



Wussten Sie schon, dass...

Bielefeld hat eine starke Wirtschaft. Mittelständisch geprägt und gesund, oft seit Generationen inhaber- und familiengeführt. Unternehmer und Mitarbeiter, die ihr Handwerk verstehen und ihre Produkte und Dienstleistungen national und international erfolgreich machen. Start-ups gehören genauso dazu wie Weltmarktführer, Nischenanbieter und Hidden Champions.

Sie alle präsentieren sich auf www.das-kommt-aus-bielefeld.de ↗. Die Kampagne zielt darauf ab, die wirtschaftliche Stärke Bielefelds mit seinen leistungsfähigen Unternehmen stärker in der überregionalen Wahrnehmung zu positionieren. Überraschende und emotionale Geschichten berichten über Produkte und Dienstleistungen sowie Firmen aus Bielefeld. Die Kampagne lebt von der gemeinschaftlichen Anstrengung und dem großen (auch finanziellen) Engagement der Bielefelder Wirtschaft im Verbund mit der WEGE.

Unsere Premiumpartner



Die Erfolge 2016:

- 220 Bielefelder Unternehmen sind als Mitmacher und/oder Partner aktiv. Knapp 80 Partnerunternehmen, davon 22 Premiumpartner, unterstützen das Wirtschaftsportal durch ihren finanziellen Beitrag.
- Der Videoclip zum Wirtschaftsstandort Bielefeld erreichte 200.000 Aufrufe.
- 4.100 Besucher informieren sich durchschnittlich im Monat auf dem Wirtschaftsportal.
- Online-Kampagnen mit Google-Adwords erreichten 12 Millionen Impressions und 10.000 Clicks.
- Die Treffen **“Wirtschaft Live“** erfreuten sich großer Nachfrage: jeweils mehr als 100 Unternehmensvertreter/-innen kamen im Frühjahr bei JAB Anstoetz und im Herbst bei Dürkopp Adler auf Einladung der WEGE zusammen. Unter dem Motto „Kennenlernen, Kontakte knüpfen und Ideen entwickeln“ findet dabei in lockerer Atmosphäre ein interessanter Gedankenaustausch statt.
- Die dritte Ausgabe des **Printmagazins "Das kommt aus Bielefeld"** [↗](#) erreichte im Sommer 2016 eine Leserschaft von jeweils 100.000 Abonnenten der Welt am Sonntag.
- Monatliche Serien in der Neuen Westfälischen und Markt & Wirtschaft in Westfalen berichten über Partnerunternehmen und stellen deren Mitarbeiter/-innen vor.
- Großflächenplakate, Anzeigen, Messeauftritte werben für Zukunftschancen in den Bielefelder Unternehmen.
- Unternehmen berichten z.B. von Initiativbewerbungen von Fachkräften, die über die Kampagne auf offene Stellen aufmerksam geworden sind.
- Durch die strategische Ausrichtung auf die sozialen Medien (Online-Marketing, You-Tube-Channel, Facebook, Newsportale) werden besonders jüngere Menschen auf die Wirtschaftskompetenz Bielefelds aufmerksam gemacht.
- Ein interner Bereich sorgt für einen noch engeren Erfahrungsaustausch und bietet Raum für B2B-Angebote der Partner untereinander.

Im Rahmen des Stadtmarkenprozesses der Stadt Bielefeld füllt die Kampagne www.das-kommt-aus-bielefeld.de [↗](#) den Markenbaustein „Starke Wirtschaft“ mit Leben. Die wirtschaftlichen Erfolge der

Unternehmen werden regional und überregional kommuniziert und positive Aha-Erlebnisse in der Bevölkerung, bei Fachkräften, Studierenden, Schülern/Schülerinnen, Kunden und Entscheidern erzeugt. Die WEGE arbeitet hier eng mit der Bielefeld Marketing zusammen.

Unsere Partnerunternehmen



Interview mit...



... Brigitte Meier

Seit drei Jahren engagiert sich die WEGE mit der Standort-Kampagne „Das kommt aus Bielefeld“, um die Stadt bekannter zu machen und ihre Stärken über die Grenzen der Region zu kommunizieren. Hat Ihre bisherige Arbeit Früchte getragen? Lässt sich eine Verbesserung des Image bzw. eine positive Wahrnehmung des Standorts feststellen? Woran lässt sich das festmachen?

“ Das kann ich mit einem klaren Ja beantworten. „Das kommt aus Bielefeld“ hat sich als Marke etabliert. Unsere Zahlen belegen diese Entwicklung: 220 mitwirkende Bielefelder Unternehmen, davon fast 80 Partner, die die Kampagne mitfinanzieren und rund 50.000 Menschen beschäftigen. Sie repräsentieren einen breiten Branchenmix (z.B. Automotive, IT-Wirtschaft, Mode/Textil, Maschinenbau, Metallverarbeitung, Groß-

handel, personenbezogene Dienstleistungen), darunter Markenunternehmen, Hidden Champions, Start-Ups und Familienunternehmen.

Sie alle überraschen auf unserem Portal mit Geschichten über ihre spannenden Produkte und Dienstleistungen. Unser Standort-Clip zum Wirtschaftsstandort Bielefeld hat in den sozialen Medien knapp 200.000 Aufrufe erzeugt und unser Print-Magazin „Das kommt aus Bielefeld“ – jetzt schon in dreimaliger Folge erschienen – erreichte mit einer Auflage von 100.000 die Leser der „Welt am Sonntag“.

Stichwort Fachkräfterekrutierung: Gibt es Beispiele, die belegen, dass sich durch die Standortkampagne das Interesse erhöht hat, hier zu leben und zu arbeiten?

“ Rückmeldungen von Partnerunternehmen zeigen, dass sie über unser Online-Portal Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für ihr Unternehmen gewinnen. Insbesondere für kleine und spezialisierte Unternehmen ist die Platzierung auf „Das kommt aus Bielefeld“ eine Chance, ihr Unternehmen und ihre jeweiligen Produkte und Dienstleistungen einer Vielzahl von Internet-Nutzern zu präsentieren. Unser Job-Portal wurde ausgebaut – wir bieten umfangreiche Suchmöglichkeiten nach tagesaktuellen Karriere-Angeboten unserer Partner. Wir präsentieren im wöchentlichen Rhythmus verschiedene „Jobs der Woche“ und streuen diese über die verschiedenen sozialen Netzwerke. Auch hierzu haben wir bereits positive Rückmeldungen erhalten.

Sind Sie mit dem bisher Erreichten zufrieden? Welche Akzente möchten Sie künftig setzen?

“ Hundertprozentig zufrieden ist man natürlich nie, aber die vergangenen Jahre haben gezeigt, dass viele Studierende, Unternehmen und Entscheider über unser Portal auf den Standort Bielefeld und seine Unternehmen aufmerksam geworden sind. In 2017 werden wir unsere Aktivitäten für die Zielgruppe der Fachkräfte, Auszubildenden und Studierenden verstärken und dafür sorgen, dass sich die mitwirkenden Unternehmen unserer „Das kommt aus Bielefeld-Community“ noch besser kennen lernen und daraus Vorteile erzielen.

Neu hinzugekommen ist die Start-up und Gründerszene in Bielefeld. Wir sehen die Szene als einen idealen Aufhänger, um die Dynamik der Wirtschaft aufzuzeigen. Unser Online-Portal wurde um einen entsprechenden Bereich für junge Unternehmen erweitert, um diesen eine entsprechende Plattform und damit Bekanntheit bieten zu können.



... Dr. Ralf Dopheide

Warum bzw. mit welchen Erwartungen haben Sie sich für die Unterstützung der Kampagne „Das kommt aus Bielefeld“ entschieden?

“ Seit dem Start der Kampagne im Jahr 2013 ist Dr. Freist Automotive als eines der "Gründungsmitglieder" von "Das kommt aus Bielefeld" mit dabei. Wir haben uns schon sehr früh für eine Beteiligung entschieden, da DFA Bielefeld zu diesem Zeitpunkt gerade einmal drei Jahre alt war und in der Öffentlichkeit kaum wahrgenommen wurde. Von der Beteiligung erhoffen wir uns auch heute noch eine größere Popularität in Bielefeld und über die Grenzen der Stadt hinaus.

Ein wesentliches Ziel der Kampagne ist es, die wirtschaftlichen Erfolge aus Bielefeld offensiv in die Öffentlichkeit zu tragen. Welche Erfahrungen haben Sie bisher gemacht? Konnten Sie einen konkreten Mehrwert durch die Kampagne für Ihr Unternehmen generieren?

“ Eine konkrete Umsatzsteigerung durch die Beteiligung an der Kampagne "Das kommt aus Bielefeld" ist nicht nachzuweisen. Dies war und ist allerdings auch nie Ziel unseres Engagements gewesen. In Fachkreisen ist bekannt, wofür DFA Bielefeld steht und welche konkreten Produkte wir am Markt platzieren. Vielmehr möchten wir das Projekt dazu nutzen, Kontakte zu knüpfen und Mitarbeiter für unser Unternehmen zu gewinnen.

Welche Resonanz konnten Sie vor dem Hintergrund der Rekrutierung von Fachkräften für Ihr Unternehmen feststellen?

“ Auch als kleines Unternehmen sind wir auf Fachkräfte angewiesen. Nichtsdestotrotz stehen wir in Konkurrenz zu namhaften Anbietern im Bereich der Automobilzuliefererindustrie. Unser Engagement bei „Das kommt aus Bielefeld“ hat sich im Recruiting schnell bezahlt gemacht. In den vergangenen Jahren haben wir zahlreiche Initiativbewerbungen erhalten und Mitarbeiter eingestellt, die über das Internetportal auf unser Unternehmen aufmerksam geworden sind.



... Eric Adelt

Warum bzw. mit welchen Erwartungen haben Sie sich für die Unterstützung der Kampagne „Das kommt aus Bielefeld“ entschieden?

„ Seit über 60 Jahren sind wir einer der führenden Entwickler und Produzenten von Präsentations- und Werbeprodukten. Wir arbeiten permanent daran, unsere lokalen Netzwerke auszubauen – um neue Kunden, Kooperationspartner, Lieferanten zu gewinnen und natürlich, um Erfahrungen und Wissen auszutauschen. Also nutzen wir natürlich ein solch gut funktionierendes Netzwerk wie **„Das kommt aus Bielefeld“** für uns. Wir haben die Erfahrung gemacht, dass – z.B. bei den Treffen „Wirtschaft Live“ – die Bereitschaft der Teilnehmenden sehr viel höher ist als in anderen Netzwerken in OWL miteinander ins Gespräch zu kommen, sich kennenzulernen und auszutauschen. Möglicherweise trägt dazu auch die gute „Mischung“ der Partner bei – große und kleinere Unternehmen aller Branchen. Besonders positiv ist es, dass sich zu Beginn dieser Veranstaltung neben der gastgebenden Firma Start-Ups oder kleinere Partner kurz vorstellen können. Das bietet einen guten Einstieg für spätere bilaterale Gespräche. Unsere Erwartungen werden bestens erfüllt: Durch das meist jüngere und kommunikative Publikum lernt man jedes Mal neue interessante Menschen kennen.

Ein wesentliches Ziel der Kampagne ist es, die wirtschaftlichen Erfolge aus Bielefeld offensiv in die Öffentlichkeit zu tragen. Welche Erfahrungen haben Sie bisher gemacht? Konnten Sie einen konkreten Mehrwert durch die Kampagne für Ihr Unternehmen generieren?

„ Ich kann bestätigen, dass das Netzwerken umso besser funktioniert, je länger und intensiver wir uns in der Kampagne **„Das kommt aus Bielefeld“** engagieren. Das Vertrauen der Partner untereinander wächst, man kennt sich und fühlt sich gut aufgehoben. Je aktiver man selbst ist, umso mehr Vorteil kann man auch aus einem solchen Netzwerk ziehen. Ich konnte feststellen, dass z.B. durch unsere regelmäßige Veröffentlichung aktueller Firmennews auf der **„Das kommt aus Bielefeld“**-Site, die wir neben anderen Kanälen für unsere

Öffentlichkeitsarbeit nutzen, viele Klicks direkt von DKAB auf unsere Website kommen. D.h. ich verstärke dadurch den Radius meiner Nachrichten durch den zusätzlichen DKAB-Kanal und erreiche mehr potenzielle Interessenten.

Welche Resonanz konnten Sie vor dem Hintergrund der Rekrutierung von Fachkräften für Ihr Unternehmen feststellen?

“ Leider ist es für uns in unserer Personalrekrutierung nicht transparent, woher genau unsere Bewerber kommen. Nur manchmal kommt dies – eher zufällig – zur Sprache. Allerdings kann ich mit Sicherheit feststellen, dass sich in den vergangenen zwei Jahren die Zahl der Initiativ-Bewerber in unserem Hause deutlich erhöht hat. Das könnte man damit in Zusammenhang bringen, dass diese möglicherweise auch über die Plattform **„Das kommt aus Bielefeld“** auf uns aufmerksam geworden sind und die direkte Verlinkung von der **Jobseite** [↗](#) auf unserer Webseite „landen“.

Quelle der Interviews: Markt&Wirtschaft in Westfalen, 12/2016
