

Rheinzeiger

Innovationen und Perspektiven rechtsrheinisch

Köln, April 2006

www.rheinzeiger.de

→ Technologie-Transfer In Köln. Live. Über den Rhein.

- hgnc
Gründung aus Hochschulen
- Marketing, PR, Werbung
Das Geheimnis wird gelüftet
- Köln ist Spitze
... in der Biotechnologie
- Reine Formsache
Gesellschaftsformen im Überblick



Am Anfang
war die Helix.



Liebe Leser,

seit vielen Jahren sind zwei Tatsachen in Wirtschaft und Politik allgemein akzeptiert:

1. Eine nachhaltige wirtschaftliche Gesundung in Deutschland wird nur gelingen, wenn Innovationskraft und Mittelstand durch eine breite Welle von stabilen Firmen-Neugründungen getragen werden, die neue Produkte oder Dienstleistungen etablieren und Arbeitsplätze schaffen.
2. Das enorme Potenzial an möglichen Existenzgründungen an den Hochschulen wird (noch) nicht ausgeschöpft.

Die Hochschulen müssen sich gerade in diesem Bereich besonders anstrengen und Studierende und Mitarbeiter dazu motivieren, nach dem Studium oder einer befristeten Anstellung die Gründung einer selbstständigen beruflichen Existenz als Alternative zu erkennen. Sie stehen dabei auch in der Verantwortung, Studierenden und Mitarbeitern in geeigneten Veranstaltungen Basis-know-how zum Thema Existenzgründung zu bieten.

Seit 1999 werden durch das hochschulgründernetz cologne über die Transfer-

einrichtungen der Universität zu Köln, der Fachhochschule Köln und der Deutschen Sporthochschule Köln Veranstaltungen zur Gründermotivation und -fortbildung angeboten. Geplant sind für das Jahr 2006 vier Wochenendseminare zur Existenzgründung, die „große“ Gründerübung „hgnc-start-up“ mit Businessplan-Wettbewerb im Sommersemester sowie das Gründerplanspiel „Spiel den Boss“ im Wintersemester. Im Jahr 2005 haben an ähnlichen Veranstaltungen ca. 200 Studierende oder Mitarbeiter der Kölner Hochschulen teilgenommen.

Das hochschulgründernetz cologne wird mit Rat und Tat sowie finanziell unterstützt durch die beiden Kölner Sparkassen, die regionalen Technologie- und Gründerzentren, die Stadt Köln und weitere Einrichtungen im Raum Köln und bietet dadurch Gründungsinteressierten neben Beratung und Schulung über die Gründerzentren auch eine gute Infrastruktur zum Unternehmensstart angeboten. So ist das RTZ in Köln-Kalk ein wichtiger Partner für gründungsinteressierte Hochschulmitglieder. Seit seiner Gründung arbeitet die Universität zu Köln

gerne mit diesem Zentrum zusammen, das vor allem auch Naturwissenschaftlern durch die besondere Labor-Infrastruktur Gründungschancen eröffnet.

Der globalisierte Wettbewerb erfordert eine Auseinandersetzung mit der Wissensgesellschaft, damit innovative Produkte, Dienstleistungen und Verfahren zügig ihren Weg zur wirtschaftlichen Umsetzung am Markt finden. Die Universität zu Köln unterstützt nicht zuletzt deshalb alle Aktivitäten, die geeignet sind, Kommunikationen und Kooperationen zwischen Wissenschaft und Wirtschaft weiter zu entwickeln. Gemeinsam werden wir daher im hochschulgründernetz cologne die Bemühungen zur Gründermotivation und -schulung an den Hochschulen konsequent ausbauen, um auch so einen Beitrag zur Zukunftsfähigkeit der Region Köln/Bonn zu leisten.

Professor Dr. Axel Freimuth
Rektor der Universität zu Köln



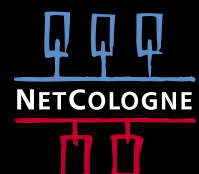
Highspeed-Surfen mit NetDSL

**Schneller im Internet mit
bis zu 4 Mbit/s im Download**

Mit mehr Power für alles, was
im Internet richtig Spaß macht:

- ▶ ruckelfreie Video-Streams
- ▶ blitzschnelle Downloads
- ▶ Online-Spiele in Echtzeit

Jetzt mit besonders günstigen
Einsteiger-Tarifen.



Infos und Anschlusscheck unter:

Info 0800-2222-800

www.NetCologne.de

13.01.2006

8. KÖLNER TRADE FAIR

an der Universität

Helles Licht, emsiges Treiben und lautes Gemurmel in der Halle. An den Ständen sieht man viele Menschen – Geschäftsleute offensichtlich. Die einen auf der Suche nach einer Lösung für ein altes Problem, die anderen wollen sich über neueste Innovationen informieren, um möglicherweise als Partner in ein zukunftsorientiertes Unternehmen einzusteigen. Und dann die Aussteller – in Kooperationsgespräche vertieft oder im Begriff, eine anständige Verpflegung für die Gesprächspartner oder potentielle Kunden auf den Tisch zu bringen. Keine Frage: Hier läuft eine der wichtigsten Messen der Universität zu Köln.

Zukunftsweisende Produkte

Junge Unternehmerinnen und Unternehmer präsentieren ihre zukunftsweisenden Produkte oder ihr innovatives Geschäftskonzept. Entsprechend sind alle gekleidet, edle Bluse die Damen und – natürlich – Krawatte die Herren. Und doch: Diese Damen und Herren sind Studenten, die nicht unbedingt jeden Tag in dieser Kleidung auftreten. Aber hier ist es wichtig, hier ist es Teil des Hauptseminars „Project and Venture Planning“ von Prof. Claudia Loebbecke an der WiSo-Fakultät der Universität zu Köln.

Zahlreiche „Unternehmerteams“ haben sich an dieser Veranstaltung beteiligt. Sie stellen ihr kreatives Potenzial unter Beweis und so ist hier kaum ein Unterschied zu bemerken zwischen dieser „Ideenschmiede“ und der realen Wirtschaftswelt. Und das „hochschulgründernetz cologne“ (hgnc) ist vollzählig angetreten, um die Geschäftskonzepte zu bewerten und den „Trade Fair Award WS 2005/06“ zu verleihen. Hier wird das Engagement des besten Teams mit 1.000 Euro honoriert.

Mit „catKit“ zum Erfolg

Darüber freut sich in diesem Jahr ein Team, das ein ungewöhnliches Produkt mit einem ebenso ungewöhnlichen Namen präsentiert

hat: „catKit“. Das so genannte Produktbundle beinhaltet eine moderne Lösung auf Basis von RFID-Funkchips und GPS zur Optimierung des Managements von tödlich verunglückten Personen im Katastrophenfall. Damit hebt es sich von den fehleranfälligen Methoden, die derzeit verwendet werden, deutlich ab.

Die Idee dazu hatten die Wirtschaftsinformatik-Studenten Henrik Schulte und Heiko Dorn beim Brainstorming über die Einsatzmöglichkeiten von RFID-Chips. BWL-Student Aleksandar Vasovic stieß später dazu und ergänzt seitdem das Team. Zur Zeit arbeiten die drei an einem Projektplan, um das Produkt zur Marktreife zu führen.



Rechtsanwalt Mike Janke

Kanzlei für Wirtschaftsrecht

Maybachstraße 109 A
D-50670 Köln

Tel.: 0221 58 91 91 92
Fax: 0221 58 91 91 93

www.kanzlei-janke.de
info@kanzlei-janke.de



BioFactory Cologne – Sie haben ein Recht auf Erfolg

Die BioFactory Cologne, ein Projekt der SKI Standort-Köln Immobilien GmbH & Co. KG, ist eine Keimzelle für die Biotechnologiebranche. Auf 8.500 qm stehen dort Büro- und Laborflächen in einem hochmodernem Gebäude mit repräsentativer Architektur zur Verfügung. Das Angebot richtet sich speziell an Gründer und junge Unternehmen aus der Life-Science Branche. Sie können individuell zugeschnittene Büro- und S1/S2-Laborräume in flexiblen Einheiten von 100

bis 1.000 qm anmieten. Alle Räume werden nach den individuellen Wünschen und Vorstellungen jedes einzelnen Mieters ausgebaut, also quasi als „Maßanzug“.

In der BioFactory Cologne können die Unternehmen durch Synergieeffekte, die sich aus der Konzentration biotechnologischer Unternehmen ergeben, profitieren. Ein weiterer Vorteil ist die direkte Nachbarschaft zum RTZ Rechtsrheinisches Technologie-

und Gründerzentrum Köln, das über S3-Labore verfügt, die projektabhängig angemietet werden können.

Die BioFactory Cologne ist eingebettet in die „BioPartners Cologne“, das Biotech-Netzwerk der Sparkasse KölnBonn. Dieses Netzwerk bietet Serviceleistungen von der Gründung und Finanzierung, über die Ansiedlung bis zur Beratung und Betreuung aus einer Hand.



Verkehrsanbindung:

8 Minuten zum Flughafen
500 Meter zur Autobahn
S-Bahn und Straßenbahn in unmittelbarer Nähe

BioFactory Cologne
SKI Standort Köln-Immobilien
GmbH & Co. Objekt
Gottfried-Hagen-Strasse KG
Richard-Byrd-Straße 4
50829 Köln



Kontakt:

Dr. Heinz Bettmann
Tel.: +49-(0)221-83911-15
Fax: +49-(0)221-83911-11
info@biofactorycologne.de
www.biofactorycologne.de



hgnc-Start-up – Gründung aus der Hochschule

PersonalTraining macht glücklich!

Unter diesem Leitsatz gründete Susanne Ossinondé im Oktober 2005 ihr Unternehmen „PersonalTraining Company“ und bringt seitdem Menschen in Bewegung. Den Grundstein zur Selbständigkeit hatte die Diplom-Sportwissenschaftlerin mit dem Gründerseminar „KöBiz“ der Universität zu Köln gelegt.

Personal Training findet mehr und mehr Fans. Vor allem berufstätige Menschen wissen den individuellen Sporttermin unter Anleitung eines professionell ausgebildeten Trainers zu schätzen. Oftmals ist der Termin mit einem Personal Trainer für sie die einzige Möglichkeit, sich Zeit für die eigene Gesundheit zu nehmen. Personal Training wird exakt auf die Bedürfnisse und Notwendigkeiten jedes Einzelnen abgestimmt. Wie wirkungsvoll diese Art von Training zur nachhaltigen Gesundheitsförderung und Steigerung von Leistungsfähigkeit und Lebensqualität ist, nehmen die Trainierenden bereits nach wenigen Terminen wahr.

Unser Personal Training beginnt mit einem Check-up zur Ermittlung Ihres aktuellen Gesundheitsstatus. Wir analysieren Ihren Bewegungsbedarf und bestimmen gemeinsam Ihre mittel- und langfristigen Ziele. Leistungsorientierten Sportlern bieten wir in Zusammenarbeit mit der Deutschen Sporthochschule Köln eine umfassende Leistungsdiagnostik. Die regelmäßigen Trainingseinheiten dauern je nach Ihren Bedürfnissen und Möglichkeiten 60 bis 90 Minuten. Wir trainieren nach Wunsch draußen, bei Ihnen zu Hause, in Ihrem Büro, im Fitness Studio oder in der Sportlounge Köln.

Wir kommen zu Ihnen, wir holen Sie ab und bringen Sie in Bewegung!

Susanne Ossinondé

Tel. 0221 / 77 87 390

info@personaltraining-company.de • www.personaltraining-company.de



➔ Jahresprogramm des hgnc gestartet

Das Jahresprogramm des „hochschulgründer-netzes cologne“ (hgnc) läuft auf vollen Touren. Das hgnc wurde bereits im letzten RheinZeiger vorgestellt. In diesem Jahr läuft eine ganze Serie von Veranstaltungen. Bereits am 13. Januar wurde der „Trade Fair Award WS 2005/06“ verliehen (vgl. Seite 3). Ebenso fand im Januar das erste Gründerseminar für Akademikerinnen und Akademiker statt – und war wieder ausgebucht. Das nächste Seminar läuft bereits am 7./8. April.

Die diesjährige Gründerübung „hgnc-start-up“ beginnt am 20. April an der Universität zu Köln. Diese Gründerübung findet in jedem Sommersemester statt. Sie ist vielen Studenten und Akademikern unter dem früheren Namen „KöBiz“ bekannt. Das Seminarprogramm innerhalb dieser Übung wurde nochmals erweitert. Parallel findet wieder ein kleiner Businessplan-Wettbewerb statt, bei dem am Ende das beste Konzept mit 1.000 Euro honoriert wird.

Das weitere hgnc-Programm in 2006

26. April 2006

hgnc-gründerkomet: eine Veranstaltung der Studenteninitiative „gründerzeit“ mit Vorträgen und Workshop zum Thema Existenzgründung.

29. Juni 2006

Große Abschlußveranstaltung zu hgnc-start-up

7./8. Juli 2006

hgnc-Gründerseminar für Akademikerinnen und Akademiker

17./18. November 2006

hgnc-Gründerseminar für Akademikerinnen und Akademiker

24. November 2006

hgnc-Gründerplanspiel „Spiel den Boss“; Start der PC-gestützten Gründungssimulation an der Fachhochschule Köln (läuft mehrere Tage)

Nähere Informationen unter: www.hgnc.de

Köln in der Biotechnologie

SPITZE IN DEUTSCHLAND

Köln ist spitze – das wissen die Kölner schon lange. Jetzt hat eine Studie des Rheinisch-Westfälischen Instituts für Wirtschaftsforschung in Essen belegt, dass Köln auch in der Biotechnologie spitze ist. Das Institut untersuchte unter anderem, wie viele der im Zuge des BioRegio-Wettbewerbs zwischen 1995 und 1998 gegründeten Unternehmen 2005 noch existierten. Ergebnis: Die Kölner Region zeichnet sich durch eine hohe Nachhaltigkeit der Gründungen aus und schneidet mit einer Insolvenzrate von lediglich neun Prozent deutschlandweit am besten ab. Auch die durchschnittliche Anzahl und der Zuwachs an Mitarbeitern sind in der Kölner Region außerordentlich hoch.

Optimale Bedingungen: Wissenschaft

Die hervorragende Entwicklung der heimischen Biotechnologie-Unternehmen liegt an den optimalen Bedingungen, die Köln bietet und die für den Erfolg der noch jungen Branche unabdingbar sind: das optimale Zusammenspiel zwischen Wissenschaft, Infrastruktur und Kapital.

Der Verein BioCologne e.V. bündelt diese Faktoren über seine Mitglieder: Die Seite der Wissenschaft vertritt beispielsweise die Universität zu Köln, die Ende Januar 2006 aufgefordert wurde, im Zuge des Exzellenzwettbewerbs von Bund und Ländern einen Vollertrag für eine Graduiertenschule im Bereich der Biowissenschaften zu stellen. Die Kölner Universität belegt in diesem Wettbewerb gemeinsam mit den Universitäten Bonn und Aachen Spitzenpositionen in NRW.

Optimale Bedingungen: Infrastruktur und Kapital

Für eine kommerzielle Nutzung von Forschungsergebnissen sind das Infrastrukturangebot und die Finanzierung unabdingbar. Auch hier stimmen die Voraussetzungen in Köln: Bio-Campus Cologne, BioFactory Cologne und das Rechtsrheinische Technologie- und Gründerzentrum in Köln sowie das Rheinisch-Bergische Technologiezentrum und der Technologiepark in Bergisch Gladbach stellen die Labor- und Büroflächen zur Verfügung.

Die beiden Gründerzentren richten sich mit ihrem Angebot an technologieorientierte Unternehmensgründungen, wobei das RTZ einen Schwerpunkt im Biotechnologiebereich hat. Mit dem BioCampus Cologne ist einer der größten Biotechnologieparks Deutschlands in Köln ansässig, der Flächen speziell für diese Branche anbietet. Die Kreissparkasse Köln und die Sparkasse KölnBonn unterstützen die Unternehmen bei der Finanzierung, auch im Risikokapitalbereich. Die Sparkasse KölnBonn hat sich im Rahmen ihrer Wirtschaftsförderung besonders der Biotechnologie verschrieben. Ihre Kapitalbeteiligungsgesellschaft TMK ist beispielsweise an der amaxa biosystems GmbH, eines der erfolgreichsten Biotech-Unternehmen der letzten Jahre, beteiligt.

BioCologne – Aktiv für die Kölner Biotechnologie

BioCologne bietet seinen Mitgliedern Zugang zu Wissenschaft, Infrastruktur und Kapital, aber auch zu anderen Biotech-Unternehmen. Zudem ist BioCologne mit der Stadt Köln und dem Land Nordrhein-Westfalen vernetzt und mit BioRiver auch über die Grenzen Kölns hinaus aktiv. Bei überregionalen Veranstaltungen repräsentiert der Verein den Biotechnologiestandort Köln und seine Mitgliedsunternehmen mit einem Gemeinschaftstand.

25. April – 28. April 2006

Analytica 2005; Neue Messe München
20. Internationale Fachmesse und Analytica Conference für marktfähige Lösungen rund um die Analytikindustrie und das Labor

24. – 28. April 2006

Hannover Messe; Hannover
Weltgrößte Industriemesse mit Verbund von zehn führenden internationalen Leitmessen

27. April 2006

Science4life-Messe; Jahrhunderthalle Höchst; Frankfurt/Main
Erfolgreiche Gründer aus sieben Jahren Science4life Businessplan-Wettbewerb präsentieren ihre Unternehmen

15. – 19. Mai 2006

ACHEMA 2006; Messe Frankfurt
Internationaler Ausstellungskongress für Chemische Technik, Umweltschutz und Biotechnologie

31. Mai 2006

JUNIOR; RTZ, Köln
Das Netzwerk für Hilfen, Infos, Tipps und Kontakte veranstaltet ein Info-Meeting für junge Unternehmen zum Thema Messeauftritt/-besuch/Messe als Akquisitionsforum

14. – 16. Juni 2006

NanoBioEurope Grenoble, Frankreich
Internationale Konferenz für Nanotechnologie in Europa

25. August 2006

Gründer- und Nachfolgetag 2006 IHK Köln
Veranstalter ist der Kooperationsverbund Unternehmerstart Köln e.V. Das RTZ ist mit einem eigenen Stand vertreten

30. August 2006

JUNIOR; SKB, Bonn
Das kleine 1 x 1 des Personalwesens

12. – 14. September 2006

NanoEurope 2006; St. Gallen Schweizer Messezentrum
Internationale Messe und Konferenz für Innovationen und Markteintritte mit Nano- und Mikrotechnologien

BioPerspectives 2007: 30. Mai – 1. Juni 2007 in Köln

Die Jahrestagung der Biotechnologen und der biotechnischen Gesellschaften und Vereinigungen im deutschsprachigen Raum.

Spielregeln während der WM

Wichtige Fragen zu Urlaub und Fernsehen während der Arbeitszeit beantwortet das BDS-Merkblatt „Fußball-WM und Arbeitsrecht“. Wenn sich Mitarbeiter während der Arbeitszeit ein WM-Spiel anschauen wollen, können sich arbeitsrechtliche Probleme ergeben. Müssen Chefs ihren Angestellten kurzfristig die Möglichkeit einräumen, zu einem Spiel zu fahren? Kann das TV-Sehen untersagt werden? Antworten auf diese Fragen unter www.bds-dgv.de/wm.

Freistellungsaufträge per Internet

Banken, Sparkassen und Kreditinstitute arbeiten derzeit an Formularen, mit denen Freistellungsaufträge per Internet erteilt werden können. Wie bei Online-Überweisungen genügt die Eingabe einer PIN und einer TAN. Das Bundesfinanzministerium hat dafür bereits grünes Licht gegeben. Spätestens zum 1. Januar 2007 wollen die Bankhäuser diese Möglichkeit bieten, denn dann sinkt der Sparerfreibetrag auf 750 Euro/1.500 Euro (ledig/verheiratet).

Steuerbescheid per Post

Wird ein Steuerbescheid mit der Post übermittelt und dieser später als drei Tage nach Absendung in den Hausbriefkasten des Empfängers eingeworfen, so beginnt die Einspruchsfrist am Tag des Einwurfs. Das gilt auch dann, wenn der Empfänger des Steuerbescheids ein Unternehmen ist, der Einwurf an einem Samstag erfolgt und in dem Unternehmen samstags nicht gearbeitet wird (Abgrenzung zum BFH-Urteil IX R 68/98, BFHE 203, 26, BStBl II 2003, 898).

Sprache ist der Schlüssel zum Erfolg

Professionelles Auftreten durch Training und Coaching

Um ein Unternehmen zum Erfolg zu führen, wollen Investoren überzeugt, Mitarbeiter motiviert und Kunden gewonnen werden. Dafür sind ein professionelles Auftreten, Präsentieren und Verhandeln Grundvoraussetzungen, an denen es allerdings oft mangelt. Spätestens im Konflikt zeigt sich die Überlegenheit jener, die ihre kommunikativen und rhetorischen Fähigkeiten erfolgreich einsetzen. Diese Fähigkeiten sind nicht angeboren, sondern das Resultat von professionellem Training und Coaching.

Die Kunst der Überzeugung besteht darin, unsere Emotionen gezielt im Unterbewusstsein zu erreichen und zu stimulieren. Hierbei ist die Sprache der Schlüssel zum Erfolg: Eine gute Rede oder ein Gespräch zum richtigen Zeitpunkt führen zum Ziel.

Die Grundlagen überzeugender Redetechnik lassen sich mit Hilfe der klassischen Rhetorik am besten erlernen und trainieren. Professionelle Testverfahren und video-gestützter Analysen helfen, persönliche Stärken und Schwächen erkennen. Durch

gezielte Übungen stärkt man das Selbstvertrauen in die eigene Persönlichkeit und bekommt auch die Redefurcht in den Griff. Auf dieser Basis entwickelt sich das Persönlichkeitsprofil, die Überzeugungskraft kann sich entfalten - in jeder Lebenslage.

Das Gespräch, der Dialog, hat vielseitige Strukturen. Für den Verlauf ist entscheidend, welche Ziele die Beteiligten verfolgen und welche Rollen sie in diesem Gespräch übernehmen. Wer seine Ziele kennt und über fundierte Argumentationstechniken verfügt, wird im Gesprächsergebnis seine Ziele wiederfinden. Allerdings wird häufig übersehen, daß man mit geeigneten Fragen meistens mehr erreicht - mehr Information, mehr Verständnis, mehr Aufmerksamkeit. Nur eine gründliche Vorbereitung hilft, Enttäuschungen zu vermeiden.

Robert Hein
Kommunikationstrainer und Coach
Gesellschaft für Politische Bildung, Sprache & Kultur,
Wachtberg



NUK-Businessplan-Wettbewerb 2006

133 Teams in Stufe 1

Die erste Phase des aktuellen NUK-Businessplan-Wettbewerbs ist soeben zu Ende gegangen. 133 Teams haben der Jury ihre Gründungskonzepte vorgelegt. 76 Prozent der Ideen stammen aus dem Dienstleistungssektor, insbesondere aus den Bereichen Freizeit/Wellness und IT.

Am 21. Februar 2006 erhielten die Preisträger ihre Auszeichnung im Rahmen einer feierlichen Veranstaltung im Plenarsaal der Bezirksregierung Köln. Fünf Teams freuten sich über ein Preisgeld von jeweils 500 Euro, vier weitere Teams erhielten Förderpreise in Höhe von jeweils 250 Euro. Die Jury ist derzeit schon mit der Bewertung der Konzepte für die 2. Stufe beschäftigt. Am 2. Mai findet die Prämierung hierzu im Hause Gerling statt.

Richtig spannend wird es aber am 22. Juni 2006: Dann findet im KOMED-Saal die große Abschlussveranstaltung statt.

REINE FORMSACHE

Bei der Wahl der richtigen Gesellschaftsform haben sich die Gründer mit vielfältigen Themen auseinanderzusetzen.

Man unterscheidet zunächst zwischen **Personengesellschaften** (u.a. GbR, oHG, KG) und **Kapitalgesellschaften** (u.a. GmbH, AG).

Wesentliche **Merkmale der Personengesellschaften** sind, dass die Gesellschafter für die Unternehmensverbindlichkeiten mit ihrem persönlichen Vermögen haften, kein Mindestkapital aufbringen müssen, zugleich Inhaber und Leiter des Unternehmens sind und der Gesellschaftsvertrag der Personengesellschaft grundsätzlich keiner bestimmten Form unterliegt.

Die GbR ist nicht auf die Durchführung eines gewerblichen Betriebes gerichtet. Deshalb darf auch nicht von einer „Firma“ gesprochen werden. Ändert sich dies, wandelt sie sich automatisch in eine oHG um. Die oHG, die in das Handelsregister eingetragen wird, kann als „Firma“ titulierte werden, ist buchführungspflichtig und genießt bei Banken und Gläubigern ein höheres Ansehen.

Die KG besteht aus einem Zusammenschluss von mindestens zwei Gesellschaftern, von denen mindestens einer unbeschränkt (Komplementär) und mindestens einer auf eine vorher festgelegte Einlage (Kommanditist) haftet. Im Zeitraum zwischen Aufnahme des Geschäftsbetriebs und Eintragung des Kommanditisten im Handelsregister, besteht für diesen jedoch die Gefahr persönlicher Haftung. Es empfiehlt sich daher, den Gesellschaftsvertrag schriftlich niederzulegen, da sich aus diesem der Umfang der Haftung des Kommanditisten ergibt.

Im Gegensatz zu den Personengesellschaften haftet für Verbindlichkeiten der Kapitalgesellschaften (z.B. GmbH, AG) grundsätzlich deren Vermögen. Eine Haftung der Mitglieder kommt nur im Ausnahmefall in Betracht.

Die GmbH, die am häufigsten gewählte Gesellschaftsform, ist als juristische Person mit einer eigenen Rechtspersönlichkeit ausgestattet. Sie entsteht

durch Eintragung im Handelsregister. Es bedarf eines notariell beurkundeten Gesellschaftsvertrages. Für die vor Eintragung im Handelsregister begründeten Verbindlichkeiten haften die Gründer einer GmbH persönlich. Grundsätzlich kommt es dabei zu einer Haftung gegenüber der Gesellschaft (sog. Innenhaftung).

Ausnahmsweise haften die Gründer gegenüber den Gläubigern der Vor-GmbH dann persönlich und unmittelbar, wenn eine Eintragung im Handelsregister unterbleibt und die Gesellschaft ihre Geschäfte fortführt, obwohl die Gründer von der Absicht der Eintragung im Handelsregister Abstand genommen haben.

Wenn möglich, sollte die Geschäftstätigkeit der GmbH also erst nach erfolgter Handelsregistereintragung aufgenommen werden. Die GmbH wird aufgrund ihrer selbstständigen Rechtsfähigkeit zur Körperschaftsteuer veranlagt. Die ermittelte Bemessungsgrundlage unterliegt einem Steuersatz von 25 Prozent.

Unabhängig von der Art ihrer Tätigkeit ist eine GmbH kraft Rechtsform immer ein Gewerbebetrieb und unterliegt damit der Gewerbesteuer, ohne die Möglichkeit der Ausnutzung eines Gewerbesteuer-Freibetrages.

Form	GbR	oHG	KG	GmbH	GmbH & Co. KG	Limited
Formalitäten	keine	mittel	mittel	hoch	hoch	sehr hoch
Haftung	jeder Gesellschafter unbeschränkt	jeder Gesellschafter unbeschränkt	Komplementär: wie oHG Kommanditist: begrenzt auf Einlage	auf Gesellschaftsvermögen begrenzt	auf Gesellschaftsvermögen der GmbH beschränkt	auf Gesellschaftsvermögen begrenzt
Buchführungspflicht	je nach Geschäftsumfang	ja	ja	ja	ja	ja
Publikationspflicht	nein	ja	ja	ja	ja	ja
Kapitaleinsatz	kein Mindestkapital	kein Mindestkapital	kein Mindestkapital	25.000 Euro	25.000 Euro	1 Pfund
Image	mittel	hoch	hoch	mittel	mittel	niedrig



Die GmbH & Co. KG ist ihrem Wesen nach eine Kommanditgesellschaft, deren Komplementär eine GmbH ist. Darum bedarf lediglich der Gesellschaftsvertrag der GmbH der notariellen Beurkundung. Der KG-Vertrag kann formfrei geschlossen werden, soweit die Kommanditisten nicht gleichzeitig Gesellschafter der GmbH sind.

Der Vorteil gegenüber der reinen Kommanditgesellschaft besteht in der Haftungsbeschränkung der als Komplementär beteiligten GmbH, die nur mit ihrem Gesellschaftsvermögen haftet.

Die private company limited by shares (Ltd.) nach englischem Recht kann – anders als z.B. die GmbH – ohne Mindestkapital gegründet werden. Dies hat zu einer rasch ansteigenden Zahl von schwach kapitalisierten Limiteds mit tatsächlichem Sitz in Deutschland geführt.

Zwar kommt es nach deutscher Rechtsprechung bei von Anfang an bestehender Unterkapitalisierung und unterlassener Eintragung der deutschen Niederlassung im Handelsregister nicht zu einer persönlichen Haftung des Handelnden, jedoch ist aufgrund der europaweiten Niederlassungsfreiheit der Gesellschaften nicht absehbar, welche haftungsrechtlichen Konsequenzen auf die Gründer zukommen.

Unter Umständen können Haftungstatbestände des englischen Rechts und/oder deutschen Deliktsrechts verwirklicht sein. Bei Kreditinstituten und Geschäftspartnern hat eine mit Verwaltungssitz in Deutschland betriebene Limited einen schlechten Ruf. Von einer Gründung ohne internationale Ausrichtung des Unternehmens sollte daher Abstand genommen werden.

Die AG spielt für Unternehmensgründer nur eine untergeordnete Rolle und bleibt daher außer Betracht.

Innovationstransfer in der Praxis

Unternehmen im RTZ



Kontakt: M. Drabinski
O. Duellberg
M. C. Machat
Tel.: 0221 - 3567-404
Fax: 0221 - 3567-413
E-Mail: kontakt@animaris.de
Web: www.animaris.de

Animaris wurde im Januar 2006 als Multimediales Dienstleistungsunternehmen gegründet. Schwerpunkt ist die dreidimensionale Visualisierung architektonischer und produktbezogener Bau- und Fertigungsvorhaben. In diesem Bereich hat animaris bereits mit dem Klinikum der Universität Köln sowie Investoren im Asiatischen Raum zusammen gearbeitet. Darüber hinaus bietet animaris ein breites Spektrum medialer Leistungen wie beispielsweise Webdesign, Print, 3D-Scans, Präsentationen und 2D Grafikbearbeitung. Um das Angebot abzurunden wird auch die Erstellung individueller Anwendungen und Webapplikationen angeboten.

sym.net

Kontakt: Martin Butz
Tel.: 0221 37 62 591
E-Mail: butz@sym.net
Web: http://try.odalis.net

Was weiß der Mittelstand? Die Kölner **sym.net** GbR unterstützt mittelständische Unternehmen mit pragmatischer Beratung und der Open Source Software Odalis. Ziel ist es, verteilte Datenbestände zu erschließen und Mitarbeiter produktiv zu vernetzen. In der lizenzkostenfreien Basisversion indexiert Odalis Dateien, verschlagwortet Intranetseiten und recherchiert in Datenbanken. Eine intelligente Suchfunktion analysiert den Datenbestand, stellt sinnvolle Zusammenhänge her und vernetzt so Mitarbeiter per Webbrowser über einen einheitlichen Wissenspool.

ziegelmayer.net

Kontakt: Thomas Ziegelmayer
Tel.: 0221 / 715 00 895
Fax: 0221 / 715 00 896
E-Mail: thomas@ziegelmayer.net
Web: www.ziegelmayer.net

ziegelmayer.net ist spezialisiert auf die Systemadministration im Windows- & Macintosh-Umfeld für kleine und mittelständische Unternehmen. Als ein herstellerunabhängiger Dienstleister bietet ziegelmayer.net im Bereich der Client/Server-Technologien umfassende und professionelle Lösungen. Der Service reicht von der Beantwortung einfacher Nachfragen über die Konzeption bis zur Realisierung von Komplettlösungen. Das Unternehmen bietet eine kostenlose Erstberatung an.



www.pixelquelle.de
Fotograf: A. Schneider

Das Geheimnis des

Was nützt die beste Geschäftsidee, wenn niemand davon erfährt? Ein gutes Produkt allein ist noch kein Garant für den Unternehmenserfolg. Das Zauberwort, um Produkte und Dienstleistungen erfolgreich zu vertrieben, heißt Marketing.

Aber was ist Marketing eigentlich? Existenzgründer und Jungunternehmer benutzen den Begriff häufig – sie wissen aber selten, was sich dahinter genau verbirgt. Marketing wird fälschlicherweise oft mit Werbung gleichgesetzt. Dabei ist Werbung nur ein Teilaspekt des Gesamtspektrums aller Marketinginstrumente. Im praktischen Sinn ist Marketing die Summe aller Entscheide und Aktivitäten, mit denen ein Unternehmen das Erreichen der Unternehmensziele anpeilt.

Grundlage für ein fundiertes Marketingkonzept ist zunächst die Situationsanalyse. Sie beleuchtet unter anderem die Markt- und Konkurrenzsituation, die angestrebte Kundengruppe und deren Einkaufsverhalten.

Der Marketing Mix

Mittel	Faktoren
Produkt: Welchen Nutzen stiftet das Produkt dem Kunden, und welchen Mehrwert weist es gegenüber Konkurrenzangeboten auf?	Marke, Image, Qualität, Verpackung, Eigenschaften, Serviceleistungen, Produktvarianten, Produktneuheiten, Sortiment
Preis: Wie ermittle ich den optimalen Preis mit angemessener Gewinnspanne und ausreichenden Absatzchancen im Wettbewerbsumfeld?	Eigene Kalkulation, Preise der Konkurrenz, Rabatte im Markt, Zahlungsbedingungen, Lieferkonditionen, Finanzierungsmöglichkeiten
Distribution: Wie und wo kommt das Produkt auf den Markt? Wer bietet es an?	Wichtige Weichenstellung: direkter Weg (eigener Außendienst, Niederlassungen, Handelsvertreter, Makler) oder indirekter Weg (Groß-, Einzel- oder Versandhandel, Strukturvertrieb)?
Kommunikation: Wie wollen Sie die Öffentlichkeit über Ihr Unternehmen und die Produkte bzw. Dienstleistungen informieren?	Direktmarketing (z.B. Werbebriefe, Telefonmarketing); Werbung (z.B. Zeitungsanzeige, Plakat); Öffentlichkeitsarbeit (z.B. Pressemitteilung, Sponsoring); Verkaufsförderung (z.B. Preisausschreiben, Schulungen); Corporate-Design (z.B. Logo, Briefpapier)

Erfolgreich mit dem Marketing-Mix

Anschließend hilft der so genannte Marketing-Mix, auf ein Produkt oder eine Dienstleistung aufmerksam zu machen - und sich zugleich von der Konkurrenz abzuheben. Der Marketing-Mix sollte ein fester Bestandteil des Businessplans sein und in einem möglichst frühen Stadium entwickelt werden. Im englischen Sprachraum spricht man im Marketing-Mix von den vier Ps: Product, Price, Place und Promotion - also das Produkt, die Preisgestaltung, die Warenverteilung und die Kommunikation.

Bei letzterer kommt die Werbung ins Spiel. Werbung dient der gezielten Beeinflussung des Menschen. Durch zumeist emotionale, aber auch informative Botschaften werden Bedürfnisse geweckt. Und die haben vor allem ein Ziel: den potentiellen Kunden zum Kauf eines Produktes anzuregen. Werbung begegnet jedem von uns im täglichen Leben so häufig, dass wir sie kaum noch wahrnehmen. Daher haben sich in den vergangenen Jahren zahlreiche alternative Formen zur Werbung entwickelt, was unter dem Begriff „alternatives Marketing“ zusammengefasst wird. Dazu zählt beispielsweise Erlebnis-

Quelle: www.smaba.de



www.pixelquelle.de
Fotograf: Jens Goetzke

Marketings

Werbung	PR
... baut ein Produktimage auf und unterstützt den Verkauf	... baut ein Unternehmensimage auf und unterstützt das Ansehen
... bezahlt die Medien für die Verbreitung von Werbebotschaften	... muss kritische und unabhängige Journalisten überzeugen
... ist kurzfristig und quantitativ	... ist langfristig und qualitativ
... nutzt Bilder	... nutzt Text
... zielt auf Emotionen	... ist ehrlich und sachlich

Marketing (der Kunde darf das Produkt unmittelbar ausprobieren) oder Guerilla-Marketing (punktuell eingesetzte Aktionen, die ebenso überraschend wie ausgefallen sind).

PR: Erklärungen statt Slogans

Im Unterschied zur Werbung bezieht sich Public Relations (PR) nicht nur auf ein Produkt, sondern auf das gesamte Unternehmen - neben der Produktpalette also auch auf die Geschichte des Unternehmens, die Mitarbeiter und Geschäftsführer oder auf kulturelles und soziales Engagement. PR versucht, einer Firma ein positives Image zu geben. Wie steht das Unternehmen in der Öffentlichkeit da? Hat es einen guten Ruf, wirkt es auf Kunden sympathisch? Eine positive Antwort auf diese Frage ist für das Unternehmen ebenso wichtig wie hohe Verkaufszahlen.

Je nach Größe und Aufgabenfeld einer Firma sind unterschiedliche PR-Instrumente nötig - beispielsweise Pressemitteilungen oder -konferenzen, Fachbeiträge, Interviews

oder auch der direkte Draht zur Zielgruppe durch einen „Tag der offenen Tür“. Und: PR ist Chefsache. Kommunikationsträger und Identifikationsfiguren sind die obersten Repräsentanten eines Unternehmens - wie beispielsweise Geschäftsführer. Damit die Kommunikation gelingt und nicht am Ende schadet, sollten diese sich von PR-Profis beraten lassen.

Adressen zum Thema

Deutscher Marketing-Verband e.V.
www.marketingverband.de

Der Marketing-Marktplatz (Fachportal)
www.marketing-marktplatz.de

Absatzwirtschaft (Fachzeitschrift)
www.absatzwirtschaft.de

Gesellschaft für Konsumforschung AG
www.gfk.de

Gesellschaft Public Relations Agenturen e.V. (GPRA)
www.gpra.de

Interaktiver Marketingplaner des BMWI
www.bmw-softwarepaket.de/mp/

Der **DesignGuide Köln** ist das einzige international ausgerichtete Nachschlagewerk, das regionale Designerinnen und Designer jeglicher Fachrichtung zweisprachig vorstellt und mit Arbeitsbeispielen präsentiert.

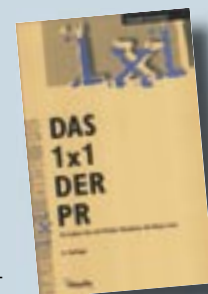


Preis: 24,80 Euro

Mehr Informationen: www.koelndesign.de

Das 1x1 der PR

Öffentlichkeitsarbeit ist vielseitig und spannend. „Das 1x1 der PR“ führt den Leser Schritt für Schritt in die Welt der Public Relations ein und versetzt ihn in die Lage, ein individuelles PR-Konzept zu erstellen und erfolgreich durchzuführen. Versehen mit zahlreichen Fallbeispielen, Muster-texten und Tricks aus der Praxis ist es ein kompetenter Leitfaden für Gründer und Unternehmer.



Das 1x1 der PR
Claudia Cornelsen
Haufe; ISBN: 3448051225
24,95 Euro

Vokabular für Marketing und Werbung

Das „Wörterbuch Marketing“ berücksichtigt die Themenbereiche Marketing (Vertrieb, Distribution, Online-Marketing) und Kommunikation (Werbung, PR und Verkaufsförderung). Insgesamt stehen 6.000 Einträge auf englisch und deutsch zur Verfügung.

Wörterbuch Marketing
Mike Barowski
Cornelsen; ISBN 3-464-49340-7
19,95 Euro



„Kalker Tafelrunde“ ins Leben gerufen

Der Transfer von Forschungs- und Entwicklungsergebnissen – von Wissen – ist eine grundlegende Voraussetzung für die Entwicklung der Wirtschaft und damit für den Lebensstandard insgesamt. Wissen wird insbesondere an Hochschulen weiter entwickelt. Es ist wichtig, die Weitergabe von Wissen in die Wirtschaft zu fördern.

Aus diesem Grund wurde die „Kölner Wissenschaftsrunde“ mit dem Ziel gegründet, die Potenziale der Kölner Hochschulen und Forschungseinrichtungen besser miteinander zu verbinden und den Kontakt zwischen Wissenschaft und Wirtschaft zu intensi-

vieren. Damit sollen der Wissenstransfer und die Chancen Kölns im nationalen und internationalen Innovations- und Standortwettbewerb verbessert werden.

Das RTZ ist ein Zentrum für innovative technologieorientierte Existenzgründer. Daher engagiert sich der vfw Köln rechtsrheinisch, einer der Gesellschafter des RTZ, auch insbesondere bei der Förderung junger Unternehmen – unter anderem durch die Mitherausgabe des RheinZeiger. Der vfw Köln rechtsrheinisch repräsentiert in besonderer Weise die Wirtschaft und ist aus dieser Sicht am Wissenstransfer interessiert. Daher wurde unter dem Arbeitstitel

„Kalker Tafelrunde“ eine Art „Arbeitskreis Innovationstransfer“ gegründet, der sich intensiv mit Fragen der Wissensentwicklung und -verwertung beschäftigen will.

Die Auftaktsitzung fand am 10. März 2006 statt. Zum Arbeitskreis gehören Vertreter namhafter Technologieunternehmen wie der DLR oder auch des TÜV. Aber auch der Kontakt zu den Hochschulen und insbesondere zur „Kölner Wissenschaftsrunde“ wird gesucht. Der Arbeitskreis wird regelmäßig Diskussionsrunden veranstalten, zu denen auch hochkarätige Experten eingeladen werden.

Kontakt: RTZ; info@rtz.de

Geschäfts- und Privatdrucksachen
www.EifelFlyer.de




Befreien Sie sich vom Wettbewerbsdruck!

...gerne erstellen wir Ihnen ein unverbindliches Angebot.

Tel.: 0 24 43 - 31 70 390
Fax: 0 24 43 - 31 70 391
kontakt@eifflyer.de

EifelFlyer GbR
 Geschäftsführer
 Marc Köhring
 Feyermühler Straße 2
 53894 Mechernich

Preise zum abholen!

IMPRESSUM

Herausgeber



Verein zur Förderung der rechtsrheinischen gewerblichen Wirtschaft Köln e. V.



Rechtsrheinisches Technologie- und Gründerzentrum Köln GmbH

Gottfried-Hagen-Str. 60-62; 51105 Köln
 Telefon 02 21/839 11-0

Redaktion
 Dr. Heinz Bettmann, Ilona Schulz

Konzeption & Gestaltung



www.dreisprung.net