

Infos | Trends | Termine

Blickpunkt Bielefeld

Informationen der Bielefeld Marketing, des Verkehrsvereins und der Stadthalle Bielefeld

Ausgabe 4 | 2011

Frohe Weihnachten
und ein gutes
Jahr 2012!

**Die Themen im Überblick: Weihnachtszauber in der Innenstadt | Logo für 800 Jahre Bielefeld
FameLab-Finale wieder in Bielefeld | Neuer Stadtplan für Gäste | Zweite GENIALE ein voller Erfolg**

Editorial

Bielefeld bewegt

„Bielefeld bewegt“ ist der Titel des Medienservice, der dank der Finanzierung von 13 Sponsoren seit Mai dieses Jahres unter unserer Koordination wieder Geschichten aus Bielefeld erfolgreich in die weite Medienlandschaft streut.

„Bielefeld bewegt“ könnte jedoch auch als Synonym für das auslaufende Geschäftsjahr der Bielefeld Marketing GmbH stehen. Einmal mehr hat sich das Geschäftsmodell mit den Handlungsfeldern Stadtwerbung und Kommunikation, Wissenschaftsbüro, City- und Veranstaltungsmanagement sowie Kongressbüro und Tourismus als praxisnah und effizient erwiesen. Ganz einfach nachweisbar durch direkte wirtschaftliche Nutzen, z. B. für die Betreiber bei Großveranstaltungen wie Leineweber- oder Weihnachtsmarkt. Genauso jedoch bei Aktivitäten mit marketingstrategischen Zielen, wie das große Wissenschaftsfestival „GENIALE“ zur Stärkung



des Hochschul- und Wissenschaftsstandortes Bielefeld oder bei „Nachtansichten“, der langen Nacht der Museen, Kirchen und Galerien zur Profilierung Bielefelds als herausragenden Standort von Kunst und Kultur.

Die Nähe zum Verkehrsverein und die durch viele Schnittstellen gelebte Management- und Kooperationsvereinbarung zwischen Stadthallenbetriebsgesellschaft und Bielefeld Marketing sind dabei wichtige Bausteine für erfolgreiche Kooperationen.

Erfolg setzt jedoch Vertrauen voraus. Und dafür danken wir unseren Freunden, Förderern und Partnern. Nur so ist kooperatives Stadtmarketing möglich: die Entwicklung unserer Stadt durch gemeinsam getragene Strategien und Maßnahmen begleiten und fördern.

Die Teams von Bielefeld Marketing, Verkehrsverein und Stadthallenbetriebsgesellschaft wünschen Ihnen eine besinnliche Adventszeit, ein frohes Weihnachtsfest und einen guten Start in ein hoffentlich erfolgreiches 2012.

Ihr



Hans-Rudolf Holtkamp
Geschäftsführer

Weihnachtszauber in Bielefeld

Das Jahr klingt gemütlich mit dem stimmungsvollen Weihnachtsmarkt in der Innenstadt aus



Es weihnachtet in Bielefeld! Wenn der Duft von Glühwein und gebrannten Mandeln durch die festlich geschmückten Straßen zieht, dann ist in der Bielefelder Innenstadt Weihnachtsmarkt. Seit dem 21. November bieten mehr als 120 Stände Kunsthandwerk, Geschenkideen und winterliche Leckereien. An der Bahnhofstraße erstrahlt der Weihnachtsmarkt in diesem Jahr in neuem Glanz. Die Bielefeld Marketing GmbH als Veranstalter hat eine neue Generation Häuschen angeschafft, die festlich dekoriert das Shopping-Erlebnis in der am stärksten frequentierten Bielefelder Einkaufsstraße aufwertet. Auf dem Alten Markt sorgen Stände in traditio-



neller Fachwerk-Optik für besonders festliches Flair. Die Dächer der Häuser sind mit romantischen Schneelandschaften bedeckt.

Als Alternative zu den klassischen Fachwerk-Häuschen präsentiert sich der Jahnplatz als rotes Dorf mit funkelnem Sternenhimmel. Schlicht und modern sind die roten Häuschen, die Kunsthandwerk, orientalische Leckerbissen, Gulaschsuppe, Maronen und Punsch bieten. Auf dem Altstädter Kirchplatz sorgt das rustikale „Haus vom Nikolaus“ mit Schneekanne, Steaks vom Buchenholzgrill und Feuerzangenbowle für winterliche Atmosphäre.



Traditionsreiche Posaunenchoräle ziehen an vier Wochenenden durch die Straßen. Der musikalische Adventskalender lädt vom 1. bis 23. Dezember täglich zu Konzerten in der Kirche und unter freiem Himmel ein. Am dritten Adventssonntag, 11. Dezember, öffnen die Geschäfte der Innenstadt von 13 bis 18 Uhr zum Weihnachtseinkauf.

Das detaillierte Programm zum Bielefelder Weihnachtsmarkt 2011 ist kostenlos in der Tourist-Information im Neuen Rathaus, Niederwall 23, 33602 Bielefeld, Tel. (05 21) 51 69 99 erhältlich. Darüber hinaus kann es auch im Internet abgerufen werden: www.bielefeld.de/weihnachtsmarkt.

Logo für das Stadtjubiläum entwickelt Agentur „adventure“ überzeugt mit ihren Vorschlägen

Ein roter Faden beginnt im Jahr 1214, zieht seine Kreise, endet im Jahr 2014 – und die Zahl 800 entsteht. Eingebunden ist die Geburtstagszahl in dem Jubiläumsmotto „800 Jahre Bielefeld – Das gibts doch gar nicht“. Das Motto fürs Stadtjubiläum 2014 hatte Bielefeld Marketing in Kooperation mit zahlreichen Akteuren und Institutionen bereits im Mai in einem sogenannten Ideenlabor entwickelt. Ende Juni wurde der Slogan im Hauptausschuss der Stadt Bielefeld einstimmig begrüßt. Anschließend bekamen fünf Bielefelder Agenturen in einer Wettbewerbspräsentation die Möglichkeit, zu diesem Slogan ein passendes Erscheinungsbild zu entwickeln. Die Vorschläge von der Agentur „adventure“ haben sich gegen die

der Mitbewerber durchgesetzt. „Das Logo spiegelt in idealer Weise die Tradition der Stadt Bielefeld wider und wirkt gleichzeitig frisch und modern“, sagt Oberbürger-



meister Pit Clausen. Der „leinene Faden“ ziehe sich wie ein roter Faden durch die Geschichte Bielefelds und stehe für die Entwicklung der Stadt, für die Tradition und für den Wirtschaftserfolg einer ganzen Region, so

Clausen während der Logo-Präsentation im Oktober. Unter www.bielefeld800.de werden in Zukunft alle Infos zu Jubiläumsaktivitäten zu finden sein. Welche Ideen im Jubiläumsjahr umgesetzt werden, stellt sich in den nächsten Monaten heraus. Mehr als 70 Projektanträge sind mittlerweile bei Bielefeld Marketing eingegangen. Im Dezember tagt zum ersten Mal das Kuratorium, um über die vorgeschlagenen Projekte und die Höhe der möglichen Fördersumme zu diskutieren. Die Anzahl der geförderten Projekte ist dabei abhängig von den eingeworbenen Sponsoring-Mitteln und dem Gesamtbudget des Stadtjubiläums. Infos gibt es im „Projektbüro 800 Jahre Bielefeld“ der Bielefeld Marketing unter Tel. (05 21) 51 67 94 oder 51 67 90.

Neuer Stadtplan für Gäste Umfassender Überblick für Bielefeld-Besucher

Damit sich Bielefeld-Besucher schnell in der Stadt orientieren können, hat die Bielefeld Marketing im Herbst einen neuen Stadtplan für Gäste herausgegeben. Der Faltplan enthält neben einer großen Übersichtskarte auch einen separaten Innenstadtplan. In den Straßenkarten sind Sehenswürdigkeiten, Museen und Veranstaltungsorte, Natur- und Sporteinrichtungen, Hochschulen sowie öffentliche Einrichtungen und Krankenhäuser eingezeichnet. „Außerdem gibt es zu den mehr als 80 Wegweisern auch kompakte Informati-

onen über Kunst und Kultur, Theater und Events, Historisches und Sehenswertes. Auch eine Übersicht der Hotels und Pensionen in Bielefeld sowie über die Stadtbahn- und Buslinien sind enthalten“, sagt Kati Bölefahr-Behrends (Foto) von Bielefeld Marketing. Der touristische Stadtplan ist dreisprachig konzipiert – deutsch, englisch und niederländisch – und ist mit einer Erstauflage von 80.000 Exemplaren erschienen. Die Karte ist kostenlos in der Tourist-Information im Neuen Rathaus erhältlich, Tel. (05 21) 51 69 99.



Crüwell-Haus siegt bei „Bielefelds schönste Bauwerke“ Abschluss der Sommeraktion mit zwei glücklichen Gewinnern



Die diesjährige gemeinsame Sommeraktion der Bielefeld Marketing und der Neuen Westfälischen löste überwältigendes Interesse bei den Bielefeldern aus. Gesucht wurden in den Sommerferien „Bielefelds schönste Bauwerke“. Eine Vorauswahl von 14 Gebäuden hatte die NW im Lokalteil vorgestellt – eine Mischung aus bekannten und weniger bekannten Bauwerken. Dann konnten die Leser weitere Vorschläge einreichen, so dass am Ende 25 Gebäude zur Wahl standen. Knapp 3.000 Leser haben sich im September an der Abstimmung be-

teiligt – die meisten Stimmen erhielt das Crüwell-Haus am Alten Markt. Unter allen Wählern wurden Preise verlost. Im Oktober überreichten Lothar Schmalen, Leiter der NW-Lokalredaktion, und Hans-Rudolf Holtkamp, Geschäftsführer der Bielefeld Marketing, die beiden Hauptgewinne. Carola Schrupf aus Theesen freute sich über ein Wellness-Wochenende für zwei Personen im bayerischen Bad Aibling. Der Brackweder Jürgen Ahlemeyer hat einen kulinarischen Spaziergang durch Bielefeld für zehn Personen gewonnen.

Zweites FameLab in Deutschland – Finale wieder in Bielefeld

Das Wissenschaftsbüro der Bielefeld Marketing organisiert den Talentwettbewerb

Was hat eine Frikadelle mit Insulin zu tun? Kann man die spannungsvolle Beziehung zwischen Halbleiter und Supraleiter mit einem roten Kuschelherz erklären? Oder Stammzellenforschung mit einem Straußenei? Kosmologie, Küchenutensilien und die Geschwindigkeiten des Universums, wie passt das zusammen? Beim weltweiten Talentwettbewerb „FameLab-Talking Science“ präsentieren junge Wissenschaftler ihre Forschung in spannenden drei Minuten – mit Sprachwitz, Wortgewalt und persönlicher Begeisterung – ohne Power Point oder spektakuläre Experimente. Erlaubt ist lediglich, was am Körper getragen werden kann. Auf Initiative des Wissenschaftsbüros der Bielefeld Marketing GmbH findet dieser internationale Wettbewerb nun bereits zum zweiten Mal in Deutschland statt. „Wir freuen uns, dass wir gemeinsam mit dem British

Council Germany und dem Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft diesen renommierten Wettbewerb in Deutschland etablieren konnten“, erklärt Dr. Annette Klinkert, Leiterin des Wissenschaftsbüros. Nach einem erfolgreichen Start 2011 in den Städten Bielefeld, Hamburg, Karlsruhe, Lübeck und Potsdam nehmen 2012 bereits sieben Bundesländer am FameLab Germany teil: Baden-Württemberg, Bayern, Brandenburg-Berlin,

Hamburg, Nordrhein-Westfalen, Sachsen und Schleswig-Holstein. Der NRW-Vorentscheid findet am 28. Januar 2012 im Bielefelder Ringlokschuppen statt. Das große nationale Finale des FameLab-Germany ist am 31. März 2012 – ebenfalls in Bielefeld. Dann entscheidet sich, wer Deutschland beim Cheltenham Science Festival im Juni 2012 vertreten darf. Kontakt: Tel. (05 21) 51 39 30, www.famelab-germany.de.



Sinnliche Experimente zu Weihnachten

Wissenschaftsbüro lädt am 13. Dezember zum Science-Café

Das Jungchemikerforum (JCF) Bielefeld stellt zum Ausklang des internationalen Jahres der Chemie vor, welchen Stellenwert chemische Vorgänge in unserem Alltag haben. Hierfür zeigen die Nachwuchswissenschaftler exemplarisch an einfachen Beispielen und Experimenten, warum Forschung span-

nend und trotzdem gut verständlich sein kann. Es wird vorgestellt, welche aktuellen Forschungsthemen sich im Backpulver verstecken, wie die Struktur von Aromastoffen aufgeklärt wird und wie energieeffiziente Weihnachtsbeleuchtung aussehen kann. Das Wissenschaftsbüro der Bielefeld

Marketing lädt am Dienstag, 13. Dezember, um 19 Uhr zum letzten Science-Café des Jahres ins KaffeeKunst Ratscafé ein.

Dirk Sluyter von Radio Bielefeld moderiert den Abend. Der Eintritt ist frei. Tischreservierung unter Tel. (05 21) 13 70 04.

Eine Ballnacht der Extraklasse

Mehr als 800 Gäste tanzten bis in die frühen Morgenstunden



Um die komplette Organisation des 14. Ball der Wirtschaft in der Stadthalle Bielefeld kümmerte sich auch in diesem Jahr das Kongressbüro der Bielefeld Marketing. Der Industrie- und Handelsclub Ostwestfalen-Lippe (IHC) hatte zum Festereignis des Jahres geladen – und mehr als 800 Gäste folgten der Einladung. IHC-Präsident Dirk U. Hindrichs (Foto) freute sich besonders über zunehmend jüngere Gäste. Aber auch bekann-

te Vertreter der regionalen Wirtschaft und Politik ließen sich die rauschende Ballnacht wie gewohnt nicht entgehen. Zu den wohl prominentesten Gesichtern zählten sicher Fleischproduzent und Schalke-Chef Clemens Tönnies und NRW-Wirtschaftsminister Harry Voigtsberger. Die Ballnacht stand dieses Mal unter dem Motto „Time of my Life“. Tänzer von „Art & Act Dancers“ zeigten schwungvolle Tanzeinlagen aus dem Kultfilm Dirty

Dancing. Sichtbarer Beweis dafür, dass IHC und Bielefeld Marketing mit ihrem Ballkonzept auch in diesem Jahr richtig gelegen haben, ist sicher die Tatsache, dass bereits einige Tage nach dem großen Gala-Abend wieder die ersten Reservierungen für 2012 im Kongressbüro der Bielefeld Marketing eingegangen sind. Wer sich auch schon mal Plätze für die 15. Auflage sichern möchte, kann sich unter Tel. (05 21) 51 60 99 melden.

GENIALER Blick zurück nach vorn

Zweite Auflage des Wissenschaftsfestivals wieder erfolgreich / Planungen für 2014



400 Akteure, 450 Veranstaltungen an mehr als 35 Orten, 50.000 Besucher aus ganz Nordrhein-Westfalen – das Science-Festival GENIALE sorgte dafür, dass die letzte Sommerferienwoche nicht langweilig wurde. Ende Oktober in der Kunsthalle Bielefeld dankte Hans-Rudolf Holtkamp, Geschäftsführer der Bielefeld Marketing, allen Beteiligten, die zum Erfolg der zweiten Auflage des Wissenschaftsfestivals beigetragen haben. Holtkamp: „Wir können alle stolz sein auf diese Gemeinschaftsleistung.“ Vom 26. August bis 3. September hieß es forschen, experimentieren, ausprobieren. Die vielen ausgebuchten Workshops, Veranstaltungen und Science-Shows belegen, dass die Welt der Wissenschaft die Besucher faszinierte. Kinder operierten einen Teddy im OP-Saal, Großeltern begaben sich mit ih-



ren Enkeln bei der Suche nach dem „Mörder“ auf eine Schnitzeljagd durch die Fakultäten und Eltern wurden in Physik-Shows an ihre Schulzeit erinnert. Wer das 200 Seiten starke Programmheft in den Händen hielt, hatte die Qual der Wahl. Für Stärkung zwischendurch sorgte stets die echte Mensa-Verpflegung im Zelt auf dem Jahnplatz.

„Die GENIALE zeigt, dass Wissenschaft ein Besuchermagnet sein kann. Das Science Festival ist deutschlandweit einzigartig und ein echtes Leuchtturm-Projekt“, sagt Dr. Annette Klinkert, Leiterin des Wissenschaftsbüros der Bielefeld Marketing. Die GENIALE sei ein Teil der Entwicklung Bielefelds zur Wissenschaftsstadt – also ein wichtiger Standortfaktor. Auf das Wissenschaftsfestival hat die Bielefeld Marketing bundesweit aufmerksam gemacht. Über verschiedene Pressedienste wurden Meldungen in die weite Medienlandschaft gestreut. NRW-weit sorgten Großplakate für farbige Hingucker. In der Wochenzeitung „Die Zeit“ informierte eine ganze Seite über das anstehende Wissenschaftsspektakel.

An dem Resümee-Abend in der Kunsthalle wurde auch nach vorne geschaut. Im Jahr des Stadtjubiläums 2014 soll es eine dritte Ausgabe der GENIALE geben. Doch das Budget der EU-Förderung in Höhe von 720.000 Euro ist nun erschöpft. In 2008 hatte sich die Bielefeld Marketing mit dem Thema Wissenschaft bei einem touristischen Wettbewerb der EU beteiligt. So konnten die ersten beiden Festivals in 2008 und 2011 zu 80 Prozent mit den Fördermitteln finanziert werden, der Rest wurde durch Sponsorengelder eingeworben. Für 2014 hat nun der Verein „Bielefelder Konsens: Pro Bielefeld“ Unterstützung angeboten. Dessen Vorsitzender Professor Dieter Timmermann hat bereits zugesagt, dass sich der Verein engagieren will und fleißig Sponsoren aus der Wirtschaft suchen wird.



Wir stellen uns vor:

Sarah Marquardt

Von der Bankett-Leiterin im Hotel zur Tourismus-Experte beim Stadtmarketing – diesen Weg hat Sarah Marquardt jetzt eingeschlagen. Seit Oktober verstärkt die 30-Jährige die Tourismusabteilung der Bielefeld Marketing. Geboren in Gütersloh, aufgewachsen in Schloß Holte, arbeitet Sarah Marquardt seit zehn Jahren in Bielefeld. Nach ihrem Abitur am Verler Gymnasium begann sie 2001 ihre Ausbildung zur Hotelfachfrau im ehemaligen Mövenpick-Hotel (seit November 2010 Bielefelder Hof). Anschließend war sie für das Hotel im Bankett-Bereich als Serviceleiterin der Stadthalle Bielefeld tätig. In dieser Zeit hat sie alle großen Veranstaltungen in der Stadthalle betreut. „Eines der größten Events war sicher der Ball der Wirtschaft“, erinnert sie sich. Auch das Catering in der VIP-Lounge der Schüco-Arena gehörte zu ihren Aufgaben. 2005 kehrte sie als Bankett-Assistentin in den Hotelbetrieb zurück, übernahm administrative Tätigkeiten und organisierte Tagungen und Konferenzen. 2009 wurde sie dann Bankett-Leiterin



im Mövenpick. „Die Arbeit in einem Hotel ist sehr abwechslungsreich – man begegnet so vielen unterschiedlichen Menschen“, sagt Sarah Marquardt. „Man muss sehr flexibel sein – das hat mich am meisten gereizt, aber auch die besondere Atmosphäre in einem Hotel fand ich immer sehr aufregend.“ Nach zehn Jahren Hotelleben hat die 30-Jährige nun eine neue Herausforderung gesucht. „Ich habe überlegt, wo ich meine Fähigkeiten einsetzen und neu entwickeln kann, und weil für mich Hotellerie, Gastronomie und Tourismus zusammengehören, habe ich mich bei Bielefeld Marketing be-

worben“, sagt sie. Ihr neues Aufgabengebiet umfasst die Organisation von Stadtführungen und die Entwicklung von touristischen Angeboten. Sie konzipiert für Bielefeld-Besucher ein Aufenthaltspaket – individuell auf die Gäste zugeschnitten. Ihr gefällt, dass sie die Stadt nun nicht nur mit dem Auge eines Bielefelders betrachtet, sondern auch mit dem Auge eines Touristen. Marquardt: „Ein Stück weit entdecke ich Bielefeld neu.“

Eine ihrer größten Leidenschaften ist das Reisen. Gemeinsam mit ihrem Ehemann besucht Sarah Marquardt gerne europäische Städte. Wenn es die Zeit erlaubt, zieht es sie aber in die weite Ferne. Drei Monate hat sie in Kanada verbracht, vier Wochen in Neuseeland und für die Hochzeitsreise ging es ganz romantisch auf die Malediven. Ihr nächstes Wunschziel ist Namibia. Hier möchte sie zwei Wochen auf Safari gehen. Aber bis dahin kümmert sie sich erst einmal weiter um den perfekten Aufenthalt für Bielefeld-Gäste.

Kurz & bündig

» Mehr Effizienz

Bei der Bielefeld Marketing GmbH haben sich im Herbst die Strukturen verändert. Meike Bollhorst, frühere Leiterin des Geschäftsfelds Tourismus, hat das Unternehmen verlassen. Im Zuge dessen wurden die beiden Bereiche Kongressbüro und Tourismus zusammengeführt. Gabriela Lamm, die bereits seit neun Jahren das Kongressbüro leitet, verantwortet nun das gesamte Handlungsfeld Kongressbüro und Tourismus.

» Campus Bielefeld: Kultige Kurzfilme

„Campus Life – zwischen Uni, FH, Baustelle und der Stadt“ – so lautet das Thema des Seminars „Vorsicht Dreharbeiten!“, das innerhalb des Marketingkonzeptes zum neuen Campus Bielefeld umgesetzt wird. Auf Initiative des Wissenschaftsbüros der Bielefeld Marketing haben Universität, Fachhochschule, Bau- und Liegenschaftsbetrieb

und Stadt Bielefeld gemeinsam mit den Mediapädagogen Jan Aufderstraße und Fabio Magnifico (Uni) spannende Fragen zum Campus entwickelt, die Studierende filmisch umsetzen müssen. Die Ergebnisse werden am 2. Februar im Cinemaxx präsentiert und im Internet unter www.campus-bielefeld.de gezeigt. Neben kultigen Kurzfilmen planen die Mediengestalter auch ein Campus-Geocaching – eine Art „digitale Schnitzeljagd mit Schatzsuche“ quer über den gesamten Campus.

» Geschenktipp für Weihnachten

Eine Leineweber-Figur als Kühlschrank-Magnet, Frühstücksbrettchen mit Bielefeld-Motiven oder ein Regenschirm mit Bielefelds Sehenswürdigkeiten in Aquarell-Optik? Wer für Weihnachten besondere Geschenke mit Bielefeld-Bezug sucht, wird in der Tourist-Information im Neuen Rathaus fündig. Bielefeld-Souvenirs können

auch im Online-Shop auf www.bielefeld.de unter der Rubrik Tourismus bestellt werden. Beliebte Weihnachtsgeschenke sind auch Eintrittskarten für Konzerte, Musicals oder Comedy – erhältlich in der Tourist-Information oder unter www.bielefeld-ticketservice.de. Auch für die Nachtsichten gibt es bereits Tickets zum Verschenken. Am Samstag, 28. April 2012, öffnen Bielefelder Museen, Kirchen und Galerien nachts ihre Türen.

» Vortrag in Schottland

Als „Best Practice-Beispiel“ wurde das Wissenschaftsbüro der Bielefeld Marketing im Oktober nach Schottland eingeladen. Im Rahmen einer europäischen Tagung in Inverness präsentierte Dr. Annette Klinkert, Leiterin des Wissenschaftsbüros, auf Einladung des European Regions Research and Innovation Network (ERRIN) die Zusammenarbeit zwischen Stadt und Wissenschaft in Bielefeld.

IMPRESSUM

Herausgeber:

Bielefeld Marketing GmbH
Verkehrsverein Bielefeld e. V.

Verantwortlich:

Hans-Rudolf Holtkamp, Tel. (05 21) 51 27 17

Redaktion:

Tanja Babic, Tel. (05 21) 51 35 18

Grafik Design:

ardventure, Bielefeld

Druck:

Druckerei Tiemann, Bielefeld

Fotos:

Titelfoto: Susanne Freitag

Weitere:

Bielefeld Marketing GmbH, Wolfgang Rudolf (NW),
Annika Ettrich, Andreas Frücht, Mike Rehm

Bielefeld
MARKETING ●

Verkehrsverein
Bielefeld ●

Bielefeld Marketing GmbH
Verkehrsverein Bielefeld e. V.
Willy-Brandt-Platz 2 · 33602 Bielefeld
Tel. (05 21) 51 61 60
Fax (05 21) 51 61 63
info@bielefeld-marketing.de
www.bielefeld-marketing.de
www.bielefeld.de

Stadthalle Bielefeld Seidensticker Halle

Blickpunkt Bielefeld
Ausgabe 4 | 2011

Nationales Forum der Kinder- und Jugendmedizin in Bielefeld



Es war ein neuer Meilenstein in der Bielefelder Kongressgeschichte: Im Rahmen der 107. Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Kinder- und Jugendmedizin wurde die Stadthalle Bielefeld zum nationalen Zentrum eines bedeutenden medizinischen Fachgebiets. Die Fachtagung, zu der Kongresspräsident Prof. Dr. Johannes Otte, Chefarzt des Kinderzentrums Bethel im Evangelischen Krankenhaus Bielefeld, nahezu 3.000 Kongressgäste begrüßen konnte, fand erstmalig in Bielefeld statt. In der gemeinsamen Durchführung mit weiteren maßgeblichen deutschen Fachgesellschaften, der Deutschen Gesellschaft für Sozialpädiatrie und Jugendmedizin, der Deutschen Gesellschaft für Kinderchirurgie und dem Berufsverband Kinderkrankenpflege Deutschland, bot der Kongress allen Teilnehmern ein spannendes interdisziplinäres Forum.

Bielefeld erwies sich bei der Durchführung als Kongressstandort der kurzen Wege. Die bereits beim Eintreffen am Hauptbahnhof begrüßten Kongressgäste betreten nach wenigen Schritten die Stadthalle zum intensiven fachlichen Austausch bei einer Vielzahl von Symposien und Workshops. Die angebundene Ausstellungshalle stand dabei komplett im



Fokus der begleitenden Industrieausstellung, die parallel zum Fachprogramm über aktuelle Entwicklungen am Markt informierte. Aber auch mit interessanten Angeboten im Rahmenprogramm des Kongresses konnte das in der Herbstsonne glänzende Bielefeld punkten. Neben einer feierlichen Kongresseröffnung in der Stadthalle hatten die Kongressplaner auch Besuche der aktuellen Picasso-Ausstellung, Veranstaltungen im herbstlichen Teutoburger Wald und ein Benefizkonzert des Symphonieorchesters der Deutschen Kinderärzte initiiert.



Stadhallen-Auszubildender ist Landesspitze

Jan Akira Mathuis, ehemaliger Auszubildender zur Fachkraft für Veranstaltungstechnik in der Stadthalle Bielefeld, hat im Rahmen seiner Abschlussprüfungen herausragende Leistungen erbracht. Hierfür wurde er durch die nordrhein-westfälischen Industrie- und Handelskammern als einer der beiden besten Auszubildenden des gesamten Bundeslandes ausgezeichnet.

net. Das Team von Stadthalle Bielefeld und Seidensticker Halle freut sich über die Anerkennung für den jungen Kollegen, der noch während seiner Ausbildungszeit neben der Betreuung unterschiedlichster Veranstaltungen auch tatkräftig zum Gelingen der im Vorjahr in der Stadthalle Bielefeld durchgeführten Landesbestenfeier der Kammern beigetragen hat.



Stadhalle Bielefeld – Ihr Programm im Mittelpunkt

Auszug aus den aktuellen Veranstaltungskalendern von Stadthalle Bielefeld und Seidensticker Halle

SCHWANENSEE

31.12.2011, Stadthalle Bielefeld



Am Silvesterabend bietet die Stadthalle Bielefeld mit der Aufführung von Tchaikowskys Klassiker „Schwanensee“ zum Jahresabschluss das musikalische Highlight, um sich stimmungsvoll auf den Jahreswechsel vorzubereiten. Auch in diesem Jahr reist eine der weltweit exzellentesten Kompanien des Bolschoi Staatstheaters für Oper und Ballett aus der ehemaligen Sowjetunion an, um die Freunde traditioneller Ballettkunst mit Tchaikowskys Klassiker „Schwanensee“ zu verwöhnen. Das Ballett „Schwanensee“, das von mehrfach preisgekrönten Gewinnern internationaler Tanzwettbewerbe und einem renommierten Staatsballett mit graziöser Eleganz und athletischer Sprungfertigkeit getanzte wird, wurde vom legendären Choreografen Assaf Messerer für eines der exquisitesten Nationaltheater für Oper und Ballett neu interpretiert und gehört zu den berühmtesten Balletten des russischen klassischen Repertoires überhaupt. Die zahlreichen tänzerischen Höhepunkte, die schillernde Pracht von Bühnenbild und farbenfrohen Kostümen schaffen eine organische Einheit, die dieses vitale Meisterwerk voller Romantik und Lebensfreude vervollständigt, so dass der Besuch dieser Aufführung lange in Erinnerung bleiben wird.

CLASSIC MEETS POP

06.01.2012, Seidensticker Halle

Es ist ein ebenso ungewöhnliches wie reizvolles Konzept: Die rund zweieinhalbstündige Show „Classic meets Pop“ bietet ca. 20 Auftritte von Künstlern, Bands, Chor und Orchester, die die ganze Bandbreite der Musik präsentieren – von der Klassik bis zum Pop. Das Besondere: Alle Künstler spielen live, kommen aus der Region Bielefeld und vermischen vermeintlich gegensätzliche Musikstile. Rund ein Drittel der Show besteht aus klassischen Beiträgen, gespielt von den Bielefelder Philharmonikern unter der Leitung ihres Generalmusikdirektors Alexander Kalajdzic.



Ein weiteres Drittel – und Mittelpunkt der Show – sind Arrangements, die eigens für die Show geschrieben wurden: Pop- oder Rocksongs, dargeboten von verschiedenen Solisten aus der U- und E-Musik unter Begleitung der Bielefelder Philharmoniker und der eigens für diese Show gegründeten „Classic meets Pop“-Band. In Szene gesetzt wird „Classic meets Pop“ von professionellen Arrangeuren und aufwändiger Licht- und Tontechnik. Die Besucher können sich somit auf einen einmaligen, äußerst spannenden Musik-Abend freuen, der die unterschiedlichsten Beiträge zu einer faszinierenden, kurzweiligen Show vereint, an deren Ende alle Künstler gemeinsam das Finale feiern.

KAYA YANAR

19.01.2012, Stadthalle Bielefeld



Kaya Yanar ist der Globetrotter unter den deutschen Comedians. In seinem brandneuen und vierten Bühnenprogramm „ALL INCLUSIVE!“ nähert sich der vielreisende Kaya Yanar ironisch und augenzwinkernd anderen Kulturen, Nationen und Sprachen. Und keiner bleibt verschont. Warum auch? Ob Italienern, Spaniern, Franzosen, Holländern, Schweden, Engländern, Indern... und nicht zu vergessen den Deutschen – allen hält er mit laserscharfer Genauigkeit einen Spiegel vor. Kaya Yanar beweist erneut seinen besonderen Blick auf die kleinen Skurrilitäten des Alltags und setzt sich mit den Klischees hierzulande und anderswo auseinander. Charmant und gekonnt unterstreicht der Ausnahme-Comedian seine Beobachtungen mit einer unvergleichlichen Mimik, Gestik und unzähligen Dialekten. Mit einer in der deutschen Comedy-Szene einmaligen Leichtigkeit präsentiert Kaya Yanar seine neues Programm und seine Fans können sich sicher sein: Bei ihm ist ein außergewöhnlicher Abend garantiert „ALL INCLUSIVE!“.

Tickets erhalten Sie in der Tourist-Information im Neuen Rathaus, 33602 Bielefeld, Telefon (05 21) 51 69 99 oder unter www.bielefeld-ticketservice.de

Alle Termine in der Übersicht finden Sie im Internet unter www.stadhalle-bielefeld.de