Bielefeld MARKETING
WISSENSCHAFTSBÜRO

Das Wissenschaftsbüro der Bielefeld Marketing GmbH

Bericht Haupt- und Beteiligungsausschuss 11. Dezember 2014

© Wissenschaftsbüro der Bielefeld Marketing GmbH

Bielefeld MARKETING
WISSENSCHAFTSBÜRO

Hintergrund

Bielefeld – junge Hochschulstadt im Aufbruch!

1969 - Gründung der Universität Bielefeld und nachfolgend der Fachhochschulen.
Wissenschaft ist entscheidender Motor der Entwicklung zur Großstadt!

Heute sind ca. 35.000 Studierende und 3.500 Mitarbeiter (davon ca. 1900 WissenschaftlerInnen) an Bielefelder Hochschulen tätig.
Wissenschaft ist einer der größten „Magneten“ und Arbeitgeber der Stadt!

Bis 2025 werden über 1 Mrd. Euro in den Campus Bielefeld investiert. Einer der modernsten Hochschulcampus in Deutschland entsteht in Bielefeld. **Aufbruch Richtung Zukunft!**

Hintergrund

→ Wissenschaft ist das zentrale Stadtentwicklungsthema der Zukunft und fördert Investitionen!

→ Im Kontext des Strukturwandels werden Wissen und Innovation zunehmend zum Standortfaktor Nr. 1

→ Die Wissenschaftsstadt verfolgt nicht primär wirtschaftliche Ziele sondern steht für geistige Offenheit, Freiraum für neue Ideen und eine Kultur des Wissens, der Forschung und des Dialogs.

→ Die Wissenschaftsstadt ist attraktiv für Familien, „High Potentials“ und junge Menschen!

Bielefeld MARKETING
WISSENSCHAFTSBÜRO

Hintergrund

Europäische Perspektive:

EU-Programm „Horizon 2020“:
ab 2014 werden 80 Milliarden € in Forschung und Innovation in Europa investiert.

„Forschung und Innovation sind der Motor für Wettbewerbsfähigkeit, Wachstum und Arbeitsplätze in Europa.“

Nationale Perspektive:
Neue Hightech-Strategie der Bundesregierung
BMBF-Wissenschaftsjahr 2015 – Thema „Zukunftsstadt“

NRW-Perspektive:
EFRE.NRW 2014 – 2020

Das Wissenschaftsbüro

- Gegründet Anfang 2008 als **dynamische Netzwerkeinrichtung zwischen Stadt und Hochschulen**

- Finanzierung durch Ratsbeschluss (120.000 € p . A . inkl. Personalkosten), 2013: Verlängerung bis Ende 2015

Das Wissenschaftsbüro

Strategische Partner

Steuerungskreis (tagt 1x jährlich)

Vorsitz:

- Hauptgeschäftsführer IHK Ostwestfalen zu Bielefeld
- Prokuristin WEGE mbH (stellvertretend)

Mitglieder:

- Oberbürgermeister Stadt Bielefeld
- Rektoren Bielefelder Hochschulen
- Geschäftsführer Bielefeld Marketing GmbH

Lenkungsgruppe (tagt je nach Planungsbedarf)

- Vertreter aller Hochschulen auf „Arbeitsebene“

Corporate Partner

- Deutsche Bank
- Goldbeck

Das Wissenschaftsbüro

Strategische Netzwerke

Wissenschaftsbüro

- **Alle Bielefelder Hochschulen**
  - Öffentlichkeitsarbeit
  - SchülerInnen-Büros
  - Ästhetisches Zentrum (Uni)
  - Über 400 Studierende + Wissenschaftler
- **Schulen in OWL**
- **Über 40 Bielefelder Kulturinstitutionen**
- **Nationale Partner**
  - Wissenschaft im Dialog
  - Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft
  - Arbeitskreis der Wissenschaftsbeauftragten aus ganz Deutschland
- **Internationale Partner**
  - EUSCEA Internationale Science Events
  - British Council

Bielefeld MARKETING
WISSENSCHAFTSBÜRO

Das Wissenschaftsbüro

Einnahmen

Zusätzlich zur Grundfinanzierung der Stadt akquirierte das Wissenschaftsbüro von 2008 bis 2014 folgende Einnahmen:

60.000 € Corporate Partner Goldbeck und Deutsche Bank 2009 bis 2014
6.000 € Unterstützung Hochschultour Bielefeld WLUG
720.000 € EU-Förderung GENIALE 2008 bis 2011
80.000 € Sponsorengelder für die GENIALE 2008 und 2011
10.000 € Sponsorengelder „DenkWerkStadt – 40 Jahre Uni in Bielefeld“ 2009
50.000 € Preisgeld aus dem Wettbewerb „Stadt der Wissenschaft 2011“
50.000 € Preisgeld aus dem Wettbewerb „Stadt der Wissenschaft FINALE“ 2012
190.000 € Förderung GENIALE über das Stadtjubiläum „800 Jahre Bielefeld“

Insgesamt erzielte das Wissenschaftsbüro damit **zusätzliche Einnahmen von 1.166.000 € für die Positionierung Bielefelds als Wissenschaftsstandort!**

Im Rahmen des Campus-Marketings verwaltet das Wissenschaftsbüro seit 2011 außerdem das gemeinsame Marketingbudget der Projektpartner

Bielefeld MARKETING
WISSENSCHAFTSBÜRO

Rückblick

Aktivitäten des Wissenschaftsbüros 2013-14

© Wissenschaftsbüro der Bielefeld Marketing GmbH

Rückblick

Aktivitäten des Wissenschaftsbüros 2013-14

Bielefeld MARKETING
WISSENSCHAFTSBÜRO

Auszeichnungen

2012

Science-Festival GENIALE wird als eines der 10 besten Projekte im Rahmen des Wettbewerbs „Stadt der Wissenschaft“ durch den Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft ausgezeichnet
→ Preisgeld: 50.000 €

STADT DER WISSENSCHAFT
STIFTERVERBAND FÜR DIE DEUTSCHE WISSENSCHAFT
ausgezeichnetes PROJEKT

2013

Das Land Nordrhein-Westfalen verleiht der GENIALE durch den Wirtschaftsminister Garrelt Duin die Auszeichnung „Germany at its best“ als „innovatives beispielloses Wissenschaftsfestival“

GERMANY AT ITS BEST
NORDRHEIN-WESTFALEN

© Wissenschaftsbüro der Bielefeld Marketing GmbH

Rückblick

Aktivitäten des Wissenschaftsbüros 2013-14

Bielefeld MARKETING
WISSENSCHAFTSBÜRO

Studi-Kompass

Hochschulstadtplan mit Informationen zu Studieren und Leben in Bielefeld

- jährlich Neuauflagen mit Aktualisierung (v.a. Erläuterungen zum Campus Bielefeld)

- **Zielgruppe**:
  v.a. Studieninteressierte, Studierende, junge Wissenschaftler
- **Distribution**:
  Kostenlose Ausgabe in Tourist-Info, bei Kongressen, in Hochschulen, direkte Verteilung an Erstsemester

© Wissenschaftsbüro der Bielefeld Marketing GmbH

Rückblick

Aktivitäten des Wissenschaftsbüros 2013-14

Bielefeld MARKETING
WISSENSCHAFTSBÜRO

My kind of town

Englischsprachige Informationsbroschüre über die junge, moderne und weltoffene Hochschulstadt Bielefeld

- entstanden in Kooperation mit dem International Office der Universität

- **Zielgruppe**:
  internationale Wissenschaftler, Studierende, „High Potentials“

- **Distribution**:
  Kostenlose Ausgabe in Tourist-Info, in Hochschulen, internat. Messen über Hochschulen, direkte Verteilung an internat. Studierende, Gastwissenschaftler etc.

© Wissenschaftsbüro der Bielefeld Marketing GmbH

Rückblick

Aktivitäten des Wissenschaftsbüros 2013-14

Bielefeld MARKETING
WISSENSCHAFTSBÜRO

Science-Café Bielefeld

Wissenschaft à la Carte

10. 03.2014 ***Einmal Demokratie und zurück?! – Die ägyptische Revolution aus interdisziplinärer Perspektive*** Sina Birkholz & Friederike Sadowski (Uni Bielefeld)

09.12.2013 ***Gewalt im Fußball*** Prof. Dr. Zick (IKG, Uni Bielefeld)

07.10.2013 **Science-Café spezial!:** ***Lebensmittel als Technologie natürlich künstlich?!*** (mit 5 Referenten)

29.06.2013 ***Der elektrische Professor – E-Learning vs. Audimax?!*** Prof. Dr. Loviscach (FH Bielefeld)

17.04.2013 ***Wie beeinflusst die Literatur unsere Wahrnehmung?*** Prof. Dr. Bogdal (Uni Bielefeld)

16.01.2013 ***Tat ohne Täter – Ist der freie Wille nur eine Illusion?*** Prof. Dr. Harzer (Uni Bielefeld)

© Wissenschaftsbüro der Bielefeld Marketing GmbH

Rückblick

Aktivitäten des Wissenschaftsbüros 2013-14

Bielefeld MARKETING
WISSENSCHAFTSBÜRO

NEU: Science-Café Bielefeld on Tour

- in Kooperation mit der WLUG ist das etablierte Format unterwegs in der Region
- 2014 fanden bereits 3 Pilotveranstaltungen statt:

  04. November – Minden
  06. November – Herford
  19. November – Gütersloh

© Wissenschaftsbüro der Bielefeld Marketing GmbH

Rückblick

Aktivitäten des Wissenschaftsbüros 2013-14

Bielefeld MARKETING
WISSENSCHAFTSBÜRO

FameLab

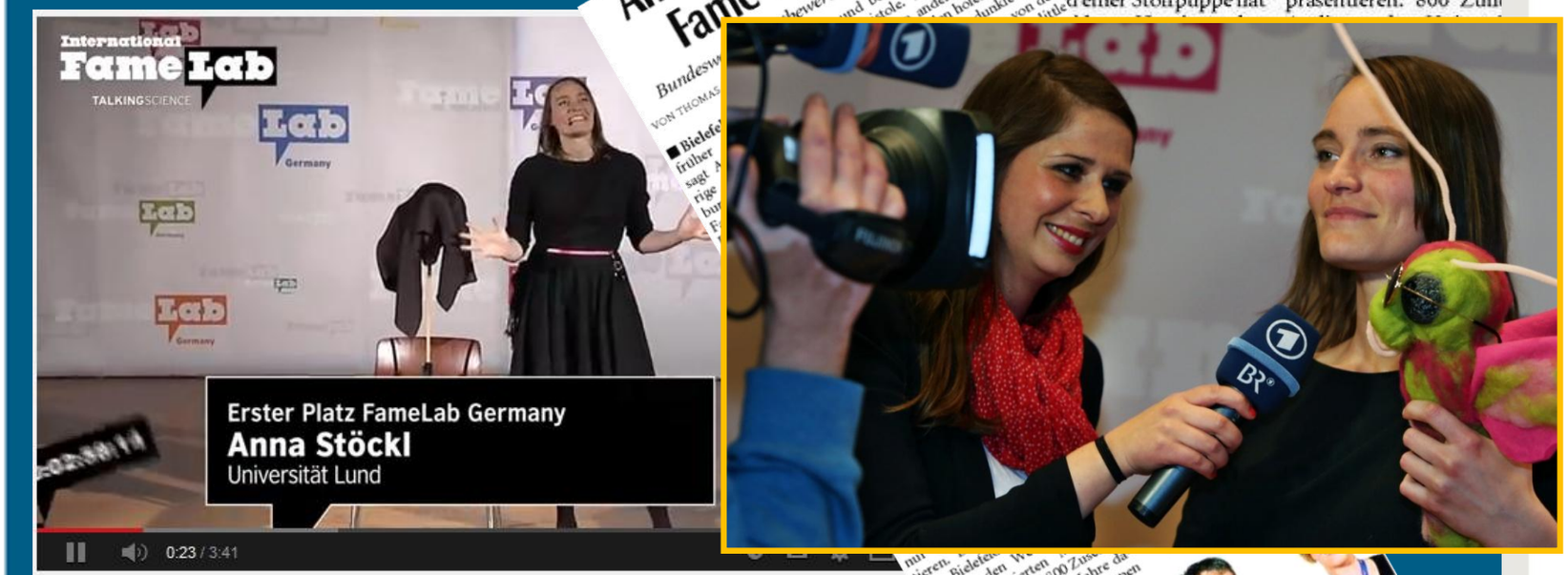
FameLab TALKINGSCIENCE

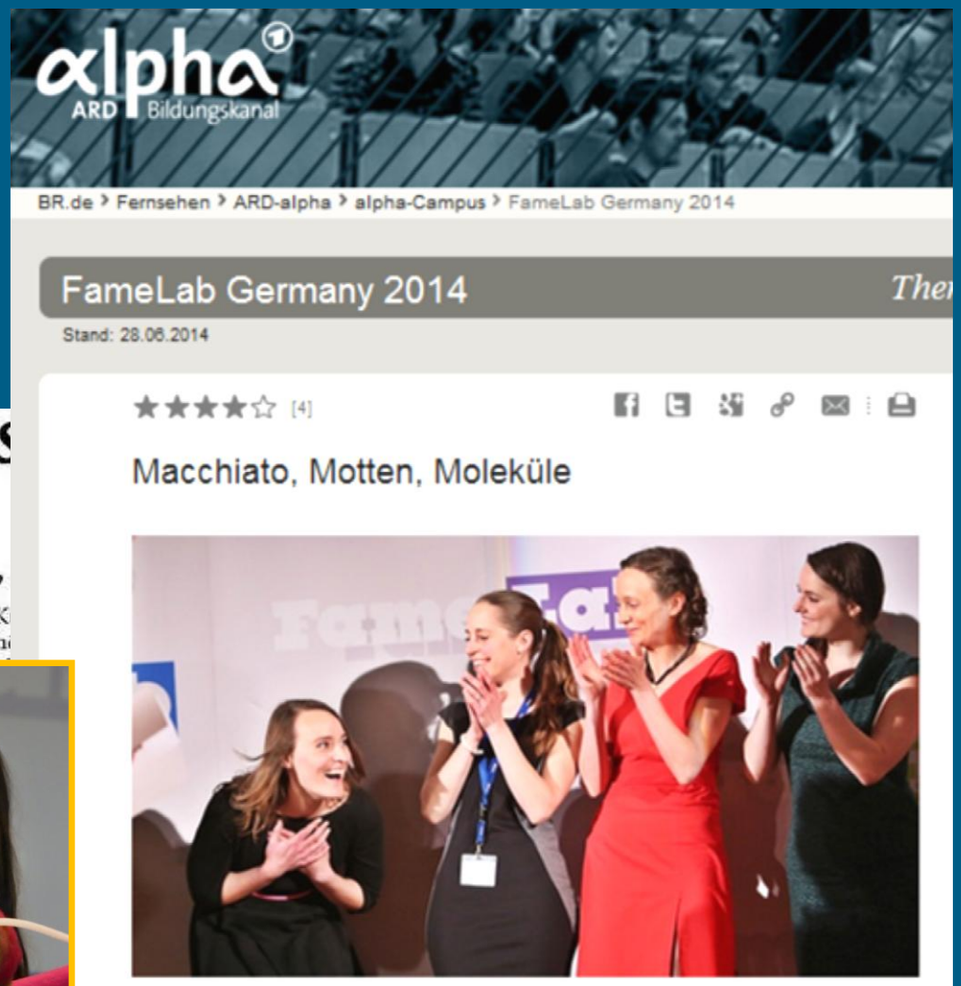
- Etablierung des internationalen Formats in Deutschland.
- Gerade in Bielefeld ein aufmerksamkeitsstarker Erfolg:
  Das Finale 2014 im Audimax der Uni besuchten rund 850 Zuschauer.

© Wissenschaftsbüro der Bielefeld Marketing GmbH

Medienecho

- Reichweite Print- und Rundfunkmedien: 10,2 Mio.
- 130.000 Views auf YouTube weltweit
- Übertragung des Live-Mitschnitts durch den TV-Sender ARD-alpha





FameLab Germany 2014: „Talking Science" lautet das Motto des internationalen Wettbewerbs „FameLab", den das Wissenschaftsbüro der Bielefeld Marketing GmbH gemeinsam mit dem British Council 2011 nach Deutschland geholt hat. Seitdem ist die Universitätsstadt Bielefeld einmal jährlich Gastgeber für den beliebten wie unterhaltsamen Wissenschaftswettbewerb, der mittlerweile in 27 Ländern ausgetragen wird. Bei dem Talentwettbewerb, haben die Kandidatinnen und Kandidaten nur drei Minuten Zeit, um ihre komplexen Forschungsthemen unterhaltsam auf der Bühne zu präsentieren. Die vierköpfige Expertenjury entscheidet nach den Kriterien „Content, Klarheit und Charisma", wer am Ende zum Sieger gekürt wurde. Darüber hinaus wurde auch ein Publikumspreis verliehen. Mit Hilfe von akkustischen Signalen konnte das Publikum ihre Stimme an ihren Favoriten abgeben. Auch in diesem Jahr ließen sich die Besucher beim Deutschland-Finale im ausverkauften Bielefelder Audimax von der Welt der Forschung begeistern.

© Wissenschaftsbüro der Bielefeld Marketing GmbH

GENIALE

Science-Festival GENIALE

8. – 16. August 2014

Ausgewählt durch Kuratorium als

Highlight-Projekt im Rahmen des 800-jährigen Stadtjubiläums

© 2008 ▪ Bielefeld Marketing GmbH

Zahlen, Daten, Fakten

- **60.000 Besucher**
  - 2.300 Icarus-Eröffnung
  - 6.000 Tierischer Familientag im Tierpark
  - 5.000 Living History auf der Sparrenburg
  - 6.500 nano-Truck am Alten Rathaus
  - 5.000 Campus-Tage
  - 4.000 Vorhang auf für das Gebäude X
- **>170 Projekte, >400 Veranstaltungen**
- knapp **40 Veranstaltungsorte**
- **3.500 Teilnehmeranmeldungen**
- **1.200 m² Zeltfläche**
- **GENIALE Partner**:
  7 Bielefelder Hochschulen, Museen, Vereine, Kultur- und Freizeiteinrichtungen, Polizei, Feuerwehr, Krankenhaus, weitere Bildungseinrichtungen, Wirtschaftsunternehmen u.v.m.

© 2008 ▪ Bielefeld Marketing GmbH

GENIALE

Medienecho (*Auswahl*)

Ruhr Nachrichten
Das Beste am Guten Morgen

NEUE OZ OSNABRÜCKER ZEITUNG

WDR 5

WDR 2

WDR 1

radio BIELEFELD 98.3 | 97.6

WESTFALEN-BLATT

NW Neue Westfälische

„Geniale"-Abschluss mit Besucherandrang

Bielefelder Wissenschaftsfestival ein Erfolg

Bielefeld (mönt). Neun Tage lang stand Bielefeld im Zeichen der Wissenschaft. Mit dem Wissenschaftsfestival „Geniale" lockte die Stadt … Besucher an. … Tag, am Samstag … milien und … zu den Veran… Das … öffnete … und warb … Wissen. … Stofftiere … was vor … sucher … Absch… … rungen durch die neue Mensa und andere Angebote. Insgesamt kamen über 50.000 Besucher zur Geniale, die von der Bielefeld Marketing GmbH veranstaltet wird und durch die Mithilfe vieler … möglich … festival …

Zur Eröffnung der Geniale: Riesenapplaus für „Icarus

Dazu lief auf der Lei… … *il seine Macher* ANDREAS FRÜCHT

… umforschung … rd der erste … hinese sein", … n unter den … das mit In… Peking eine

Geniale-Auftakt komplett ausgebucht

Bielefeld. Einen wahren Ansturm hat es auf Karten für den Auftaktabend des Bielefelder Wissenschaftsfestivals Geniale gegeben. Die Show am Freitag, 8. August (19 Uhr), bei der Schauspieler Rufus Beck auf der Bühne steht, ist komplett ausgebucht, teilt Bielefeld Marketing mit. Aufgrund der großen Nachfrage hatten die Veranstalter kurzfristig noch die Belegung der Stadthalle um rund 500 Plätze auf mehr als 2.000 erhöht.

Für das Science-Festival Geniale in Bielefeld setzte die Bielefeld Marketing GmbH verschiedene Marketingtools ein: Überdimens… im Corporate Design der Geniale zierten unter anderem das Stadtbild und machten auf das Wissenschaftsevent aufmerksam

SERIE: FESTE + FESTIVALS

Geniale Wissenschaftskommunikation

Das Wissenschaftsfestival Geniale in Bielefeld will Kinder und Jugen… …ver und interessanter Projekte für die Forschung begeistern. … der Wissenschaftsstandort Bielefeld vermarktet w…

"Ziel der Geniale ist, nachhaltige Bildungserlebnisse zu erzeugen", sagt Gesa Fischer aus dem

"Die Geniale ist zu einem echten Leuchtturm geworden", betont Hans-Rudolf Holtkamp, GF der

Hinzu kam eine Radiospot-Kampagne in der Woche vor und während der Geniale auf Sendern im Verbund der privaten NRW-Radios. Der Radiosender WDR 5 konnte ebenfalls als Medienpartner gewonnen werden. Darüber hinaus waren überdimensionierte Würfel im Corporate Design der Geniale überall im Stadtbild zu sehen und einheitliche Flaggen kennzeichneten die Geniale-Standorte in der Stadt.

Das Corporate Design des Wissenschaftsfestivals stammt von der ortsansässigen Agentur Detering Design, das die Kreativen bereits zur ersten Geniale 2008 entworfen haben. Das CD wird bei jeder Geniale beibehalten, nur die Testimonials auf den Plakaten und Anzeigenmotiven ändern sich. Auch in diesem Jahr war Detering Design für die Gestaltung und Umsetzung der Printmaterialien verantwortlich.

"Herzstück der Kommunikation ist unsere Website", betont Projektleiterin Fischer. Auf der Internetseite www.geniale-bielefeld.de konnten Interessierte das umfangreiche Pro…

60.000 Besucher bei der Geniale

Hans-Rudolf Holtkamp: „Die Erwartungen wurden bei Weitem übertroffen"

VON THOMAS GÜNTTER

Bielefeld. 60.000 Besucher kamen in der vergangenen Woche zum Wissenschaftsfestival Geniale. Hans-Rudolf Holtkamp, Geschäftsführer der Bielefeld Marketing GmbH, erklärte gestern: „Damit sind unsere Erwartungen bei Weitem übertroffen worden." Das Festival dauerte von Freitag, 8., bis Samstag, 16. August.

Bei den acht Tagen im Zeichen der Wissenschaft wurden rund 170 Projekte in mehr als 400 Einzelterminen gezeigt. Das Veranstaltungskonzept, das besonders auf Familien abgestimmt sei, wecke zunehmend Interesse im Ausland. Holtkamp zeigte sich fest davon überzeugt, dass es in drei Jahren erneut gelingen werde, für die Geniale 2017 ausreichend Sponsoren zu finden.

Schon der Auftakt in der Stadthalle habe einen Vorgeschmack geliefert. Rund 2.300 Zuschauer hätten einen denkwürdigen Auftaktabend erlebt, bei dem der Schauspieler Rufus Beck und das Freie Sinfonieorchester Bielefeld die Deutschlandpremiere des Stückes „Icarus at the Edge of Time" darboten.

Auch danach strömten die Menschen zu den Veranstaltungen. So zählte der Tierische Familientag im Tierpark Olderdissen rund 6.000 Besucher, 5.000 erlebten das Mittelalterprojekt „Living History" auf der Sparrenburg. Zu den beiden Campustagen von Universität und Fachhochschule Bielefeld kamen 5.000 Menschen, zum Tag der offenen Tür im Gebäude X rund 4.000.

Den „nano-Truck" des Ministeriums für Bildung und Forschung am Rathaus besuchten mehr als 6.500 Menschen. Im Rathaus wurden die offenen NRW-Landesmeisterschaften im Kopfrechnen ausgetragen. Hunderte Aktive waren im Einsatz, vom Professor über Studenten bis hin zu Ingenieuren, Lehrern und Jugendlichen.

„Die Geniale ist für Bielefeld zu einem echten Leuchtturm geworden", sagen Giovanni Fusarelli und Gesa Fischer aus dem Wissenschaftsbüro. Zu Gast waren hochrangige Delegationen aus China und Estland. Die beiden ersten Veranstaltungen in den Jahren 2008 und 2011 wurden mit Mitteln der Europäischen Union realisiert. In diesem Jahr flossen ausschließlich private Gelder. Holtkamp ist sich sicher, dass sich für das Wissenschaftsfestival 2017 auch genügend Sponsoren finden.

Rätselhaftes Skelett: Kirsten Biedermann (links) von … ger Erfinderwerkstatt und Gesa Fischer.

Eine geniale »Geniale«

60 000 Besucher erleben das Wissenschaftsfest mit 170 Projekten an 40 Standorten zum 800. Stadtgebu…

Bielefeld. Das Wissenschaftsfest Geniale haben so viele Besucher erlebt wie nie zuvor. 60 000 Menschen besuchten die Aktionen, die es über mehr als eine Woche an verschiedenen Standorten von der Sparrenburg bis zum neuen Gebäude X an der Universität gab. »Unsere Erwartungen sind bei weitem übertroffen worden«, zieht Bielefeld-Marketing-Chef Hans-Rudolf Holtkamp Bilanz.

Die Geniale, die nach 2008 und 2011 nun zum dritten Mal stattgefunden hat, habe sich zu einem Leuchtturm für … entwickelt und sei … jekten und mehr … zelterminen an 40 … »in dieser Größe … rm einmalig in … and«, so Holtkamp. … Veranstaltungen der … s beteiligten Unter… n wie Böllhoff und … o seien … gut wie … gebucht … wesen. Den … ellenwert … elege auch das Interesse aus dem Ausland. So waren Delegationen aus China und Estland zu Gast.

Und die erlebten eine rundherum gelungene Veranstaltung, bei der es schon zum Auftakt viel zu erleben und entdecken gab. Nach dem furiosen Geniale-Start in der Stadthalle mit der Weltall-Expedition »Icarus at the Edge of Time« ging's am Eröffnungs-Wochenende mit den Veranstaltungen los. Die ganze Innenstadt hatte sich in ein großes Forschungslabor verwandelt. Numerus Clausus? Fehlanzeige! Jeder konnte mitmachen.

Iwona Socha von der Fachhochschule der Wirtschaft erklärte etwa die Funktionsweise eines 3-D-Druckers, während in dem Gerät aus flüssigem Kunststoff eine Kopie des Fußball-Weltpokals entstand. Nur ein paar Schritte weiter zeigte Annika Fritzlar vom Heinz-Nixdorf-Forum aus Paderborn, dass auch alte Technik begeistern kann. Die 60 Jahre alte Brunswuige-Rechenmaschine fasziniert noch immer – auch den kleinen Luca (8), der munter drauflos rechnete. Ausprobieren, staunen und am Ende mehr wissen – das ist die Idee der Geniale, die die Wissenschaft aus dem Elfenbeinturm zu den Menschen auf die Straße holt – oder in den vermeintlichen Elfenbeinturm, in Labore und Hörsäle.

Acht heimische Hochschulen machten mit und zahlreiche andere Einrichtungen vom Historischen Museum, wo ein Roboter zum Museumsführer wurde, bis zum Flugplatz Windelsbleiche, wo es um eine fundamentale Frage ging: Fliegen, wie funktioniert das eigentlich? Neu war in diesem Jahr, dass auch Unternehmen wie Böllhoff und Schüco ihre Technologiezentren öffneten. Vertreten war auch das Bundeswissenschaftsministerium mit seinem Nano-Truck. Gezeigt wurden hier die Einsatzmöglichkeiten der Technologie, bei der man sich zu nutzen macht, das kleinste Teile eines Stoffes andere Wirkungen entfalten als inhaltsgleich größere.

Im Nanokosmos misst man in milliardstel Metern. In Zahlen: 0,000000001 Meter.

Gut eine Woche lang folgten unter anderem die NRW-Meisterschaft im Rechnen, Einblicke in die Robotik-Forschung an der Universität, eine mittelalterliche Technik-Schau an der Sparrenburg und ein Tag der offenen Tür im neuen X-Gebäude der heimischen Hochschule.

Und am letzten Tag des Wissenschaftsfestivals Geniale hatte auch das Franziskus-Hospital erneut eingeladen unter dem Titel »Medizin erleben«. Dabei konnten die Besucher einen Blick in Operationssäle werfen, sich über gesunde Ernährung informieren, lernen, wie mit einer Strahlenkanone Tumore verkleinert werden oder das eigene Herz schlagen sehen.

Hans-Rudolf Holtkamp zeigt sich überzeugt, dass das Wissenschaftsfest auch 2017 stattfinden und es dafür erneut die Unterstützung von Sponsoren geben werde. »Bielefeld kann auf die Geniale nicht verzichten.«

Malte hat Spaß an Zahlen. Er machte mit bei der NRW-Meisterschaft im Rechnen.

Beim Tag der offenen Tür im »Citec« der Universität zum Thema Robotik konnte Cornelia gegen Roboter Flobi beim Memory gewinnen. Die | Neunjährige hat ein Karten-Pärchen mehr. Die … sich mit der Maschine zu messen. Die war …

Beim Tag unter dem Motto »Medizin erleben« im Franziskus-Hospital musste nach einem fiktiven Brand-Szenario ein Teddy gerettet werden. Prof. Dr. Dr. Niels Rahe-Meyer – assistiert von Tochter Larissa – übergaben das »Opfer« schließlich im Krankenhaus.

Die Wallarmbrust entwickelt ei… verdeutlicht Stefan Eck vor … Rahmen der Geniale gab es aut… auf der Sparrenburg mit spe… Besucher.

campusbielefeld

www.campus-bielefeld.de

Bielefeld

Universität Bielefeld

FH Bielefeld
University of
Applied Sciences

Bielefeld
MARKETING

campusbielefeld

Marketing für den neuen Campus Bielefeld

Kooperation zwischen Universität Bielefeld, Fachhochschule Bielefeld, Bau- und Liegenschaftsbetrieb NRW und Stadt Bielefeld seit 2011

Universität Bielefeld

FH Bielefeld
University of
Applied Sciences

Bielefeld

BLB NRW
Bau- und Liegenschaftsbetrieb NRW
Bielefeld

Maßnahmen 2013-14

- **Fortführung der Planungen zu Leit- und Orientierungssystem**
- Sondierungen zur **Umbenennung der StadtBahn-Haltestellen** auf dem Campus
- Unterstützung und Begleitung **Eröffnungsfeiern** CITEC, Gebäude X
- **Synergien Campus Marketing/GENIALE**:
  Campus-Tage und Tag der offenen Tür in Gebäude X
- **Kooperation mit Bielefeld 2000plus**
- Etablierung eines
  Round Table zum Thema „Kultur auf dem Campus“ mit führenden Vertretern der Bielefelder Jugend- und Subkultur

Bielefeld MARKETING
WISSENSCHAFTSBÜRO

Ausblick

Projekte und Marketingmaßnahmen 2015

© Wissenschaftsbüro der Bielefeld Marketing GmbH

Ausblick

Projekte und Marketingmaßnahmen 2015

Bielefeld MARKETING
WISSENSCHAFTSBÜRO

Science Scorecard

- Wissen messen, Regionen gestalten -

- Initiator: Stifterverband für die deutsche Wissenschaft
- Wissenschaft wirkt, aber wie? (Kennzahlen und Prozesse)
- Wissenschaft und Hochschulen als Standortfaktor!

© Wissenschaftsbüro der Bielefeld Marketing GmbH

Ausblick

Projekte und Marketingmaßnahmen 2015

Bielefeld MARKETING
WISSENSCHAFTSBÜRO

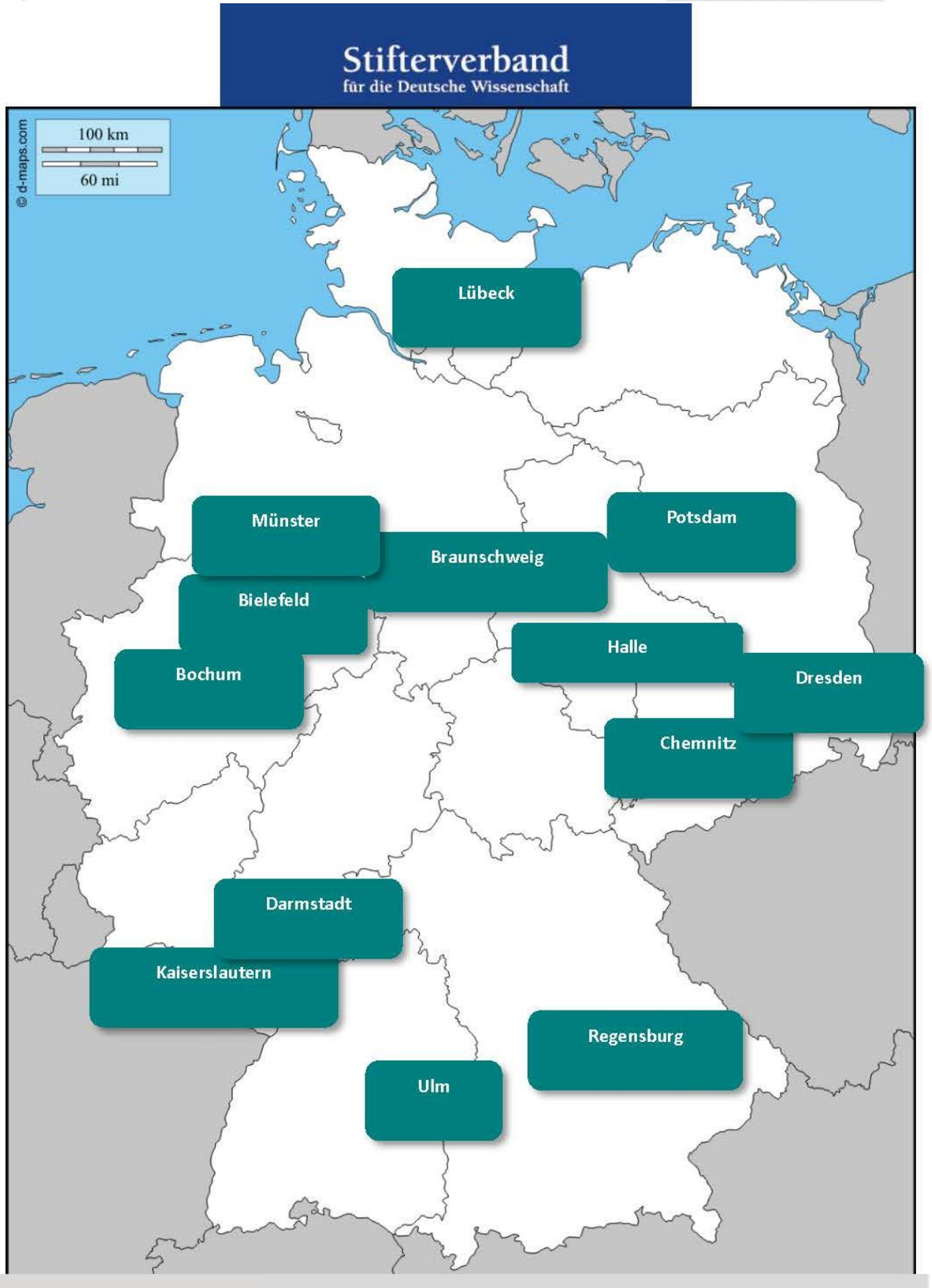
Science Scorecard

- Beteiligte Städte:

  Bielefeld, Bochum, Chemnitz, Darmstadt, Dresden, Lübeck, Münster, Potsdam, Regensburg, Braunschweig-Wolfsburg, Halle/Saalekreis, Kaiserslautern und der Schwabenbund bei Ulm

- Kooperationspartner: WEGE, IHK

- Laufzeit bis Ende 2015



© Wissenschaftsbüro der Bielefeld Marketing GmbH

Ausblick

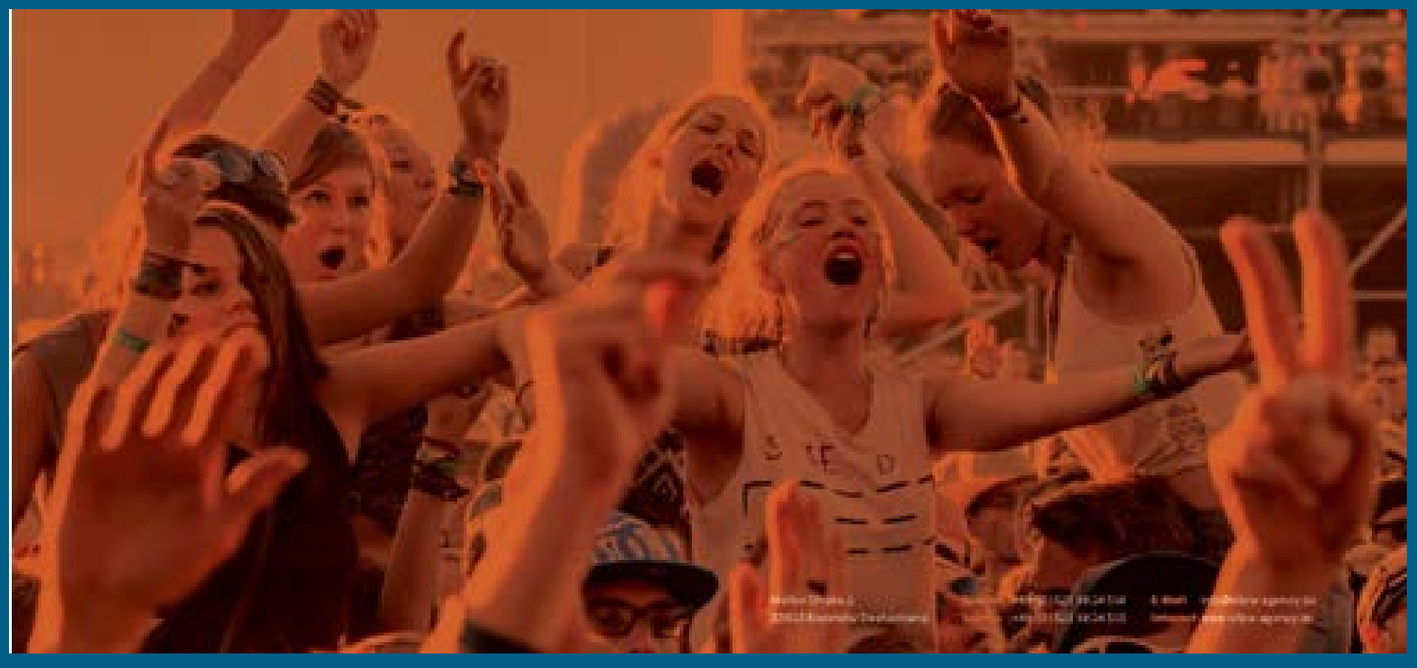
Projekte und Marketingmaßnahmen 2015

Bielefeld MARKETING
WISSENSCHAFTSBÜRO

Campus Marketing

- Umsetzung des Leitsystems und Namenskonzeptes
- Umbenennung der Haltestelle Campus zum Fahrplanwechsel
- Fortführung des Round Table „Kultur auf dem Campus“

- Campus-Festival (Juni 2015)
  Musik-Festival auf dem Campus Bielefeld zur Förderung der Campus-Kultur



© Wissenschaftsbüro der Bielefeld Marketing GmbH

Ausblick

Projekte und Marketingmaßnahmen 2015

Bielefeld MARKETING
WISSENSCHAFTSBÜRO

Science-Café Bielefeld

- Fortführung der erfolgreichen Reihe!

>>> Science-Café on Tour OWL

- Erweiterung auf die Nachbarkreise MI-LÜ, HF und GT

Bielefelder Wissenschaft bei den Menschen in der Region stärker sichtbar machen!

© Wissenschaftsbüro der Bielefeld Marketing GmbH

Ausblick

Projekte und Marketingmaßnahmen 2015

Bielefeld MARKETING
WISSENSCHAFTSBÜRO

FameLab

- Bielefeld Marketing ist weiterhin nationaler Partner dieses internationalen Formats (> 25 Länder weltweit!)

- NRW-Finale am 19. März 2015 in Bielefeld

International FameLab
TALKINGSCIENCE

© Wissenschaftsbüro der Bielefeld Marketing GmbH

Ausblick

Projekte und Marketingmaßnahmen 2015

Bielefeld MARKETING
WISSENSCHAFTSBÜRO

Science Slam Bielefeld

- Junges, kreatives Format der Wissenschaftskommunikation
- Ein erster Bielefelder Science Slam fand am 10. Dezember 2014 statt.
- Anschluss an die nationale Plattform und regelmäßige Durchführung in Bielefeld

© Wissenschaftsbüro der Bielefeld Marketing GmbH

Ausblick

Projekte und Marketingmaßnahmen 2015

Bielefeld MARKETING
WISSENSCHAFTSBÜRO

School Science Slam

- begeistert schon die Jüngsten für Wissenschaft

- fördert den Austausch zwischen Forschung/Wissenschaftlern & Schulen/Schülern, Lehrern

- **Kooperationspartner**:

© Wissenschaftsbüro der Bielefeld Marketing GmbH

Ausblick

Projekte und Marketingmaßnahmen 2015

Bielefeld MARKETING
WISSENSCHAFTSBÜRO

Weitere Projekte:

Street Science

- Wissenschaft zum Anfassen mitten in der Stadt, Studierende treten in den Dialog mit der Stadtgesellschaft
- geplant: 1-2 Aktionen/Jahr

Hochschultour

- Programm: Führung „Studi-Stadt Bielefeld”, Besuch von zwei Hochschulen mit Info-Programm & Mensa-Essen
- Zielgruppe: 9. – 11. Schulklassen aus OWL
- geplant: 1-2 Hochschultouren/Jahr, je nach Bedarf der Schulen

© Wissenschaftsbüro der Bielefeld Marketing GmbH

Bielefeld MARKETING
WISSENSCHAFTSBÜRO

Perspektiven

Bielefeld MARKETING
WISSENSCHAFTSBÜRO

Fazit:

Bielefeld ist eine junge, kreative Wissenschaftsstadt mit besten Chancen für die Zukunft.

Durch gezielte Projekte muss die Wissenschaftsstadt strategisch weiterentwickelt und vermarktet werden.

Aktive Netzwerke der Wissenschaftsstadt müssen ausgebaut werden!

Idee:

„Masterplan Wissenschaft“ – Aktionsplan für die Wissenschaftsstadt mit relevanten kommunalen Stellen, allen Hochschulen und Vertretern der Kultur, WEGE, IHK und Wirtschaft.

Bielefeld MARKETING
WISSENSCHAFTSBÜRO

Ziele und Perspektiven

GENIALE als Markenzeichen der jungen, kreativen und interdisziplinären Wissenschaftsstadt verstetigen!

Campus als exzellentes Stadtquartier weiterentwickeln und international positionieren! Ansiedelung weiterer Forschungsinstitute und Gewinnung weiterer Cluster.

„Masterplan Wissenschaft“ anstoßen – Bielefeld durch kooperativen Stadtentwicklungsprozess zur Wissenschaftsstadt weiterentwickeln!

Im nationalen und internationalen Wettbewerb der Wissenschaftsstädte als exzellenten Standort profilieren!

Bielefeld MARKETING
WISSENSCHAFTSBÜRO

Herzlichen Dank!