbelfotografie. Eine revolutionäre Idee, wurden Möbel zu jener Zeit auf Werbeplakaten noch als Zeichnungen dargestellt. Seine Fotos fanden reißenden Absatz – stammten doch 80 Prozent aller deutschen Möbel aus einem Umkreis von 50 Kilometern. 1959 fiel der Spatenstich für das Studio in Helpup, bereits 1968 wurde die Fläche mehr als verdoppelt. Ende der 1960er Jahre zeigte auch Sohn Gert Vogelsänger, Deutschlands jüngster Fotografen-Meister, dass „er Mut kann“. Er vertrat Vater Alfred als der Otto Versand zu Verhandlungen aus Hamburg kam und gewann einen treuen Großkunden. Die Nachfrage nach Vogelsänger Fotos für die Möbelwerbung war so groß, dass dringend mehr Fläche geschaffen werden musste. 1972 wurde das neue Studio in Lage-Pottenhausen gebaut – dem heutigen Firmensitz. Hinzu kam vier Jahre später ein gemietetes Studio in München, um die Anfragen der Hersteller und Händler aus Süddeutschland und Österreich zu bedienen. Mit Manfred Vogelsänger und Vogelsänger Düsseldorf hielt 1975 die große weite



Die drei Generationen der Vogelsänger-Familie: Enkel Kai, Vater Gert († 2016) als Stanzfigur, Onkel Manfred, Opa Alfred († 1998) ebenfalls als Stanzfigur und Enkel Cord Vogelsänger (v. l.)

Werbewelt einzug in das Familienunternehmen und wurde 1989 mit Vogelsänger Film komplettiert. In Sennestadt entstand bereits 1994 das erste digitale Fotostudio samt sukzessivem Aufbau einer eigenen Postproduktion und CGI-Abteilung. Zum 50-jährigen Jubiläum 1999 stieg mit Katja, Kai und Cord Vogelsänger die dritte Generation ein. 2001 der nächste mutige Meilenstein: die Gründung von Vogelsänger Event. 2008 ging die Familie den nächsten Schritt – das gemietete Studio in Eching bei München zog in eine neu erworbene Immobilie in Neufahrn um. Die BSH Group betreibt dort seit 2020 gemeinsam mit Vogelsänger die „Content Factory“ für viele Konzern-Produktionen. Der Bereich Film und Event unter der Leitung von Ralf Vockel, Christian Tjo und Marc Hölscher wuchs ebenfalls. Neue Räumlichkeiten wurden 2020 in direkter Nachbarschaft zum Stammhaus in La-

ge-Kachtenhausen bezogen.

„Nicht mehr einzelne Standorte stehen im Mittelpunkt, sondern die begeisterte Zusammenarbeit über die Standorte hinweg – auch unter Einbeziehung neuer und freier Köpfe“, sagt Cord Vogelsänger. Heute bieten die VOGELSÄNGER STUDIOS mit mehr als 100 Mitarbeitenden Fotografie, Film und Live-Kommunikation in realen und digitalen Werkstätten, mit über 12.000 m² Studiofläche an den beiden Standorten. Seit 2018 ist der Claim „BE BRAVE“ Ausdruck der Identität des Unternehmens. „Das ‚Be BRAVE‘ trägt uns mit enormer Kraft“, so Kai Vogelsänger. „Wir sind immer neugierig, wir sind als Team begeisterungsfähig und verfolgen mutige Ideen konsequent.“

www.vogelsaenger.de

Foto: VOGELSÄNGER STUDIOS

VON BUSCH GMBH, BIELEFELD

Die nächste Generation ist digital – und zutiefst menschlich

Beim in Bielefeld ansässigen Spezialisten für Printlösungen, digitale Transformation und IT-Infrastruktur tut sich so einiges. Zum Jahresbeginn hat Stefan von Busch, Gründer und bisher alleiniger Gesellschafter, seine Unternehmensanteile der nächsten Generation übertragen. Darüber und was es noch Neues bei von Busch gibt, haben wir mit Victor von Busch gesprochen.

Wie haben Sie den Prozess der Generationennachfolge empfunden?

Das war ein sehr harmonischer Prozess. Vor fünf Jahren bin ich ins Unternehmen eingestiegen und habe ein Jahr sämtliche Mitarbeitenden an ihren unterschiedlichen Arbeitsplätzen kennengelernt. Das klingt nach einer langen Zeit, aber letztlich habe ich jeden und jede etwa zwei bis drei Tage begleiten dürfen und dabei viel gelernt. Parallel habe ich mir eigene Herausforderungen gesucht. Zusammen mit dem Team sind wir beispielsweise das Thema strukturiertes Projektmanagement angegangen. Mein Vater Stefan hat mir von Anfang an freie Hand gelassen und darauf vertraut, dass die Themen, die ich bearbeitete, dem Unternehmen von Busch nachhaltig zugutekommen. Meine Schwester Morgan als gelernte Ergotherapeutin unterstützt mich mit ihrer externen Perspektive.

Welche Themen haben Sie bereits angestoßen?

Wir sind ein offenes Unternehmen, in dem jeder Mensch willkommen ist. Mir ist es wichtig, unsere Unternehmenskultur mit unseren Werten mitzuprägen – auch im Hinblick auf Performance. Wir gehen von der Prämisse aus, dass nicht der Erfolgreiche glücklich ist, sondern der Glückliche Erfolg hat. Deshalb haben wir einen Teil unserer Mitarbeitenden in Corporate Happiness geschult und damit zu Multiplikatoren ausbilden lassen. Dabei ging es unter anderem um das Miteinander, Wohlbefinden und Vielfalt. Während der Pandemie haben wir unseren Mitarbeitenden zudem einen Workshop zur Stressbewältigung samt Entspannungs-



Stefan von Busch (Mitte) mit seinen Kindern Morgan und Victor

Foto: Linda Weichert

techniken angeboten. Die Veranstaltung wurde von einem Psychotherapeuten geleitet und die Workshopteilnehmenden konnten anschließend auch Einzelstunden nehmen. Gleiches haben wir wenig später mit einem Gesundheits- und Fitness-Coach wiederholt.

Was macht Ihnen im Job als Geschäftsführer und Vertriebsleiter gerade so richtig Freude?

Bei Printprodukten haben wir uns dank unserer langjährigen Erfahrung und Innovationsbereitschaft eine Expertise erarbeitet, die in Deutschland einmalig ist. Mich begeistern digitale Produkte, zum Beispiel für die Lagerlogistik, die die Arbeitsprozesse unserer Kunden effizienter gestalten. Wir stellen gerade unsere Digitalisierungs-

beratung anhand eines Zyklus' neu auf. Mit einem strukturierten Mehrstufenplan erarbeiten wir mit unseren Kunden im ersten Schritt, welche staatlichen Förderungen sie in Anspruch nehmen können. Anschließend analysieren wir den Ist-Zustand, erstellen ein Soll-Konzept, implementieren je nach Zielsetzung neue Software oder neue Systeme und dokumentieren das Verfahren. Damit sind wir aber noch nicht am Ende des Prozesses. Mit der Re-Analyse prüfen wir, ob die Prozesse wie geplant umgesetzt wurden und starten ein Re-Testing, womit sich der Kreis wieder schließt. Die Digitalisierung bietet so viele Potenziale, die es für und mit unseren Kunden zu heben gilt.

www.vonbusch.digital

LACKIERSHOP 24.de

IHR ONE-STOP-SHOP
FÜR LACKIERTECHNIK



Oltrogge 

DI.UNIT GMBH, BIELEFELD

Zusammen sind sie eins: DI.UNIT feiert ersten Geburtstag

Vor einem Jahr begann die gemeinsame Zukunft: Am 1. März 2023 fusionierten rosenberger | data (Geschäftsbereich der Bielefelder Rosenberger Gruppe) und FRANKENRASTER GmbH (Buchdorf/Bayern). Als DI.UNIT GmbH gestalten die ehemaligen Wettbewerber jetzt vereint die digitale Zukunft ihrer Kunden aus Wirtschaft und öffentlicher Verwaltung. Mit der Fusion schlossen die Bielefelder ihre Neuausrichtung ab. Dazu gehörte auch die Ausgliederung des Bereichs rosenberger | media in eine eigenständige Gesellschaft. Im Interview erläutert Stephan Kraus, Geschäftsführer Marketing/Vertrieb bei DI.UNIT, die Hintergründe der Fusion und warum OWLer und Bayern gut zusammenpassen.

DI.UNIT? Was bedeutet das und was macht das Unternehmen?

DI.UNIT steht für „Digital United“. Der Firmenname zeigt, was wir tun: gemeinsam Unternehmen und öffentlichen Verwaltungen Wege zu ebnet in der digitalen Transformation. Der Ansatz ist umfassend: Wir befreien unsere Kunden von Papier und mühsamen analogen Abläufen. Dazu digitalisieren und lagern wir Papierarchive und führen bei unseren Kunden digitale Dokumentenmanagement-Systeme und Workflow-Automatisierungen ein.

Warum haben die Unternehmen fusioniert?

Wie alle Mittelständler haben auch wir große Herausforderungen: Fachkräftemangel, Wettbewerbs- und Kostendruck und hohen Investitionsbedarf. Gemeinsam können wir diese Herausforderungen besser meistern, mit unseren Kunden wachsen und die steigenden Anforderungen deutschlandweit erfüllen. Als DI.UNIT sind wir zu einem nationalen Player geworden.

Wie kommt man als Ostwestfalen auf die Idee, sich mit Bayern zusammenzuschließen? Gibt es kulturelle Unterschiede?

Die Geschäftsführer von ehemals rosenberger | data und FRANKENRASTER, Andreas Boenke und Hans-Joachim Meinert, kennen und schätzen sich seit Jahrzehnten. Kein Wunder, gelten sowohl



Foto: DI.UNIT

Stephan Kraus, DI.UNIT Geschäftsführer Marketing/Vertrieb, freut sich über den ersten Geburtstag des fusionierten Unternehmens.

der Ostwestfale als auch der bayerische Schwabe als bodenständig, beharrlich und naturverbunden. Es gibt auch darüber hinaus viele Gemeinsamkeiten der Unternehmen aus zwei wirtschaftlich starken Regionen. Natürlich gibt es auch Unterschiede: Die Brezeln und der Leberkäse schmecken in Buchdorf eindeutig besser. Zudem meiden wir das Thema Fußball, weil es uns Bielefeldern da gerade weh tut ...

Wie funktioniert die Zusammenarbeit über die Entfernung?

Sehr gut! Hier hilft unsere Erfahrung aus hunderten Digitalisierungsprojekten. Wir haben jetzt ähnliche Herausforderungen wie unsere Kunden, die standortübergreifend arbeiten. Digitale Prozesse sind da ein absolutes Muss!

www.di-unit.de

strenges

NATÜRLICH VERPACKEN

VERPACKEN

REINIGEN

HEBEN & ZURREN

ARBEITSSCHUTZ



Mit ökologischen Produkten
von Strenges: www.strenges.de



Strenges Ihr Service-Partner und Produktbeschaffer

Als Ihr Großhändler für Verpacken, Reinigen, Heben & Zurren und Arbeitsschutz bieten wir Ihnen die wichtigsten Artikel aus einer Hand.

Möchten Sie Ihre Produkte effizient verpacken? Unsere Experten stehen Ihnen mit maßgeschneiderten Verpackungsprodukten zur Verfügung. Wenn Sie professionelle Reinigungsprodukte suchen, kontaktieren Sie unsere Reinigungsexperten. Sie bieten nicht nur Reinigungs- und Hygieneprodukte, sondern auch Produkte für die Hautpflege. Bei unseren Hebe- und Zurr-Experten finden Sie nahezu alles, was Sie für das Heben, Sichern und die Höhensicherung benötigen. Unsere Arbeitsschutz-Experten sind Ihre Ansprechpartner für Arbeitsschutzprodukte. Qualität steht bei uns an erster Stelle.

Kontaktieren Sie uns! *Wir haben, was Sie benötigen.*



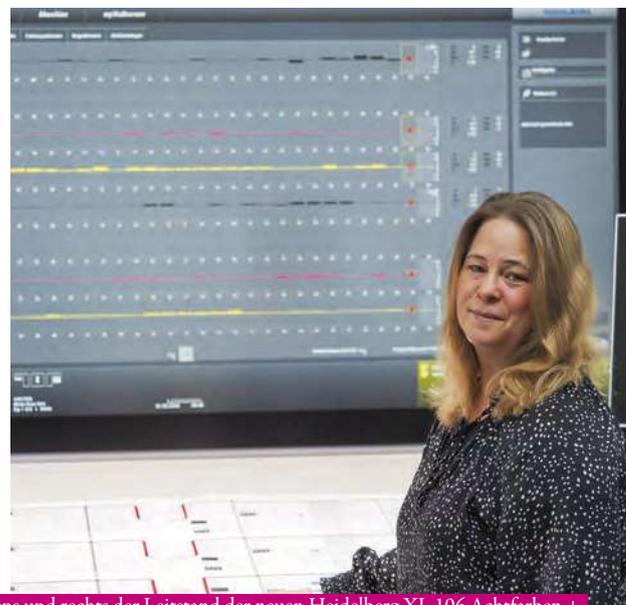
www.strenges.de

HANS GIESELMANN DRUCK UND MEDIENHAUS GMBH & CO. KG, BIELEFELD

75 Jahre Druckerei Gieselmann: eine Zeitreise durch Tradition und Innovation

In den Wirren des Nachkriegsdeutschlands begann eine Geschichte, die nicht nur von Farbe auf Papier erzählt, sondern von Liebe, Leidenschaft und dem Meistern von Herausforderungen handelt. Das Jahr 1949 war eine Zeit des Wiederaufbaus und der Hoffnung. In diesem Umfeld wagte Opa Gieselmann (1900-1986) zusammen mit seinem Sohn Hans den Aufbau einer Druckerei.

Fotos: Gieselmann



Die erste Druckmaschine aus den Anfängen des 1949 gegründeten Unternehmens und rechts der Leitstand der neuen Heidelberg XL 106 Achtfarben + Dispersionslack mit der stolzen Unternehmerin Henrike Gieselmann

Alles begann in Bielefeld in den Wohnräumen an der Henschelstraße. Das Schlafzimmer wurde zum Papierlager, im Badezimmer hingen Bögen zum Trocknen. Eine Setzerei blühte auf und die Auslieferung erfolgte mit dem Fahrradanhänger. Die ersten Maschinen waren noch von traditioneller Buchdruckart – Heidelberg Tiegel und Zylinderautomat – und hatten bewegliche Lettern wie sie einst Gutenberg im 15. Jahrhundert erfand. Und auch wenn Hans Gieselmann in dieser Zeit oft Finanzsorgen plagten: Er war ein Stehaufmännchen, ein positiver Mensch, der stets nach vorne blickte. Bereits zehn Jahre später wurden weitere Räume an der Voltmannstraße angemietet, um der steigenden Nachfrage nach Druckerzeugnissen gerecht zu werden. Im Jahr 1964 erfolgte der Umzug nach

Quelle. Hier wurde neben einer Druckerei das Wohnhaus bezogen. Sieben Jahre später kam Henrike, die Tochter von Hans Gieselmann, zu Welt. Als gelernte Druckvorlagenherstellerin trat sie 1995 mit 24 Jahren in das Unternehmen ein und repräsentiert heute die zweite Generation. Ein wegweisender Schritt erfolgte 1996 mit dem Beginn des Digitaldrucks, um kostensparend geringe Auflagen zu realisieren. Im Jahr 2003 stiegen Henrike und ihr Bruder Henner als Gesellschafter in die Geschäftsführung ein. Die Zusammenarbeit mit dem Vater basierte auf großem gegenseitigen Vertrauen. Henner Gieselmann führte die Niederlassung in Potsdam, die 1991 von Hans Gieselmann gegründet worden war. 2016 verabschiedete sich Hans Gieselmann in den Ruhestand, 2020 verstarb er. Doch sein Erbe und sei-

ne Werte bewahrt seine Tochter bis heute mit großem Respekt – mit großem Erfolg. Das Unternehmen entwickelte sich immer weiter und beschäftigt heute 100 Mitarbeiter, erwirtschaftet 15 Millionen Euro Umsatz und zählt zu den führenden und modernsten Druckereien in Ostwestfalen. Mit der neuesten Druckmaschine, der XL von Heidelberg, beweist Gieselmann erneut Innovationskraft, denn Veränderung gehört für Geschäftsführerin Henrike Gieselmann zum täglichen Geschäft, um Kundenwünsche passgenau zu erfüllen und auf dem sich ständig wandelnden Markt zu bestehen. Die Druckindustrie mag sich verändern, aber Gieselmann bleibt nicht nur am Puls der Zeit, sondern gestaltet die Zukunft aktiv mit.

www.gieselmanndruck.de

Für die einen ist es nur ein Golfplatz ...

*...für unsere Club-Bienen der wohl
schönste Arbeitsplatz am Teutoburger
Wald!*

**EINMALIG.
ANDERS.
GOLFEN.**



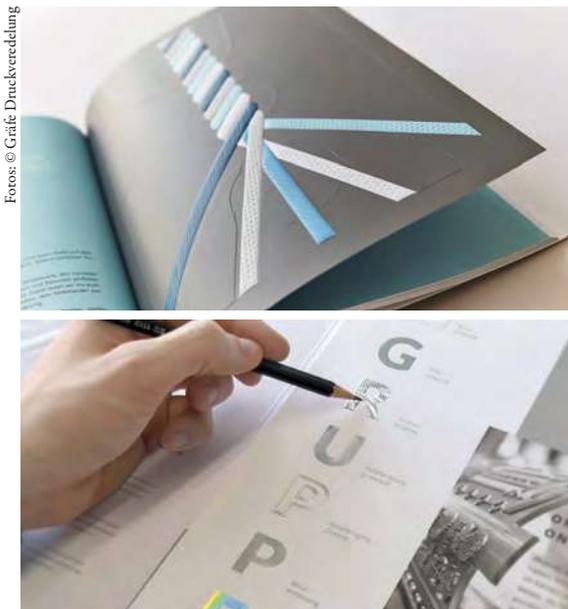
www.gctw.de



GRÄFE DRUCKVEREDELUNG GMBH, BIELEFELD

Wenn sich Print mit Glamour schmückt ...

Für Kunden aus ganz Deutschland steht der Name GRÄFE für erlesene Printkreationen: Jedes Druckprodukt erhält hier das „gewisse Etwas“. Denn das familiengeführte Unternehmen GRÄFE Druckveredelung aus Bielefeld gilt als Trendsetter für anspruchsvolle Veredelung. Eigentlich geht es „nur“ um die Veränderung der Oberfläche von Papier. Das können Metallisierungen in Gold, Silber, Farbe oder Perlmutter schimmernd sein, matt oder glänzend, Elemente mit Nachleuchtfarben, Glanzlackierungen, Blindprägungen, holografische Effekte –, um nur einige der zahllosen Möglichkeiten zu nennen.



Und wofür braucht man das?

Überall dort, wo Unternehmen wirkungsvoll auf sich aufmerksam machen wollen, um Kunden multisensorisch, vor allem über Optik und Haptik, anzusprechen. Denn Druckveredelung transportiert Botschaften über die Sinne viel schneller als über Worte: auf Verpackungen, Etiketten, Broschüren, Urkunden, Visitenkarten – und all den anderen Printprodukten, die den digitalen Medien diese „Einfühlsamkeit“ voraushaben.

„Ob glamourös oder zurückhaltend elegant, effektiv oder nuanciert, das entscheiden allein unsere Kunden“, sagen die beiden Geschäftsführer Frank und Christian Denninghoff. „Wir von GRÄFE mit Sitz in Bielefeld und Landau sind auf ganz unter-

schiedliche Kunden und Erwartungen eingestellt.“ Zur Kundschaft zählen Agenturen, Druckereien, Verlage und Verpackungshersteller, Gastronomiebetriebe, anspruchsvolle Privatkunden und Markenartikler, darunter internationale Namen. Einige Kunden wählen gezielt aus, andere geben vertrauensvoll ganze Projektbereiche direkt bei GRÄFE in Auftrag. Denn das engagierte Team unterstützt je nach Bedarf ganzheitlich von der Planung einschließlich Musterproduktion und Papierauswahl über die Design-Phase bis zur detailverliebten Produktion. Ein umfangreicher Maschinenpark erlaubt es GRÄFE, sämtliche Veredelungstechniken durchzuführen. Handwerkliches Können, jahrzehntelange Erfahrung und ästheti-

sches Gespür tragen dazu bei, dass der Name GRÄFE für Spitzenergebnisse in der Druckveredelung steht.

Jüngster Beleg dafür ist die erneute Auszeichnung zum „Kreativdrucker des Jahres“ im November 2023. Sie ist Teil der renommierten Druck&Medien Awards, der bedeutendsten Würdigung für exzellente Leistungen in der Printbranche. Aber Beispiele sagen mehr als all die Preise: Wenn sich Papier in echt anmutendes Leder verwandelt oder in eine knackige Schokolade in knisternder Folie – dann ist das sichtbar und spürbar GRÄFE Druckveredelung.

www.graefe-druckveredelung.de

IP ADELT GMBH, BIELEFELD

Werbeartikel erzeugen 1001 Emotionen

Haptische Werbung wirkt, und zwar nicht nur in der Hand, sondern auch im Herzen. Werbeartikel transportieren die Markenbotschaft anders als andere Marketinginstrumente – sie sind pure Emotion. Das belegen aktuelle wissenschaftliche Untersuchungen, die mit Emotionsmessung über Körpersignale und tiefenpsychologischen Interviews die Wirkung von Werbeartikeln untersuchen.

Die Proband*innen erhielten Werbemittel in verschiedenen Kategorien, von kleinen Aufmerksamkeiten über dezent gebrandete Artikel bis zu wertigen, deutlich gebrandeten Gegenständen. Die Studien zeigen, dass Werbeartikel stark emotionalisieren können.

Wirklich spannend ist dabei folgendes:

Bei manchen Emotionen – vor allem, wenn man Sympathiepunkte für eine Marke sammeln möchte – schlagen Werbegeschenke alle anderen Marketingkanäle wie TV, Social Media und Co. Außerdem ist man mit haptischen Werbemitteln auf der sicheren Seite. Selbst wenn der Artikel nicht hundertprozentig den Geschmack des Beschenkten trifft, schadet er laut Studie der Kundenbeziehung nicht. Das Thema Werbemittel birgt sehr viel Potenzial. Die Experten von IP Adelt unterstützen dank ihrer Erfahrung gern dabei, die optimalen, haptischen Artikel zu identifizieren, anzupassen und zu produzieren.

www.ip-adelt.de
www.1001emotion.de

Foto: Eric Adelt



NTT DATA Business Solutions

TechnoLogisch nachhaltig



We Transform. SAP® Solutions into Value

Wir verstehen die Geschäfte unserer Kunden und wissen, wie man Unternehmen erfolgreich in die Zukunft führt. Bei NTT DATA Business Solutions treiben wir Innovationen voran: Von der Beratung und Implementierung bis hin zu Managed Services und darüber hinaus verbessern wir kontinuierlich SAP-Lösungen und -Technologien, damit sie für Unternehmen – und ihre Mitarbeitenden – funktionieren.

Bereit für den nächsten Schritt?
www.nttdata-solutions.com

Hier finden Sie unseren ersten
Nachhaltigkeitsbericht:
nttd.link/nachhaltigkeitsbericht



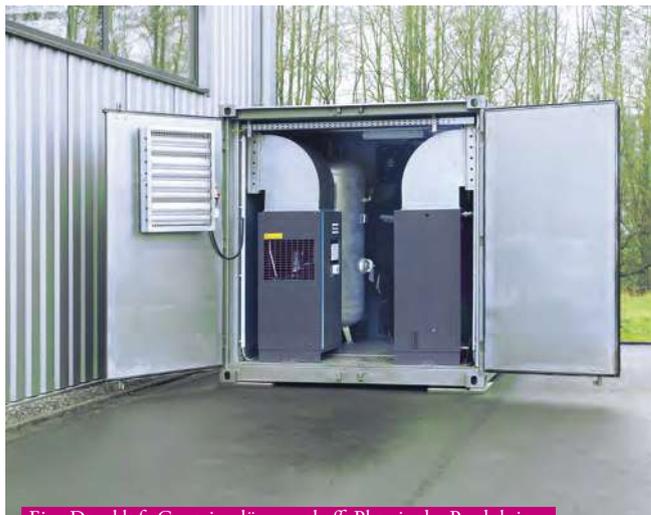
OLTROGGE GMBH & CO. KG, BIELEFELD

Mit Oltrogge als Partner sind Wettbewerbsvorteile garantiert

Die Oltrogge GmbH & Co. KG, gegründet 1866, ist der Engineering-Partner für technisch anspruchsvolle Industrielösungen. Das Bielefelder Familienunternehmen in fünfter Generation berät rund 15.000 Industriekunden aus unterschiedlichsten Branchen weltweit. Um einen nachhaltigen Produktionserfolg zu garantieren, kümmert sich Oltrogge mit ganzheitlichem Service um die Optimierung von Bestandsanlagen und die Konzeption neuer Produktionswege in den Bereichen Oberflächen- und Drucklufttechnik sowie Werkzeugmaschinen.



Maximale Prozesssicherheit bei der Lackierung von Eisenbahnwagons



Eine Druckluft-Containerlösung schafft Platz in der Produktion.

Ob Glas, Keramik, Leder, Holz, Kunststoff oder Metall – Oltrogge entwickelt seit Jahrzehnten maßgeschneiderte Lackieranlagen für jede Oberfläche für die Hand- und Automatikapplikation. Für zuverlässige und qualitativ hochwertige Lackierergebnisse produziert das Unternehmen unter anderem die modulare 2K-/3K-Misch- und Dosieranlagen der Eigenmarke „Regular“, die sich flexibel in unterschiedliche Produktionswege implementieren und wahlweise mit Hoch- oder Niederdruck betreiben lassen. Für hochglänzende Oberflächen hat Oltrogge darüber hinaus Polyesterspritzgeräte für die Edelholz- und Karbonfaserbeschichtung im Portfolio, die dem Interieur von Yachten und Luxus-Limousinen, aber auch dem Klavier und Konzertflügel eine perfekte Oberfläche verleihen. Ergänzt wird das Portfolio durch eine eigene Molchanla-

ge für den effizienten Farbwechsel, welche nachweislich Lösemittel, Arbeitszeit im Spülprozess und somit bares Geld spart. Für einen sicheren Lackierprozess sowie die perfekte Qualität der Lackieroberfläche ist hochqualitative Druckluft essenziell. So verzahnt das Unternehmen in seinem Portfolio die Oberflächentechnik mit der Drucklufttechnik. Als Premiumpartner des Weltmarktführers Atlas Copco konzipiert, montiert und modernisiert Oltrogge maßgeschneiderte Druckluft- und Vakuumanlagen in jeder Größenordnung und unterstützt seine Kunden ganzheitlich – von der Druckluftherzeugung über die Druckluftaufbereitung und -überwachung bis hin zum Farbauftrag. Auch für die Erzeugung von Stickstoff als Zerstäubergas in der Nasslackierung hat Oltrogge eine eigene Lösung entwickelt, denn die besonders feine und

effiziente Zerstäubung des Lackmaterials erzielt spielerisch optimale Lackierergebnisse und spart zusätzlich noch bis zu 20 Prozent Material.

Abgerundet wird das Portfolio des Bielefelder Unternehmens durch ein umfangreiches Serviceangebot. Ob Wartung, Reparatur, Retrofit oder eine clevere Anlagenerweiterung – Oltrogge sorgt dafür, dass die Produktion auf Kundenseite sicher, effizient und vor allem nachhaltig läuft. Mit diesem ganzheitlichen Ansatz sichert Oltrogge seinen Kunden beste Ergebnisse, maximale Prozesssicherheit und die Einsparung von Ressourcen und Kosten – und damit langfristige Wettbewerbsvorteile.

www.oltrogge.de

RAVENSBERGER PARK VERANSTALTUNGS
GMBH, BIELEFELD

Eine außergewöhnliche Location

Diese Location ist ein echter Hingucker. Idyllisch gelegen inmitten einer liebevoll begrüneten und überaus gepflegten Parkanlage bietet der Ravensberger Park mit seinem einzigartigen Ambiente den perfekten Rahmen für die unterschiedlichsten Formate.



Das historische Gebäude-Ensemble im Grünen – und dennoch ganz zentral in der City – bietet nicht nur den perfekten Rahmen für Tagungen, Seminare oder Kongresse, sondern für Events jeglicher Art. Bei Hochzeiten punktet die Location zudem mit stimmungsvollen Hintergrundmotiven. Als Veranstalter kann man sich entspannt zurücklehnen und die Organisation dem versierten Team um Thomas, Frank und Steffen Neugebauer überlassen. Der Fullservice im Ravensberger Park umfasst neben den Räumlichkeiten für 20 bis 500 Personen modernste Tagungs- und Veranstaltungstechnik. Dank des flexiblen Raumangebots ist hier (fast) alles möglich. Darüber hinaus kümmern sich die Event-Fachleute gern um das Catering, ein passendes Rahmenprogramm samt Deko und die vielen kleinen und großen Details, die es bei der Planung und Durchführung zu beachten gilt. Am Veranstaltungstag selbst wird für einen reibungslosen Ablauf gesorgt. Das funktioniert so gut, weil die Neugebauers über ganz viel Erfahrung verfügen. Seit 28 Jahren sind sie nun schon in Sachen Veranstaltungen im Ravensberger Park am Start – und wissen, worauf es ankommt: auf außergewöhnliche Events, die den Teilnehmenden in guter Erinnerung bleiben.

www.ravensberger-park.de

Kommunikation ist unser Geschäft. Seit 1993 entwickeln wir Kommunikationsstrategien und Kommunikationskonzepte. Wir beherrschen die gesamte Bandbreite der Corporate Communication sowie Public Relations. Unsere Spezialität ist Text – zielgruppengenau, mit den gewünschten Botschaften. Für jeden Anlass, für viele Medien, für alle Plattformen.

Wir arbeiten schnell, zuverlässig und budgettreu. Beste Kontakte und Kooperationen sichern die unkomplizierte Zusammenarbeit hochkarätiger Teams für unsere Kundinnen und Kunden.

So wird es auch in Zukunft bleiben.



Susanne Schaefer-Dieterle
ssd Kommunikation
Am Pferdekamp 11
33619 Bielefeld
Fon 0521 13650-30
ssd@ssd-kommunikation.de
www.ssd-kommunikation.de

stilwechseldesign

Pia K. Gätjen

Wertherstr. 91
33615 Bielefeld
Fon 0521 3802856
info@stilwechseldesign.de
www.stilwechseldesign.de



Das Unternehmen stilwechseldesign wurde 2004 von Pia K. Gätjen gegründet. Die Diplom-Designerin arbeitet für die Industrie, für Institutionen und Organisationen sowie für große Dienstleister, Groß- und Einzelhändler. Die Einbindung in die Netzwerke der Region OWL garantiert die Kooperation mit erfahrenen Partnerinnen und Partnern.

Zum breit angelegten Portfolio gehören Corporate Design, Editorial Design und Logoentwicklung. Hinzu kommen Websites und Social Media sowie klassische Werbung, Broschüren und Flyer.

 **stilwechseldesign**



MENSE GMBH, GÜTERSLOH

60 Jahre im Zeichen der Mobilität

Ein knappes Jahr war der heutige geschäftsführende Gesellschafter Matthias Mense alt, als seine Eltern Irmgard und Hugo 1964 das gleichnamige Autohaus in Gütersloh zunächst mit einer Arbeitsfläche von 200 Quadratmetern, 5 Werkstattarbeitsplätzen und 6 Mitarbeitern gründeten. Heute beschäftigt das Familienunternehmen mehr als 370 Mitarbeitende und erzielte 2023 mit einem Umsatz von 140 Millionen Euro das zweitbeste Ergebnis seiner langen Firmengeschichte.

1964 hatte Hugo Mense mit dem in Wolfsburg beheimateten Konzern einen Werkstattvertrag geschlossen. Etwa 200 Autos verkaufte die Firma Mense Anfang der 1970er pro Jahr. 1975 unterschrieb Hugo Mense einen Volkswagen- und Audi-Handelsvertrag und errichtete drei Jahre später eine neue 400 Quadratmeter große Ausstellungshalle für die Fahrzeuge der beiden Marken. In den folgenden Jahrzehnten verdoppelten sich jeweils die Verkaufszahlen. Mitte der 1980er stieg Sohn Matthias nach einer Ausbildung zum Kfz-Mechaniker und einem Betriebswirtschaftsstudium in den Familienbetrieb ein, den er 1992 von seinem Vater übernahm und in seinem Sinne in eine erfolgreiche Zukunft führte. Mit Weitblick und einem guten Gespür für gesundes Wachstum.

Individuelle Kundenberatung und guter Service – das steht beim Autohaus Mense an erster Stelle. Damals wie heute. Mit den wachsenden Verkaufs- und Mitarbeiterzahlen stieg die Anzahl der Standorte mit eigenen Schwerpunkten. Nutzfahrzeug- und Großkundengeschäft wurden wichtige Bausteine des Erfolgs. Heute zählt ein modernes Flottenmanagement zur Kernkompetenz des Unternehmens. Dazu gehört eine eingehende Bedarfsanalyse der Kunden mit Beratung zu den einzelnen Fahrzeugen, Ausstattungsoptionen und Motorisierungen. Geht es um die Finanzierung – sei es Kauf, Leasing sowie Miete – oder Wartungs- und Servicepakete, beispielsweise, was eine Mobilitätsgarantie



Geschäftsführer Daniel Fernández C. und Matthias Mense sowie Prokurist Bogdan Kulak (v. l.)

Foto: Mense GmbH

für die Kunden beinhaltet, stehen kompetente Serviceberater zur Seite. Neben Neuwagen bietet das Autohaus Mense auch attraktive Gebrauchtwagen, seit 2006 an einem eigenen Standort an der B61, und vertreibt so jährlich mittlerweile über 3.000 Gebrauchtwagen und Jahreswagen. Zudem ist das Autohaus Mense Servicepartner für Seat, Skoda und Cupra. Mit dem NIU Premium Store und seinen hochwertigen E-Rollern rundet die Unternehmensgruppe ihre Produktpalette ab. Mense denkt alle Facetten der Mobilität.

Offen für Neues – das zeichnet das Autohaus aus. Mit der Bestellung des langjährigen Mitarbeiters Daniel Fernandez C. zum Geschäftsführer hat sich die Geschäftsführung der Mense GmbH 2022 verjüngt und für die Zukunft ausgerichtet. Zusammen

mit Bogdan Kulak hält der vormalige Prokurist seit Sommer 2023 nun 30 Prozent der Gesellschafteranteile. Gemeinsam mit Matthias Mense werden so die Weichen für weiteres Wachstum gestellt. Davon zeugen die umfangreichen Investitionen in den Standort Gütersloh. Das Stammhaus wurde bereits umfassend saniert, ein Trafo und mehrere Ladestationen sind seit Anfang des Jubiläumsjahres am Netz und das Gelände an der Gneisenaustraße wird um eine Audi-Ausstellungsfläche erweitert. 2024 steht der Bau der Fahrzeugaufbereitung inklusive Waschanlage und zentraler Logistik auf 20.000 Quadratmetern „Am Hüttenbrink“ an. Man sieht: Es läuft und läuft und läuft.

www.autohaus-mense.de

HANDVER LESEN

Auch Ihre Zielgruppe hat mal Feierabend und Zeit für Entspannung. Ein guter Zeitpunkt sie anzusprechen.

Hochwertige Magazine mit starker Reichweite – für die Region, aus der Region.



DAS VERLAGSPROGRAMM



Stadtmagazin



Gastroführer



Mehrwertmagazine



Kulturmagazin



Online-Magazine

Goldstraße 16-18 | 33602 Bielefeld
Telefon: 0521 93256-0
www.tips-verlag.de

TIPS | VERLAG
Medien für die Region

GOLF CLUB TEUTOBURGER WALD HALLE/WESTFALEN E.V.

Golf – der ideale Sport zu jeder Jahreszeit

Bewegung an der frischen Luft – und das in schönster Natur. Dass Golf dafür perfekt geeignet ist, davon konnten sich die Mitglieder des Marketing Clubs beim 2. Marketing OWL Cup selbst überzeugen. Das Wetter war höchst wechselhaft, die Stimmung aber durchweg sonnig. Neben dem 9-Loch-Turnier gab es zudem einen Schnupperkurs.

Foto: Golf Club Teutoburger Wald e.V.



„Die Resonanz war überragend“, freut sich Michael Vormbäumen, Manager des Golf Clubs Teutoburger Wald, mit Blick auf den 2. Marketing OWL Cup. Und so verwundert es nicht, dass der Cup 2024 in die dritte Auflage geht. Besonders der Schnupperkurs, bei dem erste Grundlagen des Sports vermittelt wurden, kam richtig gut an. Nach einer kurzen Einführung ging es sogleich an die ersten Schwünge auf der Driving Range mit dem berühmten Eisen 7 – ideal für Einsteiger. Griff, Schwung- und Flugbahn wurden erklärt. Und natürlich musste das Runde auch ins Runde. Dazu gab es erste Übungen auf dem Putting-Grün samt einer kleinen Competition. Mit sehr viel Freude waren die Teilnehmenden zum Abschluss dabei, mit dem Driver volle Schwünge auszuprobieren. Und der eine oder andere peilte schon weitere Kurse an, um die Platzreife zu erlangen. Und dafür bietet der Golf Club Teutoburger Wald beste Voraussetzungen. Inmitten des

Naturparks Nördlicher Teutoburger Wald gelegen, finden Golf-Fans hier seit 1990 eine architektonisch und landschaftlich anspruchsvolle wie reizvolle 27-Loch-Golfanlage. Die Spielbahnen ziehen sich abwechslungsreich durch das weitläufige Areal, eingebettet in die naturbelassene Topographie mit Hügeln und Senken sowie harmonisch angelegten Wasserhindernissen, die von den Wäldern und Baumgruppen des Teutos begleitet und umrahmt werden. Ideal für Einsteiger und Fortgeschrittene – egal in welcher Altersklasse. Denn das Angebot reicht von den Bambini bis zu den Senioren.

Golfen verbindet

Jugendliche und talentierte Clubmitglieder werden besonders gefördert. Qualifizierte Trainer und sehr gute Trainingsbedingungen bilden dafür die Basis. Die Golfschule wurde mit dem PGA-Prädikat „Premium“ zertifiziert und der Bundesverband der Gol-

fanlagen verlieh der Anlage gleich 5 Sterne. Und so finden auf der Meisterschaftsanlage regelmäßig sowohl clubinterne Turniere als auch regionale und überregionale Meisterschaften statt. Die bestens ausgestattete Anlage ist auch eine beliebte Location für Sponsorenturniere und Firmenevents. Dass Sport und insbesondere Golfen verbindet, davon ist Michael Vormbäumen überzeugt. Das Club-Leben ist locker und unkompliziert. Herkunft oder sozialer Status spielen hier keine Rolle, der Spaß am Golfen steht stets im Vordergrund. „Das wertschätzende Miteinander zeichnet unseren Club aus“, sagt der Club-Manager. Und nach ihrer Runde kommen die Sportler gern im Restaurant Rossini zusammen, um in einer entspannten und mediterranen Ambiente leckere saisonalen Bistrotische zu genießen.

www.gctw.de



Wertschätzend verlässlich

Uwe Kronshage | Betreuer Unternehmenskunden

Eine Frage der Haltung

Welches Prinzip schafft eine vertrauensvolle Zusammenarbeit? Sagen, was man tut? Oder tun, was man sagt? Für Uwe Kronshage ist Verlässlichkeit im Sagen und Tun Haltung und Wert zugleich, überhaupt der wichtigste Wert im Bankgeschäft. Egal ob es um eine Vermögensanlage geht, eine Kreditlösung oder eine Nachfolgeplanung – der 52-Jährige versteht sich für seine Kunden als Kümmerer, Ratgeber und Begleiter in allen Finanzangelegenheiten. Eine klare Haltung verbindet der Betreuer Unternehmenskunden und zertifizierte Anlageberater aber auch mit Wertschätzung im Sinne von „wertschätzend verlässlich“. „Wenn ein Banker eine klare Haltung hat, dann folgt Verlässlichkeit als Konsequenz“, sagt Uwe Kronshage.

Erleben Sie die Haltung von Uwe Kronshage – am Alten Markt 12!

☑ WIR SPRECHEN TEUTO. SEIT 1862.

Uwe Kronshage | Telefon 0521 305200-35 | Telefax 0521 305200-91
u.kronshage@bankverein-werther.de | www.bankverein-werther.de



**Bankverein
Werther**

Zweigniederlassung der VerbundVolksbank OWL eG

MARIO KRAMER IMMOBILIEN GMBH, BIELEFELD

Rundum-Beratung in allen Immobilienfragen

Seit den 1960er Jahren ist die Familie Kramer im Immobiliengeschäft zu Hause. Über die Jahre hat sich das einst reine Immobilien-Vermittlungsbüro stetig vergrößert und heute bietet die Mario Kramer Immobilien GmbH auch eine erfolgreiche Hausverwaltung an. Der Schwerpunkt liegt hier bei Mietverwaltungen von Mehrfamilienhäusern.

„Besonders im Bereich der Mietverwaltung haben wir noch Kapazitäten und freuen uns auf weitere spannende Verwaltungsobjekte“, berichtet Mario Kramer. Zusammen mit seinem Team, das aus IHK-zertifizierten Immobilienverwaltern besteht, wird für jeden Kunden ein individuelles Angebot erarbeitet, das seinen Wünschen und Vorstellungen entspricht. Ein weiterer Pluspunkt ist die telefonische Erreichbarkeit. „Wir arbeiten bereits seit mehreren Jahren mit einem Telefonservice zusammen, der Anrufe auch außerhalb der Geschäftszeiten annimmt und uns in dringenden Fällen

benachrichtigt. Insbesondere bei Notfällen, wie etwa einem Wasserrohrbruch, ist das ein ganz entscheidender Vorteil.“ Das Kerngeschäft des Unternehmens ist aber weiterhin die Vermittlung von Bestands- und Neubauimmobilien. Kunden erhalten Unterstützung in sämtlichen Bereichen rund um das Thema Immobilien wie z. B. An- und Verkauf, Vermietung, Erschließung von Neubaugebieten, Projektierungen, Erbbaurechtsverträge und vieles mehr. Dabei steht eine vertrauensvolle Zusammenarbeit mit dem Kunden immer im Mittelpunkt.



Foto: Mario Kramer Immobilien GmbH

www.mario-kramer-immobilien.de

MARKETING VON A BIS Z IMMOBILIENVERMITTLUNG

DAHLER BIELEFELD/GÜTERSLOH

„Ihr Immobilienmakler in der Mitte Ostwestfalens“

Serviceorientiert von A bis Z. Das Team von DAHLER ist mit Herz und Seele dabei, wenn es darum geht, die richtige Immobilie für die Suchkunden oder beim Verkauf den passenden Kunden zu finden.



Foto: Hilla Stühhaus

Der Verkauf oder Kauf einer Immobilie ist eine weitreichende Entscheidung. Hierbei steht Martina Timpe mit ihrem Team den Kunden wertschätzend und beratend während des gesamten Prozesses zur Seite: vom ersten Telefonat bis zum

Abschluss beim Notar. Die Kunden zum Wohnglück zu begleiten – das ist Martina Timpes Motivation. Das zu betreuende Gebiet umfasst neben Bielefeld, die Kreise und Städte Gütersloh und Herford sowie im Lipper Land Bad Salzuflen, Leopoldshöhe und Oerlinghausen – die „Mitte Ostwestfalens“. Persönlicher Anlaufpunkt ist der DAHLER-Shop in der Bielefelder Altstadt, am Eingang zum Altstadt-Carré. Wer ein hochwertiges Objekt in bevorzugter Lage verkaufen möchte oder auf der Suche nach seiner persönlichen Wohlfühlimmobilie ist, ist bei Martina Timpe und ihrem Team in den besten Händen.

Diskretion, Wertschätzung und Ehrlichkeit, das sind die Werte, die bei DAHLER gelebt werden. Die konsequente Orientierung an den Wünschen der Kunden geht Hand in Hand mit höchstem Engagement. Apropos – auch das soziale Engagement von DAHLER überzeugt: Einen prozentualen Anteil des Gesamtjahresumsatzes spendet Martina Timpe an eine Einrichtung, die der von DAHLER ins Leben gerufenen Initiative „Hand in Händchen“ entspricht. Hier werden benachteiligte Kinder in der Region unterstützt.

www.dahler.com/bielefeld

Ein eingespieltes Team für Ihren Versicherungsschutz.

Besondere Branchen benötigen besondere Lösungskonzepte, vor allem, wenn es um die Absicherung von Spezialrisiken geht. Als Unternehmer möchten Sie sich auf die Anforderungen Ihrer Kunden konzentrieren können und die besten Produkte mit dem besten Service liefern. Unsere Werte – Verlässlichkeit und Vertrauen – machen uns zum führenden Partner im industriellen und gewerblichen Mittelstand. Unser Leistungsspektrum umfasst sämtliche Bereiche der Versicherungswirtschaft ab – von Bauwesen über Maschinen- und Anlagenbau bis hin zum Brauwesen.

Wir bei LEUE & NILL setzen als Familienunternehmen auf regionale Verbundenheit und eine vertrauensvolle Partnerschaft mit unseren Mitarbeitern, Kunden und Geschäftspartnern.



URBAN HOLDING & CENTRAL SERVICES GMBH, PADERBORN

Wie lassen sich innovative Dienstleistungen erfolgreich in die Zukunft führen?

ADU setzt neue Maßstäbe. Im Jahr 2023 feierte die ADU Service Gruppe stolz ihr 30-jähriges Jubiläum – ein beeindruckender Meilenstein. Als Vorreiter in der Branche hat ADU nicht nur ihre Tradition bewahrt, sondern sich auch als wegweisendes Unternehmen für die Zukunft etabliert. Durch fortwährende Investitionen in KI-Technologien zeigt die ADU Service Gruppe, dass sie aktiv die Zukunft gestaltet und innovative Wege für erstklassige Dienstleistungen bahnt.

Die ADU Gebäudeservice steht für wegweisende Innovationen im Bereich des Gebäudemanagements und das Jahr 2024 verspricht eine Fortsetzung dieses Kurses. Die Anwendung von Cobotic und autonomer Robotik in der Reinigungsbranche hat sich als äußerst effizient erwiesen. Die ADU Gebäudeservice hat die Technologie erfolgreich in der Industrie implementiert. Die Vorteile liegen auf der Hand: die Möglichkeit einer effizienten Reinigung zu verschiedenen Tageszeiten, was zu einer erheblichen Flexibilitätssteigerung führt. Ein weiterer Pluspunkt ist die Unterstützung der geschätzten Reinigungskräfte. In Zeiten, in denen die Personalbeschaffung eine besondere Herausforderung darstellt, können Roboter und Cobots als Teil der Lösung dienen. Die Qualität der Geräte ist hoch, jedoch kann die menschliche Arbeitskraft nicht vollständig ersetzt werden. Die ADU Gebäudeservice setzt sowohl auf innovative Technologien und auf eine harmonische Zusammenarbeit von Mensch und Maschine.

ADU Sicherheit wird klimaneutral

Dieser ganzheitliche Ansatz spiegelt sich auch im ADU Sicherheitsdienst wider, der im Jahr 2024 nicht nur auf modernste Sicherheitsmaßnahmen setzt, sondern darüber hinaus auch der erste klimaneutrale Sicherheitsdienst ist. Durch die Implementierung umweltfreundlicher Prakti-



Foto: Sigrnd Urban

ADU Cobotik: ADU setzt auf innovative Dienstleistungen.

ken und die Reduzierung von CO₂-Emissionen trägt der ADU Sicherheitsdienst aktiv zur Bekämpfung des Klimawandels bei. Diese zukunftsorientierte und nachhaltige Initiative unterstreicht die ökologische Verantwortung des Unternehmens und zeigt, wie eine klimaneutrale Ausrichtung im Sicherheitssektor positive Auswirkungen auf die Umwelt und die Gesellschaft insgesamt haben kann.

ADU Personal mit passgenauen Konzepten

Um die visionäre Ausrichtung weiter zu stärken, setzt der ADU Personalservice weiter auf effiziente Maßnahmen im Re-

cruting, die an den Bewerber angepasst sind. Mit diesem Ansatz können die besten Talente genau dort gefunden werden, wo der Bewerber nach einer beruflichen Möglichkeit sucht. Die Rekrutierung von Mitarbeitern und deren Qualifizierung spielt eine Schlüsselrolle für die ADU Service Gruppe. Nur mit hochqualifizierten und gut geschulten Mitarbeitern können die Dienstleistungen effektiv beim Kunden erbracht werden, was wiederum den Erfolg und die Zufriedenheit der Kunden sicherstellt.

www.adu-urban.de

ALLES EINE FRAGE DER HALTUNG.

Wir unterstützen Unternehmen dabei, ihren inneren Kern
und ihre Vision (neu) zu entdecken und nach außen zu tragen.
Unsere Leidenschaft ist die Entwicklung und Umsetzung von
erfolgsorientierten, crossmedialen Marketingstrategien
für Unternehmen und deren Marken.



©iStock.com/ruthrose

FACHHOCHSCHULE DES MITTELSTANDS (FHM) GMBH, BIELEFELD

FHM: KI-Zukunftswerkstatt

Mit dem Start von ChatGPT ist das facettenreiche Thema der Künstlichen Intelligenz (KI) in den Fokus einer breiten öffentlichen Debatte gerückt. Die im Jahr 2000 in Bielefeld gegründete Fachhochschule des Mittelstands (FHM) mit mittlerweile 9 Standorten in Deutschland, einer eigenen Online-University und 5.800 Studierenden hat sich schon sehr früh mit ChatGPT befasst und bietet ihren Studierenden eine praxisorientierte Auseinandersetzung mit Chancen und Risiken von KI. Was in der KI-Zukunftswerkstatt „bearbeitet“ wird, darüber berichtet die Kommunikationswissenschaftlerin Profⁱⁿ Dr. Astrid Kruse, Dekanin im Fachbereich Medien.

Foto: FHM



Profⁱⁿ Dr. Astrid Kruse

Frau Kruse, was genau machen Sie eigentlich in der KI-Zukunftswerkstatt?

Wir haben sehr schnell erkannt, dass wir uns intensiv mit generativer künstlicher Intelligenz auseinandersetzen müssen und haben deshalb an der FHM die KI-Zukunftswerkstatt gegründet. Wie der Name schon deutlich macht, wird hier gearbeitet und ausprobiert: Wir testen, evaluieren, diskutieren und wir fordern die Studierenden aktiv auf, sich mit den Chancen und Risiken auseinanderzusetzen. Bereits im Frühjahr 2023 haben Studierende ein erstes

Studien-Projekt mit ChatGPT realisiert, wir organisieren Experten-Talks oder bieten Hands-on-Workshops an. Besonderen Wert legen wir darauf, dass Studierende mit Vertretern aus der Praxis zusammenkommen, um echte Anwendungsfälle kennenzulernen.

Berufsfelder verändern sich durch den Einsatz von KI. Wie können Sie Ihre Studierenden darauf vorbereiten?

Unsere Studierenden werden in ihren späteren Jobs eine KI-Kompetenz

brauchen, weil sich nahezu alle Branchen durch KI verändern werden. Und diese Kompetenz entsteht nicht allein durch das Besuchen von Vorlesungen oder das Lesen von Fachbüchern. Man muss eigene Erfahrungen machen und sich kritisch mit den Ergebnissen, die KI liefert, auseinandersetzen. Unsere Studierenden im B.A. Medienkommunikation & Journalismus machen zum Beispiel Schreibübungen mit KI, oder sie entwickeln im berufsbegleitenden Master Strategische Kommunikation & Digitales Marketing eigene KI-Strategien für ihre Unternehmen.

Wenn wir das Beispiel ChatGPT nehmen: Welche Erfahrungen in Bezug auf Chancen und Risiken haben Sie bislang gemacht?

Die großen Sprachmodelle sind sehr leistungsfähig und vielfältig einsetzbar. ChatGPT hilft beispielsweise dabei, Texte zu kürzen, zusammenzufassen oder neu zu strukturieren. Auch für die Anpassung von Inhalten für unterschiedliche Zielgruppen oder Kanäle ist das Tool gut verwendbar. Wenn man ChatGPT allerdings zu inhaltlichen Themen befragt, sollte man sich nicht blind auf die Ergebnisse verlassen. Zwar klingen die Antworten in der Regel nachvollziehbar, aber sie können dennoch falsch sein, weil die Maschine Wahrscheinlichkeiten berechnet und nicht den Sinn versteht.

www.fh-mittelstand.de

MARCANT AG, BIELEFELD**IoT- und Cloud-Solutions „Made in Bielefeld“**

In einer zunehmend vernetzten Welt gewinnt das Internet der Dinge (IoT) immer mehr an Bedeutung. Es ermöglicht die nahtlose Kommunikation und Interaktion zwischen Geräten, Sensoren und Menschen. Von intelligenten Städten bis hin zu smarten Haushalten – das IoT hat das Potenzial, unseren Alltag zu revolutionieren und neue Möglichkeiten für Effizienz, Komfort und Sicherheit zu schaffen.

Foto: Marcant AG



Die Marcant AG ist ein führendes IT-Systemhaus und renommierter Anbieter von IoT-Lösungen für Unterneh-

men weltweit. Als IT-Systemhaus und Spezialist für Managed Services bietet das Bielefelder Unternehmen eine breite Palette von Dienstleistungen an, darunter Netzwerk-Infrastruktur, Cloud-Services, IT-Security und IT-Consulting. Das Team von IT- und IoT-Experten arbeitet eng mit seinen Kunden zusammen, um individuelle Lösungen zu entwickeln und die Geschäftsziele der Kunden zu unterstützen. Dazu gehören auch Firewall-Lösungen, die Schutz vor Cyberbedrohungen bieten und die Sicherheit sensibler Unternehmensdaten gewährleisten. Darüber hinaus bietet

Marcant Infrastructure-as-a-Service (IaaS)-Dienstleistungen, die es Unternehmen ermöglichen, flexible und skalierbare IT-Ressourcen zu nutzen, um ihren Geschäftsanforderungen gerecht zu werden. Die Marcant AG betreibt drei redundant ausgelegte nach ISO 27001 zertifizierte Rechenzentren, die höchste Sicherheitsstandards gewährleisten und ihren Kunden die Gewissheit bieten, dass ihre Daten und Systeme geschützt sind.

www.marcant.net

**Stilvoll verpackt,
liebevoll verschenkt!**

Hochwertige
Magnetschachteln
mit Langzeit-Nutzen



Besuchen Sie uns
auf unserer Webseite:

www.schoene-schachteln.com

Eine Marke von **ädelt** Ihre Ideen

MEDIA IT PARTNER GMBH & CO. KG, BIELEFELD

Full Service mit IT-Know-how

Unsere Arbeitswelt ändert sich im rasanten Tempo. Da ist es gut, einen Partner an seiner Seite zu wissen, der bei allen Herausforderungen rund um die IT unterstützt. Seit über zehn Jahren bietet Media IT Partner (MIP) das Rundum-sorglos-Paket: von der Telefonanlage über die IT-Infrastruktur und Sicherstellung des Betriebs bis zur IT-Sicherheit. Als ehemalige IT-Abteilung der Unternehmensgruppe Neue Westfälische (Bielefeld), der Giesdorf Mediengruppe (Detmold) und der JCC Bruns (Minden) ist MIP der innovative IT-Dienstleister im Medienumfeld. Geschäftsführer Bernd A. Müller im Gespräch mit dem CLUB REPORT.

Herr Müller, was macht MIP eigentlich genau?

(lacht) Eigentlich beschäftigen wir uns mit allem, was ein Kabel hat und an ein Netzwerk angeschlossen wird. Aktuell haben wir 27 qualifizierte IT-Spezialisten im Einsatz, mit denen wir über 1.300 Arbeitsplätze an den Hauptstandorten Bielefeld, Detmold und Minden versorgen. Alle Gesellschaften sowie deren Töchter und Beteiligungen und Dritte werden vom Start an versorgt. Wir planen, betreiben und entwickeln Applikationen und Infrastrukturen auf dem neuesten Stand der Technik – mit innovativen Ideen und perfekter Usability. Als Allrounder beschränken wir uns nicht nur auf einfache Anwendungen oder den IT-Betrieb, sondern wir setzen auch komplexe Anforderungen um, die sowohl im Front- als auch im Backend höchsten Ansprüchen gerecht werden. Ganz gleich, ob es sich hierbei um die Kommunikation mit Datenbanken, Fileservern oder anderen Schnittstellen handelt.

Welche Rolle spielt das Branchen-Know-how, das MIP mitbringt?

Eine ganz entscheidende, denn jedes Unternehmen benötigt ein auf sich zugeschnittenes IT-System. Das bedeutet: Die beste Software-Lösung ist branchenspezifisch. Mit einer langjährigen Erfahrung am IT-Markt sind wir IT-Spezialist für die Planung und Realisierung von Lösungen, die die Anforderungen der Praxis meistern. Und das nicht nur im Medienumfeld. Zu unseren Services gehört u. a., dass wir 24/7 für die User da sind wie auch unser



Foto: istock/nadia

zentrales hochprofessionelles Monitoring, das rund um die Uhr läuft.

Immer die optimale Lösung zu finden, das klingt gar nicht so einfach ...

Das ist es auch nicht, aber genau das ist unser Anspruch. Damit das gelingen kann, gehen unsere IT-Spezialisten in den intensiven Austausch mit den Kunden. Was wir für sie konzipieren und realisieren, entsteht auf der Basis verschiedener Technologien. Zudem achten wir immer darauf, dass alle Module flexibel, anpassungsfähig und skalierbar sind, damit die IT unserer Kunden immer auf dem aktuellen Stand ist.

Ein weiteres wichtiges Thema unserer Zeit ist IT-Sicherheit. Wie geht MIP damit um?

IT-Sicherheit ist nicht nur ein Thema, es

ist eine Grundvoraussetzung unserer Arbeit. In einer Welt, in der Cyber-Bedrohungen stetig zunehmen, stellen wir sicher, dass die Systeme unserer Kunden robust und geschützt sind. Dazu gehört, dass wir kontinuierlich in die neuesten Sicherheitstechnologien investieren und unser Team regelmäßig in aktuellen Sicherheitspraktiken schulen. Wir implementieren mehrschichtige Sicherheitskonzepte, die von fortlaufender Überwachung bis hin zu präventiven Maßnahmen reichen, um Datenlecks oder Angriffe zu verhindern. Unser maßgeschneiderter proaktiver Schutz ist individuell auf das jeweilige Unternehmen zugeschnitten. Wir verstehen IT-Sicherheit als einen dynamischen Prozess, der sich mit den Bedrohungen weiterentwickelt und angepasst wird.

www.media-it-partner.de

TRADING.POINT GMBH, BIELEFELD

Copilot – der virtuelle KI-Assistent

Das kennen wir alle: Die Suche nach Mail-Verläufen (E-Mail-Threads) oder nach Vorlagen für Konzepte und ähnlichem kann ein wahrer Zeitfresser sein. Wäre es nicht wunderbar, eine smarte Assistenz zu haben, die dabei hilft, sich auf die wirklich wichtigen Dinge zu konzentrieren? TRADING.POINT hat mit Copilot eine überzeugende Lösung konzipiert.

Copilot ist ein virtueller KI-Assistent, der blitzschnelle Unterstützung bietet und sich nahtlos in den Arbeitsalltag integriert. Er übernimmt u. a. die Klärung komplexer E-Mail-Threads, indem er die oftmals ellenlangen E-Mail-Diskussionen analysiert und die essenziellen Punkte hervorhebt. Er erstellt darüber hinaus eine Zusammenfassung der ersten Hälfte von Teams-Meetings, einschließlich wichtiger Diskussionspunkte, Aufgaben und Thesen. Und der smarte KI-Assistent ist sogar in der Lage, Meetings in Gänze zusammenzufassen.

Mit dem ganzheitlichen Einführungskon-

zept von Microsoft Copilot for M365, mit Umsicht in puncto Security und Datenschutz, verhilft TRADING.POINT ihren Kunden zu optimiertem Arbeiten und die Fokussierung auf Kernaufgaben, ohne dabei ein Sicherheitsdesaster zu erleben. So wird im Arbeitsalltag keine Zeit mehr für triviale und zeitraubende Tätigkeiten verschwendet und die Mitarbeitenden können sich auf wichtigere Aufgaben konzentrieren. Das ist noch nicht alles. In diesem Jahr hat TRADING.POINT noch viel vor: Die Eröffnung eines zweiten Standortes in Bremen steht auf der Agenda. Als Full-Service-Partner bietet



Foto: AddMeshCube – Adobe Stock

das Bielefelder Systemhaus ganzheitliche IT-Lösungen – von Cloud-Services über die Cyber-Security bis hin zu Konzepten für New-Work-Arbeitsmodelle.

www.trading-point.net

LÖSUNGEN DENKEN | IDEEN BAUEN

Ihr verlässlicher Partner für Gewerbe- und Wohnungsbau:

Von maßgeschneiderter und virtuell erlebbarer Planung bis zur erfolgreichen Realisierung Ihres Projekts. Ob Neubau, Sanierung oder Revitalisierung – wir bieten stets die optimale Lösung für Ihre Anforderungen!



ARCHITEKTURBÜRO
FÜR HOCHBAUPLANUNG GmbH

mail@tab-architektur.de
www.tab-architektur.de

HO.SYSTEME GMBH + CO. KG, HALLE/WESTFALEN

Gib Hackern eine Chance

Wie bitte?! Warum sollten Unternehmen das tun? Ganz einfach – so werden Sicherheitsmängel in der IT-Infrastruktur sichtbar und können behoben werden. Jeden Tag erpressen kriminelle Hacker Unternehmen – auch in OWL. 2023 sind in Deutschland 206 Milliarden Euro Schaden durch Cyber-Kriminelle entstanden, u. a. durch Verschlüsselung mit Ransomware werden Versäumnisse da durchaus existenzbedrohend. ho.Systeme ist Spezialist für die digitale Infrastruktur und übernimmt „die IT“ für die Kunden, so dass sie sich auf ihre Arbeit konzentrieren können. Das renommierte IT-Systemhaus hat das Thema Sicherheit fest im Blick – und hat die „guten“ Hacker unter Vertrag. Wie die „Guten“ arbeiten, verrät Björn Hagedorn, Senior Cyber Security Consultant, im Interview.

Herr Hagedorn, Sie hacken sich ganz legal in Unternehmen ein?

(lacht) Genau. Nach Absprache mit der Geschäftsführung, ansonsten ist selbstverständlich niemand im Unternehmen eingeweiht, starten wir einen Angriff – digital und analog. Das fängt bei der Firewall an, geht über die Zusendung von manipulierten E-Mails und Social Engineering bis dahin, dass wir uns Zugang zu dem Gebäude verschaffen. Dazu ist übrigens kein Einbruch nötig. Es reichte in einem Fall, dass wir ein T-Shirt mit dem Firmenlogo trugen. Vor Ort haben wir zuvor präparierte Geräte an eine Netzwerkdose angeschlossen und konnten so in das System eindringen.

Welche Rolle spielt dabei Social Engineering?

Mitarbeitende werden emotional manipuliert, um Zugang zu Unternehmensnetzwerken und Cloud-Ressourcen zu erhalten. Phishing ist eine Möglichkeit, um sensible Daten wie Benutzernamen, Passwörter und Co. zu stehlen. Dazu werden gefälschte Websites oder E-Mails benutzt, die so aussehen, als kämen sie von vertrauenswürdigen Quellen. Wenn Nutzer auf diese Links klicken oder die angehängten Dateien öffnen, installieren sie ungewollt Schadsoftware. Auch mithilfe von KI generierte Deep Fakes (Audio, Videos) kommen immer häufiger zum Einsatz, um zum Beispiel Überweisungen auszulösen, die der vorgebliche Geschäftsführer angeordnet hat. Häufig ist der Mensch vor dem



Björn Hagedorn, Senior Cyber Security Consultant

Foto: Dennis Neuschäfer-Rube für hdgroup

Rechner die größte Schwachstelle, wenn es um IT-Sicherheit geht. Deshalb bieten wir unseren Kunden maßgeschneiderte Awareness-Kampagnen an.

Welche Skills werden dabei vermittelt?

Wir schulen die Mitarbeitenden darin, gefälschte Mails zu erkennen und wie sie damit umgehen. Im Anschluss an die Schulung gibt es noch ein kleines Quizz, um das Wissen abzufragen. So bleibt es besser im Gedächtnis. Wir empfehlen, eine solche Sensibilisierung ein Mal im Quartal oder alle sechs Monate stattfinden zu lassen, denn erfahrungsgemäß lässt die Aufmerksamkeit gegenüber böswärtigen Angriffen nach zwei Monaten nach. Wir bieten unseren Kunden anonymisierte Auswertungen an, um etwaige Schwachstellen sichtbar zu machen. Noch besser fährt man jedoch mit unserem E-Mail

Security Gateway, das E-Mails scannt und die meisten Angriffe verhindert.

Und wenn bereits ein Angriff läuft oder das Unternehmen erpresst wird?

Wir kommen dann wie die Feuerwehr. Manchmal können wir den Schaden noch begrenzen und verhindern, dass alle Daten verschlüsselt werden. Wir kümmern uns um alles: Forensik, Kommunikation mit den Erpressern und den Behörden und natürlich sorgen wir dafür, dass der Kunde so schnell wie möglich wieder arbeiten kann. Die Forensik ist so wichtig, um festzustellen, durch welches Fenster die Angreifer hereingekommen sind, um entsprechende Maßnahmen zu ergreifen, sonst ist der nächste Schaden nur eine Frage der Zeit.

www.hosysteme.de

TECKENTRUP GMBH & CO. KG, VERL-SÜRENHEIDE

Teckentrup Karrierehomepage: Ein Einblick in die Arbeitswelt

Im Jahr 2022 hat Teckentrup mit der Neugestaltung der Karrierehomepage begonnen. Die Überarbeitung beinhaltet nicht nur die Neufassung von Inhalten und Texten zur Karriere beim Verler Türen- und Torhersteller, sondern auch die präzise bildliche Darstellung der Arbeitswelt. Damit soll ein klares Bild der Unternehmenskultur, des Bewerbungsprozesses und der Arbeitsbereiche vermittelt werden.

Die neue Seite verfolgt mehrere Ziele: die Stärkung der Arbeitgebermarke und des Arbeitgeberimages, die Vorstellung des Teams und der Projekte. Unter dem Motto „Teampower“ sowie dem Hashtag #teamteckentrup betont das Unternehmen die zentrale Rolle des Teams für den Unternehmenserfolg. Interne Kommunikation und Zusammenhalt stehen dabei im Fokus. Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf der Innovationsfreudigkeit, die Teckentrup seit über 90 Jahren auszeichnet. Herausforderungen werden als Chancen

gesehen, und durch die Förderung und Weiterbildung der Mitarbeitenden bleibt das Unternehmen stets auf dem neuesten Stand.

Die Kombination aus Teampower, Innovationsmut und Tatkraft spiegelt sich sowohl in der Produktqualität als auch in der Unternehmenskultur wider. Mit der neuen Karrierehomepage wird dieser facettenreiche Ansatz nun auch für potenzielle Mitarbeitende sichtbar und erlebbar. Teckentrup bleibt somit nicht nur ein Experte für Türen und Tore, sondern auch ein



Foto: Teckentrup GmbH & Co. KG

Arbeiten im #teamteckentrup: Familienunternehmen mit Tradition für eine Karriere mit Zukunft

attraktiver Arbeitgeber, der auf Teamgeist, Fortschritt und Leidenschaft setzt.

www.teckentrup.biz

KOMMUNIKATIONSMANAGEMENT MARKETING VON A BIS Z

SSD KOMMUNIKATION, STILWECHSELDESIGN, BIELEFELD

Schnell, flexibel, konsequent

Krisen, Kriege, Klimawandel: Die Menschen müssen rund um die Uhr schlechte Nachrichten verkraften. Die Marketing- und Kommunikationsbranche kämpft mit sinkenden Etats als Folge verhaltenen Konsums. Hinzu kommen radikale Veränderungen des gewohnten Arbeitsumfeldes, in der Branche, bei den Kundinnen, bei den Kunden.

Für kleinere inhaberinnengeführte Agenturen, die kein Geld für den Einkauf von professoralem Expertenwissen haben, zählt nur die Konzentration – auf erprobte Kompetenzen, auf Erfahrungen, auf erfolgreiche Arbeiten, auf die sinnvolle Nutzung von Entwicklungen, die immer erst auf ihre tatsächliche Relevanz geprüft werden müssen. Wir beobachten Märkte und Entwicklungen und prüfen auch im Sinne unserer Kundinnen und Kunden aktuell sehr genau, wie und wo Kreativität und effektive Kommunikation von KI-Tools profitieren können.

Wenn es Sinn macht, unterstützt die KI unsere Ideenentwicklung, spart Zeit und Res-

sourcen und verbessert die Leistung des Werbemittels. Wir wissen: Noch nie gab es mehr Werbung und Kommunikation als heute. Viele Menschen sind überfordert, können sich nicht alles merken, potenzielle Zielgruppen verweigern Aufmerksamkeit, die sie für die Regelung vordringlicher Aufgaben brauchen. In diesem Kontext stehen wir als erfahrene Kommunikationsfachleute für unsere Kundinnen und Kunden zur Verfügung. Wir bieten Ihnen ein tiefes Verständnis für gesellschaftliche Trends plus eine ganzheitliche, kreative Ansprache der Bedürfnisse Ihrer Verbraucherinnen und Verbraucher. Kein einfaches Geschäft, aber Herausforderun-



Foto: Susanne Freitag

Erfolgreiche Kooperation: Susanne Schaefer-Dieterle (l.) und Pia K. Gätjen

gen waren schon immer dazu da, sinnvolle Antworten zu finden.

www.ssd-kommunikation.de
www.stilwechseldesign.de

KONGRESS- UND EVENTZENTRUM STADTHALLE BIELEFELD

Wenn aus einer Feier ein Fest wird

Besondere Anlässe erfordern einen besonderen Rahmen. Betriebsfeier, Vertriebs- und Teamevent, Netzwerkparty, Kongressgala, Preisverleihung, Mitarbeiterfest, Abiball – all diese Festivitäten sollen in positiver Erinnerung der Gäste haften bleiben. Ein Event, über das man spricht – und das möglichst lange.

Foto: Kongress- und Eventzentrum Stadthalle Bielefeld



Gala im Großen Saal der Stadthalle Bielefeld

Was braucht es für eine gelungene Veranstaltung? Räumlichkeiten im passenden Ambiente, Licht- und Tontechnik in High-End-Qualität, gutes Essen und vor allem erfahrene Menschen, die engagiert und mit Liebe zum Detail jedes Event zu ihrer Sache machen. Das Kongress- und Eventzentrum Stadthalle Bielefeld

bietet dank flexibler Raumkonzepte den gelungenen festlichen Rahmen für Veranstaltungen. Innovative Beleuchtungstechnik samt speziell für das Haus entwickeltem LED-Ambientelicht sorgen für eine stimmungsvolle Atmosphäre, die maßgeschneidert auf die Anforderungen der Kund*innen abgestimmt ist.

Das versierte Team der Stadthalle Bielefeld ist darauf spezialisiert, Räume und Events gekonnt in Szene zu setzen. Die hauseigene Bühnentechnik ist Basis für eine Inszenierung von Shows, Bühnensets und Veranstaltungsdekorationen in jeder Form; innovative Hebe- und Digitaltechnik ermöglicht eine dreidimensionale Erlebbarkeit des Saals.

Zu einem außergewöhnlichen Event gehört selbstverständlich eine herausragende Gastronomie. Hier arbeitet die Stadthalle Bielefeld seit 20 Jahren Hand in Hand mit Gastico Catering. Ob VIP-, Kongress-, Event- oder Konzert-Catering – der Catering-Profi aus Ostwestfalen-Lippe ist Experte im Skalieren von Events und ermöglicht mit erstklassigem Service nahezu alles. Allein 14 international erfahrene Küchenchefs aus der Luxus- und First-Class-Hotellerie sind stets bestrebt, die Wünsche der Kunden passgenau umzusetzen. Mit diesem Dreiklang aus Genuss, Dienstleistung und Logistik wird eine Feier in der Stadthalle zu einem einzigartigen Fest.

www.stadthalle-bielefeld.de



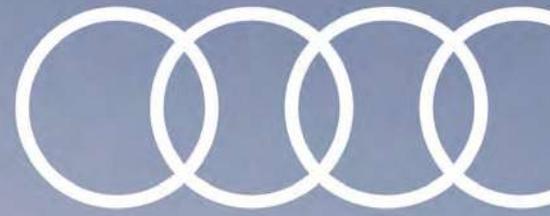
Facts Kongress- und Eventzentrum Stadthalle Bielefeld

- multifunktionales Gesamtkonzept in der Bielefelder City und am ICE-Bahnhof
- flexible Nutzung für alle Anforderungen: zwei Säle, eine Ausstellungshalle, neun Konferenzräume, Foyers und Künstlergarderoben
- 8.500 m² Eventfläche bieten bei Feier oder Gala Raum bis zu 3.500 Gäste
- modernste Licht-, Ton- und Bühnentechnik für Events der besonderen Art
- erfahrene und individuelle Projektleitung samt professionellem Event-Netzwerk

Facts Gastico Catering

- genussreiche Bandbreite – vom trendigen Fingerfood-Buffer bis zum klassischen 4-Gänge-Menü am Tisch serviert
- ein großes Team von Fachkräften aus den Bereichen Service und Logistik steht für ein reibungsloses Gelingen von Veranstaltungen jeder Größe
- im Partnernverbund: erstklassige Hotelgastronomie mit dem 5-Sterne Parkhotel Gütersloh und Effizienz aus der Betriebsgastronomie im Bereich Cultina
- aufmerksam, engagiert, lächelnd – gelebter Anspruch bei jedem Event

RS e-tron GT



Vier Ringe für die Region.

Seit 60 Jahren an Ihrer Seite.



Wir feiern Jubiläum.

Ihr kompetenter Ansprechpartner, wenn es um Neuwagen, die jungen Gebrauchten und einen ausgezeichneten Service geht. Seit 60 Jahren bieten wir zuverlässig individuelle Lösungen für Ihren Fuhrpark.

Audi RS e-tron GT: Stromverbrauch (kombiniert) in kWh/100km: 22,1 – 19,8; CO₂-Emissionen (kombiniert) in g/km: 0. Für das Fahrzeug liegen nur Verbrauchs- und Emissionswerte nach WLTP und nicht nach NEFZ vor.

Alle Angaben basieren auf den Merkmalen des deutschen Marktes.

Mense GmbH

Gneisenaustraße 1, 33330 Gütersloh, Tel.: +49 5241 93020
info@autohaus-mense.de, www.mense-guetersloh.audi

KULTUR RÄUME GÜTERSLOH

Das moderne Kultur- und Kongresszentrum in OWL

Kultur Räume Gütersloh ist die Dachmarke von Stadthalle und Theater Gütersloh und begeistert durch seine große Programmvielfalt: klassisches und modernes Schauspiel, mitreißende Konzerte und grandiose Tanzaufführungen, sagenhafte Shows und bewegende Musicals, politisches Kabarett und Comedy.

Wer ein Event plant, kann in puncto Flexibilität aus dem Vollen schöpfen – von großzügigen Sälen und modernen Konferenzräumen bis hin zu außergewöhnlichen Veranstaltungsorten, wie die Skylobby über den Dächern von Gütersloh oder die Bühne des Theaters. Die direkt gegenüberliegenden Häuser bieten viel Raum zur Umsetzung von ganz individuellen Events – als Live- und Hybridformat. Ob für großartige Kulturveranstaltungen, erfolgreiche Kongresse und Tagungen oder stilvolle Feiern, hier findet sich garantiert der passende Rahmen. Auf 3.000 Quadratmetern steht

zudem die perfekt ausgeleuchtete Fläche für Messen zur Verfügung. Vor und hinter den Kulissen unterstützt, koordiniert und vermittelt ein erfahrenes und versiertes Team. Neue Herausforderungen werden gemeinschaftlich angepackt und gelöst. Neben professionellem Equipment, moderner Technik und einer perfekten Infrastruktur trägt auch das hervorragende Netzwerk an ausgesuchten Dienstleistern zum Erfolg der Veranstaltung bei. Zudem punktet Kultur Räume Gütersloh durch die gute Verkehrsanbindung, zentrale Lage und fußläufig zu erreichende Hotels.



Foto: Berthelmann, Fotograf Jan Voith

Theatersaal

www.kultur-raume-gt.de

STADTWERKE BIELEFELD GMBH

Einzigartige Glücksmomente mit dem Stadtwerke Club

Für uns wichtig und alltäglich: Energie und schnelles Internet, wohlige Wärme und sauberes Trinkwasser, umweltfreundliche Mobilität und viele spannende Möglichkeiten für Freizeit, Sport und Kultur. All das bieten die Unternehmen der Stadtwerke Bielefeld Gruppe. Für ein lebenswertes Bielefeld und die Menschen unserer Stadt.



Foto: Stadtwerke Bielefeld

Für uns besonders und einzigartig: die freudigen Überraschungen und ganz persönlichen Glücksmomente im Leben. Einen kleinen Beitrag dazu möchte der Stadtwerke Club leisten. Mit außergewöhnlichen Erlebnissen, einer feinen Auswahl praktischer Alltagshelfer und satten Produkt-Rabatten. Einfach mal reinschauen und staunen. Es warten Restaurant-Gutscheine, Eintrittskarten zu Freizeit-, Kultur- und Sport-Veranstaltungen, Energiegutschriften, Preisvorteile bei Bus, Bahn und Sharing, stark vergünstigte Bäder-Abos, Vorteilsrabatte auf ausgewählte

BITel-Angebote und noch einiges mehr.

Ob mit der Club-App oder über den Desktop: Als Stromkundin und Stromkunde der Stadtwerke Bielefeld ganz einfach mit der Vertragsnummer anmelden. Auch mit einem Abo von moBiel, einem BäderAbo oder einem BITel-Internetvertrag wird man Club-Mitglied. Anmelden und einzigartige Glücksmomente genießen!

www.stadtwerke-bielefeld.de/club



Tickethotline:
05241. 2113636

Die erste Adresse für Bürger*innen und Besucher*innen

Touristinformation | Theaterkasse
Bundesweiter Kartenvorverkauf
Stadtführungen | Veranstaltungsmanagement
Stadtmarketing
Gütersloher Geschenkartikel

Aktuelle Öffnungszeiten und weitere Infos
finden Sie auf unserer Webseite unter:
www.guetersloh-marketing.de


GüterslohMarketing

Gütersloh Marketing GmbH | ServiceCenter | Berliner Straße 63
33330 Gütersloh | Fon: 05241. 211360 | info@guetersloh-marketing.de
www.guetersloh-marketing.de

TEXTILKONTOR WALTER SEIDENSTICKER GMBH & CO. KG, BIELEFELD

Eine vielseitige und moderne Marke

Mit den Kooperationen glam-o-meter x Seidensticker und Bettina Zimmermann x bleibt Seidensticker auch 2024 weiter auf Erfolgskurs. Mit Starfriseur Jörg Oppermann launchte Seidensticker vor Kurzem eine Mini-Capsule – ebenfalls mit Erfolg.



Annette Weber, Gabriele Frantzen, Designchef Marc Biggemann, CEO Dr. Silvia Bentzinger, Jörg Oppermann, Cloudy Zakrocki, Timothy Oppermann (v. l.), Vorne kniend: Julian Daynov.



Fotos: Seidensticker GmbH

Auch das Label Studio Seidensticker geht mit Julian Daynov in den zweiten Drop: Mode heute ist immer auch ein Ausdruck für Lebensstil, Vielfalt und Freiheit. Sowohl die Unisex-Linie Studio Seidensticker als auch der prominente Brand-Experte Julian Daynov sind bekannt dafür, den Status quo der Modebranche sowie auch der Gesellschaft zu hinterfragen und für ihre Werte einzustehen.

Brandneu: Cloudy x Seidensticker und Gabriele Frantzen x Seidensticker

Style und Qualität, basierend auf feinstem Handwerk – das spiegeln die Accessoires der Münchner Designerin Gabriele Frantzen wider. Mit einer Idee vom perfekten Beachhemd ging sie 2023 auf Seidensticker zu. „Gabrieles Wunsch entspricht unserer Kernkompetenz“, sagt Dr. Silvia Bentzinger, CEO der Marke Seidensticker, und weiter: „Genauso wichtig ist aber bei jeder Kooperation, mit wem wir zusammenarbei-

ten – Werte und Chemie müssen stimmen, mit Gabriele ist das der Fall.“ Entstanden ist eine Capsule Collection, bei der das „Perfect Beach Shirt“ in drei verschiedenen Styles daherkommt. Eyecatcher ist der für Gabriele Frantzen Designs bekannte Scarab. Der ikonische Käfer wurde bei jedem Teil tonal auf- und durchgestickt und ist außerdem auf dem Knopf der Manschette eingraviert worden.

Female Empowerment

Klare Statements: Dafür steht Cloudy Zakrocki. An Seidensticker gefällt ihr, wie das Unternehmen im Alltag intrinsisch motiviert geführt wird und wie sehr sich das Team damit identifiziert. „Cloudy weiß, was sie will und ausdrücken möchte. Sie ist dabei authentisch und wertebewusst. Es hat großen Spaß gemacht, mit ihr selbstbewusste Womenswear zu kreieren“, so Bentzinger. Das Ergebnis: eine fünfteilige Capsule Collection – Hemdblusen als Essenz einer

klaren Uniform für die moderne Frau, die ihr Halt und gleichzeitig Haltung geben sollen. Cloudys DNA wird besonders am dezent gesetzten Signature-Knopf deutlich, der an den extra breiten Manschetten platziert wurde.

Es herrscht Aufbruchstimmung bei Seidensticker. Das spiegelt auch das neue Headquarter wider. Am Stadtholz trifft man auf offene Räumlichkeiten, moderne Einrichtung und Ausstattung – hier und da auch auf Elemente aus der Vergangenheit, passend in Szene gesetzt. Ein Ort, der Mitarbeiter:innen zusammenbringt. New Work heißt das Konzept und steht für eine bessere Zusammenarbeit und mehr Selbstbestimmung für die Mitarbeiter:innen. Ganz eindeutig: Seidensticker ist auf dem Weg in die Zukunft.

www.seidensticker.com

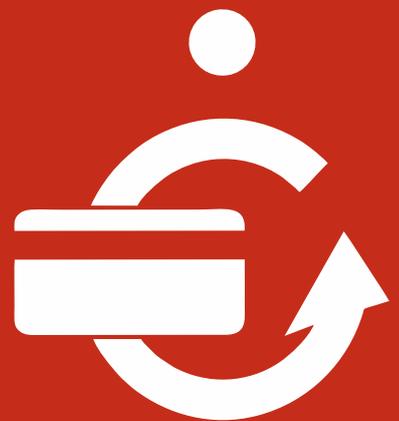


Der Bielefeld- Vorteil.

**Ganz einfach Geld-zurück
aufs Girokonto.**

- ✓ Keine Registrierung
- ✓ Keine Extra-Karte
- ✓ Einfach einkaufen

Jetzt informieren:
www.bielefeld-vorteil.de



bielefeld-vorteil.de

INTERROGARE GMBH, BIELEFELD

25 Jahre: Smarte und individuelle Marktforschung

Seit genau 25 Jahren dreht sich beim Bielefelder Unternehmen Interrogare alles um Marktforschung. Bekannt ist das Full-Service-Institut vor allem für individuelle und smarte Lösungsansätze sowie methodisch anspruchsvolle Marktforschungsstudien. Gerade in diesen unsicheren und volatilen Zeiten zeigt sich die Stärke der Marktforschung. Denn nie waren verlässliche Daten und Erkenntnisse wichtiger. Ein Gespräch mit Stefanie Sonnenschein, verantwortlich für Marketing & Communication.

Frau Sonnenschein, erst Corona, dann der Ukraine-Krieg, Inflation, Preissteigerungen – die Krisen beeinflussen das Konsumverhalten der Menschen. Was bedeutet das für Marketing und Marktforschung?

Mit Blick auf die aktuellen Projekte und Anfragen liegt aus Marktforschungssicht der Fokus auf den klassischen Themen Marke (insbesondere Trackingstudien), Kund:innen und Preis. Vieles von dem, was wir in den letzten Jahren über Konsumentenverhalten, Einstellungen, Erwartungen und Bedürfnisse erforscht und gelernt haben, muss durch die aktuellen Entwicklungen neu überdacht werden. Prioritäten und Präferenzen ändern sich, der Preis für bestimmte Produkte hat für viele Konsumentengruppen eine neue Relevanz erhalten und Markenhersteller sehen sich durch günstigere Eigen- und Handelsmarken herausgefordert. Umso wichtiger ist es, genau hinzuschauen. Das Konsumentenverhalten ist komplex und volatil und das Phänomen des hybriden Konsumenten schlägt auch hier voll durch. Wofür sind die Menschen noch bereit, Geld auszugeben? Welche Markenversprechen und Produktinnovationen geben den Menschen Halt und Orientierung? Auf diese und zahlreiche weitere Fragen gibt die Marktforschung valide und aktuelle Antworten.

Nachhaltigkeit scheint nach wie vor ein großes Thema zu sein. Wie beeinflussen die aktuellen Krisen den nachhaltigen Konsum? Verliert das Thema angesichts



Foto: Benjamin Janzen

Stefanie Sonnenschein, verantwortlich für Marketing & Communication bei Interrogare

der Inflation für die Konsumenten an Relevanz?

Wir haben es ja generell bei der Messung des Verhaltens bei ethisch oder moralisch aufgeladenen Themen wie Nachhaltigkeit mit der viel beschriebenen „Say-Do-Gap“ zu tun. Fragt man die Konsument:innen direkt nach der Wichtigkeit von umweltfreundlichem, klimaschonendem oder nachhaltigem Verhalten, so bekommt man sehr hohe Zustimmungswerte. Steht der gleiche Konsument aber am Regal und hat die Wahl zwischen herkömmlichen und Bio-Produkten, die das Doppelte und Dreifache kosten, greifen viele doch zu dem preisgünstigen Produkt. Aufgrund der aktuellen ökonomischen Krise ist davon auszugehen, dass der Preis im Vergleich zu anderen Kaufkriterien wie Nachhaltigkeit

bei vielen Konsumenten weiter an Relevanz gewinnen wird.

Wie können und müssen Marken auf die aktuellen Entwicklungen reagieren?

Wir können nur raten, dass alle Unternehmen ihre Marken, Produkte und Zielgruppen im Blick behalten. Volatile Zeiten erfordern ein engmaschiges Monitoring aller Marketing-Maßnahmen – vom Packungs-Design über die Kommunikation bis zum Preis. Wir sehen, dass aktuelle Insights und verlässliche Datengrundlagen noch wichtiger sind als in anderen, stabileren Zeiten. Denn letztlich bleibt: Verlässliche Daten sind die beste Grundlage für erfolgreiche Entscheidungen.

www.interrogare.de

WHY SO SERIOUS?



Jedes Vermögen erzählt eine Geschichte.

Wir sind gespannt auf Ihre!

TIPS-VERLAG GMBH, BIELEFELD

Deutlich mehr als Magazine: neue Wege im Marketing durch „Bielefelder – der Podcast für Stadtmenschen“

Der Bielefelder Tips-Verlag bereichert seit mehr als 40 Jahren erfolgreich die lokale News-Szene. Mit einem breiten Portfolio an Print-, Online- und Social-Media-Produkten hat sich der Verlag als wichtiger Multiplikator in der Stadt etabliert. Mit dem Podcast „Bielefelder – der Podcast für Stadtmenschen“, einem Kooperationsprojekt mit der Bielefeld Marketing und der Social Media und Podcast-Agentur KUNDENFOKUSSIERT, gibt es zusätzlich „was auf die Ohren“.

„Bielefelder – der Podcast für Stadtmenschen“ hat sich in einem Jahr und mehr als 30 Folgen als Format erfolgreich etabliert. Moderiert von Christina Scheuer werden in authentischen Gesprächen mit Bielefelder Multiplikatoren inspirierende Geschichten und spannende Einblicke in das Leben verschiedenster Stadtmenschen präsentiert. Von der Influencerin über den Unternehmer bis hin zur Unirektorin kitzelt Christina Scheuer immer wieder das gewisse bisschen „Mehr“ aus ihren Gesprächspartnern heraus und zeigt, wie vielfältig die Bielefelder Stadtgesellschaft ist. Mit rund 1.000 Hörerinnen und Hörern pro Folge erreicht der Podcast Menschen im Alter von 25 bis 50 Jahren aus Bielefeld und dem Umland.

Mit der Vermarktung des Formats eröffnet sich nun für regionale Unternehmen die Möglichkeit, Produkte und Dienstleistungen einer breiten, lokalen Zielgruppe vorzustellen. Im Gegensatz zu traditioneller Radio-Werbung bieten Podcast-Ads den Vorteil, dass sie einfach nebenbei gehört werden können, sei es auf dem Weg zur Arbeit, beim Sport oder zu Hause. Die persönliche Einbindung der Moderatorin schafft eine authentische Verbindung und sichert die ungeteilte Aufmerksamkeit der Hörerschaft. Darüber hinaus belegen aktuelle Studien, dass die Toleranz von Werbung in Podcasts überdurchschnittlich hoch ist. Sofern der Spot zum Format passt, sich thematisch gut einfügt und gegebenenfalls vom Podcast-Host selbst

eingesprochen wird, ist dem Werbenden so eine kaufkräftige, gebildete und urbane Hörerschaft sicher. Besonders interessant für die Vermarktung ist das crossmediale Partnernetzwerk mit reichweitenstarken Social-Media-Kanälen.

Neben dem Podcast bilden die Magazine „Bielefelder“, der Gastroführer „Bielefeld Geht Aus“, das Kulturmagazin „Kunstrasen“ sowie das Ambientemagazin „Spezial Wohnen“ weiterhin den Markenkern des Tips-Verlags. Denn bei allem schnelllebigen Swipen und Liken bleibt das Blättern doch immer noch die entspannteste aller Contentvarianten.

www.tips-verlag.de



ROSENBERGER GMBH & CO. KG, BIELEFELD

Individueller Auftritt mit voller Flexibilität

Digitaler Kommunikation zum Trotz, es geht nichts über den persönlichen Austausch in einem realen Gespräch. Messen und Events sind der ideale Ort dafür. Mobile Messesysteme von Rosenberger Media schaffen den angemessenen Rahmen dafür.

Mit flexiblen Systemen können die Kunden je nach Anlass schnell auf unterschiedliche Anforderungen reagieren. Mit den modularen Leuchtsystemen sind sie auf (fast) alle Eventualitäten vorbereitet. Mit wenig Aufwand können auch größere Standflächen bespielt werden – ganz ohne einen externen Dienstleister. Die stabilen Aluminium-Rahmen werden schnell, einfach und ohne Werkzeug aufgebaut. Dank der leicht zu handhabenden Stoffbespannung ist auch ein Wechsel des Designs unproblematisch. Die lichtstarken LEDs im Inneren sorgen für eine gleichmäßige Ausleuchtung der

Grafiken und eine optimale Fernwirkung. Die ideale Ergänzung dazu ist ein Digital Signage-System für die dynamische Darstellung digitaler Inhalte wie Bilder, Texte, Videos, Animationen und Feeds auf einem transportablen Display. So lassen sich z. B. auf Jobmessen Stellenbeschreibungen, das Team und nicht zuletzt das Image des Unternehmens professionell in Szene setzen. Auch hier steht die Flexibilität an erster Stelle. Mit einem einfach zu bedienendem CMS-System können die Inhalte erstellt, verwaltet und zu Playlisten zusammengefügt werden. Rosenberger Media bietet dafür den

Foto: Rosenberger Media GmbH & Co. KG



Mit wenigen Elementen zum flexiblen Messestand – zehn Leuchtstelen, ein DS-Display und eine mobile Theke

Komplettservice: von der Analyse des individuellen Bedarfs über die Gestaltung bis zur mediengerechten Datenaufbereitung. Davon kann man sich bei einem Besuch in Bielefeld-Milse persönlich überzeugen lassen.

www.rosenberger-media.de

Fleischlos glücklich: Kebab Style Vegan.



CONFORM GMBH, HALLE/WESTFALEN

Kreative Ideen für nachhaltigere Messeauftritte

Um die Umweltbilanz im Rahmen von Messeauftritten zu verbessern, muss das Thema Nachhaltigkeit über den gesamten Projektverlauf ganzheitlich und strukturiert gemanagt werden. Es gilt der Grundsatz: Vermeiden vor Reduzieren vor Kompensieren.



Foto: Mankus Schwalenberg, Dormagen

Belegtes nachhaltiges Handeln im Rahmen von Messeauftritten wird in den nächsten Jahren enorm an Bedeutung gewinnen. Das ehrgeizige Klimaschutzziel der Deutschen Messewirtschaft, bis 2040 komplett klimaneutral zu sein, sowie wachsende Anforderungen in ausstellenden Unternehmen aufgrund neuer nationaler oder europäischer Gesetzgebung, werden in der Branche sehr viel bewegen. „Neben geplanten Investitionen in die Sanierung und Modernisierung von Messegeländen werden auch die Anforderungen der Messeveranstalter an Aussteller und ihre Dienstleister steigen. Es wird von allen Akteuren eine kontinuierliche Verbesserung der Umweltleistung gefordert werden“, ist Sandra Bartling, qualifizierte Nachhaltigkeitsmanagerin mit mehr als 25 Jahren Erfahrung in der

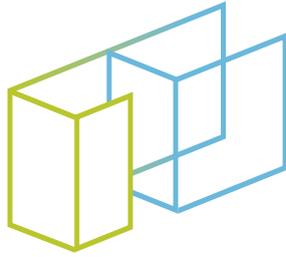
Messewirtschaft, überzeugt. Um die Umweltbilanz im Rahmen von Messeauftritten zu verbessern, muss das Thema Nachhaltigkeit ganzheitlich und strukturiert über den gesamten Projektverlauf gedacht werden, beginnend in der Konzeptions- und Planungsphase. Negative Auswirkungen, sowohl ökologisch als auch sozial, müssen identifiziert und professionell gemanagt werden. Für den gesamten Lebenszyklus des Messestandes müssen realistische Ziele gesetzt und Maßnahmen hin zu mehr Nachhaltigkeit implementiert werden. Hier gilt über alle Aktivitäten und Gewerke hinweg der Grundsatz: Vermeiden vor Reduzieren vor Kompensieren.

Im Rahmen von Messeauftritten sind Mobilität und Transporte sowie das

hohe Abfallaufkommen als wesentliche Verursacher von CO₂-Emissionen zu nennen. „Um Ressourcen zu schonen und Abfälle zu vermeiden, muss über die im Messebau seit Jahren üblichen modularen Systemlösungen und Mietangebote hinaus noch konsequenter in Richtung Kreislaufwirtschaft gedacht werden“, erklärt Patrick Jürgens, Geschäftsführer bei conform. „Insbesondere im Rahmen der Materialauswahl verzeichnen wir in den letzten Jahren eine positive Entwicklung. Wir haben heute in unserer Branche eine wesentlich größere Auswahl an nachhaltigen Lösungen als noch vor wenigen Jahren und somit mehr Möglichkeiten, unsere Umweltbilanz in Projekten zu verbessern.“

„Die Abfallmengen, die auf den meisten Messen anfallen, sind inakzeptabel und größtenteils vermeidbar“, ergänzt Sandra Bartling. „Insbesondere Standbaumaterialien, die nicht wiederverwendet werden können, müssen nicht zu Müll werden, sondern lassen sich einer alternativen Verwertung zuführen. Wir arbeiten zum Beispiel mit dem Unternehmen TRASH GALORE, welches Material von Messen an gemeinnützige Einrichtungen vermittelt und damit nicht nur einen positiven ökologischen, sondern auch sozialen Impact erzielt.“

www.conform.cc



UNIVERSITÄTSGESELLSCHAFT BIELEFELD

Verein der Freunde und Förderer
der Universität Bielefeld e. V.

UNIVERSITÄTS- GESELLSCHAFT BIELEFELD: BRÜCKENBAUER FÜR DIE WISSENSCHAFT

Wir unterstützen die Universität Bielefeld, ideell und finanziell. Seit 1966 hat die UGBi Projekte und Vorhaben der Universität in Höhe von rund 6,8 Millionen Euro gefördert.

Wir stärken die Verbindungen zwischen Wissenschaft und Wirtschaft.

Wir bauen Brücken zwischen der Universität Bielefeld und der Bevölkerung in der Stadt Bielefeld und in der Region Ostwestfalen-Lippe.

Beispiele für UGBi Aktivitäten:

- Jörg Schwarzbich Inventor Award, Dissertationspreise, Preis für gute Lehre: Karl Peter Grottemeyer-Preis
- Stiftungsprofessur „Führung von Familienunternehmen“
- Corona-Hilfsfonds für Studierende in Kooperation mit der Universität Bielefeld und dem Asta der Universität Bielefeld
- Stipendien für Studierende sowie Nachwuchswissenschaftlerinnen und -wissenschaftler: Teilnahme an Tagungen und Kongressen sowie an internationalen Wettbewerben
- Unterstützung des International Office
- Stärkung von Projekten, die den Dialog zwischen Wissenschaft und Öffentlichkeit forcieren: „Forum Offene Wissenschaft“, „Bielefeld 2000plus“, „teutolabs“
- Unterstützung der Wissenswerkstadt in der Innenstadt von Bielefeld

Die 600 UGBi Mitglieder wollen sich auch in Zukunft für unsere Universität Bielefeld engagieren. Machen Sie mit: Werden Sie Mitglied in der Universitätsgesellschaft Bielefeld! Wir brauchen Sie.

Universitätsgesellschaft Bielefeld

Verein der Freunde und Förderer der Universität Bielefeld e. V.

Geschäftsführendes Vorstandsmitglied: Dr. Rainer Wend

www.uni-bielefeld.de/ugbi

FORMDREI MESSE UND EVENT GMBH, BIELEFELD

Nachhaltige Kommunikationsräume – made in Bielefeld

Das Bielefelder Messebauunternehmen kreiert anspruchsvolle Messestände und Showrooms in allen Größenordnungen und erweist sich seit fast 40 Jahren als zuverlässiger Partner.

Als kompetenter Full-Service-Partner und modernes Dienstleistungsunternehmen schafft das formdrei-Team designorientierte individuelle Lösungen für erfolgreiche Markenauftritte. Seit 1985 baut formdrei auf kundenorientierte Beratung, zielführende Architektur und individuelle Produktion als Fundament. Mit rund 600 Projekten pro Jahr ist formdrei auf allen deutschen und vielen internationalen Messeplätzen zu Hause. Am Standort in Bielefeld-Brake kreieren 50 feste Mitarbeiter/innen Marken- und Erlebniswelten für zahlreiche Kunden aus dem In- und Ausland und sind für Messeveranstalter, bei Hausmessen und Firmen-Events

sowie für Werbeagenturen der richtige Ansprechpartner. Während der Pandemie wurde das Leistungsportfolio strategisch erweitert. CAD-Zeichnungen werden interaktiv mit Informationen, Moderation und Spots aufbereitet und sind als digitaler Zwilling oder autark auf verschiedenen Ebenen der digitalen Kommunikation einsetzbar. Im eigenen Showroom werden virtuelle und hybride Veranstaltungen mit Unternehmensbranding und Produktpräsentationen kundenspezifisch betrieben. Als fwd-Mitglied und Partner diverser Verbände ist die zertifizierte „Sustainable Company“ stets auf dem aktuellen Stand, was nachhaltige



Foto: formdrei

Entwicklung und Innovation in der Branche anbelangt.

www.formdrei.de



**ENTDECKEN SIE UNSERE
PRODUKTVIELFALT**

PLAKATE AUFKLEBER BANNER UV-DIREKTDRUCK AUFLAGENDRUCK
BILDVEREDELUNG WERBETECHNIK DIGITALES FOTOLABOR

Delta-Color
digital

Fachlabor für digitalen Druck und Fotografie GmbH & Co. Kg

Bleichstrasse 40 33607 Bielefeld
Tel. 0521 - 380 930 01

info@delta-color.de
www.delta-color.de

ARDVENTURE, AGENTUR FÜR VISUELLE KOMMUNIKATION ACAR & REHM GBR, BIELEFELD

Marketing nachhaltig denken!

Gute Werbung muss bewegen – und das bitte umweltbewusst! Hierbei unterstützt ardventure – die Bielefelder Agentur für visuelle Kommunikation hat viel Erfahrung in den Bereichen Marketing, CD und CI in Verbindung mit Nachhaltigkeit.

Foto: ardventure



Mike Rehm, Geschäftsführung

„Durch umweltbewusstes Handeln steigt die Glaubwürdigkeit“, davon ist Geschäftsführer Mike Rehm überzeugt. „Außerdem

wirkt ressourcenschonendes Handeln auch positiv nach ‚innen‘ – also auch auf die Mitarbeitenden. Und auch potenzielle Bewerber haben heute genau im Blick, wie nachhaltig ein Unternehmen wirtschaftet.“ Der alte Spruch „Tue Gutes und rede darüber“, der früher für Sponsoring- und Spendenaktionen galt, gewinnt heute beim Thema Nachhaltigkeit eine Renaissance. Der Anspruch, ökologisch handeln zu wollen, muss jedoch gelebt werden. Bloße Lippenbekenntnisse werden schnell als Greenwashing enttarnt. Entsprechend nimmt auch ardventure die Sache in die Hand und leistet engagierte Aufklärungs-

arbeit zum „Insektenschwund“. ardventure initiierte federführend die Initiative „Insect Aid“ und veröffentlichte u. a. einen Flyer samt Internetseite: insect-aid.de. „Wir möchten gemeinsam mit unseren Kunden ökologisch denken“, so der Geschäftsführer. „Und wir reden nicht nur über Recyclingpapier, klimaneutrales Drucken oder auch eine klimaneutrale Website – das und weiteres gern bei uns in der Agentur bei einer guten Tasse Kaffee – natürlich bio und Fairtrade.“

www.ardventure.de

Mario Kramer Immobilien GmbH

**SIE SUCHEN EINE
NEUE MIETVERWALTUNG ?**

WEG- & Mietverwaltung • zertifizierte IHK-Immobilienverwalter • 24/7 Telefonservice

0521 / 95 96 60

www.mario-kramer-immobilien.de

BOGE KOMPRESSOREN OTTO BOGE GMBH & CO. KG, BIELEFELD

Druckluft mit nachhaltigem Mehrwert

Zuverlässige und saubere Druckluft – dafür steht der Name BOGE seit 117 Jahren. Mit dem Standort in Bielefeld ist das Familienunternehmen fest in der Region verwurzelt – und gleichzeitig in mehr als 120 Ländern international tätig. Mit einem Mix aus bewährten Traditionen und innovativen Lösungen trägt der Druckluftspezialist zur Gestaltung einer nachhaltigeren Zukunft bei. Was das mit einer windigen Gegend in Chile zu tun hat, weiß Marketingleiter Christian Schlüter.

Foto: pixabay



BOGE ist in der windreichen Region im Süden Chiles an einem besonderen Zukunftsprojekt beteiligt.

Herr Schlüter, was macht BOGE in Chile?

Wir sind dort an einem innovativen Projekt zur Erzeugung von sogenannten E-Fuels aus Wasserstoff und Kohlendioxid beteiligt. Für dieses komplexe Verfahren stellt BOGE die benötigte Druckluft für die pneumatischen Ventile sowie einen Generator zur Erzeugung von Stickstoff. Außerdem haben wir eine Anlage zur Verdichtung und Speicherung von Kohlendioxid entwickelt. Hier kommt uns unsere Erfahrung bei der Entwicklung von individuell zugeschnittenen Lösungen zugute, denn für die Herstellung von E-Fuels ist sehr viel Energie nötig. Das ist häufig ein Kritikpunkt. Hier stammt der Strom jedoch aus Windenergieanlagen. Die windreiche Region Magallanes ist für grünen Strom geradezu prädestiniert. Deshalb heißt das Pilotprojekt auch „Haru Oni“ – der Begriff aus der Sprache der chilenischen Ureinwohner bedeutet übersetzt „starker Wind“. In der ersten Phase des Projektes werden 130 Kubikmeter E-Fuels

produziert, ab 2026 soll die Menge auf 550.000 Kubikmeter angehoben werden. Damit wären dann schon eine ganze Menge Autos CO₂-neutral unterwegs.

Welche anderen Themen bearbeiten Sie noch in puncto Nachhaltigkeit?

Aktuell arbeiten wir beispielsweise mit einem belgischen Versorger für sauberes Trinkwasser zusammen. Das Wasser stammt unter anderem aus einem recht flachen Stausee. Im Sommer droht daher die Bildung von gesundheitsgefährdenden Blaualgen. Gemeinsam haben wir ein Belüftungssystem zur Erhöhung des Sauerstoffgehalts entwickelt, das mit ölfreier Druckluft betrieben wird und damit die hervorragende Wasserqualität bewahrt. Denn aus hygienischen Gründen wird in allen sensiblen Bereichen, ob Trinkwasser oder Bohrer beim Zahnarzt, mit ölfreier Druckluft gearbeitet. Ein ebenso wichtiges Thema ist die Wärmerückgewinnung. Bei

der Erzeugung von Druckluft entsteht Energie, die zum Heizen von Produktionshallen, Büros oder zur Wassererwärmung verwendet werden kann. Unsere Kompressoren sind serienmäßig mit entsprechenden Anschlüssen ausgestattet oder die Umwandlungstechnologie ist bereits integriert, sodass bis zu 94 Prozent der Energie verwertbar ist.

BOGE hat das Portfolio durch die Übernahme von INMATEC erweitert. Welche strategischen Überlegungen stecken dahinter?

Mit der Übernahme stellen wir uns breiter auf. Die Kunden erhalten ölfreie und ölgeschmierte Kompressoren sowie Stickstoff- und Sauerstoffgeneratoren aus einer Hand – made in Germany. Wir sehen in dem Bereich Spezialgase ein großes Wachstumspotenzial. Die Anwendungsbereiche sind vielfältig: zum Beispiel beim Löten – Stichwort Halbleiterherstellung – oder der Haltbarmachung von Lebensmitteln. Stickstoff agiert überall dort als Schutzgas, wo Sauerstoff nicht mit einem anderen Stoff reagieren soll, weil sonst Rost oder Schimmel entsteht. Für viele Kunden kann es übrigens wirtschaftlicher sein, den Stickstoff mit dem individuell benötigten Reinheitsgrad selbst herzustellen, als ihn sich regelmäßig liefern zu lassen. Schon durch den Wegfall des Transportaufwands ist das deutlich nachhaltiger. Außerdem werden durch den passgenauen Reinheitsgrad Ressourcen und Budget geschont.

www.boge.com

AUTOHAUS MARKÖTTER GMBH, BIELEFELD, HERFORD, PADERBORN UND GÜTERSLOH

VOLVO EX30: Der neue Star im Autohaus Markötter

Der neue VOLVO EX30 ist eine wahre Sensation: Er ist das kleinste SUV und außerdem das Modell aus dem schwedischen Fahrzeugportfolio mit dem bisher kleinsten ökologischen Fußabdruck. Trotzdem fasziniert der VOLVO EX30 mit großartiger Leistung und verfügt je nach Motorisierung über eine elektrische Reichweite von bis zu 475 Kilometern (nach WLTP) und bis zu 428 PS, die das Fahrzeug von 0 auf 100 km/h in 3,6 Sekunden beschleunigen lassen. Und das Beste: Das SUV lässt sich dank einer Schnellladefunktion in nur 26 Minuten von 10 auf 80 Prozent Akku laden.

Foto: Volvo



Kleines Auto, große Wirkung: Der VOLVO EX30 begeistert mit einem eleganten Design, raffinierter Technologie und einem einzigartigen Fahrerlebnis.

Außerdem überzeugt der VOLVO EX30 mit zahlreichen Sicherheits-, Komfort- und Konnektivitätsfunktionen: So parkt, steuert und beschleunigt das Modell durch den „Park Pilot Assistant“ ganz von selbst und sorgt mit komplett neu gedachter Innenraumstruktur für reichlich Stauraum – und maximalen Nutzen und Komfort. Perfektioniert wird das einzigartige Fahrerlebnis außerdem durch das Hochleistungs-Soundsystem der stylischen Harman-Kardon-Soundbar sowie gleich fünf verschiedene Lichteinstellungen ganz im skandinavischen Flair.

Übrigens: Gemäß der nachhaltigen VOLVO-Philosophie werden für das exklusive Design des EX30 erneuerbare Materialien verwendet. So sind 25 Prozent des

Aluminiums sowie 17 Prozent des Stahls und der Kunststoffe, die bei der Karosserie des EX30 verwendet werden, recycelt. Im Innenraum bestehen sogar rund 30 Prozent der Dekorteile aus erneuerbaren Materialien. Die schwedische Marke beweist damit, dass modernes Design auch verantwortungsbewusst sein kann.

So klein, so großartig

Das Konzept des VOLVO EX30 ist nicht nur rundum durchdacht, sondern auch preisgekrönt: Bereits jetzt erhielt das neue SUV den Award „Best Cars 2024 auto motor + sport“ und belegte bei den „Car of the Year Awards 2024“ in der Kategorie Preisleistungssieger den dritten sowie in der Kategorie Stadtauto den zweiten Platz.

Der VOLVO EX30 ist also die perfekte Kombination aus Komfort, Nachhaltigkeit sowie einem einzigartigen Fahrerlebnis.

Aber am besten schaut man sich dieses außergewöhnliche Modell einfach mal selbst an und erlebt hautnah die Besonderheiten des EX30 – natürlich direkt beim Autohaus Markötter, dem zertifizierten VOLVO-Partner mit Standorten in Bielefeld, Herford, Paderborn und Gütersloh. Dort berät Sie das Team vom Autohaus Markötter gern persönlich, wenn es um die individuelle Konfiguration und Fragen rund um Erwerbsoptionen geht. Also, auf geht's: mit dem Autohaus Markötter in die neue Ära der Mobilität.

www.markoetter.de

HALFAR SYSTEM GMBH, BIELEFELD

HALFAR® Taschen, für heute gemacht, an morgen gedacht

Seit über 35 Jahren entwirft, produziert, veredelt und vertreibt HALFAR® Taschen und Rucksäcke. Ob kommunikative Prä-mientaschen für Unternehmen, Events und Merchandising oder funktionale Spezialtaschen für Technik und besondere Einsätze: Die Bielefelder stellen das Thema Nachhaltigkeit in den Fokus ihrer Arbeit.

Kundenberater/innen, Taschendesigner/innen, Näher/innen und Veredler/innen in Bielefeld sowie Fertigungsteams weltweit sorgen dafür, dass aus Kundenwünschen Taschen werden. So ist HALFAR® heute eines der marktführenden Unternehmen für maßgefertigte Spezialtaschen in Europa. Es entwickelt und fertigt mit den technischen Taschen kundenindividuelle Lösungen für alle Branchen. Ob Geräte-, Einsatz- oder Werkzeugtasche, ob Gurtsystem oder sonstige textile Lösungen – nahezu alles, was sich nähen lässt, setzen die Bielefelder für ihre Kunden um. Im Bereich Werbetaschen bietet HALFAR® über 200 Taschen und Rucksäcke ab Lager an und bringt jährlich neue Modelle auf den Markt. Große Farbauswahl, hohe Lagerverfügbarkeit und vielfältige Veredelungsmethoden zeichnen das Angebot aus. Auch eine rein in der EU-gefertigte Lagertaschen-Serie findet sich im Programm.

Nachhaltige Taschenkonzepte

Mehr als 100 Mitarbeitende am Stammsitz in Bielefeld tragen zum Erfolg des Unternehmens bei. Dieser misst sich für HALFAR® nicht nur an ökonomischen, sondern auch an ökologischen und sozialen Standards, kurzum: an der Nachhaltigkeit. So verbindet der Taschenspezialist Qualität, Design und Funktionalität mit Maßnahmen zu Biodiversität und Klimaschutz. Bei den Taschen selbst ist der sparsame Einsatz von Ressourcen Bestandteil des Design- und Produktionsprozesses. So kommen immer mehr recycelte, PVC-freie oder nachwachsende Materialien zum Einsatz.



Foto: Halfar-System GmbH

Klimabewusstes Unternehmen

HALFAR® setzt konsequent auf das Vermeiden von klimaschädlichen CO₂-Emissionen und hat dafür zahlreiche Projekte initiiert und umgesetzt. Viele davon direkt vor Ort in Bielefeld, wie etwa das hocheffiziente Lager. Es verkürzt Wege und nutzt neueste Technik zum ressourcenschonenden Einsatz und zum Gewinn von Energie.

So steht die Marke HALFAR® für nachhaltige, sympathische, unverwechselbare, hochwertige und langlebige Taschen und Rucksäcke – nah am Kundenbedürfnis und weit entfernt vom Üblichen. Eben für starke Taschen.

www.halfar.com

Studieren an der HSBI



Die HSBI bietet 41 Bachelorstudiengänge und 28 Masterstudiengänge in den Studienrichtungen:

- Architektur / Bauwesen
- Gestaltung
- Informatik
- Ingenieurwissenschaften / Technik
- Mathematik
- Pflege, Gesundheit und Hebammenwissenschaft
- Sozialwesen
- Wirtschaft

Die meisten Studiengänge werden als Vollzeitstudium absolviert. Zudem gibt es praxisintegrierte Studiengänge, bei denen sich Praxisphasen im Unternehmen und Theoriephasen an der Hochschule abwechseln und berufsbegleitende Studiengänge, die sich gut mit einer Berufstätigkeit in Vollzeit kombinieren lassen.



STRENGE GMBH & CO. KG, GÜTERSLOH

Unsere Verpflichtung für eine nachhaltige Zukunft in der Industrie

Eine der größten Herausforderungen unserer Zeit ist der Klimawandel und die damit einhergehende Notwendigkeit des Klimaschutzes. Besonders die Industrie spielt eine wesentliche Rolle bei der Reduzierung von Treibhausgasemissionen. Durch die Umstellung auf nachhaltigere Praktiken sowie Produkte reduziert sie ihren CO₂-Fußabdruck und leistet so einen Beitrag für mehr Klimaschutz.

Foto: Adobe Stock



Darüber hinaus gewinnt das Thema Nachhaltigkeit auch für Verbraucher zunehmend an Bedeutung. Sie sind immer mehr daran interessiert, Produkte von Unternehmen zu kaufen, die sich für Umweltschutz einsetzen und soziale Verantwortung übernehmen. Durch unser aller Engagement für Nachhaltigkeit können wir nicht nur die Umwelt schützen, sondern auch unseren persönlichen Beitrag dazu leisten. Als verantwortungsbewusstes Unternehmen setzt auch Strenge mit dem vermehrten Einsatz nachhaltiger Produkte und Prozesse ein klares Zeichen für den Umweltschutz. „Wir möchten unseren Kunden nicht nur qualitativ hochwertige Lösungen bieten,

sondern dazu beitragen, den ökologischen Fußabdruck zu reduzieren und eine nachhaltigere Zukunft zu gestalten“, sind sich die geschäftsführenden Gesellschafter Christian, Klaus und Thomas Strenge einig. „Unsere Verantwortung als Großhändler für die Industrie geht daher über die bloße Bereitstellung hochwertiger Produkte für Verpacken, Reinigen, Heben und Zurren sowie Arbeitsschutz hinaus. Wir setzen uns aktiv dafür ein, gemeinsam mit unseren Geschäftspartnern bedarfsgerechte Lösungen zu finden, die einen positiven Beitrag zu einer nachhaltigeren Zukunft leisten.“ Daher engagiert sich das Gütersloher Familienunternehmen kontinuierlich, das

Bewusstsein für das Thema Nachhaltigkeit zu schärfen und sein umweltfreundliches Produktportfolio stetig auszubauen. Denn gerade im Verpackungssektor liegt ein großes Potenzial für mehr Umweltschutz. Sei es durch die vermehrte Verwendung wiederverwertbarer Verpackungen, recycelter und recycelbarer oder sogar biologisch abbaubarer Kunststoffe für Folien und Beutel oder hochwertiger, selbstschließender Kartonagen, die den Verbrauch zusätzlicher Packbänder reduzieren. Aber auch in den Bereichen Reinigen und Arbeitsschutz lässt sich mehr für die Umwelt tun. Die Vermeidung von Mikroplastik in Reinigungsmitteln oder die Verwendung hochwertiger umweltfreundlicher Materialien sind nur zwei von vielen Beispielen hierfür.

Insgesamt ist Nachhaltigkeit in der Industrie kein Luxus, sondern eine Notwendigkeit. Durch den bewussteren Umgang mit Materialien, die Förderung nachhaltiger Produkte können Unternehmen nicht nur Kosten senken und Effizienz steigern, sondern auch einen positiven Beitrag zur Umwelt und zur Gesellschaft leisten. „Es ist an der Zeit, dass wir alle gemeinsam handeln und nachhaltige Praktiken in den Mittelpunkt unserer Geschäftsstrategien stellen. Denn nur so können wir eine lebenswerte Zukunft für kommende Generationen sichern!“

www.strenge.de

SP_DATA GMBH & CO. KG, HERFORD

Payroll Outsourcing – eine Sache des Vertrauens!

Jedes deutsche Unternehmen ist dazu verpflichtet, pünktlich jeden Monat die Entgeltabrechnung für seine Mitarbeiter zu erstellen und die erforderlichen Meldepflichten zu erfüllen. Dies ist arbeitsintensiv und erfordert Fachwissen. Bei Fehlern haftet der Arbeitgeber, was teuer werden kann.

Der Mangel an Lohnbuchhaltern führt zudem zu Engpässen in der Payroll, weshalb sich immer mehr Unternehmen für die Auslagerung der Gehaltsabrechnung an externe Lohnexperten entscheiden. Die Vorteile des Payroll Outsourcings liegen dabei auf der Hand: Zeitersparnis, Kostenersparnis, veränderte Haftungsbedingungen und weniger Personalsuche. Bei der Wahl des richtigen Anbieters ist Vertrauen entscheidend. Die SP_Data GmbH & Co. KG bietet als erfahrener Anbieter mit cloudbasierten Tools eine optimale Lösung. Eine interne Arbeits-

gruppe sollte vorher alle Prozesse analysieren und ein Pflichtenheft erstellen. SP_Data ermöglicht die Digitalisierung von HR-Prozessen, effiziente Self-Services und nahtlose Integration vorhandener Module. Dabei verfügt das Herforder IT-Unternehmen über 35 Jahre Erfahrung in der Entgeltabrechnung.

www.spdata.de

Foto: SP_Data GmbH & Co. KG



DAHLER

Ihr Immobilienmakler in Bielefeld, Gütersloh und Herford

Profitieren Sie von 30 Jahren Erfahrung in der Vermittlung von hochwertigen Wohnimmobilien und verkaufen Sie Ihre Immobilien mit dem vierfachen Testsieger*. Wir bieten Ihnen eine kostenlose Marktwertermittlung.



Besuchen Sie uns auf unserer Homepage und testen Sie unser Online-Bewertungstool

DAHLER Bielefeld / Gütersloh
 Inh.: Martina Timpe
 T 0521 329 336 10 E bielefeld@dahler.com
dahler.com/bielefeld

*Servicestudie Immobilienmakler DISQ: www.dahler.com/testsieger



PIENING GMBH, BIELEFELD

EU-Rekrutierung: Strategien für den modernen Arbeitsmarkt

Der Bewerbermarkt ist im Wandel und stellt Personalverantwortliche vor große Herausforderungen. Viele Unternehmen in OWL und deutschlandweit setzen auf die Expertise von Piening Personal. Das Familienunternehmen bietet europäische Lösungen und einen Ansatz, der sich seit 45 Jahren bewährt hat: Bei Piening steht der Mensch im Mittelpunkt.

„Aufgrund des demografischen Wandels fehlen in vielen Unternehmen Arbeitskräfte. Das betrifft nicht nur den IT-Bereich oder die Pflege. Fast alle Berufsfelder sind betroffen. Auch für einfachere Tätigkeiten gibt es kein Personal. Dieser Effekt wird sich in den kommenden Jahren verstärken“, erklärt Geschäftsführer Louis Coenen. Piening hat diese Entwicklung bereits frühzeitig erkannt und vor über zehn Jahren begonnen, Arbeitnehmende nicht nur in Deutschland, sondern auch in weiteren EU-Ländern zu rekrutieren.

Spezialist in der internationalen Rekrutierung

„Wir haben sehr gute Erfahrungen mit Mitarbeitenden aus Spanien, Italien und Polen gemacht, die bei unseren Kunden einen hervorragenden Job machen. Deshalb haben wir Spezialisten, die sich ausschließlich mit der Rekrutierung aus dem europäischen Ausland beschäftigen und starke Netzwerke in den verschiedenen Ländern aufgebaut haben“, erklärt Coenen. Bei der Auslandsrekrutierung ist der Aufbau von gegenseitigem Vertrauen entscheidend für den Erfolg. „Wir bieten unseren Kunden Beratungsgespräche an, um für sich auszuloten, ob ausländische Mitarbeitende eine Lösung für ihre Personalherausforderungen sein können. Nur so können wir sicherstellen, dass sich unser EU-Personal hier vor Ort wohlfühlt“, erklärt Coenen. Wer nach Deutschland kommt,



Geschäftsführer Louis Coenen

wird von Piening intensiv betreut. So übernehmen in der Regel Muttersprachler den Erstkontakt mit den ausländischen Bewerbenden; unterstützen sie auch bei der Wohnungssuche und bei Behörden-gängen.

Mehr als nur Zeitarbeit

Piening Personal ist bekannt für sein Know-how im gewerblich-technischen Bereich. Darüber hinaus bietet das Unternehmen eine umfangreiche Expertise. So ist der Personaldienstleister auch bei kaufmännischem, medizinischem, pflegerischem und pädagogischem

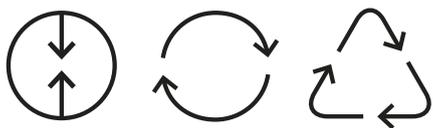
Personal sowie in der Montage und bei Experten im Bereich Engineering & IT sehr gut aufgestellt. Als Partner für innovative Personallösungen im Herzen Europas bietet Piening Personal ein umfassendes Portfolio an Dienstleistungen. „Ob es um Zeitarbeit oder Direktvermittlung von spezialisierten Fachkräften aus Deutschland oder dem EU-Ausland geht – wir sind breit aufgestellt und bieten Bewerbenden und Kunden viele erfolgreiche Wege auf dem modernen Arbeitsmarkt“, so Louis Coenen.

www.piening-personal.de

VAUTH
SAGEL

#KEEPPONGROWING

MARKE IM RAUM



FÜR NACHHALTIGE MESSEAUFTTRITTE
BRAUCHT ES KREATIVE IDEEN.
UND AUCH EIN BISSCHEN MUT.

www.conform.cc/projekte



PARKHOTEL GÜTERSLOH

Das Besondere ganz persönlich. Das Persönliche ganz besonders.

Umgeben von einem hoteleigenen Garten mit wunderschönem altem Baumbestand liegt das 5 Sterne Parkhotel im Herzen der Stadt Gütersloh und der Metropolregion Ostwestfalen-Lippe. Für anspruchsvolle Geschäftsreisende und Tagungskunden, die Wert auf höchste Qualität in Service und Gastronomie legen, ist das Haus seit vielen Jahrzehnten die erste Adresse in der Region.

Foto: Viveno Group GmbH – Fotografin Laura Thiesbrummel



Das Haus ist mehr als nur ein Hotel mit einem gewissen Anspruch an Understatement-Luxus.

Es ist ein Ort, an dem sich Gäste und Mitarbeiter:innen gleichermaßen wohlfühlen und wo die Verbundenheit zur Region, ihren Bewohner:innen und zu jedem einzelnen Gast überall spürbar ist.

Das Parkhotel Gütersloh ist der perfekte Gastgeber: aufmerksam, engagiert, lächelnd.

Exklusiv für Firmenkunden

Das Parkhotel ist der zuverlässige Partner in OWL, wenn es darum geht, gemeinsam Firmenveranstaltungen zu planen, maßgeschneiderte Tarife und Vorteilspakete für Unternehmen zu entwickeln oder attraktive

Firmenverträge zu gestalten. Zum Beispiel mit exklusiven Angeboten für den Mittelstand in der Region, wie dem kostenfreien Parkhotel Firmenprogramm für mittelständische Unternehmen. Es bietet umfangreiche Leistungen zu vorteilhaften Konditionen. Oder im Rahmen einer handmade Tagung oder Veranstaltung. Zusammen mit den Expert:innen des Hauses werden Events individuell mit den Kund:innen ganz nach ihren Wünschen geplant und gestaltet, damit die Veranstaltung zu einem unvergesslichen Ereignis wird.

Zimmer & Suiten – die ganz persönliche Wohlfühlsphäre

Die 103 komfortablen Wohlfühlzimmer und exklusiven Suiten sind wahre Komfortzo-

nen und vereinen ein gelungenes Zusammenspiel aus behaglichem Ambiente und zeitlosem Design. Edle Echtholzparkettböden, handgefertigte Design-Möbel, feinste Stoffe und besondere technische Raffineszen sorgen für pure Wohlfühlmomente. Der Blick geht aus vielen Zimmern entweder in den traumhaften Privatgarten des Hotels oder auf die Dachgärten und verspricht Erholung sowie einen ruhigen Schlaf.

Fine Dining: Restaurant Bellini, wo sich das Besondere und Persönliche entfaltet

Weltoffene ostwestfälische Wohlfühlküche umschmeichelt von zarten asiatischen Nuancen – das lässt sich im Bellini mit seiner herzlichen Gastfreundschaft in der entspannten Parkhotel Atmosphäre an liebevoll gedeckten Tischen mit dezenter Eleganz aufs Beste genießen. Küchenchef Lukas Hoffmann kreiert mit seinem begeisterten Küchenteam ganz persönliche Genussmomente. Handwerkliche Präzision trifft hier auf eine tief empfundene Wertschätzung für erlesene, aber auch einfachere Produkte und lässt mit viel Raffinesse und Kreativität unique kulinarische Kompositionen entstehen.

www.parkhotel-gt.de



PARKHOTEL
Gütersloh
★★★★★



ENERGIEVERSUM GMBH & CO. KG, GÜTERSLOH

Photovoltaik – es geht um mehr als Technik

2010 gründet René Möllenbeck einen Handwerksbetrieb für Photovoltaik. Heute ist Energieversum der drittgrößte Anbieter von Photovoltaikanlagen in Deutschland. Wir haben mit ihm gesprochen.



Einer der größten deutschen Solarteure kommt aus Gütersloh. René Möllenbeck hat 2010 die Energieversum GmbH gegründet.



Trotz 8.000 Anlagen pro Jahr ist Energieversum der Handwerksbetrieb von nebenan geblieben. Der schnelle Zugriff auf hochwertige Photovoltaikmodule und Batteriespeicher ermöglicht kurze Bauzeiten.

Fotos: Vandrapp Media

Herr Möllenbeck, Sie haben mit Energieversum bereits mehr als 30.000 Photovoltaikanlagen installiert. Können Sie bei diesen Zahlen noch auf individuelle Kundenwünsche eingehen?

Ja, absolut! Die Wünsche unserer Kunden sind sogar zentraler Bestandteil des gesamten Prozesses. Wir möchten verstehen, was unsere Kunden antreibt. Welche Ziele sie erreichen möchten.

Geben Sie uns einen Einblick ...

Die Gründe für Photovoltaik sind so individuell wie die Anlage selbst. Es gibt aber einige Aspekte, die wir in unseren Gesprächen immer wieder hören: Viele Menschen möchten ihren Beitrag zum Klimaschutz leisten. Auch das Thema Wertsteigerung einer Immobilie wird häufig genannt. Die meisten Kunden möchten jedoch unabhängiger vom Strompreis werden. Deshalb sprechen wir auch über das Thema Batteriespeicher mit hoher Be- und Entladeleistung.

Viele PV-Anbieter werben mit extrem

kurzen Bauzeiten. Was sagen Sie dazu?

Es ist wichtig zu wissen, dass der Abschluss der Installation nicht bedeutet, dass der Kunde unmittelbar eigenen Solarstrom produzieren und nutzen darf. Rein technisch wäre dies zwar möglich, jedoch ist es nicht zulässig. Die Nutzung der Anlage ist erst gestattet, nachdem der Netzbetreiber die Anlage überprüft und den Stromzähler ausgetauscht hat.

Welche Bauzeit versprechen Sie?

Wie bereits erwähnt, ist nicht die Bauzeit entscheidend, sondern der Tag der Inbetriebnahme. Nach dem Vertragsabschluss geben wir unseren Kunden eine verbindliche Zusage bezüglich der Inbetriebnahme – je nach Anlagentyp liegt der Termin zwischen einigen Wochen und wenigen Monaten. Halten wir den Termin nicht ein, kompensieren wir die Ausfallzeit.

Bei technischen Gewerken kommt es schnell zu höheren Kosten. Wie gehen Sie damit um?

Wir geben für jedes Projekt eine verbindliche Festpreisgarantie ab. Hiermit nehmen wir unseren Kunden die Sorge vor Nachforderungen.

Fragen Kunden auch nach Ihrer Bonität?

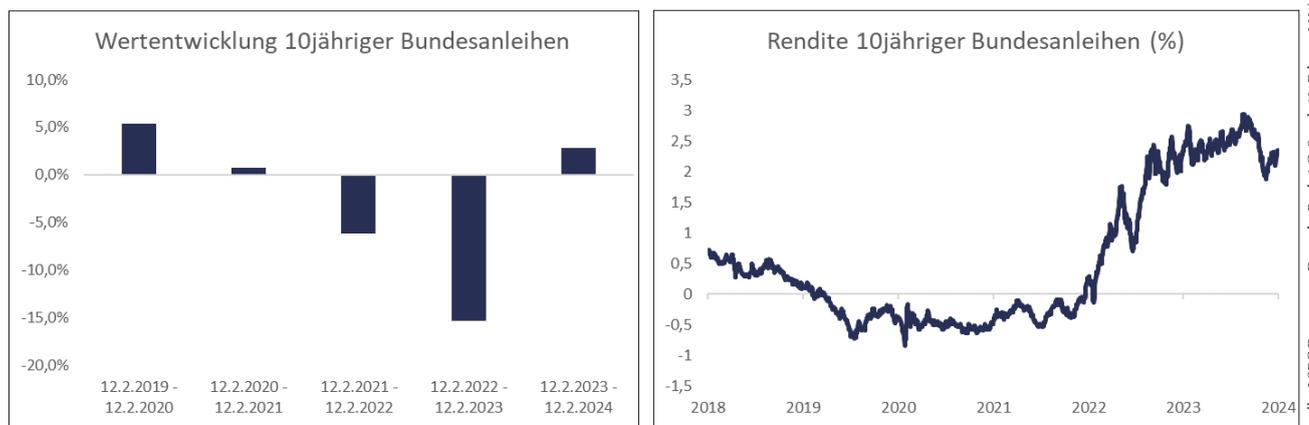
Ja, das tun sie – und zwar völlig zu Recht. Wir beantworten dies gerne. Denn: Energieversum ist ein Unternehmen der EnBW-Gruppe. Dies ist für viele Menschen ein Argument. Wir sind aber auch als eines der besten Solar-Installationsunternehmen Deutschlands von EUPD Research ausgezeichnet worden. Viel wichtiger sind vielen Menschen aber die Themen Gewährleistung und Garantie. Denn hier kommt es schnell zu hohen Folgekosten. Wir bieten unseren Kunden jedoch einen einzigartigen Versicherungs- und Garantieschutz. Dieser schützt bis zu 25 Jahre lang vor sämtlichen Folgekosten. Wir bleiben fester Ansprechpartner. Bei uns gilt: einmal entscheiden, 25 Jahre sorgenfrei.

www.energieversum.de

DEUTSCHE BANK AG, BIELEFELD

Anleihen: nach Normalisierung wieder zentraler Bestandteil der Vermögensallokation

Nach Covid-Pandemie, Störungen von Lieferketten und dem Krieg Russlands gegen die Ukraine erfolgte ein starker Anstieg der Inflationsraten. Die Zentralbanken reagierten zunächst mit einer gewissen zeitlichen Verzögerung, gingen dann aber mit zügigen und starken Leitzinsanhebungen gegen den Inflationsanstieg vor. Aus Erfahrungen der 1970er Jahre weiß man, dass Inflation ein hartnäckiges Phänomen darstellt und eine vorschnelle Lockerung der Geldpolitik zu einem erneuten Anstieg der Inflation führen könnte.



Quelle: LSEG Datastream, Deutsche Bank AG, Stand: 12. Februar 2024

Die Zentralbanken dürften daher zunächst zurückhaltend bleiben und 2024 nur vorsichtig erste Lockerungsschritte einleiten. Bei einem weitgehend schwachen Wirtschaftswachstum von 0,7 % in der Eurozone erwarten die Expert*innen der Deutschen Bank durch die EZB auf Sicht von 12 Monaten Zinssenkungen des Einlagenzinses auf etwa 3,25 %. Der Inflationsanstieg und die steigenden Geldmarktzinsen haben die Kapitalmarkrenditen nach oben geschoben, die Rendite 10-jähriger Bundesanleihen hatte Anfang Oktober 2023 den vorläufigen Höchststand von über 2,9 % erreicht und sich bis Mitte Februar auf etwa 2,3 % zurückgebildet. Die Fachleute gehen davon aus, dass die Kapitalmarkrenditen noch längere Zeit auf erhöhten Niveaus verharren sollten („Higher for Longer“). Die Renditen länger laufender Anleihen in

der Eurozone liegen Mitte Februar in allen Anleihe-segmenten, von Staatsanleihen (2,9 %) über Unternehmensanleihen (3,8 %) bis hin zu Hochzinsanleihen (6,4 %), wieder über der Inflationsrate (2,8 % im Januar) und die Realrenditen, also nominale Renditen minus Inflationsrate, sind wieder positiv. Durch diese „Normalisierung“ der Verhältnisse an den Anleihemärkten sind Anleihen für die Vermögensallokation interessanter geworden und erweitern den Instrumentenkasten für das Portfoliomanagement. Aufgrund ihrer Risiko-Ertrags-Eigenschaften können sie aktiv eingesetzt werden, um verschiedene Anlageziele zu erreichen. Anleihen bieten in Form von Kuponzahlungen regelmäßige laufende Erträge, sodass sie verwendet werden können, um für Anleger*innen planbare Einkommensströme zu erzeugen. Dies gilt auch

für Kapitalrückzahlungen, wenn die Anleihen mit einer festen Laufzeit emittiert wurden. Aufgrund des attraktiven Chance-Risiko-Profiles von Anleihen kann durch die gezielte Wahl von bestimmten Aktien-Anleihe-Kombinationen zudem die Schwankungsanfälligkeit von Wertpapierportfolios gesteuert werden. Anleihemärkte bieten in der Regel ein hohes Maß an Liquidität und Wahlmöglichkeiten sowohl nach Währungen als auch nach Kreditwürdigkeit/Ratings der Emittenten. Für 2024 werden an den globalen Rentenmärkten solide prozentuale Wertzuwächse im mittleren bis hohen einstelligen Bereich erwartet. Vor allem Unternehmensanleihen mit guter Bonität und niedrigen Ausfallraten bieten interessante Anlagechancen.

www.deutsche-bank.de

AUDIO MEDIA SERVICE PRODUKTIONSGESELLSCHAFT MBH & CO. KG, BIELEFELD

Pioniere aus OWL: Wie die Podcastfabrik deutschlandweit von sich hören lässt

In der Ära digitaler Kommunikation sind Podcasts längst mehr als nur Unterhaltung. Sie sind ein starkes Werkzeug für Unternehmen geworden: für Imagepflege, zur Kundenbindung und zum Recruiting von Personal. Die Podcastfabrik in Bielefeld – eine Marke von ams Radio und MediaSolutions – hat diesen Wandel früh erkannt und zählt zu den Pionieren in Deutschland, die Unternehmen bei ihren Podcast-Produktionen professionell unterstützen.

Die meisten entscheiden sich für das Komplettpaket. Die Heimat-Krankenkasse oder die Volksbank Herford-Mindener Land zählten zu den ersten aus OWL mit einem eigenen Podcast. Deutschlands größter Outdoor-Ausstatter Globetrotter spricht in „Rausgehört“ mit Abenteurern. Die Meditonsin-Macher von Medice aus Iserlohn haben eine „Packungsbeilage“ zum Hören. Darin erzählen Corporate Influencer über Karrieren im Unternehmen. Der Energiekonzern TenneT schaut

in „Entlang des Stroms“ hinter die Kulissen der Energiewende. Der Gewerbebauer GOLDBECK erreicht seine 12.000 Mitarbeitenden in einem internen Podcast. Auch der Stromriese E.ON vertraut bei interner Kommunikation auf das Know-how aus Bielefeld. Skoda entschied sich für eine hörbare Pressemappe. Alles ist möglich in professionellen Podcasts „Made in OWL“.

www.podcastfabrik.de

Foto: Stefan Mächter



W
BI

CityLife in Bielefeld

Unsere City ist vieles, aber nicht langweilig. Mit CityLife-Aktionen setzt Bielefeld sich ein für eine lebenswerte Innenstadt.

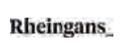
www.citybielefeld.de

Wir bedanken uns bei den Bielefeld-Partnern für die Unterstützung und das Vertrauen!

★★★★★ Partner



★★★★ Partner



KURT ZECHER GMBH, PADERBORN

Die Zukunft der Rasterwalze gestalten

2023 war für die Kurt Zecher GmbH ein besonderes Jahr. Es wurde nicht nur das 75-jährige Jubiläum gefeiert, sondern sowohl die Zahlen im Auftragseingang als auch die Umsatzzahlen übertrafen die unternehmensinternen Erwartungen. Die Rasterwalzen – das Herzstück einer jeden Druckmaschine – aus Paderborn sind in Europa und auch weltweit gefragt. Und immer wieder punktet das Familienunternehmen mit innovativen Produkten. Darüber berichtet Thomas Reinking, Leiter Vertrieb und Marketing.

Foto: Zecher



Thomas Reinking, Leiter Vertrieb und Marketing

Herr Reinking, Zecher will Zukunft gestalten. Woher kommen die Innovationen?

Wir gehören zu den wenigen Unternehmen in unserer Branche, die eine eigene Abteilung für Forschung & Entwicklung unterhält. Mitte des Jahres sind wir so weit, wieder eine echte Innovation präsentieren zu können. Unsere Weiterentwicklung einer Gravurform wird den Druckmarkt revolutionieren. Die neue Form sorgt dafür, dass die Maschinen effizienter drucken. Zudem wird die Reinigung der Rasterwalzen deutlich einfacher. Wir haben den großen Vorteil, dass wir immer ganz nah bei unseren

Kunden sind. So können wir unsere Rasterwalzen permanent verbessern. Eine unserer Dienstleistungen besteht darin, vor Ort bei unseren Kunden den Druck zu perfektionieren.

Welche Rolle spielen individuelle Lösungen?

(lacht) Jede unserer Rasterwalzen ist eine individuelle Lösung, die passgenau auf die Bedürfnisse unserer Kunden zugeschnitten ist. Wir haben rund 14.000 Zeichnungen mit unzähligen Spezifikationen unterschiedlichster Rasterwalzen. Wir sind in über 60 Ländern aktiv und mit unserem weltweit

agierendem Vertriebsnetz ist es unsere tägliche Herausforderung, für jeden Kunden genau die Lösung zu erarbeiten, die seinen Anforderungen optimal entspricht. Das Spannende dabei ist, dass die Bedürfnisse ganz unterschiedlich sein können. So steckt beispielsweise die Verpackungsindustrie in Asien, wenn wir an Street Food denken, noch in den Anfängen. Aus hygienischen Gründen, auch um Krankheitserregern keine Chance zu bieten, ist eine Verpackung für Lebensmittel durchaus sinnvoll. Das ist ein Markt, in dem viel Potenzial steckt und wir erarbeiten für jeden Kunden die maßgeschneiderte Lösung, die zu ihm passt.

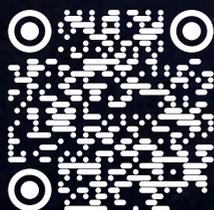
Welche Entwicklung bei Zecher bereitet Ihnen gerade richtig Freude?

Mich freut die globale Entwicklung, dass mittlerweile gesehen wird, dass Rasterwalzen das Herz jeder Druckmaschine sind und wir einen Beitrag dazu leisten, dass sich die Kunden unserer Kunden an großartigen Druckerzeugnissen erfreuen können. Das ist eine Win-win-Situation. Außerdem begrüße ich es sehr, dass die Entwicklung stringent in Richtung umweltgerechtere Verpackungen geht. Es wird immer häufiger Wasser- statt Lösemittelfarben für den Druck verwendet – ganz ohne Qualitätsverlust. Unsere Rasterwalzen können auch Wasserfarbe sehr gut verarbeiten.

www.zecher.com

Cyber-Angriffe sicher abschmettern

ho.Systeme ist Ihr Partner für IT-Security & schützt Sie gegen Hacker, Ransomware & Co.



**Fragen Sie jetzt den
Sicherheitscheck an!**

www.hosysteme.de/kontakt

BRANDI RECHTSANWÄLTE PARTNERSCHAFT MBB, BIELEFELD

Die Remix-Kultur und das Urheberrecht

Nicht nur in der Musik, sondern auch in der bildenden Kunst und spätestens mit dem Einsatz von KI werden bestehende Werke neu zusammengesetzt oder aus bestehenden Werken neue Werke generiert. Man denke hierbei etwa ans Sampling in der Musik. Der CLUB REPORT sprach mit Dr. Christoph Rempe, Fachanwalt für IT-Recht über rechtliche Probleme im Zusammenhang mit der „Remix-Kultur“.

Herr Rempe, wie definieren Sie die „Remix-Kultur“ im Kontext des digitalen Wandels im Urheberrecht, insbesondere in Bezug auf Pastiche und Sampling?

Pastiche bezieht sich auf die Imitation oder Anlehnung an bestimmte Stile oder Elemente anderer Werke, während Sampling das direkte Einbinden von Ausschnitten oder Elementen aus bestehenden Werken in neue Kreationen beschreibt. Diese Praktiken sind zentral für die Schaffung von Remixen und tragen zur Vielfalt kreativer Ausdrucksformen bei. Daher wurden beide Formen bei der Novellierung des Urheberrechts durch den Gesetzgeber besonders bedacht und das Pastiche nunmehr namentlich bei den Urheberrechtsschranken aufgeführt.

Wie sieht es mit den rechtlichen Aspekten aus, vor allem mit Blick auf Pastiche und Sampling? Gibt es hier spezifische Herausforderungen?

Ja, Pastiche und Sampling können oft rechtliche Grauzonen darstellen, da sie die Grenzen zwischen Originalität und Anlehnung verschwimmen lassen. Es gibt Fälle, in denen Künstler wegen Urheberrechtsverletzungen verklagt wurden, wenn sie bestimmte Elemente zu stark übernommen haben. Erst kürzlich hatte der BGH erneut über den Fall „Metall auf Metall“ – einem Sampling aus einem Kraftwerk-Song zu entscheiden und dem EuGH zentrale Fragen zur Reichweite des Pastiche vorgelegt. Die Frage, wie viel Verwendung als „Fair Use“ betrachtet wird, bleibt oft umstritten und muss im Einzelfall betrachtet werden.

Foto: Brandi



Rechtsanwalt Dr. Christoph Rempe,
Fachanwalt für Informationstechnologierecht (IT-Recht)

Abschließend, wie sehen Sie die Zukunft von Pastiche und Sampling in der Remix-Kultur und welche Entwicklungen im Urheberrecht könnten uns bevorstehen?

Vor allem mit dem Pastiche verschwimmen die Grenzen des Urheberrechtsschutzes immer mehr. Viele Nutzungshandlungen, die bislang als Imitation des Originals angesehen worden wären, könnten zukünftig

als Pastiche zulässig sein. Insoweit wird hoffentlich der EuGH Klarheit schaffen. Letztlich wird es immer auf eine Entscheidung des Einzelfalls ankommen, sodass Raum für kreative Innovation geschaffen, aber gleichzeitig die Rechte der Kreativen gewahrt bleiben können.

www.brandi.net

WIR SIND EINS!



Happy birthday DI.UNIT!

Vor einem Jahr haben wir von **rosenberger | data** mit **Frankenraster** fusioniert. Als DI.UNIT digitalisieren wir Dokumente, Informationen und Prozesse für unsere Kunden aus Wirtschaft und Verwaltung.

Befreien auch Sie sich von Papier und lästigen Routinen mit unseren Scan-, Archivierungs- und Softwarelösungen.

Digitalisierung

weitergedacht

- **DMS**
Smarte Dokumentenmanagement-Systeme für effizientes Arbeiten
- **Digitale Workflows**
Mehr Zeit durch digitale Prozesse
- **Scan-Lösungen**
Digitalisierung analoger Dokumente – nachhaltig und zukunftssicher
- **Akten-Archivierung**
Platz schaffen, Geld sparen und wertvolle Bestände sichern

SPARKASSE BIELEFELD

Der Bielefeld-Vorteil

Mit der Sparkasse einkaufen oder essen gehen – und profitieren

So macht Einkaufen Spaß: Mit dem Bielefeld-Vorteil erhalten Kundinnen und Kunden bei Zahlungen mit ihrer SparkassenCard einen prozentualen Cashback bei regionalen oft inhabergeführten Händlern, Restaurants und Dienstleistern. Der Cashback wird monatlich gesammelt und dann im Namen des jeweiligen Unternehmens auf dem Girokonto gutgeschrieben.



Foto: Sparkasse Bielefeld

Das Beste daran? „Es wird keine extra Karte oder Registrierung benötigt. Durch das bargeldlose Zahlen mit der SparkassenCard profitieren Kundinnen und Kunden ganz automatisch vom Bielefeld-Vorteil“, so Mark Wemhöner, Vertreter des Vorstandes und verantwortlich für die Einführung des Bielefeld-Vorteils. „Unsere Ambition mit der Gründung dieses in der Region einzigartigen lokalen Netzwerks war es, unserer regionalen Verantwortung als Sparkasse gerecht zu werden. In der Corona-Zeit haben viele Menschen das persönliche Einkaufserlebnis sowie den Restaurantbesuch oder das Erleben regionaler Highlights verlernt. Mit einem umfangreichen Kommunikations- und Mediaplan möchten wir diese Angebote stell-

vertretend für unsere Netzwerkpartner wieder stärker sichtbar machen – egal ob innenstadtnah oder in den Stadtbezirken.“ Die Bielefelderinnen und Bielefelder sollen bestmöglich informiert und im positiven Sinne „verführt“ werden, wieder rauszugehen, das Leben und die vielen attraktiven Angebote in Bielefeld zu erleben.

Starkes Netzwerk

„Wir können mit Stolz sagen, dass wir bis heute mehr als 100 Partner in unserem neuen Netzwerk gewinnen konnten. Außerdem wurden bereits rund 100.000 € Cashback an unsere Kundinnen und Kunden ausgezahlt. Knapp ein Viertel unserer Privatkundinnen und Privatkunden konnten sich damit bereits über eine

Gutschrift aus dem Bielefeld-Vorteil freuen“, betont der Initiator des Bielefeld-Vorteils. „Wir sorgen im Gegenzug für den finanziellen Aufwand des Händlers/Gastonomen durch die intensive Werbung des Bielefeld-Vorteils und einzelner Partner für mehr Sichtbarkeit und Wahrnehmung der Partner. Eine echte Win-win-win-Situation für Unternehmen, Kundschaft und Sparkasse“, so Wemhöner weiter. Nicht zuletzt konnte über Social Media (Instagram und Facebook) gepunktet und damit noch einmal eine jüngere Zielgruppe erreicht werden. In den vier Wochen vor und um Weihnachten wurden so auf dem neuen Bielefeld-Vorteil-Account auf Instagram knapp 2.000 Follower gewonnen und damit die Reichweite der vernetzten Partner erhöht. „Unser lokales Netzwerk wächst und wächst. Uns ereilen regelmäßig weitere Anfragen von Händlern und Gastronomen.“

www.bielefeld-vorteil.de

MIELE & CIE. KG, GÜTERSLOH

Spielerisch Energie sparen mit dem Consumption Dashboard von Miele

Smart-Home-Anwendungen beschränken sich längst nicht mehr nur auf die Steuerung und Kontrolle von Geräten, sondern bieten einzigartige Zusatzfunktionen, die ohne die Anbindung an das Internet nicht möglich sind. Ein Beispiel dafür ist das Consumption Dashboard in der Miele App, das sich schnell zu einer der beliebtesten Vernetzungsanwendungen für Miele-Hausgeräte entwickelt hat.

Über das Dashboard in der App haben Kundinnen und Kunden volle Transparenz zum Strom- und Wasserverbrauch ihrer aktuellen Produkte wie Waschmaschine und Geschirrspüler. Die Anwendung übermittelt Verbrauchsdaten für einzelne Programme, Informationen über Durchschnittswerte, gibt Tipps für eine effizientere Verwendung der Geräte und Analysen dazu, wie ein angepasstes Nutzungsverhalten die persönliche Ökobilanz verbessert und Kosten spart.

Jüngstes Update ist der „Monthly Report“. Der zeigt die Nutzung von Ecoprogram-

men im Vergleich zu vorangegangenen Monaten an und animiert dazu, das eigene Nutzungsverhalten zu hinterfragen – Challenge inklusive: Wer mag, kann seine Ergebnisse mit den durchschnittlichen Nutzungsdaten anderer User vergleichen. „Diese kleine ‚Wettbewerbskomponente‘ haben wir bewusst eingebaut, denn es soll Spaß machen, unsere Geräte so umweltverträglich wie möglich zu verwenden“, sagt Matthias Frankewitsch aus dem Smart-Home-Team von Miele.

www.miele.de

Foto: © Miele



Das Consumption Dashboard in der Miele App gibt einen Überblick zu Geräteverbräuchen und ist auf den Plattformen von Google und Apple natürlich auch in deutscher Sprache erhältlich.

INTELLIGENTE IT-LÖSUNGEN

MADE IN BIELEFELD

IT - SYSTEMHAUS
TRADING POINT

Ihr Full-Service Solution Partner
WWW.TRADING-POINT.NET

GOLDBECK GMBH, BIELEFELD

Die Goldbeck Sustainability Challenge: tausend Ideen für mehr Nachhaltigkeit

Wo können wir Strom sparen? Wie können wir Diversität und Teilhabe in unserem Unternehmen fördern? Wie können wir noch nachhaltiger bauen, Reststoffe besser wiederverwenden, Biodiversität stärken? Mit Fragen wie diesen wendet sich ein Unternehmen am besten an diejenigen, die es in- und auswendig kennen – die Mitarbeitenden. Sie durchdringen Arbeitsabläufe en détail, wissen um Potenziale, die es auf dem Weg in eine nachhaltige Zukunft zu nutzen gilt.



Foto: Goldbeck GmbH

Deshalb rief Goldbeck mit der eigens konzipierten Sustainability Challenge alle Mitarbeitenden in Europa dazu auf, Ideen zur Verbesserung der Nachhaltigkeit bei Goldbeck einzureichen – hinsichtlich Environmental-, Social- und Governance-Aspekten (ESG).

Mit großem Erfolg: Über 1.000 Einreichungen und 1.365 Teilnehmende von 58 Standorten in 13 Ländern sprechen für sich. „Dies zeigt das starke Engagement für Nachhaltigkeit bei GOLDBECKern und GOLDBECKern“, freut sich Dr. Anne Duncker, die den Bereich Corporate Social Responsibility bei Goldbeck leitet. „Alle Teams nutzten ihr Know-how und ihre Kreativität, um Vorschläge von kleinen Änderungen bis zu komplexen technischen Innovationen zu machen.“ Anne Duncker war auch Teil

der Jury, die sich jede Idee anschaute und bei der Preisverleihung im November 2023 fünf Ideen prämierte: Großes Potenzial für besonders nachhaltige Wirksamkeit sah die Jury in der Idee für ein biopositives Gebäude, das Tieren und Pflanzen Lebensraum bietet – reproduzierbar und an den lokalen ökologischen Kontext angepasst. Künstliche Intelligenz für eine verbesserte Qualitätskontrolle in der Produktion einsetzen: Diese Idee bewertete die Jury als besonders innovativ. Für gut auf das gesamte Unternehmen anwendbar hielt die Jury den Ansatz, Photovoltaikanlagen auf Containerdächer auf Baustellen zu montieren. Schnelle Nachhaltigkeitseffekte verspricht die Idee, Pulverbeschichtungsanlagen effizienter zu nutzen.

Zusätzlich waren alle Goldbeck-Mitarbeitenden

eingeladen, aus sechs weiteren Ideen ihren Favoriten mit dem Publikumspreis zu küren. Zur Auswahl standen Vorschläge, die den Arbeitsalltag vieler Menschen bei Goldbeck stark betreffen. Die Idee, über ein neues Tool die Bildung von Fahrgemeinschaften zu ermöglichen, gewann. Zurzeit wird mit den ausgezeichneten Teams besprochen, wie die Umsetzung ihrer Ideen weitergehen kann. Und: Es wurden sehr viel mehr gute Ideen eingereicht als Preise vergeben werden konnten. „Diese Ideen geben wir an die verantwortlichen Teams bei Goldbeck weiter“, erklärt Anne Duncker. „Wir freuen uns auf die Umsetzung möglichst vieler Ideen für noch mehr Nachhaltigkeit bei Goldbeck.“

www.goldbeck.de



KONTAKTE NETWORKING ERFHRUNGS AUSTAUSCH KNOW HOW WEITERGEBEN

DAS A UND O DES MARKETINGS ...

*... fällt erst auf,
wenn's fehlt!*

JETZT MITGLIED WERDEN

Jeder, der aktiv und engagiert im Marketing tätig ist, kann Mitglied werden – ob privat oder im Rahmen einer Firmenmitgliedschaft.

Alle Informationen: www.mc-owl-bielefeld.de



MARKETING CLUB
OSTWESTFALEN-LIPPE

LÉGÈRE HOTEL & LÉGÈRE EXPRESS, BIELEFELD

Zu Gast im LÉGÈRE HOTEL – ganz persönlich

Das LÉGÈRE HOTEL Bielefeld bietet neben seiner Top-Lage in direkter Nähe zum Hauptbahnhof, der Stadthalle und der City optimale Bedingungen für Businessmeetings, Tagungen oder Seminare. Aber auch Städtereisende und Familien sind herzlich willkommen. Dem Hotel ein ganz eigenes Gesicht zu geben, wie das funktioniert, darüber hat der CLUB REPORT mit Direktorin Anja Leisegang gesprochen.

Frau Leisegang, Ihr Motto ist: „Offene Wünsche werden bei Ankunft in der Lobby gelassen – und erfüllt mit nach Hause genommen“. Wie schafft Ihr Team es, diesem Anspruch gerecht zu werden?

In unserem Team setzen wir auf eine Kombination aus effizienter Kommunikation, kreativen Lösungsansätzen und einem hohen Maß an Empathie. Durch regelmäßigen Austausch und klare Zielsetzungen können wir sicherstellen, dass die individuellen Wünsche unserer Gäste erfasst und umgesetzt werden. Zudem legen wir großen Wert darauf, flexibel auf neue Anforderungen zu reagieren und stets bestmöglichen Service zu bieten. So gelingt es uns, die Erwartungen unserer Gäste zu übertreffen und ihnen ein unvergessliches Erlebnis zu bereiten.

Welche Serviceleistungen bieten Sie bei Meetings, Tagungen und Co. an?

Zu unseren Leistungen im LÉGÈRE HOTEL Bielefeld und im LÉGÈRE EXPRESS gehören unter anderem modern ausgestattete Tagungsräume, professionelle Veranstaltungstechnik, individuelle Catering-Optionen, flexible Raumgestaltungsmöglichkeiten und ein engagiertes Team, das bei der Planung und Durchführung der Veranstaltung zur Seite steht. Darüber hinaus organisieren wir Übernachtungsmöglichkeiten für die Gäste und stellen spezielle Arrangements für Gruppen zusammen. Unsere Tagungsverpflegung enthält immer eine ausgewogene Auswahl an Speisen und Getränken, um die Teilnehmer energiegeladener zu halten, zum Beispiel mit frischem Obst, Gemüsesticks samt Dips, verschiede-



Anja Leisegang, Direktorin LÉGÈRE HOTEL Bielefeld

Foto: Légère Hotel

denen Sandwiches und Wraps, Salate, warmen Gerichten, süßen und herzhaften Snacks. Wir gehen selbstverständlich auf individuelle Bedürfnisse wie vegetarische, vegane oder glutenfreie Optionen ein. Eine ansprechende Präsentation und eine angenehme Atmosphäre sind ebenfalls wichtige Aspekte einer guten Tagungsverpflegung.

Welche Faktoren tragen dazu bei, dass sich die Gäste bei Ihnen im Hause so wohlfühlen?

Ein herzliches Willkommen und ein zuvorkommender Service sind dabei entscheidend. Die persönliche Betreuung wird bei uns groß geschrieben. Individuelle Wünsche und Anliegen nehmen wir stets ernst und bemühen uns um bestmögliche

Umsetzung. Zur Wohlfühlatmosphäre trägt unsere komfortable Ausstattung mit bequemen Betten, modernen Badezimmern, kostenfreiem WLAN und vieles mehr bei. Und die kulinarischen Genüsse, wie ein reichhaltiges Frühstücksbuffet, regionale Spezialitäten im Restaurant oder ein gemütliches Kaffeetrinken in unserer stilvollen Hotelbar faces Restaurant & Bar. Unsere professionelle Bar-Crew macht nicht „nur“ erstklassige Cocktails, sondern organisiert regelmäßig Events wie Cocktailabende, Live-Musik oder Themenpartys. Wir organisieren gerne auch Feierlichkeiten aller Art und jeglicher Größe. Mein Tipp: Jetzt schon an die nächste Weihnachtsfeier denken.

www.legere-hotelgroup.com

GUSTAV EHLERT GMBH & CO. KG, VERL

Seit 100 Jahren kundenorientierter Partner der Lebensmittelindustrie

Aus einem Lieferanten für Metzgereien entwickelte sich ein erfolgreicher Vollsortimenter für die Nahrungsmittelproduktion: 2024 feiert die in Verl ansässige Gustav Ehlert GmbH & Co. KG ihr 100-jähriges Jubiläum.

Gegründet von Gustav Ehlert als Fleischereibedarfsgroßhandel belieferte die Firma Ehlert zunächst Firmen der Fleisch- und Wurstwarenproduktion im Raum Rheda-Wiedenbrück, Gütersloh und Versmold. Mittlerweile zählen zu den Kunden auch Firmen anderer Branchen wie etwa Feinkosthersteller, Bäckereien und Produzenten von Tiefkühlprodukten. Heute beliefert Ehlert Nahrungsmittelproduzenten in Deutschland, Österreich und der Schweiz mit Gewürzen, Würzmischungen und Verbrauchsmaterialien wie Schutzbekleidung, Verpackungsmaterialien und Reinigungsmitteln.

Weltwirtschaftskrise, Zweiter Weltkrieg, Wiederaufbau, Währungsreform – die Familie Ehlert hat viel erlebt. Die wirtschaftliche Entwicklung des Unternehmens und die Konzentrationsbestrebungen der Lebensmittelindustrie erforderten weitere Anpassungen des Geschäftsbetriebs. Neben Sortimentsanpassungen – 18.000 Artikel sind sofort lieferbar – wuchs auch die Zahl der Mitarbeitenden auf aktuell 98 an. 2013 siedelte das Familienunternehmen nach Verl-Sürenheide über, 2017 wurde der Standort durch einen neuen Wareneingang erweitert. Und es gibt weitere



Foto: GUSTAV EHLERT GMBH & CO. KG

Wachstumspläne: Geplant ist ein 40 Meter hohes, vollautomatisiertes Hochregallager. Fachkompetenz in der Beratung und eine schnelle Belieferung der Kunden ist der Anspruch – damals wie heute.

www.ehlert-gmbh.de



I[**o**]T-SOLUTIONS POWERED BY MARCANT AG

Seit 1997 Ihr Partner für sichere IT- und IoT-Lösungen in Bielefeld.



CONCEPT VERMÖGENSMANAGEMENT GMBH & CO. KG, BIELEFELD

Vermögensmanagement – unabhängig und individuell

Seit über 25 Jahren konzentrieren sich die Beraterinnen und Berater von CONCEPT Vermögensmanagement darauf, liquide Vermögen mit langfristiger Perspektive anzulegen. Mit einem diversifizierten Ansatz über alle Anlageklassen werden die Vermögen möglichst umfassend vor Kurs- und Inflationsrisiken geschützt – für ein nachhaltiges Wachstum. Und auch CONCEPT Vermögensmanagement ist stetig gewachsen. Warum das so ist, erklärt Geschäftsführer Frank Luge im Interview.



Foto: Concept

Geschäftsführer Frank Luge

Herr Luge, wie erklären Sie sich Ihr stetiges Wachstum?

Wir haben zufriedene Mandanten und Kollegen. Das spricht sich herum. Seit 1997 beraten wir Unternehmen, Stiftungen und vermögende Privatpersonen zuverlässig und individuell bei der zielgerichteten Strukturierung ihres Vermögens. Dadurch gewinnen wir nicht nur stetig neue Mandanten, sondern können auch immer wieder neue Kollegen für unser Unternehmen begeistern. Diese geben ihre langjährige Bankkarriere gerne zugunsten der Vorzüge eines unabhängigen Beratungsumfeldes für ihre Mandanten auf. Nicht zuletzt unsere Firmenkultur und die schönen und

modernen Büroräume im „Welle-Haus“, im Herzen der Bielefelder Altstadt, machen uns als Partner attraktiv.

Wie unterscheidet sich eine Beratung von CONCEPT Vermögensmanagement von der einer Bank?

Wir haben den unschätzbaren Vorteil, dass sich unsere Beratung allein am Vorteil unseres Mandanten orientiert. Sie ist frei und unbelastet von Ertragsinteressen einer Bank oder eines Kapitalgebers. Als unabhängiger, inhabergeführter Vermögensverwalter genießen wir die Freiheit, sämtliche Angebote des Marktes uneingeschränkt in Lösungen für unsere

Mandanten einbeziehen zu können. Seit Gründung unseres Unternehmens verzichten wir auf jedwede Zuwendungen von Produktanbietern, Banken, Versicherungen oder Fondsgesellschaften und leiten diese direkt an unsere Mandanten weiter. Wir sind somit ausschließlich unseren Kunden verpflichtet. Das schätzen unsere Mandanten und Kollegen gleichermaßen.

Über welche Kompetenzen muss ein unabhängiger Vermögensverwalter verfügen?

Die Voraussetzung für die Tätigkeit als Vermögensverwalter ist eine Lizenz der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin). Die Erteilung dieser Lizenz ist an sehr hohe Anforderungen geknüpft. Dazu zählen fachliche Eignung, Zuverlässigkeit, Kapitalausstattung und vieles mehr. Derzeit verfügen lediglich rund 450 unabhängige Unternehmen über diese Erlaubnis. CONCEPT Vermögensmanagement ist eines davon. Darüber hinaus sind wir aktives Mitglied im „Verband unabhängiger Vermögensverwalter (VuV)“. Alle Berater unseres Hauses verfügen über jahrzehntelange Finanz-, Kapitalmarkt- und Lebenserfahrung und bilden sich regelmäßig weiter. So können wir den hohen Standard unserer Beratung weiter ausbauen.

www.c-vm.com

DR. AUGUST OETKER NAHRUNGSMITTEL KG, BIELEFELD

Ralph Ruthe & Dr. Oetker bringen vegane Pizza auf den Markt

Im Jahr 2021 war sie noch ein Aprilscherz, nun findet man sie in den Tiefkühltruhen: Die Ofenfrische Kebab Style Vegan in der Ruthe-Edition. Doch wie wurde aus Spaß köstliche Realität?

Manche Aprilscherze sind schnell enttarnt, andere wiederum scheinen gar nicht so abwegig zu sein! Als Ralph Ruthe, der sich selbst als Witzbildmaler bezeichnet, am 1. April 2021 auf seinen Social-Media-Accounts gemeinsam mit Dr. Oetker eine neue Tiefkühlpizza mit dem Namen „Die Ofenfrische Döner Vegan“ ankündigte, kam ihm seine Community schnell auf die Schliche. Die Reaktionen zeigten aber, dass die außergewöhnliche Produktidee weniger für Verwunderung, sondern vor allem für Appetit sorgte: „Meine Follower*innen waren begeistert von der Kooperation,

aber auch ziemlich enttäuscht, dass es das Produkt nicht wirklich zu kaufen gab“, sagt Ralph Ruthe. „Großartig, dass sich das geändert hat und die Pizza nun wirklich da ist!“

In leicht abgewandelter Form hat die Pizza ihren Weg in die Tiefkühltruhen gefunden: Seit September 2023 bietet Dr. Oetker Die Ofenfrische Kebab Style Vegan als Special Edition mit einer Fleischalternative auf Basis von Erbsenprotein an. Zur Auflage gehören außerdem eine fruchtige Cocktailsauce, eine Käse-Alternative aus Kokosöl sowie Zwiebeln und grüne Peperoni.



Foto: Dr. August Oetker Nahrungsmittel KG

Ob Backmischung, Dessert aus der Kühlung oder in Pulverform, Baguette oder Pizza – die vegane Auswahl bei Dr. Oetker wächst. Das ist gut für Tierwohl, Klima und entspricht den Zielen der Dr. Oetker Sustainability Charter.

www.oetker.com/sustainability



LEIDENSCHAFT UND HANDWERKSKUNST

Ob für Mitarbeiter, Kunden oder Geschäftspartner – wir machen Ihr nächstes Firmenevent zu etwas ganz Besonderem.



(05 21) 32 99 25 99 · info@gop-gw.de · gop-gw.de

LEUE & NILL GMBH & CO. KG , BIELEFELD

Aus dem Herzen OWLs weltweit unterwegs

Wenn es brennt, ist es gut, einen zuverlässigen Partner an seiner Seite zu wissen. Das gilt auch für Hacker-Angriffe, Produktionsausfälle und andere Szenarien, die die Existenz eines Unternehmens gefährden können. Vom Standort Bielefeld aus betreut LEUE & NILL als Makler für Industrie- und Gewerbeversicherungen viele Familienunternehmen und Hidden Champions unterschiedlichster Branchen in der Region OWL. Ein Gespräch mit Niederlassungsleiter Karsten Pommer und Innendienstleiterin Michelle Klask.

LEUE & NILL blickt auf eine fast 160-jährige Tradition zurück. Seit wann gibt es den Standort Bielefeld und wie hat er sich entwickelt?

Karsten Pommer: Unser Büro in Bielefeld gibt es seit 2007. Mittlerweile haben wir zehn Mitarbeitende und den enormen Vorteil, dass wir bei Bedarf auf die Expertise von mehr als 450 Kolleg*innen in den Fachabteilungen unseres Stammhauses in Dortmund zurückgreifen können. LEUE & NILL gehört zu den größten inhabergeführten Versicherungsmaklern in Deutschland, ist aber – und das ist eine Besonderheit – in fünfter Generation familiengeführt. Als ich 2012 Niederlassungsleiter wurde, habe ich der Familie Nill versprochen, unseren Standort im Sinne des Familienunternehmens zu führen. Unser Antrieb ist, dass die von uns betreuten Kund*innen gut schlafen können. Wenn es beispielsweise im Unternehmen brennt oder der Bildschirm nach dem Hackerangriff schwarz bleibt, helfen wir dabei, dass der Betrieb weiterläuft. Wir sind bei Schadensgesprächen dabei, helfen bei der Vermittlung von Sachverständigen – wenn zum Beispiel ein Produktionsausfall berechnet werden muss – oder kümmern uns um Vorauszahlungen. Und diese Leistungen können wir weltweit von unserem Bielefelder Office aus anbieten.

Apropos Versprechen, Frau Klask, Sie waren die erste Auszubildende einer LEUE & NILL Niederlassung und der Ausbildungsvertrag wurde per Handschlag geschlossen ...

Michelle Klask (lacht): Ganz genau. Durch Zufall hörte ich, dass LEUE & NILL jemanden sucht und hatte ein langes Gespräch mit Karsten Pommer. Zwei Wochen später kündigte ich aufgrund der per Handschlag vereinbarten Ausbildung meinen Job. Nach den drei Jahren Ausbildung war ich in der Sachbearbeitung tätig und kümmere ich mich seit letztem Jahr als Innendienstleiterin unter anderem um die Themen Digitalisierung und Reporting. Mir macht es großen Spaß, Prozessabläufe mithilfe digitaler Tools zu vereinfachen. Das ermöglicht den Kolleg*innen schnelleres und effizienteres Arbeiten und bietet unseren Kund*innen mehr Service und Transparenz. Wir haben bereits ein Kundenportal international aufgesetzt und arbeiten gerade an der nationalen Variante.

Hier trifft Tradition auf Moderne?

Karsten Pommer: Wir ergänzen uns als Team sehr gut. Ich habe viel Erfahrung in der Betreuung des betrieblichen Versicherungswesens und Schadensab-

wicklung und bin sehr froh, dass sich Michelle um die Digitalisierung kümmert. Darüber hinaus beschäftigen wir uns jetzt intensiver mit On- und Offboarding sowie unserer Positionierung als attraktiver Arbeitgeber. Wir haben bei LEUE & NILL traditionell eine lange Betriebszugehörigkeit. Die jüngere Generation ist jedoch wechselwilliger unterwegs, deshalb hat unsere HR-Abteilung ein tolles Benefit-Paket samt Kita-Zuschuss geschnürt. Mit einem motivierten Team können wir für unsere Kund*innen ganz viel bewegen.

www.leueundnill.com



Reden ist Silber, Schreiben ist Gold.

WENN SIE ETWAS ZU SAGEN HABEN, DANN SCHREIBEN WIR ES AUF!



Wir realisieren und vermarkten hochwertige Fachmedien.

Als Verlag konzipieren wir für unsere Kunden journalistische Magazine in print und online für B2B und B2C.

Von der Konzeption über die Redaktion, die Gestaltung, die Anzeigenabwicklung bis hin zur Distribution kommen bei uns alle Dienstleistungen aus einer Hand.

Telefon: (05 21) 9 32 56-0 | E-Mail: info@mielitz-verlag.de | www.mielitz-verlag.de
Mielitz Verlag GmbH | Goldstraße 16-18 | 33602 Bielefeld



HIRSCHMEIER MEDIA GMBH & CO. KG, BIELEFELD

Mission: visuelle Identität

Markus Hirschmeier spricht plötzlich Chinesisch und trotzt mit seiner Crew bei einem Video- und Fotoprojekt in Lappland Minustemperaturen von 36 Grad. Was das alles mit visueller Identität zu tun hat und wie diese den Kund*innen von Hirschmeier Media nützt, verrät er im Gespräch mit dem CLUB REPORT.

Markus, warum hat es euch ausgerechnet bei diesem Projekt im Februar nach Lappland verschlagen?

Unsere Aufgabe war es, das Produkt (Motoröl) unseres Kunden in Szene zu setzen. Hätten wir einfach den „Kanister“ abgebildet, wäre das Produkt absolut austauschbar und vor allem nicht im Gedächtnis der Zielgruppe geblieben. Bei Projekten denken wir stets ergebnisorientiert, sodass wir uns die Frage „Welchen Zweck erfüllt das Motoröl?“ gestellt haben. Als Idee haben wir das Produkt mit einem Menschen dargestellt, der auf einem Snowmobil durch die tiefverschneite lappländische Landschaft in den Sonnenuntergang fährt. Dabei wird er von Huskys begleitet. Als Ergebnis erschaffen wir also emotionale Bilder, die im Gedächtnis bleiben und mit dem Produkt verknüpft werden. Die Botschaft: Dieses Motoröl besteht auch bei extremen Wetterbedingungen. Mit unserem Storytelling und den außergewöhnlichen Bildern verschaffen wir Produkten und Dienstleistungen eine visuelle Identität.

Inwiefern spielt KI bei euren Produktionen eine Rolle?

KI-Komponenten werden immer relevanter. Um bei dem Beispiel Lappland zu bleiben: Der Kunde wünschte sich eine idyllische Hütte, um die Motive noch mehr aufzuladen. Dieser Wunsch wäre für die praktische Umsetzung nahezu undenkbar gewesen, weshalb wir kurz vor Ort diese Herausforderung mittels KI umgesetzt haben. Künstliche Intelligenz hilft nicht nur das Unmögliche möglich zu machen, sondern auch das Budget zu schonen. Nehmen wir beispielsweise einen Hersteller von Schrauben. Das



Markus Hirschmeier

Foto: Hirschmeier Media

Produkt selbst ist eher austauschbar. Der Einsatzbereich dieser Schrauben ist allerdings total spannend, da sie in der Raumfahrt verwendet werden. Also machen wir auch hier emotionales Storytelling und werden zum Raumfahrer. Dazu müssen wir nicht extra ein Raumschiff für ein Shooting bauen, sondern arbeiten mit einem KI-generierten Raumschiff als Sinnbild. Hier sind wir wieder beim Thema Content. Dieser ist wichtiger denn je, vor allem in der Flut von Bildwelten, die einem tagtäglich begegnen und uns überreizen. Wir zeigen den Menschen die Idee hinter dem Produkt und laden die Botschaft empathisch auf, ohne die Professionalität zu vernachlässigen. Das funktioniert auch bei Dienstleistungen, die auf Vertrauen basieren, sehr gut.

Das heißt, KI hilft beim nachhaltigeren Arbeiten?

Auf jeden Fall. Indem wir professionelle KI-generierte Bilder schaffen, ermöglicht uns das nicht nur grenzenlose Kreativität auszuleben, sondern wir sparen an Ressourcen und können kosteneffektiv arbeiten. KI unterstützt zudem dabei,

barrierefreier zu werden. Vor etwa fünf Jahren haben wir ein Erklärvideo für einen Kunden produziert, der nun sein Einsatzgebiet auf dem spanischen und italienischen Markt ausgedehnt hat. Wir haben das Ursprungsvideo recycelt und die damalige deutsche Moderatorin mit Hilfe der KI spanisch und italienisch sprechen lassen. Es ist absolut verblüffend. Die Lippenbewegungen passen ganz genau zum gesprochenen Text. Kurz zusammengefasst: Die KI lässt uns neue Wege gehen und spielerisch unsere Kreativität grenzenlos entfalten, auf dem Weg zur visuellen Identität.

Und deshalb kannst du jetzt auch Chinesisch ... (lacht)

Ganz genau. Wir wollten das zu Demonstrationszwecken einmal mit einem Video-Clip und einer völlig anderen Sprache ausprobieren – und das sieht doch richtig echt aus, oder?

www.hirschmeier-media.de



PRO OFFICE BÜRO + WOHNKULTUR, BIELEFELD

Workplace Consulting – mit pro office die Arbeitswelt von morgen gestalten

Im heutigen schnelllebigen Geschäftsumfeld ist ein effektiver und inspirierender Arbeitsplatz wichtiger denn je. Die Experten von pro office wissen, dass jede Organisation einzigartig ist – und genau das sollte sich auch in der Arbeitsumgebung widerspiegeln.

Deshalb bietet der Spezialist für Büro- und Objekteinrichtung mit 11 Standorten in Deutschland maßgeschneiderte Workplace-Consulting-Services an, um die Vision der perfekten Arbeitswelt Wirklichkeit werden zu lassen. „Unsere spezialisierten Workshops sind das Herzstück unseres Beratungsansatzes. Hier bringen wir Kunden und Nutzervertreter zusammen, um ein tiefes Verständnis für die individuellen Bedürfnisse und spezifischen Arbeitsweisen zu entwickeln. Gemeinsam erarbeiten wir, wie der ideale Arbeitsplatz aussehen und funktionieren sollte“, erklärt Luca Stracke, Workplace

Consultant bei pro office. Der Prozess ist kollaborativ, kreativ und kundenorientiert. Er beginnt mit einer ausführlichen Analyse der aktuellen Arbeitsumgebung und -kultur. Die Experten hören zu, beobachten und engagieren sich, um die Kernwerte und -ziele des Unternehmens zu verstehen. Auf der Basis dieser Erkenntnisse wird ein maßgeschneiderter Plan erstellt. „Das Endergebnis ist eine Arbeitsumgebung, die nicht nur ästhetisch ansprechend ist, sondern auch funktional, flexibel und zukunftssicher. Eine Umgebung, die Produktivität steigert, Kreativität fördert



Foto: Regine Rabanus / pro office

und das Wohlbefinden der Mitarbeiter verbessert“, so Luca Stracke. „Das Ergebnis ist immer ein Arbeitsplatz, der funktioniert.“

www.prooffice.de



Die Location für Tagungen, Seminare & Kongresse. Seit 25 Jahren.

Dank variabler Raumensembles haben wir Platz für 20 bis 500 Gäste zum Feiern oder Tagen – professionelle Veranstaltungs- und Tagungstechnik inklusive. Ausgezeichnetes Catering, vom Imbiss bis zum Gala-Dinner, und vor allem Zuverlässigkeit, Freundlichkeit und Flexibilität – das zeichnet uns aus. Seit 25 Jahren.



www.ravensberger-park.de

BADEN-WÜRTTEMBERGISCHE BANK, BIELEFELD

„Für Sie vor Ort. Ihr Wealth Management in Bielefeld“

Die Baden-Württembergische Bank betreut vor Ort aus Bielefeld seit 10 Jahren hochvermögende Privatpersonen, Unternehmer, Stiftungen und Family-Offices in allen Vermögensfragen. „Als wichtiger Teil der Landesbank Baden-Württemberg (LBBW) profitieren wir von einer stabilen Eigentümerstruktur. Diese fördert unser konsequent kundenorientiertes Handeln und teilt unser Ziel langfristiger partnerschaftlicher Kundenbeziehungen“, sagt Karen Armenakyan, Bereichsleiter Vermögensverwaltung und Wertpapiere bei der BW-Bank. Der CLUB REPORT hat mit ihm über attraktive Kupons, das Comeback von Mischmandaten sowie die Bedeutung des Faktors „Mensch“ gesprochen.

Das Jahr 2023 und auch der Jahresbeginn 2024 waren voller Überraschungen an den Börsen. Wie haben Sie diese Entwicklungen erlebt und wie haben die Kundinnen und Kunden der BW-Bank darauf reagiert?

Tatsächlich waren die positiven Entwicklungen an den Aktienmärkten für viele unerwartet – insbesondere mit Blick auf die zahlreichen Unsicherheiten und Krisen. Entscheidend war, die richtigen Marktsegmente und Wertpapiere auszuwählen, da die Performance sehr unterschiedlich ausfiel. Unsere Kundinnen und Kunden haben mit kühlem Kopf auf die Unsicherheiten reagiert, aber die Frage nach der optimalen Anlagestrategie bleibt ein zentrales Thema.

Angesichts der anhaltend hohen Inflation und der daraus resultierenden Erwartungen an die Zinspolitik, wie passen Sie Ihre Anlagestrategie an?

Die Inflationsentwicklung im vergangenen Jahr hat viele überrascht und es sieht nicht so aus, als würden wir bald wieder zu einem Nullzinsumfeld zurückkehren. Das bedeutet auch, dass Anleihen längerfristig eine Alternative zu Aktien darstellen, da hier wieder attraktive Kupons zu finden sind. Entsprechend legen wir unser Augenmerk bei der Allokation aktuell auf die Duration der Anleihen. Insgesamt sind Mischmandate aus Aktien und Anleihen wieder deutlich attraktiver geworden. Mit Blick auf europäische Entwicklungen –



Karen Armenakyan, Bereichsleiter Vermögensverwaltung und Wertpapiere

Foto: BW Bank

wie sehr hohe Energiepreise sowie eine überbordende Reglementierung innerhalb der EU, die dem Standort Deutschland zunehmend Probleme bereiten – raten wir zu einer internationalen Diversifikation des Portfolios. Wir bevorzugen Unternehmen und Branchen, die auch in einem Umfeld mit höheren Zinsen gut positioniert sind.

In Zeiten wie diesen, wie sichern Sie den realen Wert des Vermögens Ihrer Kundinnen und Kunden in der Vermögensverwaltung?

Mit den gestiegenen Zinsen und einem Rückgang der Inflationsraten bieten sich im Anleihe-segment wieder positive Realrenditen. Eine Beimischung von Aktien –

bleibt jedoch wesentlich, um den realen Vermögenswert zu erhalten, sofern das Risiko für den Kunden tragbar ist.

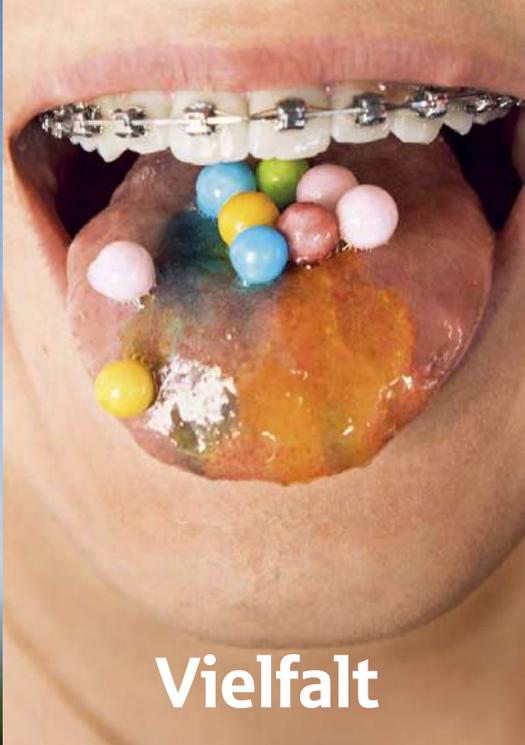
Künstliche Intelligenz ist ein großes Thema an den Börsen. Wie integrieren Sie dies in Ihre Anlagestrategie?

KI ist für uns primär ein Anlagethema, allerdings mit gebotener Vorsicht. Nicht jede hohe Bewertung ist gerechtfertigt. Wir analysieren daher sehr genau, welche Bewertungen zu rechtfertigen sind. Innerhalb der Vermögensverwaltung setzen wir weiterhin vorrangig auf den Faktor „Mensch“.

www.bw-bank.de



Respekt



Vielfalt



Weitsicht



Teilhabe



Verantwortung



Vorsorge

**Weil's um
mehr als
Geld geht.**



**Sparkasse
Gütersloh-Rietberg-Versmold**



Qualität zahlt sich aus. Das Wealth Management der BW-Bank in Bielefeld.

Erfahrung, Verlässlichkeit und individuelle Lösungen sind die Basis für ein erfolgreiches Vermögensmanagement. Wir kennen unsere Kunden und stehen an ihrer Seite. Mit ihnen gemeinsam besprechen wir die richtige Strategie, bieten beste Leistungen und ein exzellentes Experten-Netzwerk. Sie möchten mehr erfahren? Sprechen Sie uns an, wir beraten Sie gern.

Ansprechpartner:
Toralf Bachler
Telefon 0521 523771-61
toralf.bachler@bw-bank.de
[bw-bank.de/vermoegensmanagement](https://www.bw-bank.de/vermoegensmanagement)