

RheinZeiger

Innovationen, Perspektiven und Impulse aus Köln

Köln | April 2013 | Ausgabe 21 | www.rheinzeiger.de

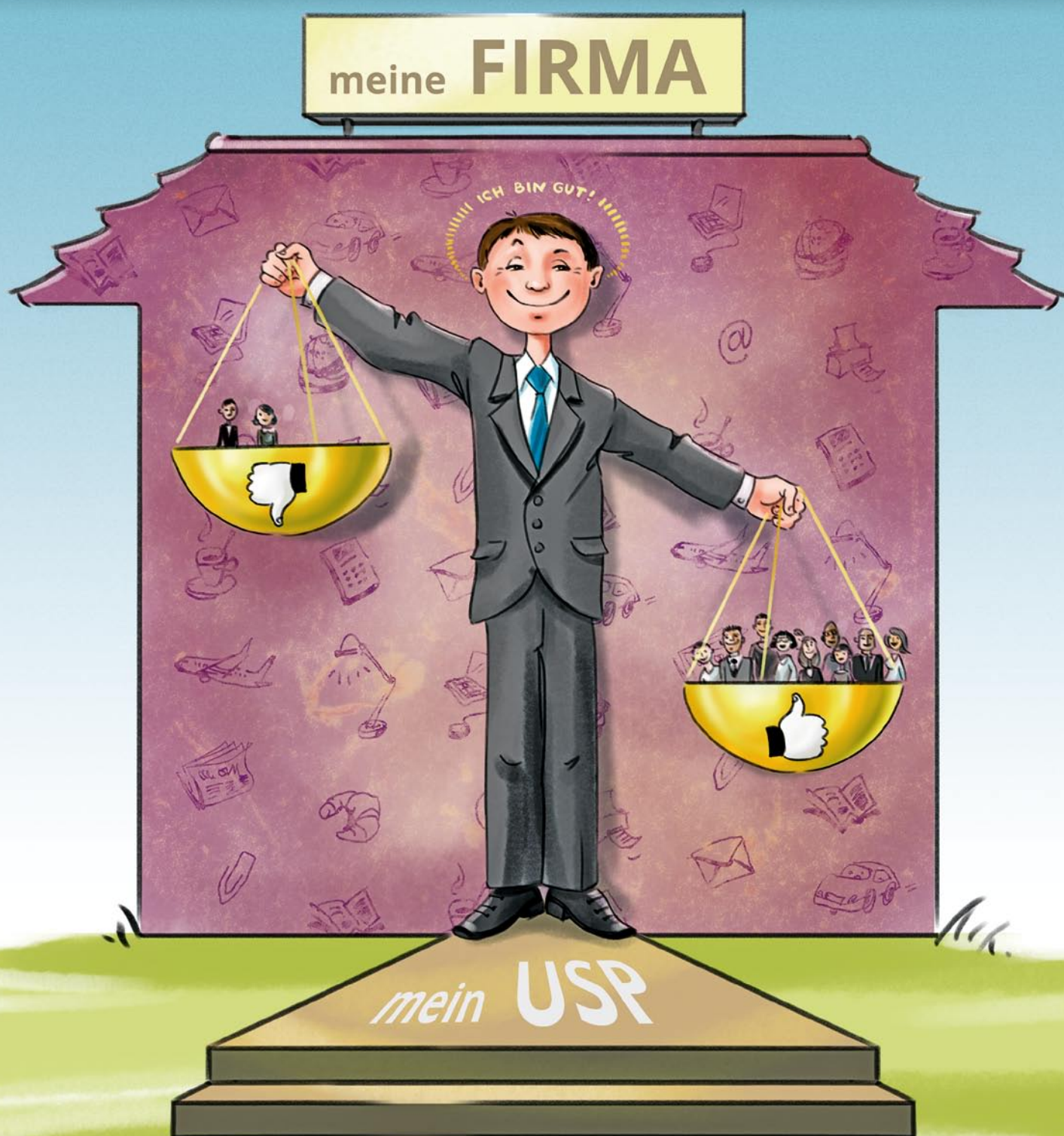
High Potential Companies in Köln

Gründerszene Innovationen, Förderungen, Coaching

Social Media Rechtsprobleme vermeiden

Beikircher Definition von weltoffen + lebensfroh

Life Science Neue Wettbewerbe + Firmen



Veranstaltungen April 2013 – November 2013

22. – 23. April 2013

Frühjahrstagung des ADT

Bundesverband der Deutschen Innovations-, Technologie- und Gründerzentren – in Chemnitz.

www.adt-online.de

22. – 25. April 2013

BIO 2013 in Chicago

Die große Partnering-Veranstaltung der Biotechnik. Der Biotechnik-Standort Köln wird vertreten durch BIO.NRW und dem BioCampus Cologne.

convention.bio.org

24. April 2013

Infoabend Reiss Profile

Informationen zum Thema Motivation/Teamführung im Rheinisch-Bergischen Technologiezentrum in Bergisch-Gladbach.

www.tz-bg.de

7. Mai 2013

Prämierung Stufe 2 beim NUK-Businessplanwettbewerb

bei HDI in den Rheinparkhallen.

www.neuesunternehmertum.de

14. – 15. Mai 2013

Deutsche Biotechnologietage 2013 in Stuttgart

Der Arbeitskreis der BioRegionen Deutschlands und Bio Deutschland laden ein zum Forum der deutschen Biotech-Branche mit der Vergabe des Innovationspreises der Deutschen BioRegionen 2013.

www.biotechnologietage.de

15. Mai 2013

High Potential Company – Mit Reiss Profile Coaching zum erfolgreichen Unternehmen

Vier Gründerzentren der Region laden zum Projekt-Abschluss-Event ins Olympiamuseum Köln.

www.gipfelstürmer-gesucht.de

12. Juni 2013

Best of Both – Old meets New Economy

Leitveranstaltung zur Präsentation innovativer Konzepte und Ideen in Berlin.

www.deutschlandunternehmerland.com

14. Juni 2013

Gründer- und Nachfolgetag des Unternehmerstart Köln e. V. in der IHK zu Köln

Informationen, Tipps, Gespräche und Kontakte für Gründer; Vorträge und begleitende Messe.

www.ihk-koeln.de/Gruender_und_Nachfolgetag_2011.AxCMS

19. Juni 2013

Prämierung Stufe 3 beim NUK-Businessplanwettbewerb in der Wolkenburg in Köln

Die besten Geschäftsideen des laufenden Businessplanwettbewerbs werden prämiert.

www.neuesunternehmertum.de

1. Juli 2013

Abschlussprämierung Science4life in der Hauptverwaltung der Deutschen Bundesbank in Frankfurt

Ideen, Konzepte, Unternehmergeist und ambitionierte Teams aus dem Bereich Life Science werden gesucht.

www.science4life.de

8. – 10. Oktober 2013

Biotechnica 2013

Europas Branchentreff für Biotechnologie, Life Sciences und Labortechnik.

www.biotechnica.de

08. – 10. Oktober 2013

IT-Security Messe it-sa

Messe, Fachveranstaltungen und Foren zum Thema IT-Security in Nürnberg.

www.it-sa.de

11. – 12. Oktober 2013

IdeaLab 2013 auf dem Campus der WHU – Otto Beisheim School of Management

Auf dem großen studentischen Gründerkongress in Vallendar treffen sich seit 2000 nicht nur Gründer und Investoren.

www.idea-lab.org

25. – 26. Oktober 2013

deGUT Deutscher Gründer- und Unternehmertag

Gründermeeting auf dem Gelände des Flughafens Tempelhof (Hangar 2).

www.degut.de

7. – 8. November 2013

G-Forum

Die interdisziplinäre Jahreskonferenz zur Gründungsforschung in Koblenz.

www.fgf-ev.de oder www.g-forum.de

4. – 6. November 2013

BIO-Europe 2013 in Wien

Die Partnering-Konferenz für die internationale Biotechnologie-Szene.

www.ebdgroup.com



Liebe RheinZeiger-Leser

Seit vielen Jahren beschäftigen wir uns mit Existenzgründern. Unzählige Gespräche mit angehenden Unternehmerinnen und Unternehmern haben wir geführt. Am Anfang steht immer zunächst die Frage nach der Idee. Jener Idee, die – als Grundlage oder auch Zweck des Unternehmens – zum Erfolg führen soll.

Und diese Gespräche sind spannend wie kaum ein anderer Job. Wir gehören immer zu den ersten, die diese eine „heiße“ Idee präsentiert bekommen. Und dann diskutieren wir intensiv darüber, wie aus dieser Idee ein Unternehmen werden kann. Wir reden darüber, welches Problem denn diese Idee löst, wem sie nützt, welcher Kunde auf welche Weise davon profitiert, ob und ggf. wie diese Idee das geplante Unternehmen zum Erfolg führen kann. Der entscheidende Punkt in dieser Diskussion ist immer die gleiche Frage: Was ist das Alleinstellungsmerkmal, oder wie der Fachmann sagt, die „unique selling proposition“ (USP)?

Und kaum ist der Begriff USP gefallen, dreht sich die Diskussion um die Qualität und die Zufriedenheit des Kunden. Denn das USP lässt sich auch umschreiben als der veritable Vorteil oder Nutzen des Kunden. Keine Frage: Dem Kunden versprechen wir gerne besser, schneller und/oder billiger zu sein. Tatsächlich ist der Kunde zufrieden, wenn wir seine Bedürfnisse erfüllt haben, möglichst gut, schnell und preiswert. Ist der Kunde zufrieden, hat das Unternehmen Erfolg.

Damit sind wir aber bei jener Diskussion, die sehr oft vor Gründungen geführt wird. Und mit Recht geführt wird. Es ist die Diskussion um die Ziele. Was will das Unternehmen erreichen? Erfolg. Ja, aber wie ist hier Erfolg definiert? Einen hohen Umsatz erzielen? Möglichst hohe Gewinne? Einen guten Ruf haben? Zahlreiche Arbeitsplätze schaffen? Das Unternehmen zu hohem Wert führen, damit es lukrativ verkauft werden kann? Weltmarktführer werden?

Die aufgeführten Ziele, die Erfolgsdefinitionen, sind allesamt nicht falsch. Wenn wir dann darüber reden, wie wir diese Erfolge erreichen können, sind wir wieder am Anfang der Diskussion, nämlich bei der Frage, welches Problem wir wie lösen wollen. Und dann wird sehr schnell klar, dass eine Frage die entscheidende ist: Die nach der Qualität. Die Diskussion über Qualität haben wir im letzten RheinZeiger begonnen. Und sie ist eigentlich ganz trivial: Stimmt die Qualität, ist der Kunde zufrieden. Ist der Kunde zufrieden, wird der Ruf gestärkt. Mit gutem Ruf lässt sich das Geschäft ausweiten und auch ein kommerzieller Erfolg realisieren. Jetzt ist das Unternehmen gut ... und interessant.

Würden Sie ein solches Unternehmen verkaufen? Erfolg macht Spaß und ist ein tolles Gefühl. Erfolg mögen Sie doch auch, oder? Ach ja: Sind Sie gut?

In diesem Sinne

Ihr Heinz Bettmann | Geschäftsführer des RTZ

Inhalt

- 4 **Zeit für Gründer**
Erfolgsstory eines rechtsrheinischen Ideenhauses
- 5 **Reiss Profile**
Unternehmenserfolg durch richtige Motivation
- 6 **EXIST**
Förderung von Hochschul- ausgründungen
- 8 **Biotechnik im Rheinland**
Wettbewerbe, Rankings und Awards
- 10 **Argumente für Köln**
Beikirchers Definition der kölschen Lebensart
- 14 **Köln**
Hightech-Standort als Impulsgeber
- 16 **Startups in Köln**
Innovative Unternehmen im RTZ und auf dem BioCampus Cologne
- 20 **Sieger**
Prämierungen bei NUK und im RTZ
- 22 **Das kann ich besser!**
Qualitätsmanagement in jungen Unternehmen – Teil II
- 24 **Social Media**
Fallen und Rechtsprobleme vermeiden
- 26 **Brain Agents**
Hilfe beim Kampf der Unternehmen um die besten Köpfe
- 27 **bts**
Die Arbeit der biotechnischen Studenteninitiative

Buchvorstellung: 13

Impressum

Herausgeber RTZ Köln GmbH in Kooperation mit vfw Köln rechtsrheinisch
Gottfried-Hagen-Str. 60-62 / 51105 Köln / Telefon +49 (0) 221 83 91 10, info@rtz.de / www.rheinzeiger.de

Erscheinungsweise zweimal jährlich / kostenfrei

Anzeigen Ilona Schulz / ilona.schulz@rheinzeiger.de / Telefon +49 (0) 221 83 91 10
Dr. Heinz Bettmann / heinz.bettmann@rheinzeiger.de / www.rheinzeiger.de/mediainformation

Chefredaktion (verantwortlich) Dr. Heinz Bettmann

Redaktion | Text Dr. Heinz Bettmann, Gaby Frebel, Ilona Schulz, Charlotte Meitler

Titelblatt Svetlana Kilian

Cartoons Karsten Schley, toonpool.com GmbH; Antonia Frebel

Fotos BioRiver e. V.; NUK e. V.; Heinz Bettmann; Konrad Beikircher; steps2startup; RTZ Köln GmbH; Reiss Profile Germany GmbH; Alfred J. Hahnkamp, Gerd Altmann, Gerd Altmann/metalmarious, pixelio.de; Christopher Götz; Brain Agents; Clemens Hess; Biotechnische Studenteninitiative; Thomas Woiite; Birgitta Petershagen; ESA, D. Baumbach; DLR

Grafiken Heinz Bettmann, RTZ Köln GmbH; Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie; Life's'cool

Gestaltung DesignBüro Blümling, Köln / mail@bluemlingdesign.de

Druck SZ Offsetdruck-Verlag Sankt Augustin, www.sz-druck.de

Die anhaltende Erfolgstory des rechtsrheinischen Ideenhauses

Zeit und Raum für Gründer – eine Bilanz

200 Companies, 1.500 Jobs, unzählige neue Perspektiven. Jedes Jahr starten im RTZ Menschen in das Unternehmertum, jedes Jahr finden erfolgreiche Gründer ihre Nische in den unterschiedlichsten Bereichen der modernen Technologien und arbeiten am Fortschritt dieser Welt. Jedes Jahr schaffen diese zukunftsorientierten Unternehmen neue Arbeitsplätze.

Das RTZ, die Innovationsschmiede auf dem Hagen-Campus, ging im Februar 1999 an den Start. In der Ausgabe 13 dieses Magazins haben wir erstmals eine Bilanz unserer Arbeit gezogen. Das war im April 2009, das RTZ war gerade zehn Jahre alt geworden. Wir haben von einer bemerkenswerten Erfolgsbilanz gesprochen. In den ersten zehn Jahren des RTZ wurden hier über 130 Unternehmen gegründet und diese hatten bereits 1.200 neue Arbeitsplätze geschaffen. Zu diesen Unternehmen gehörten Highlights wie:

Amaxa – ein Unternehmen der Biotechnik, im August 2008 mit 165 Mitarbeitern für 95 Millionen Euro an die Lonza AG verkauft. Die „Lonza Cologne“ hat ihren Sitz heute auf dem BioCampus Cologne.

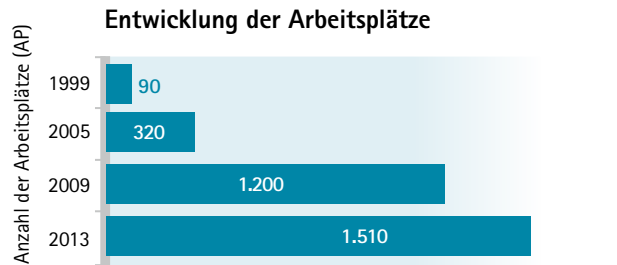
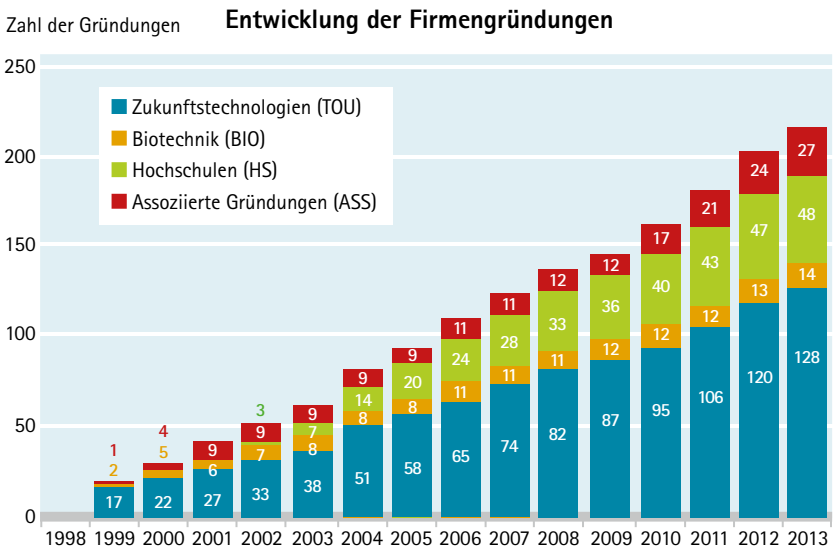
Virtualform – eine Design- und Kreativagentur, Spezialisten für virtuelle 3D-Welten, heute ansässig in Köln-Lindenthal, gewann mit „wiesel.tv“ schon 2002 diverse Preise, war u. a. beim Deutschen Wirtschaftsfilmpreis erfolgreich.

Koffski – das Men-pocket des 21. Jahrhunderts, wurde bei einem Abendessen unter Freunden im Sommer 2004 erfunden, das Unternehmen im September 2005 gegrün-

det. Kein anderes Design-Produkt aus dem RTZ fand derartigen Widerhall in den deutschen Life-Style-Magazinen.

Wir können hier nicht alle Unternehmen vorstellen, die bis heute im RTZ gegründet wurden. Rund 40 von ihnen sind heute noch im RTZ angesiedelt – viele haben wir im letzten RheinZeiger als „Startups im Aufwind“ vorgestellt. Jedes Jahr kommen neue hinzu, jedes Jahr siedeln einige von ihnen vom RTZ an einen anderen Standort – zumeist in Köln. Nur drei der Unternehmen mussten wieder aufgeben, alle anderen sind noch heute erfolgreich, einige wurden lukrativ verkauft (vgl. Amaxa).

Erfolg ist ein schönes Gefühl. Erfolg kommt aber nicht von allein. Deshalb finden Gründungsinteressierte im RTZ Zeit und Raum: Zeit für ein Gespräch, Raum fürs Geschäft. Wir haben Zeit für Ideen-Diskussionen, für Beratung, für Coaching. Wir unterstützen, trainieren und begleiten die Gründer. Wir stärken sie in ihren Handlungsmotiven, wir vermitteln ihnen Kontakte, wir helfen, Probleme zu lösen. Und Gründer finden den Raum für ihr Unternehmen – Büro, Labor, ASS-Office, HIGHTEC-Lounge, Meetingroom.



Das RTZ unterstützt Gründer im technologieorientierten Bereich. Dazu gehören Gründer aus dem Bereich der Zukunftstechnologien (Software, Design, IT, etc.; TOU) der Biotechnik (BIO), Gründungen aus Hochschulen (HS) sowie Gründer im Vorbereitungsstadium und Gründer, die nicht im RTZ angesiedelt sind („assozierte“, ASS). In der Grafik dargestellt ist die kumulierte Anzahl vom RTZ betreuter Gründungen sowie die Anzahl der von den neu gegründeten Unternehmen geschaffenen Arbeitsplätze (AP).

Wie Unternehmen von Dortmunds Meistertrainer profitieren können

Jürgen Klopp's Spieler-Motivation und Teamführung

Als Jürgen Klopp gefragt wurde, was ihm der Einsatz und die Arbeit mit der Motivationsanalyse für einen täglichen Nutzen gebracht hat, sagte er: „Gegenseitiges Vertrauen entsteht nur, wenn man auf Augenhöhe miteinander kommuniziert. Mir ist wichtig zu verstehen, was meine Spieler motiviert oder demotiviert!“ Auch Lukas Podolski hat vor vielen Jahren interessante Erkenntnisse über sich im Teamentwicklungsprozess mit der Motivationsanalyse gewonnen.

Wenn man versteht, was den Menschen antreibt, ermöglicht dies eine viel individuellere Führung, Kommunikation und Teammotivation. Motivation ist aber ein komplexes Spiel aus angeborenen Charakterzügen und vielfältigen Erfahrungen und Prägungen aus dem Leben. Die individuelle Leistungsfähigkeit des Menschen definiert sich vereinfacht über die drei Größen „Dürfen“, „Können“ und „Wollen“.

Beispiele aus dem Profi-Fußball

Im Ligaalltag teilen sich zumeist zwei Spieler ein Doppelzimmer im Hotel. Hat ein junger Spieler den Wunsch nach einem Einzelzimmer, traut er sich kaum, dies dem Trainer zu kommunizieren. Kann aber ein Spieler optimale Leistungen zeigen, der sich in der Nacht vor dem Spiel nicht wirklich wohl gefühlt hat? Die Erfahrungen mit Profi-Fußballern zeigen: Nein!

Als bekanntes Beispiel etwa im Umgang mit Stress gilt das Elfmeterschießen. Hier hilft die Motivationsanalyse dem Trainer, die stressbelastbarsten Spieler zu erkennen.

Im beruflichen Alltag zeigen sich ähnliche Situationen: Es ist bekannt, dass geeignete Rahmenbedingungen für die Mitarbeitermotivation, die Identifikation mit Job und Arbeitgeber, überaus wichtig sind. Der eine Mitarbeiter fühlt sich im Einzelbüro wohler, der andere im Gruppenbüro. Manchem Mitarbeiter bedeutet Ordnung oder Status mehr als anderen Teamkollegen. Psychosomatisch bedingte Krankheiten, Fehlzeiten und Minderleistungen sind für Unternehmen ein großes Problem.

Erfolg durch individuelle Führungsmotivation

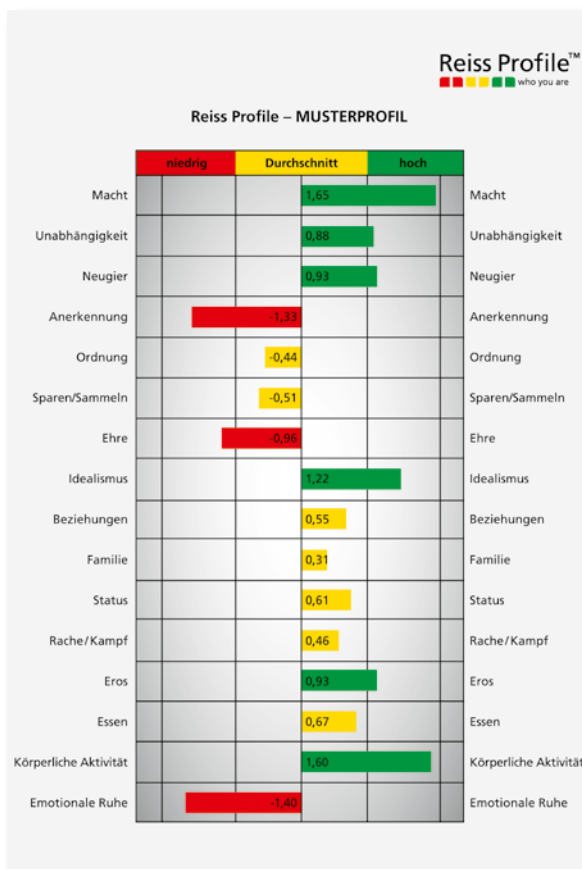
Bei der Definition der persönlichen Ziele oder in der Personalentwicklung liegt der Fokus häufig auf der Weiterentwicklung fachlicher Fähigkeiten. Das Wollen und das Warum, also die motivationale Grundstruktur eines Menschen, wird oft vernachlässigt. Und ist es nicht auch gut zu wissen, ob eine Führungskraft, die führen kann und darf, es auch wirklich will, ob sie Spaß an Führungsarbeit hat?

Hier zeigt sich das Potenzial der Motivationsanalyse, der Kenntnis darüber, was Menschen antreibt. Im Alltag, bei Veränderungsprozessen oder bei der Auswahl neuer Mitarbeiter ist ein Motivprofil des Menschen wie etwa das „Reiss Profile“ (vgl. Grafik) mehr als hilfreich. Es lässt erkennen, ob ein Bewerber ins Team passt, Spaß an der Aufgabe hat, wie er auf Veränderungen reagiert, wie er kommunizieren möchte und wie er idealerweise zu führen ist.

Im Ergebnis wird Führung und Kommunikation leichter und erfolgversprechender. Motivation kann die Produktivität steigern und die Produktqualität verbessern. Die Erfolge im Leistungssport machen dies deutlich.



Alexander Reyss
Berater, Trainer und Coach
für das Reiss Profile
www.step4ward.de



Muster eines
Motivprofils

Detaillierte Informationen
zu allen EXIST-
Programmen gibt es
unter www.exist.de

Förderprogramm des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie **EXIST – Existenzgründungen aus der Wissenschaft**

EXIST ist ein Förderprogramm des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie (BMWi). Mit diesem inzwischen 15 Jahre laufenden Programm soll das Gründungsklima an Hochschulen und Forschungseinrichtungen verbessert werden. Gleichzeitig soll die Erfolgsquote der neuen Unternehmen erhöht werden. Das Programm richtet sich an Hochschulabsolventinnen und -absolventen sowie Wissenschaftler und Studierende.

Förderung der Gründungskultur

Nach einem Studium bieten sich verschiedene Perspektiven an, den Lebensunterhalt zu verdienen. Eine Selbständigkeit bzw. die Gründung eines eigenen Unternehmens ist dabei eine Möglichkeit mit vielen Vorteilen.

Eine wichtige Voraussetzung, dies zu erkennen, ist eine gute Gründungskultur an den Hochschulen. Dies erfordert die Verbreitung von „Unternehmergeist“ auf vielfache Weise. Studienbegleitende, praxisbezogene Gründerkurse gehören da ebenso dazu wie die Aufzeigung von Möglichkeiten, Ideen, Erfindungen und Erkenntnisse zur Vermarktung. Aber auch die gelebte Wertschätzung des Unternehmertums gehört zu einer echten Gründungskultur.

Zur Unterstützung des Gründungsgedankens und zur Förderung von Gründungen hat das BMWi inzwischen verschiedene Strategien entwickelt. Diese lassen sich unter

drei Begriffen darstellen: Gründerhochschule, Gründerstipendium und Forschungstransfer. Die EXIST-Förderprogramme des BMWi werden durch den Europäischen Sozialfonds kofinanziert.

Gründerhochschule

Aktuell werden Hochschulen durch das BMWi-Programm „EXIST-Gründungskultur - Die Gründerhochschule“ gefördert. An der jüngsten Wettbewerbsrunde hatten sich zahlreiche Hochschulen beteiligt; zwölf von ihnen wurden im Januar 2013 ausgezeichnet und erhalten nun entsprechende Fördermittel.

Im Rahmen des Programms sollen die Schulen in die Lage versetzt werden, hochschulweite Gesamtstrategien zu entwickeln und diese umzusetzen, um eine Gründungskultur und mehr Unternehmergeist zu etablieren. Die akademische Gründungsförderung soll in eine strategische

Daueraufgabe überführt werden. Sie werden dabei unterstützt,

- sich als gründungsprofilierter Hochschule zu positionieren,
- das Potenzial vor allem an wissens- und technologiebasierten Unternehmensgründungen am Hochschulstandort nachhaltig zu erschließen und
- unternehmerisches Denken und Handeln unter Studierenden und wissenschaftlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zu stärken.

Um dieses Ziel zu erreichen, stellt das BMWi über einen Zeitraum von sieben Jahren rund 47 Millionen Euro bereit.

Das EXIST-Gründerstipendium

Das EXIST-Gründerstipendium unterstützt Studierende, Absolventinnen und Absolventen sowie Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler aus Hochschulen und außeruniversitären Forschungseinrichtungen, ihre Gründungsidee in einen Businessplan umzusetzen. Voraussetzung ist eine innovative, technologieorientierte Idee oder wissensbasierte Dienstleistung als Gründungsidee mit guten wirtschaftlichen Erfolgsaussichten. Die Gründerteams können sich ein Jahr darauf konzentrieren, die Gründung systematisch vorzubereiten. Allein in den letzten fünf Jahren wurden über 600 Gründungsvorhaben unterstützt. Gefördert werden

- Wissenschaftler/innen aus öffentlichen, nicht gewinnorientierten außeruniversitären Forschungseinrichtungen oder Hochschulen
- Hochschulabsolventen und ehemalige wissenschaftliche Mitarbeiter/innen (bis zu fünf Jahre nach Abschluss bzw. Ausscheiden).
- Studierende, die zum Zeitpunkt der Antragstellung mindestens die Hälfte ihres Studiums absolviert haben.
- Gründerteams bis max. drei Personen. Teams, die sich mehrheitlich aus Studierenden zusammensetzen, werden nur in Ausnahmefällen gefördert.

Gefördert werden Ausgaben zur Sicherung des Lebensunterhaltes, Investitionen und für das Coaching. Interessierte Teams sollten sich mit einem örtlichen Gründernetzwerk in Verbindung setzen. Dort gibt es Detailinformationen und die notwendige Unterstützung zur Antragstellung. Außerdem vermitteln die Netzwerke den für die Umsetzung des Vorhabens notwendigen Coach, der das Team bei unternehmerischen Fragen und der Gründung begleitet und unterstützt.

EXIST Forschungstransfer

Der EXIST-Forschungstransfer unterstützt herausragende forschungsbasierte Gründungsvorhaben, die mit aufwändigen und risikoreichen Entwicklungsarbeiten verbunden sind. Er besteht aus zwei Förderphasen. In der ersten Förderphase geht es um die Weiterentwicklung von Forschungsergebnissen, die das Potenzial besitzen, Grundlage



Informationen zum
Gründerstipendium gibt
es auch im RTZ

einer Unternehmensgründung zu sein. Ziel ist es, die prinzipielle technische Machbarkeit der Produktidee sicherzustellen und die Gründung des Unternehmens vorzubereiten. In der zweiten Förderphase stehen die Aufnahme der Geschäftstätigkeit sowie die Sicherung einer externen Anschlussfinanzierung des Unternehmens im Fokus.

Gefördert werden können Personalkosten, Verbrauchsmaterialien, Investitionen, Recherchen und Coaching.

In der ersten Förderphase von EXIST-Forschungstransfer sollen Entwicklungsarbeiten zum Nachweis der technischen Realisierbarkeit durchgeführt, Prototypen entwickelt und der Businessplans ausgearbeitet werden. Ziel ist es, am Ende das Unternehmen zu gründen. In der zweiten Förderphase können weitere Entwicklungsarbeiten bis zur Marktreife durchgeführt werden. Ziel ist die Aufnahme der Geschäftstätigkeit sowie die Sicherung einer externen Anschlussfinanzierung des Unternehmens, etwa durch Investoren.

4. Juni 2013

LAST
CALL

FGK von AIESEC Köln

Am 4. Juni 2013 findet das von AIESEC jährlich organisierte **FirmenKontakt-Gespräch** im Marriott Hotel Köln statt. Motto: „Knackfrisch statt Ausgebrannt – Work-Life-Balance in Studium und Beruf“. 30 Unternehmen aus zahlreichen Branchen präsentieren Karriere-Angebote für Hochschulabsolventen – Workshops und Einzelgespräche im „World-Café“ inbegriffen.

Informationen und Anmeldung: www.fgk-koeln.de

Neue Rolle für die (Fach-)Öffentlichkeit in Wettbewerben und Rankings Biotechnik im Rheinland: Stimmen Sie ab!

Ausschreibungen, Business-Wettbewerbe und auch Rankings für verschiedenste Themen gibt es bereits seit langem. Quer durch alle Branchen werden Unternehmen, Akteure oder Projekte in kleineren Wettbewerben bis hin zu renommierten Branchen-Preisen ausgezeichnet, die sich zum Beispiel durch besondere Verdienste, hohe Innovationskraft und unerschöpflichen Ideenreichtum hervortun. In der Vergangenheit stimmte in der Regel eine Experten-Jury über einen oder mehrere Gewinner ab, in jüngerer Zeit und in Internet-affinen Branchen werden zunehmend Online-Abstimmungen für die endgültige Entscheidung genutzt oder Nutzer von Social Media in die Wahl einbezogen.

Breakthrough Alliance Award / Deal of the year

Eine der großen internationalen Auszeichnungen im Bereich Kooperations- und Lizenzvereinbarungen zwischen Biotechnologie- und Pharmaunternehmen wird seit dem Jahr 2000 von Deloitte Recap ausgelobt. Deloitte Recap ist eine klassische Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft, spezialisiert auf den Biotechnologie- und Pharmasektor.

Der Breakthrough Alliance Award, auch Deal of the Year genannt, wird dabei an herausragende Biopharma-Lizenzverträge des jeweils vorangegangenen Jahres vergeben. Die Analysten von Deloitte Recap bewerten die im Vorjahr ausgehandelten Biopharma-Lizenzverträge unter subjektiven und objektiven Kriterien und nominieren jährlich die fünf stärksten Lizenzverträge. Eine der Voraussetzungen für die Nominierung ist ein minimales Transaktionsvolumen von 100 Millionen

Dollar. Die fünf besten Anwärter für den Deal of the year werden per on-

line-Abstimmung zur Wahl gestellt. Stimmberechtigt sind Partner in der Biopharma- oder Life-Science-Industrie, sie bilden die Jury. In dieser Abstimmung wird die endgültige Platzierung und Wahl des Gewinners zu 100 Prozent durch das online-Voting erreicht.

Am 29. April 2013 findet die diesjährige Preisverleihung statt. BioRiver – Life Science im Rheinland e.V. ist besonders stolz, dass diesmal ein Unternehmen des Netzwerks in San Francisco, Kalifornien, als ein nominiertes Unternehmen vertreten sein wird.

Die AiCuris GmbH & CO. KG hat sich durch das weltweite, exklusive Lizenzabkommen mit MSD (gehört zu Merck & C. Inc. USA) über mögliche neue Therapeutika gegen das humane Cytomegalievirus, ein mit dem Herpesvirus verwandter Erreger, qualifiziert. Die Geschäftsführerin der AiCuris GmbH & Co. KG, Prof. Dr. Helga Rübsamen-Schaeff, äußert sich zur Nominierung im Breakthrough Alliance Wettbewerb begeistert und unterstreicht, dass der Deal nicht nur für das Unternehmen AiCuris, sondern auch für die deutsche Biotechnologie-Branche ein wichtiges Signal wäre.

Link zur Abstimmung des AiCuris- Deals:
<http://info.recap.com/vote.html>



Preisträger des Video-Wettbewerbs „Zeig's uns!“



Über AiCuris

Die AiCuris GmbH & Co. KG (der Name ist aus dem Begriff „Anti-Infective Cures“ = Heilung von Infektionskrankheiten abgeleitet) wurde 2006 als ein Spin-off der Bayer Healthcare AG in Wuppertal gegründet. Mit seinen Wurzeln in der langjährigen erfolgreichen Antiinfektiva Forschung und Entwicklung von Bayer setzt das Unternehmen AiCuris diesen Weg fort. Der Fokus liegt auf der Erforschung und Entwicklung von neuen antiviralen und antibakteriellen Substanzen zur Behandlung von schweren oder lebensbedrohlichen Infektionskrankheiten.

Weitere Wettbewerbe – Direvo Industrial Biotechnology und Videowettbewerb


Die AiCuris ist nicht das einzige Unternehmen des Netzwerks, welches kürzlich in einen Branchen-Wettbewerb eingetreten ist, der ausschließlich oder teilweise online entschieden wird. Im Biofuels Digest werden jährlich die stärksten und innovativsten Unternehmen im Themenfeld Biokraftstoffe und Bioenergie weltweit gelistet. Die Direvo Industrial Biotechnology GmbH auf dem BioCampus in Köln hat es durch ihren Schwerpunkt Enzym-Optimierung für den verbesserten Rohstoffaufschluss in das Ranking der ersten 100 Unternehmen geschafft.

Auch das soziale Netzwerk Facebook gewinnt bei Abstimmungen an Bedeutung und soll vor allem eine jüngere Zielgruppe erreichen. Mit dem Video-Wettbewerb „Zeig's uns! Biotechnologie kann mehr als du glaubst“ wurden im letzten Jahr vor allem Studenten eingeladen, politischen Entscheidungsträgern und der Öffentlichkeit Biotechnologie in einem kurzen Videofilm verständlich zu erklären und deren Nutzen für den Alltag aufzuzeigen.

Der Wettbewerb war Teil der bundesweiten Initiative Bio-tech Inside, die jährlich vom Arbeitskreis der Deutschen

Bioegionen im Herbst veranstaltet wird. Bei „Zeig's uns! Biotechnologie kann mehr als du glaubst“ flossen die Abstimmungen von Facebook-Nutzern zu 50 Prozent in die Bewertung ein.

Der neue Weg: Online-Voting

Die Entwicklung zur Online-Abstimmung beobachten wir in unserem Netzwerk verstärkt seit kürzerer Zeit. Innerhalb eines Jahres wurden Fach- und Führungskräfte, Experten und Stakeholder in den Unternehmen gleich zu verschiedenen Wettbewerben eingeladen, um ihr Votum für ihren Favoriten abzugeben. Da sich auch seriöse Ausschreibungen diesem Verfahren stellen, ist wohl eine grundsätzlich positive Resonanz und ein brauchbares Ergebnis der Abstimmung die Erfahrung aus den ersten Projekten. 



*Sabrina Barnstorf und
Dr. Frauke Hangen,
BioRiver-Life Science
im Rheinland e.V.*

BioRiver[®]
Life Science im Rheinland e.V.

BioRiver – Life Science im Rheinland e.V. ist die unabhängige Vertretung der Life Science-Branche im Rheinland. Mit circa 90 Mitgliedern vereint BioRiver alle wichtigen Akteure und

fördert durch ein umfangreiches Expertennetzwerk die Entwicklung des Rheinlandes als Biotechnologie Standort. www.bioriver.de

11 Argumente für den Standort Köln

Weltoffen und lebensfroh – kölsche Lebensart ...

So lautet das Argument Numero elf der Stadt Köln. Und wissen Sie, wie und wo das alles angefangen hat?

Das kann ich Ihnen sagen: ca. 57 vor Christus (die Älteren werden sich noch gut daran erinnern) kam Julius Caesar ins Rheinland. Er war damals römischer Statthalter in Gallien und versuchte die diversen Germanenstämme zu packen. So wollte er in diesem Jahr von Andernach im Holzschlauchboot (das war da gerade erfunden worden und galt als absolute Top-Geheimwaffe, weil aber einige Legionäre statt Luft Wein in die Schläuche gefüllt hatten, und zwar den Cröver Nacktarsch aus Traben-Trarbach an

der Mosel, den sie bei der Fahrt von Castra Trevirorum (Trier) nach Confluentes (Koblenz) requiriert hatten und so in Andernach vor Caesar versteckten, der ja aggressiver Antialkoholiker war, gab es bei der Überfahrt Probleme, die zum Kentern führten) nach Neuwied übersetzen, um den Westerwald zu roden, aber, wie gesagt, dazu kam es nicht. Also zog er weiter über Bad Breisig und Castra Gasolinorum (Wesseling) nah Kölle. Dort waren die Eburonen, die er 54 vor Christus unterjochte und zurück nach Holland schickte (die Eburonen waren aber auch die letzten Heuler: sie kamen mit den Wohn-Leiterwagen aus Limburg und Roermond nach Bergheim, Quadrath-Ichendorf und Kölle, parkten vor dem damals schon existierenden Schoko-Museum alles zu und wollten von da aus den Drachenfels, den sie den höchsten Berg Hollands nannten (mons alpinus terrae tuliparum), erobern). Die Eburonen stritten sich dann mit den Ur-Holländern, den Batavern, eine einzige Kifferclique kann ich Ihnen sagen, die erfanden die Kiffer-Kamer und den Coffee-Shop, drängten sie in den Raum Amsterdam, wo die Bataver das Ijssel-Meer aus-hoben um dort Tabak anzupflanzen, den es heute noch gibt, und siedelten sich dann im flämischen Belgien an, wo sie bis heute für Unruhe sorgen. Die Ubiere aber waren in der Zeit in Deutz angesiedelt, die Urkölnen kommen also, wie Sie sehen, aus dem Rechtsrheinischen, das nur mal dazu! Jetzt hatten Ihnen die Römer Köln freigeschossen und so traf man sich mitten auf dem Rhein im Holzschlauchboot, das da wieder repariert war (der Optio „Drinkdocheinemitus“ war strafversetzt worden nach Haltern, davon aber gleich), um die Ansiedlungsbedingungen auszuhandeln. Der Ubierechef Roterius traf sich da mit Julius Caesar, man verstand sich prächtig und handelte aus, dass die Römer die Marzellenstrasse und die Tunisstrasse kriegen sollten, um sich da niederzulassen, dass die Ubiere aber den Rest bekommen sollten bis hinauf nach Worringen, mit der Maßgabe, alle 30 m einen Cervisia-Ausschank zu machen und zwar Cervisia matutina (Früh-Kölsch). Hat auch alles geklappt: in der Marzellenstraße hat sich der erste neapolitanische Legionär mit einer Pizzeria niedergelassen – heute noch bekannt als Luciano – und hat den Ubiern statt der Pax Romana die Pizza Romana gebracht, damals eine Sensation, heute mehr ein flappiges Wurfgerät. Der Brauch, am Aschermittwoch Pizzas über den Rhein nach Deutz zu werfen, hat sich ja, wie wir alle wissen, seit damals erhalten.



11 Argumente für den Standort Köln

... ist der Titel eines Flyers der Stadt Köln von Oktober 2009.

Das elfte Argument ist dort wie folgt beschrieben:

Weltoffen und lebensfroh – kölsche Lebensart ...

... ergänzt die harten Standortfaktoren und macht Köln zu einem beliebten Zuhause – auf Zeit oder dauerhaft. Über 30 Prozent der Bevölkerung haben einen Migrationshintergrund und bereichern die Stadt mit eigenem Kulturangebot, Restaurants und weiteren Unternehmen. Köln ist geübt im Umgang mit anderen Kulturen und die Bürger der Stadt teilen gerne die kölsche Lebensart – so auch die „fünfte Jahreszeit“, den Karneval. Alljährlich lockt dieses Volksfest Menschen von nah und fern in die Domstadt. Die Weltoffenheit einer europäischen -pole wird in Köln am Rhein bereichert durch Toleranz und Lebensfreude.

Das alles aber bedeutet, dass Kölle schon bei seiner Entstehung eine Stadt mit Migrantenhintergrund war und so ist es bis heute geblieben. Köln ist deshalb so fremdenfreundlich (außer zum Westfalen, aber der hat hier ja wirklich nix verloren), weil ja von allen Fremden auch welche in Köln sind. Manchmal in Vierteln angesiedelt, ich sage nur: Neu-Ehrenfeld wo die kölschen Saudis leben, manchmal in kleinen Reservaten als Karnevalsgesellschaft, wie z.B. die „Original Negerköpp von 1929 e.V.“

Im Karneval, der ja heute mehr denn je nicht etwa eine Veranstaltung ist, die der Heiterkeit oder dem Scherz gewidmet wäre sondern ein Volksfest, das alle unterschiedlichen Völkergruppen us Kölle zu einem Völkerverständigungsmarsch zusammenbringt, der am Rosenmontag deshalb stattfindet, weil die Rose die Blume der Liebe und der Zusammengehörigkeit ist, im Karneval also treffen sich alle Gruppierungen um gemeinsam durch ihre Stadt zu ziehen und damit der Welt zu zeigen, dass Castra Ubiorum schon bei der Gründung eine Friedensstadt und ein Hort der Koexistenz war.

Der Optio Drinkdocheinemitus sollte ein paar Jahre nach seiner Strafversetzung übrigens eine entscheidende historische Rolle spielen: er war nämlich der Erfinder der Varusschlacht. Er kam ja als junger Optio nach Haltern, wo die 19. Legion stationiert war, in einer Zeit ohne TV, Heizung, Bäder oder sonst einer zivilisatorischen Annehmlichkeit. Einmal im halben Jahr kam die Regimentskasse aus Rom, man schrieb den neuen Bedarf auf, gab ihn dem Legionär mit und ein halbes Jahr später kam dann die nächste Kasse mit dem geforderten Geld. So ist übrigens das kamerateilistische Prinzip der öffentlichen Buchführung entstanden: sag mir, was du brauchst und du kriegst das Geld dafür. Ob du das wirklich brauchst, interessiert keine Sau (mit diesem Prinzip habe ich als Oberregierungsrat damals in der JVA Siegburg immer Schränke voll mit Papier, Kulis, Rechnern, Schreibmaschinen etc. gehabt: man muss eben im richtigen Moment den Bedarf anmelden). Schon schnell kam der findige Optio auf die Idee, dass ein bisschen mehr Geld einfach besser wäre und meldete einen höheren Bedarf an als tatsächlich. Erst waren es ein paar fiktive Legionäre – quasi als Zusatzgehalt für den Optio – dann wurden es mehr und mehr, schließlich – und da schreiben wir das Jahr 9 nach Christus, standen 24.000 fiktive Legionäre auf der Gehaltsliste und Rom hat bezahlt. Und da passierte



es: im Sommer 9 kündete sich eine Buchprüfung an, der Revisor quasi war unterwegs nach Haltern. Da war guter Rat teuer, der gute Drinkdocheinemitus aber war auch hier findig: er erfand kurzerhand die Varusschlacht, bei der 24.000 Soldaten von den Cheruskern aufgerieben worden wären, Varus, der am „Gewinn“ auch reichlich beteiligt gewesen war, spielte mit, gab sich als „Ins Schwert gefallen“ aus und verschwand nach Varel, am Jadebusen, wo sein Name sich bis heute erhalten hat. Augustus rief „Varus, Varus, gib mir meine Legionen wieder“ und die Archäologen suchen heute noch vergeblich nach dem Ort, an dem die Schlacht gewesen sein soll. Genial, oder?! →



Konrad Beikircher stammt aus Südtirol und lebt seit 1965 im Rheinland. Nach seinem Studium der Musikwissenschaft, Psychologie und Philosophie in Bonn war er zwischen 1971 und 1986 als Gefängnispsychologe in der Jugendvollzugsanstalt Siegburg tätig. Seitdem arbeitet er als freiberuflicher Kabarettist, Komponist, Radio- und Fernsehmoderator, Autor von Kinderliteratur und Hörspielen, Komponisten-Porträts und Opernlibretti, Sprecher von Hörbüchern, Moderator von Klassikkonzerten und natürlich Musiker. Und er schreibt für den Rheinzeiger. www.beikircher.de

→ Sie sehen also, was da alles so nebenbei im Schmelztopf Köln (in weiterem Sinne) für die Menschheit erfunden wurde.

In Köln ging es ungebrochen so weiter, auf allen Ebenen. Heute haben wir sogar – und das ist der Gipfel der Toleranz gegenüber Menschen mit Migrationshintergrund – einen Oberbürgermeister aus dem westfälischen Coesfeld als legitimen Nachfolger von Julius Caesar in unserer Stadt. Die kölsche Toleranz ist somit der höchste Ausdruck einer Geschichte, die mit der Begegnung der Römer mit den Ubiern angefangen hat und die heute im Rosenmontagszug ihre feierliche Prozessionsform gefunden hat. Übrigens haben die Franzosen für ihre Revolution 1789 die kölschen Grundprinzipien geklaut:

- ‚Fraternité‘ war: „Drink doch eine mit“
- ‚Liberté‘ war: „Do simmer dabei“ und
- ‚Egalité‘ war: „Es mir doch eja!“

und das sind die psychologischen Grundwahrheiten des Lebens in unserer wundervollen, toleranten Stadt, in der jeder quasi einen Migrationshintergrund hat. Auch ich. Ist das nicht wunderbar? Na also!

Jubiläum des RheinZeigers

The winner is ...



Hier finden Sie
unser RheinZeiger-
Archiv!

Sie erinnern sich: Wir hatten Ihnen im letzten RheinZeiger in einem Gewinnspiel die Frage nach der Anzahl von Rheinbögen, unserem Logo, gestellt.

Die richtige Lösung unseres Gewinnspiels im RheinZeiger 20 war: „31“

Die Preise wurden unter den richtigen Einsendungen verlost. Gewonnen haben diese Leser:

Über drei Flaschen Wein vom Weingut Rings freute sich **Sabrina Barnsdorf** aus Düsseldorf. Je eine CD von Konrad Beikircher ging an **Patrick Kom** aus Köln und **Andreas Wagner** aus Mülheim an der Ruhr.

Herzlichen Glückwunsch!!!

Das Beste aus 35 Jahren



CD im Handel oder bei ROOFMUSIC, www.roofmusic.de

ISBN 978-3-86484-018-0, 19,99 Euro.

Auch in anderen Städten gibt es Vorstellungen. Tourdaten finden Sie hier: www.beikircher.de

Konrad Beikircher ist ja nicht unbedingt der Jubiläumstyp genauso wenig wie eine Archivnatur. Aber wenn's denn mal ein schräges Jubiläum gibt, ist er dabei: Leinwandhochzeit heißt das, wenn eine Ehe 35 Jahre gehalten hat. Und genau so lange steht Beikircher auf der Bühne, genauer: seit dem 28. März 1978. Da war sein erster Abend und derwar bei Stefan Roth in der Jazz-Galerie in Bonn.

35 Jahre später steht Konrad Beikircher immer noch auf der Bühne und das möchte er feiern: mit einem Programm, für das er das Beste aus diesen 35 Jahren zusammengetragen hat. Er hat in seinen Radiosendungen gesucht, in Unveröffentlichtem, in Klassikern wie seinen rheinischen Wortprogrammen, er hat in seinem Archiv nachgehört, sich alte und aktuelle CDs reingezogen und in seinen Erinnerungen gekramt, um ein Programm zusammenstellen zu können, das von den Wurzeln bis heute reicht und den Zuhörern Vergnügen machen soll.

Wenn Sie Geschichten aus dem Leben, rheinländisch zelebriert, mit köstlichem Wortwitz und hinter sinnigen Nebenbemerkungen mögen, von einem kabarettistischem Plauderer locker und mit sichtlichem Spaß erzählt, dann sind Sie hier richtig. Wenn Sie das Programm dieses Rheinländers mit Migrationshintergrund (vgl. Seite 10/11), was nur zu verständlich wäre, lieber live erleben möchten: Konrad Beikircher tourt derzeit auch mit diesem Programm durch die Lande. In Köln ist er beispielsweise am 11., 12. und 13. Mai im Senftöpfchen – jeweils 20:15 Uhr. Tickets für 20,90 EUR direkt beim Senftöpfchen.

Life's'cool – Die Elternschule

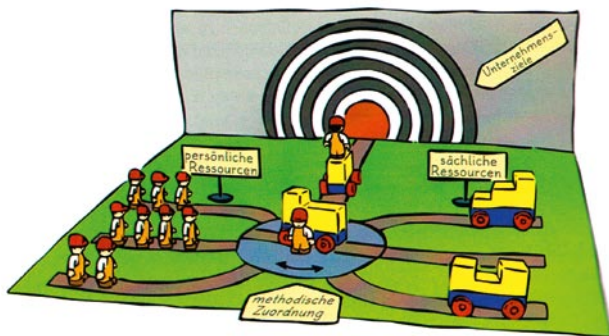
Dies Buch hier zu besprechen verwundert – oder doch nicht? Nicht wenige Menschen sind Managerinnen oder Manager eines „kleinen Familienunternehmens“. Das heißt, sie haben jeden Tag aufs neue junge Menschen zu motivieren, zu erziehen, zum Lernen anzuhalten. Eltern sind neben der eigenen Berufstätigkeit auch noch so etwas wie Chef, Coach, Mentor, Lehrer; und das ist eine echte Herausforderung.

Wenn man sich dieses Buch nimmt, um damit zu arbeiten – und dieses Buch will ein Arbeitsbuch sein – dann findet man sich plötzlich im Eigentaining wieder. Grundlage des Lernens aber ist das Denken, und folgerichtig zeigt das Buch, wie man das Denken und das Speichern von Erkenntnissen trainieren kann. Mal ehrlich: Wussten Sie, wie Ihr Gehirn funktioniert?

Lernen lässt sich lernen. Es geht nicht darum, die Relativitätstheorie oder den chemischen Aufbau von Batteriesäure vermitteln zu können. Ziel ist es, Lern-, Motivations- & Kommunikationstechniken zu lernen. Das Buch liefert die entscheidenden Werkzeuge, Erfolg planbar zu machen. Oder das (kleine Familien-) Unternehmen zu organisieren. Wir reden über Lernmethoden und Lerntechniken. Vieles ist durchaus bekannt, wie etwa Mind Maps. Lernen funktioniert aber nicht immer von allein. Dazu bedarf es der richtigen Motivation. Ach ja – haben wir im RheinZeiger nicht schon öfter über Motivationen geredet? Dieses Buch liefert eine kleine Motivatorenanalyse – nach dem Motto: **Erkenne Dich selbst.**

Das alles zu kommunizieren erfordert die richtigen Techniken. Und auch diese werden im Buch ausführlich behandelt. Eine runde Schule also – nicht nur für die „kleinen Familienunternehmen“.

Jürgen Hoffmann ist Berater, Trainer, Coach – und Unternehmer. Er ist tätig in den Bereichen Positionierung, Marketing, Vertrieb, und Motivation, hat sich also nicht nur als Vater mit Fragen des Lernens beschäftigt. Auch Führungskräfte haben immer wieder neue Lern- und Arbeitsmethoden zu entwickeln, ihre eigene Motivation zu trainieren. So entstand die Idee, das Unternehmen „Life's'cool“ zu gründen und das Buch „Die Elternschule“ zu schreiben.



Gebundene Ausgabe
174 Seiten
Sprache: Deutsch
ISBN 978-3-00-040577-8
www.lifescool.de
24,95 Euro

High Potential Companies braucht das Land

Sie sind oder betrachten sich als Unternehmertyp? Sie haben eine wirklich gute, innovative Idee zur Gründung eines Unternehmens? Sie haben das auch in einem Businessplan formuliert – oder Sie arbeiten gerade genau daran?

Sie suchen Unterstützung, Beratung, Coaching oder einfach das Gespräch? Sie würden in einem bahnbrechenden Projekt zur innovativen Gründerförderung mitmachen und sich in Ihren 16 Lebensmotiven analysieren oder fördern lassen?

Wir können das und würden gerne mit Ihnen reden. Vielleicht besuchen Sie uns auf: www.gipfelstürmer-gesucht.de



Gefördert durch: **Ziel2.NRW**
Regionale Wettbewerbsfähigkeit und Beschäftigung

EUROPAISCHE UNION
Investition in unsere Zukunft
Europäischer Fonds
für regionale Entwicklung



Herstellung von Faserkeramik – das neue Speicher-Kompetenzzentrum CeraStorE arbeitet an Lösungen für eine nachhaltige Energieversorgung

Markenprozess Köln

Hightech-Standort als Impulsgeber

Köln ist ein herausragender, internationaler Wirtschaftsstandort. Die Stadt hat den Markenprozess Köln gestartet, der dafür sorgt, dass die ausgezeichneten Qualitäten des Wirtschaftsstandorts im Außenauftreten wirkungsvoll zur Geltung kommen. Ein wichtiger Impulsgeber ist hier der Hightech-Standort Köln.

Die Metropolen der Welt stehen miteinander im Wettbewerb. Der Wirtschaftsstandort Köln muss sich daher in diesem Wettbewerb deutlich positionieren. Köln hat viele Stärken, Köln braucht Botschaften. Ziel ist: Köln soll national und international als dynamischer Wirtschaftsraum, bedeutender Forschungsstandort und attraktives Reiseziel überzeugen.

Neue und bereits vor Ort aktive Unternehmen und Investoren, Wissenschaftler und Forscher sowie Touristen sollen für Köln begeistert werden. Die internationale Befragung der drei Zielgruppen im Rahmen der Markenanalyse hat deutlich gemacht, womit Köln am meisten überzeugt.

Für Unternehmen und Investoren ist der Wirtschaftsstandort Köln mit seiner Internationalität und seiner starken Vernetzung der stärkste Treiber. Auf Platz zwei folgt der hervorragende Messe- und Tagungsstandort Köln mit attraktivem städtischem Rahmenprogramm. An dritter Stelle steht die lebenswerte Metropole, die hohe Lebensqualität der Stadt. Für Forscher und Wissenschaftler bilden der bedeutende Forschungsstandort, die starke Wirtschaft und die lebenswerte Metropole das Spitzentrio der überzeugendsten Köln-Facetten. Bei den privaten Köln-Besuchern dominiert mit großem Abstand die lebenswerte Metropole. Zweitstärkster Magnet sind die „kölschen Klassiker“,

also Dom, Karneval und Brauhäuser. Ebenfalls auf dem Siebertreppchen: das interessante Stadtbild und Erlebnisangebot.

Hightech-Standort hat Potenzial

Der Markenbaustein „Starke Wirtschaft“ hat Priorität zwei für Wissenschaftler und Forscher und ist absoluter Spitzenreiter in puncto Anziehungskraft für Unternehmer und Investoren. Neben Facetten wie Internationalität und Wachstumsperspektiven überzeugt auch besonders der Hightech-Standort Köln. Köln muss aber noch bekannter machen, welche herausragenden Leistungen und Einrichtungen der Standort in diesem Punkt zu bieten hat.

Wie das gelingen kann, macht das Themenjahr Luft- und Raumfahrt 2013 deutlich. Im Fokus stehen zahlreiche herausragende, zum Teil einzigartige Einrichtungen in Köln. Neben dem Flughafen und dem Deutschen Zentrum für Luft- und Raumfahrt (DLR) ist das



unter anderem die europäische Luftsicherheitsbehörde EASA. Auch das Institut für Luft- und Weltraumrecht an der Kölner Universität mit seiner über 90-jährigen Ge-



Köln, das deutsche Houston am Rhein – mit dem EAC Astronautenzentrum, dem Deutschen Zentrum für Luft- und Raumfahrt und vielem mehr

schichte oder das Institut für Physiologie im Weltraum an der Deutschen Sporthochschule Köln sind dafür Beispiele.

Das Themenjahr wartet mit einem umfassenden Veranstaltungskalender auf. Von den Space Days der Sporthochschule bis zur Nacht der Technik. Vom Tag der Luft- und Raumfahrt des DLR bis zum Family Day des Köln Bonn Airport. Im Sommer eröffnet das „Envihab“ die neue Forschungsanlage des Instituts für Luft- und Raumfahrtmedizin. Dort wird die Wirkung verschiedenster Umweltbedingungen auf den Menschen untersucht. Zum Beispiel werden Auswirkungen der Schwerelosigkeit auf den menschlichen Körper, wie Muskelabbau, erforscht. Solche Forschungsergebnisse sind nicht nur für die Raumfahrt, sondern auch für die Alltagsmedizin nutzbar.

Köln – das deutsche Houston

Ein weiteres absolutes Highlight mit weltweiter Ausstrahlung: 80 Weltraum erfahrene Astronauten und Kosmonauten halten im Juli ihr Jahrestreffen in Köln ab.

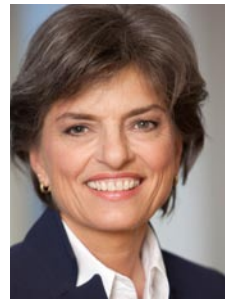
Also: Geballtes Astronauten-Wissen zu Gast in Köln. Kein Zufall. Schließlich ist Köln auch Sitz des European Astronaut Centre. Und in diesem Astronautenzentrum werden alle europäischen Raumfahrer auf ihre Missionen vorbereitet. Als Hauptsitz des Deutschen Luft- und Raumfahrtzentrums bezeichnet das DLR Köln als das deutsche Houston. Das Themenjahr Luft- und Raumfahrt 2013 steht also par excellence für Hightech-Kompetenz in Köln.

Internationale Top-Adressen

Aber auch in anderen Technologie-Bereichen gehört Köln zu den Top-Adressen. Erst Anfang März hat das DLR ein neues Kompetenzzentrum eröffnet. Hier dreht sich alles um keramische Werkstoffe für die Energietechnik und Thermische Speichertechnologien. Wissenschaftler der DLR-Institute für Werkstoff-Forschung, Solarforschung und Technische Thermodynamik arbeiten gemeinsam an Lösungen für eine nachhaltige Energieversorgung.

Kölner Unternehmen wie die Energiebau Solarstromsysteme GmbH befassen sich mit erneuerbaren Energien. Das 1983 gegründete Unternehmen ist einer der führenden Anbieter von Solarstromanlagen in Europa. Der TÜV Rheinland ist international führendes Prüfunternehmen für Solarsysteme. In der Kölner Flagsol GmbH sind alle Aktivitäten und Kompetenzen der Ferrostaal Gruppe im Bereich der erneuerbaren Energien und der Energieeffizienz konzentriert. Als Projektentwickler und Technologiegeber ist Flagsol traditionell auf Parabolrinnen-Technologie spezialisiert. Viele Kölner Unternehmen haben sich dank ihrer Innovationskraft zu internationalen Marktführern entwickelt. Solche Hidden Champions transportieren innovative Produkte aus Köln in alle Welt.

Ein Pfund, mit dem Köln international wuchern kann. 



Ute Berg, Dezernentin für Wirtschaft und Liegenschaften der Stadt Köln



Köln ist eine Stadt mit Tradition

Themenjahr der Wissenschaftsrunde

Da gibt es neben der 2000-jährigen Stadtgeschichte den Medienstandort Köln und den Hochschulstandort mit zahlreichen Hochschulen und Forschungseinrichtungen. Nicht nur zum Themenjahr „Luft- und Raumfahrt“ gibt es nähere Informationen unter:

www.koelner-wissenschaftsrunde.de

Ein Unternehmen für Zukunftsorientierte Energiesysteme

Blauwerk

Mit unserem Markenpartner deenergie realisieren wir Solaranlagen und Energiespeicher für eine zunehmend unabhängige Energieversorgung. Somit leisten wir einen Beitrag zur emissionsfreien und umweltfreundlichen Stromversorgung mit klaren finanziellen Vorteilen für unsere Kunden. Diese werden in die Lage versetzt, ihren Strom autark günstiger herzustellen als der Markt.

Wir realisieren Niedrigenergiehäuser, Plusenergiehäuser, selbstversorgende Betriebe und weitere Konzepte für Zukunftsorientierte Energiesysteme. Blauwerk setzt auf namhafte Hersteller als Zulieferer für Qualitätskomponenten und lange Gewährleistungsansprüche.

Blauwerk GmbH & Co. KG

Gottfried-Hagen-Str. 60-62
51105 Köln

Telefon +49 (0) 221 16 88 16 66
Fax +49 (0) 221 16 88 16 67

info@BlauwerkEnergie.de
www.BlauwerkEnergie.de



Parken macht Spaß



Autofahrer haben jetzt eine Sorge weniger! ampido ist ein Marktplatz zur Vermietung von privaten Parkplätzen, Stellplätzen und Garageneinfahrten. Wenn Parkplatzbesitzer ihre Parkmöglichkeit gerade selbst nicht brauchen, z.B. weil sie zur Arbeit gefahren sind, können sie ihren Parkplatz während dieser Zeit der ampido community zur Verfügung stellen und auf diese Weise viel Geld verdienen.

Auf www.ampido.com können Parkplatzsuchende im Voraus oder auch spontan mit der mobilen ampido app den nächstgelegenen Parkplatz am Zielort finden. Diesen können sie direkt buchen und sich bequem dorthin routen lassen. Die Zahlungsabwicklung übernimmt ampido. Wenn auch Sie Ihren Parkplatz vermieten und damit Geld verdienen möchten, schreiben Sie einfach an parkplatz@ampido.com.

ampido GmbH

Geschäftsführer:
Yasotharan Pakasathanan, Adalbert Rajca

Gottfried-Hagen-Str. 60-62
51105 Köln

Telefon +49 (0) 221 67 76 911

www.ampido.com
kontakt@ampido.com
facebook.com/ampido



Nicht nur Text kommt aus dem Drucker!



Im August 2012 startete das deutsche Unternehmen iRapid mit dem Verkauf des selbst entwickelten 3D Druckers. iRapid wie der Name schon sagt: rasch und zügig. Das Ziel war ein einfaches Modell zu schaffen, das auf jeden Schreibtisch passt und das sich jeder leisten kann. Es handelt sich hier nicht um einen Bausatz. Es ist ein Fertigergerät, vorkonfiguriert und sofort einsatzbereit. An erster Stelle steht das Entwickeln und Verkaufen von 3D Druckern. Was die Zukunft des 3D Druckers in Deutschland angeht ist iRapid optimistisch. Viktor Hugo hat es schon klar angedeutet: „Nichts ist mächtiger als eine Idee, deren Zeit gekommen ist.“ *Andela Jovic*

iRapid UG (haftungsbeschränkt)

Geschäftsführer: Mirjana Jovanovic
Dipl.-Ing. Hakan Okka

Gottfried-Hagen-Str. 60-62
51105 Köln

Telefon +49 (0) 221 16853089
info@irapid.de
www.irapid.de



Innovative Kleinwindanlagen – einzigartige Regelungstechnologie

enbreeze

Die enbreeze GmbH ist ein junges Unternehmen aus dem Bereich der erneuerbaren Energien. Anhand einer

einzigartigen Regelungstechnologie entwickelt enbreeze innovative Kleinwindanlagen, die sich durch ein filigranes Design, eine einfache Installation und einen geräuschfreien Betrieb bei attraktiven Anlagenkosten auszeichnen.

enbreeze hat im Dezember 2012 seine erste Pilotanlage erfolgreich auf dem Bio-campus Cologne installiert. Erste Pilotprojekte mit ausgewählten Kunden sind in Vorbereitung. Mit der ersten Anlage, der Nimbus professional (1,5 kW Nennleistung) bietet enbreeze insbesondere Unternehmen und Kommunen eine attraktive Möglichkeit eigenen Strom zu erzeugen und gleichzeitig das grüne Engagement auf innovative Weise zu kommunizieren.

enbreeze GmbH

Nattermannallee 1

50829 Köln

Telefon +49 (0) 221 99 79 19 72

Fax +49 (0) 221 99 78 32 01

info@enbreeze.com

www.enbreeze.com

Die Kölner Life Science – Standorte

BioCampus Cologne



Rechtsrheinisches Technologie- und
Gründerzentrum Köln GmbH

Zwei 1. Adressen

für aufstrebende Biotech-Unternehmen

Die leistungsstarken Partner bieten attraktive Büro- und Laborflächen, umfangreichen Service, aktive Netzwerke und vieles mehr ...

www.biocampuscologne.de
www.rtz.de



AyoxxA Biosystems wächst mit drei Millionen Euro Venture Capital Runde am BioCampus Cologne



AyoxxA ist ein junges Biotechnologie-Unternehmen, das 2010 als Spin-off der National University of Singapore (NUS) gegründet wurde. Mit der AyoxxA Biosystems GmbH wurde

im Frühjahr 2012 ein zweiter Firmensitz am BioCampus Cologne gegründet. Geschäftsführer und Mitgründer Dr. Andreas Schmidt erläutert dazu: „Wir haben international nach einem zweiten Firmenstandort neben Singapur Ausschau gehalten, um unsere einzigartige Technologieplattform zur Proteinanalyse weiterzuentwickeln und zur Marktreife zu bringen. Nach reiflicher Überlegung fiel die Wahl auf Köln, weil wir hier beste Bedingungen vorfanden und zudem gut in der Technologie- und Gründerszene vernetzt sind.“

So stieg bereits in der ersten Finanzierungsrunde von insgesamt drei Millionen Euro Ende 2012 ein Konsortium von etablierten Life Sciences Investoren bestehend aus Wellington Partners, dem Hightech-Gründerfonds, der NRW.BANK, der KfW Bank und den privaten Investoren Rainer Christine und Gregor Siebenkotten (beide frühere Gründer und CEO/CSO von amaxa biosystems) ein.

Das von Dr. Andreas Schmidt und Prof. Dr. Dieter Trau gegründete Unternehmen AyoxxA hat eine revolutionäre Technologieplattform entwickelt, mit der sogenannte „In-situ Encoded Bead-based Arrays“ (IEBA) hergestellt werden, die eine simultane Analyse unterschiedlicher Proteine genau, kostengünstig und mit sehr geringem Probeneinsatz ermöglichen. Diese neuartigen Biochips finden Anwendung in pharmakologischen Screenings, in der biologischen Forschung und in der medizinischen Diagnostik.

AyoxxA Biosystems GmbH

Geschäftsführer: Dr. Andreas Schmidt

Nattermannallee 1 | S 20
50829 Köln

Telefon +49 (0) 221 22 25 29-0

Fax +49 (0) 221 22 25 29-11

info@ayoxxa.com

www.ayoxxa.com

Personalisierte Medizin am Standort Köln



Die Sividon Diagnostics GmbH wurde im Juli 2010 als Management Buy-Out der Firma Siemens Healthcare Diagnostics Products am Standort Köln gegründet. Ziel

des Sividon-Teams aus erfahrenen Wissenschaftlern und Managern ist es, die Qualität der therapiebegleitenden Diagnostik in der Onkologie nachhaltig mit ihren Produkten zu steigern. So könnten zukünftig Therapieentscheidungen bei Krebserkrankungen – insbesondere Brustkrebs – durch eine individualisierte, evidenzbasierte Diagnostik weiter verbessert werden. Auf diesem Wege wird Sividon auch durch ein international etabliertes Netzwerk renommierter Experten unterstützt.

Neben der langjährigen professionellen Erfahrung in der Molekularen Diagnostik sind es die umfassenden Schutzrechte und -anmeldungen sowie die bis in das Jahr 2004 zurückreichenden Vorarbeiten, die das Unternehmen auszeichnen. Erstes Produkt aus dem Hause Sividon Diagnostics ist der Multigen-Test EndoPredict®, der für die Prognosebestimmung bei Mammakarzinom eingesetzt wird.

Sividon Diagnostics GmbH

Geschäftsführer:

Dr. Christoph Petry; Dr. Georg Kox

Nattermannallee 1 | S19
50829 Köln

Telefon +49 (0) 221 669 561-70

Fax +49 (0) 221 669 561-99

info@sividon.com

www.sividon.com

Wegbereiter für die personalisierte Krebsmedizin

BLACKFIELD Blackfield unterstützt Pharmapartner im Rahmen langfristiger Kollaborationen bei der Entwicklung zielgerichteter Krebsmedikamente. Der Einsatz modernster genomischer Analysen ermöglicht es, Tumor- bzw. Patienten-spezifische Genomdaten therapeutisch nutzbar zu machen und in maßgeschneiderte Therapien zu übersetzen. Blackfield's Kernkompetenz liegt vor allem in der bioinformatischen Auswertung und Interpretation genomischer Daten. Diese begründen das Wissen um Tumor-relevante Signalwege, mögliche Resistenzmechanismen und individuelle genetische Veränderungen von Patienten. Blackfield leistet damit einen essentiellen Beitrag für die Wirkstoffentwicklung im Bereich der personalisierten Medizin. Blackfield arbeitet eng mit dem Labor des Gründers Prof. Roman Thomas an der Universität Köln zusammen. Seine langjährige Expertise im Feld der Krebsgenomanalyse spiegelt sich in zahlreichen Publikationen wider, mehr dazu finden Sie auf der Homepage. 

BLACKFIELD AG

Vorstand: Dr. Andreas Jenne

Gottfried-Hagen-Straße 60-62
51105 Köln,

Tel.: + 49 (0) 221 88 82 38-0

Fax: + 49 (0) 221 88 82 38-22

info@blackfield.de

www.blackfield.de

1. April 2013

LAST
CALL

Neues Unternehmen im RTZ

Cryotherapeutics – ein Medizintechnik-Unternehmen für innovative Entwicklungen im Bereich der Kryotherapie, ist am 1. April ins RTZ gezogen. Vier Gründer aus Großbritannien, USA und Kanada bieten als erstes Produkt ein neues Kathedersystem für die interventio-nelle Kardiologie an. *Informationen: www.cryotherapeutics.com*

Der Oberbürgermeister



Stadt Köln



Erfolgreich in die Selbstständigkeit

			effizient	
unbüro- kratisch			hilfreich	schnell

Gründungsberatung

Telefon: 0221/221-33 666

STARTERCENTER [^] NRW.

Amt für Wirtschaftsförderung · Gründungsberatung · Willy-Brandt-Platz 2 · 50679 Köln
startercenternrw@stadt-koeln.de · www.stadt-koeln.de

HiPo-Award kurz vor Weihnachten

Es war ein lauer Dezember-Abend kurz nach Beginn der Adventszeit in 2012. Wie jedes Jahr hatten sich zahlreiche Besucher zum adventlichen Abend in der HIGHTEC-Lounge des RTZ eingefunden, dort, wo sich an „ganz normalen“ Tagen die Netzwerker zum Austausch bei einer Tasse Kaffee treffen. Diesmal gab es Glühwein, wie jedes Jahr. Und es gab einen Award, fast wie jedes Jahr, diesmal für das


Biotec-Unternehmen „Cells Kitchen“. Heinz Bettmann berichtete über das Jahr 2012 im RTZ. Viele Gründer wurden beraten, mehr als 12 neue Unternehmen konnten im RTZ angesiedelt werden. Das war für das Team des RTZ mit viel Arbeit verbunden. Und so ließ Heinz Bettmann es sich nicht nehmen, sich bei seinem Team in besonderer Weise zu bedanken.



Glühweinempfang im RTZ und den HiPo-Award für Cells Kitchen.

Und natürlich geht es weiter. Im RTZ mit dem Reiss Profile Coaching, bei NUK mit dem Businessplan-Wettbewerb: www.neuesunternehmertum.de und www.rtz.de



Das Gründerteam „Cells Kitchen“ wurde als „High-Potential Company des Jahres 2012“ in den Räumen des RTZ ausgezeichnet. Dr. Georg Pohland, Dr. Anja Buchheiser und Dr. Simon Waclawczyk nahmen freudestrahlend den begehrten Award entgegen. Sie dürfen nun das Reiss Profile Leistungscoaching des RTZ in Anspruch nehmen. Was sich damit erreichen lässt, erläuterte Alexander Reys von step4ward im kurzen Talk zum Gründercoaching. 

Das Kölsche Grundgesetz



Der RheinZeiger ist ein Magazin aus Köln. Und da gilt bekanntlich das „Kölsche Grundgesetz“. Viele kennen es, andere weniger. Wir möchten es erklären – auch für „Imis und Fremde“. Ach ja: Imis – das ist die liebevolle Bezeichnung für Menschen, die nicht zu den „original-Kölnern“ gehören. Und für die gilt das Kölsche Grundgesetz natürlich auch. Erste Übersetzung und Erklärung von §§ 1 und 2 dieses einzig wahren Grundgesetzes konnten Sie ja bereits im letzten RheinZeiger, Ausgabe 20, finden. Hier werden nun §§ 3 und 4 vorgestellt.

§ 3: Et hät noch immer joot jejang.

Dieser unerschütterliche Optimismus begründet sich auf Erfahrungen aus der Vergangenheit und Vertrauen in die Zukunft. Was soll schon passieren, wenn sich die Umstände „nur ein klein wenig“ geändert haben oder „etwas gebeugt“ werden müssen. Jahrelange Erfahrungen auf allen denkbaren Gebieten können doch nicht lügen und warum soll sich das ausgerechnet jetzt ändern.

„Es ist bisher noch immer gut gegangen.“

§ 4: Wat fott es, es fott.

Es hat überhaupt keinen Zweck, Dingen, die gewesen sind, nach zu jammern. Dadurch kann man schließlich nicht erreichen, Vergangenes zurück zu holen. Folgerichtig greift hier wieder §1 und man widmet sich wieder den wichtigen Dingen und Entscheidungen des Lebens. Beispielsweise bei einem netten „Klaaf un nem lecker Kölsch oder zwei oder drei ...“

„Was fort ist, ist fort“ – (weg is weg).

Fortsetzung folgt!





Gruppenbild
der Preisträger
aus Stufe 1

NUK-Prämierung kurz vor Ostern

Ein gesunder Hafersnack für die Hosentasche, das perfekte Nährpaket für zu Hause und eine Revolution auf dem Rollstuhlmarkt. Der 16. NUK-Businessplan-Wettbewerb zeigt, dass die Ideen junger Gründer aus dem Rheinland innovativ und vielseitig sind. Drei Unternehmen erhielten als Hauptpreise je 500 Euro für ihre Businessplan-Skizze in Stufe 1 des Wettbewerbs, fünf Unternehmen durften 250 Euro als Förderpreis entgegennehmen. Fünf weitere Teams waren nominiert.

Mit Spannung haben 128 Gründerteams auf diesen Abend gewartet. Sie alle haben ihr Unternehmenskonzept beim NUK-Businessplan-Wettbewerb eingereicht, die 13 Besten

von ihnen wurden in Stufe 1 für Haupt- und Förderpreise nominiert. Dafür hatten die Gutachter rund 250 Gutachten geschrieben. Die Hauptpreise gingen an die Gründer von DESINO, myAssistants und mydec. Das Team von DESINO hat einen innovativen Rollstuhl mit dynamischer Sitzfläche entwickelt. myAssistants will ein Internetportal für Gehörlose aufbauen und sie dort besser mit Dienstleistern und öffentlichen Institutionen verknüpfen. Die Gründer von mydec aus Sankt Augustin haben eine Software entwickelt, die manuell und automatisch Medien erschließt und so ein nützliches Werkzeug für Bibliotheken und Medienorganisationen sein kann.



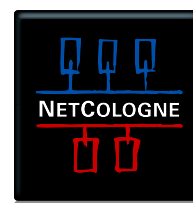
DREHEN SIE JETZT AN DER KOSTENSCHRAUBE!



Diese drei ergänzen sich perfekt: Kombinieren Sie **Festnetz, Internet und Mobilfunk** ganz nach Ihrem Bedarf und sparen Sie in jedem Fall! Je mehr Produkte Sie wählen, umso mehr Preisvorteile gibt es für Sie. Und umso mehr Leistung und Qualität dürfen Sie erwarten. Profitieren Sie jetzt von der flexiblen Kombination unserer drei Top-Produkte.

Infos: 0800 2222-550 oder netcologne.de/business

WEIL UNS VIEL VERBINDET



Aspekte des Qualitätsmanagement in jungen Unternehmen – Teil II

Das kann ich besser!

Überall wird es erwartet: Existenzgründer sind sich bei ihren Produkten ganz sicher. Sie hören davon, wenn beim Businessplan-Check vom USP (Unique Selling Proposition) die Rede ist, dem Alleinstellungsmerkmal. Berater empfehlen immer wieder die Zertifizierung nach ISO-Norm 9001 und Kunden erwarten dies beim Kauf von Produkten ganz selbstverständlich. Die Rede ist von Qualität. Gefordert wird ein Qualitätsmanagement im Unternehmen, letztendlich mit dem Ziel, das Produkt selbst mit der höchstmöglichen Qualität auszustatten. Aber was ist wirklich wichtig in Zusammenhang mit der Frage nach Qualität? Und wie kann ein Gründer Qualität – und/oder Kundenzufriedenheit – sicherstellen?

Was ist Kundenzufriedenheit, wie kann man sie messen und was bedeutet sie für die Produktqualität?

In Teil I haben wir versucht, Produktqualität zu definieren. Wir haben das Produkt selbst unter die Lupe genommen, seine Funktion, seine Gebrauchsfähigkeit. Da war die Rede von Material, Design, Haltbarkeit, aber auch Wirtschaftlichkeit bei der Nutzung oder Fehlerquote bei der Herstellung. All diese Dinge haben etwas mit Produktqualität zu tun, all diese Dinge sind Teil des USP.

Und was sagt der Kunde? Wenn alle der beschriebenen Faktoren optimal erfüllt sind, ist das Produkt dann gut, erhält es automatisch positive Bewertungen durch den Kunden? Anders gefragt: Ist die Qualität eines Produktes unzureichend, wenn der Kunde es schlecht bewertet?

Wir hatten Sie aufgefordert, das Internet nach der Qualität Ihres Produktes zu befragen. Ohne Sie kontrollieren zu wollen – haben Sie einmal nachgesehen? Wenn ja, sind Sie mit dem Ergebnis zufrieden? Haben Sie Kommentare Ihrer Kunden gefunden? Oder haben Sie nichts gefunden – in dem Fall: Ist Ihr Produkt also gut?

Nein, dieser Beitrag will Sie nicht ärgern. Aber Sie werden auch zustimmen, dass es hilfreich sein kann, eine Bewertung des Produktes von Kunden zu bekommen. Diese Bewertungen muss man aber nicht ausschließlich im Internet suchen. Eine solche „anonyme“ Befragung macht gesuchte Information nicht besser. Die direkte Ansprache des Kunden schafft Vertrauen und bindet vielleicht sogar den Kunden an Ihr Unternehmen. Kundenbefragungen sind nicht schwierig und erfordern in der Regel auch keinen großen Aufwand. Sie fördern die Kommunikation mit dem Kunden, also dem Markt, und liefern nicht selten Detailinformationen und Bewertungen des Unternehmens, die sich bei den „Globalbewertungen“ im Internet nicht unbedingt finden lassen.

Für Kundenbefragungen gelten zwei wichtige Regeln: Sie müssen gut vorbereitet werden, und sie sind Chefsache.

Zur Vorbereitung: Am besten erstellt man einen Fragebogen. Dieser sollte schnell und zügig – in möglichst nicht mehr als 5 Minuten – abzuarbeiten sein. Es kommt also darauf an, wenige gezielte Fragen auszuarbeiten, die mit kurzer(!) Rückmeldung beantwortet werden können. Dazu eignet sich am besten eine kleine Matrix zum Ankreuzen vorgegebener Antworten. Gerne Skalierungen („trifft völlig zu“ bis „trifft gar nicht zu“) oder auch Benotungen. Nach Möglichkeit sollte man aber auch zu einigen wenigen Aspekten Kommentare oder Vorschläge zulassen.

Die Fragen sollten natürlich in Sachen Produktqualität hilfreich sein. Also werden die Aspekte abgefragt, die unmittelbar mit der Produktqualität zu tun haben (vgl. Teil I).

Aber, wie oben ausgeführt, zählen für den Kunden auch noch weitere Punkte. Da spielt die termingerechte Lieferung ebenso eine Rolle wie die Kompetenz und Freundlichkeit seiner Ansprechpartner, also Ihrer Mitarbeiter. Auch diese Abfrage kann sehr hilfreich sein.

Durchführung der Aktion

Ankündigung Viele Kunden freuen sich, wenn sie persönlich im Nachgang des Auftrages auf ihre Zufriedenheit hin befragt werden. Dennoch möchten viele nicht mit einer solchen Aktion „überfallen“ werden. Hier empfiehlt es sich, bei Lieferung des Produktes schon die Befragung anzukündigen. Dies zeigt gute Kommunikation und richtig angekündigt fühlt sich der Kunde geehrt (seine Meinung zu Ihrem Unternehmen ist wichtig). Er ist vorbereitet und gibt mit großer Wahrscheinlichkeit objektive Antworten. Zudem erhöht dies die Chance, überhaupt einen Rücklauf des Fragebogens zu bekommen – sofern Sie schriftlich mit ihm kommunizieren.



Telefon / Mail / Brief Die Art der Kommunikation ist auch zu überlegen. Bei der schriftlichen Kommunikation (per Brief oder Mail) gibt es eine Ausfallquote, und die

sollte möglichst klein sein. Nicht selten muss man nachtelefonieren um Feedback zu bekommen, denn solche Fragebögen haben beim Kunden nicht unbedingt höchste Priorität (außer im Falle einer Reklamation ...). Die telefonische Befragung führt meistens zum Feedback; im Falle der Ankündigung sowieso. Es ist auch erlaubt, Kunden für die Antworten zu belohnen. Dies muss man vorher nicht ankündigen (evtl. würde das sogar die Antworten verfälschen). Aber man kann dies bei telefonischer Befragung am Ende mitteilen oder bei schriftlicher Befragung durch Zusendung eines „Dankeschön“ überraschen.

Interne Kommunikation Der Fragebogen sollte auch Feedback auf den Service, also auf die eigenen Mitarbeitern (s. o.), geben. Um nicht das Gefühl einer „heimlichen Kontrolle“ zu schüren, sollten die Mitarbeiter darüber informiert sein. Es ist also wichtig, dies im eigenen Unternehmen zu kommunizieren – ohnehin ein wichtiger Bestandteil von „Corporate Identity“.

Feedback an den Kunden / Auswertung Wie geht man nun mit dem Feedback des Kunden um? Eine wichtige Grundregel gibt es hier: Niemals unmittelbar, etwa im Telefonat, die Antworten des Kunden kommentieren. Insbesondere dann nicht, wenn eigene Mitarbeiter kritisiert werden. Diskussionen, die am Ende einen negativen Eindruck hinterlassen, müssen auf jeden Fall vermieden wer-

den. Es gilt immer, zunächst die Objektivität der Antwort zu prüfen. Daher kann es außer einem Dank für die Antworten nur den Hinweis geben, dass man der Sache nachgeht. Und erst dann sollte ggf. erneut das Gespräch gesucht werden.

Umfrage – und dann? Keine Frage: Wenn man ein Feedback des Kunden eingeholt hat, muss dieses ausgewertet und das Ergebnis umgesetzt werden. Wenn also das Produkt ganz offensichtlich verbessert werden kann, muss man es verbessern. Wenn Mitarbeiter geschult werden müssen, sollte man sie schulen. Und wenn der Kunde Mitarbeiter gelobt hat, sollte man dieses Lob auch weitergeben. Denn nichts motiviert mehr als Lob, und die Qualität des Produktes wird evtl. von ganz allein besser ...

Liefere ein gutes Produkt und rede darüber!

Was kann nun ein Gründer mit all dem anfangen? Wie wäre es mit einem Konzept zur internen Kommunikation der Qualitätsziele im Unternehmen? Auch intern kann man Feedback abfragen: Ideen zur Produktverbesserung, Produktionsoptimierung, zusätzlich möglicher Serviceleistungen am Kunden, verbesserter Kommunikation, Vereinfachung bzw. Automatisierung von Abläufen, u.v.m. Alles das ist auch ein wesentlicher Teil des eigenen USP.

Dr. Heinz Bettmann

Das Thema „Qualitätsmanagement“ wird fortgesetzt. In der nächsten Ausgabe berichten wir im Teil III über Zertifizierungen und QM-Handbücher und deren Nutzen.

Rechtliche Probleme bei der Nutzung von Social Media durch Start-Ups

Fallen beim Social Media Marketing

Die Nutzung von Social Media durch Start-ups bietet viele „Stolperfallen“, die nicht unterschätzt werden sollten. Verstöße z.B. gegen die zu beachtenden Pflichten des Telemedien- („TMG“) sowie des Bundesdatenschutzgesetzes („BDSG“) können mit einer empfindlichen Geldbuße belegt werden. Zudem nehmen Wettbewerber Verstöße gegen die oben genannten Gesetze gerne zum Anlass, um ihrerseits Ansprüche wegen „unlauterem Verhalten“ im Sinne des UWG geltend zu machen. Auch dies kann, allein wegen den mit einer Abmahnung verbundenen Anwaltskosten, kostspielig werden. Im Folgenden geben wir einen Überblick über einige der typischen „Stolperfallen“ und wie diese am besten bewältigt werden, um den Social Media-Auftritt ihres Unternehmens zu einem Erfolg werden zu lassen.



Christopher Götz, LL.M. (New York) ist Rechtsanwalt im Bereich Intellectual Property and Technology bei DLA Piper UK LLP in Köln. Er berät u.a. regelmäßig Start-ups in Bezug auf den rechtskonformen Umgang mit Social Media.

Impressumpflicht

Unternehmen, die Social Media Tools (Facebook-Seite, YouTube Kanal) zu Marketingzwecken betreiben, müssen die Impressumspflicht nach § 5 Abs. 1 TMG beachten.

Bereits das bloße Betreiben einer Website, die als „Visitenkarte“ des Unternehmens gelten soll, macht aus einem Unternehmen einen „Diensteanbieter“ im Sinne des § 2 Nr. 1 TMG und eröffnet damit den Anwendungsbereich des TMG. Erst Recht gilt dies für das Betreiben von Social Media Tools, z.B. eines YouTube Kanals, zu Marketingzwecken. Dies hat zur Konsequenz dass die nach § 5 Abs. 1 Nr. 1-7 TMG erforderlichen Angaben – insbesondere der Name der Gesellschaft, ihre Anschrift, die Möglichkeit der elektronischen Kontaktaufnahme, die Rechtsform, die Handelsregisternummer sowie ggf. die Steueridentifikationsnummer – auf der Website oder dem Social Media Tool (i) leicht erkennbar, (ii) unmittelbar erreichbar und (iii) ständig verfügbar zu halten sind.

Sollte das Social Media Angebot „journalistisch-redaktionell“ einzustufende Beiträge enthalten, was im Einzelfall geklärt werden muss, sind zusätzliche Anforderungen zu beachten, insbesondere die journalistische Sorgfaltspflicht gem. § 54 Abs. 2 RStV. Danach wären die Beiträge vor der Veröffentlichung auf Inhalt, Herkunft und Wahrheit zu prüfen.

Datenschutzerklärung/Social Plugins

Regelmäßig werden im Rahmen der Verwendung von Social Media „personenbezogene Daten“ eines Nutzers, d.h. Einzelangaben über persönliche oder sachliche Verhältnisse einer bestimmten oder bestimmbarer Person

(§ 3 Abs. 1 BDSG), gesammelt – z.B. das Alter, die Adresse oder auch bloß die IP-Adresse des Nutzers, letzteres bei der Verwendung von „Cookies“ bzw. Google Analytics. Das Unternehmen, das die Daten sammelt ist als „verantwortliche Stelle“ im Sinne des § 3 Abs. 7 BDSG verpflichtet, die Nutzer mittels einer Datenschutzerklärung in allgemein verständlicher Form über die Art und den Zweck der Nutzung der personenbezogenen Daten zu informieren (§ 13 Abs. 1 TMG).



Probleme wirft insbesondere die Einbindung von Social Plugins (Facebook „Like“ Button, Google+, Twitter etc.) auf. Durch das direkte Einbinden von solchen Plugins wird in der Regel bereits durch den Aufruf der Website durch den Nutzer eine Datenübertragung an den jeweiligen Anbieter des Plugins ausgelöst. Nach einem Beschluss der obersten Aufsichtsbehörden für den Datenschutz im nicht-öffentlichen Bereich (Düsseldorfer Kreis) ist das direkte Einbinden von Social Plugins deshalb ohne hinreichende Information der Nutzer und ohne ihnen die Möglichkeit zu geben, die Datenübertragung zu unterbinden, unzulässig. Da bei Einbindung von Social Plugins gewöhnlich nicht erst Informationen an den Netzwerkbetreiber übermittelt werden, wenn der Button gedrückt wird, sondern schon bei Aufruf der Seite (s.o.), ist die Verwendung einer Datenschutzerklärung allein wohl nicht ausreichend, um Datenschutzkonform zu handeln. Die Internetseite sollte vielmehr bei dem erstmaligen Aufruf ohne aktiviertes Plugin angezeigt werden.

Haftung für eigene und fremde Inhalte


Diensteanbieter (s.o.) sind gem. § 7 Abs. 1 TMG nicht nur für eigene Informationen, die über Social Media verbreitet werden, verantwortlich, sondern auch für Drittinhalte, die er sich „zu eigen macht“.

Von einer solchen Aneignung fremder Inhalte ist nach Auffassung der Rechtsprechung bei Webseitenbetreibern u. a. dann auszugehen, wenn „einem verständigen Internetnutzer der Eindruck vermittelt wird, dass auch der Betreiber der Internetseite die inhaltliche Verantwortung



für die auf der Seite eingestellten Inhalte übernimmt“ (LG Hamburg, MMR 2012, 404, 405 – GEMA). Für die Annahme einer Aneignung fremder Inhalte kann u. a.

eine redaktionelle oder inhaltliche Überprüfung der fremden Inhalte durch den Diensteanbieter vor der Veröffentlichung sprechen oder die Art ihrer Präsentation (BGH, GRUR 2010, 616, 618 – marions-kochbuch.de). Liegen die oben genannten Voraussetzungen vor, ist die Verwendung eines „Disclaimers“ (z.B. „Wir übernehmen keine Verantwortung für die Inhalte Dritter“) wohl nicht geeignet, die Haftung für diese Drittinhalte auszuschließen.

Schließlich kann der Diensteanbieter nach den Grundsätzen der „Störerhaftung“ für rechtsverletzende Drittinhalte auf Unterlassung in Anspruch genommen werden, z.B. für von Nutzern hochgeladene Kommentare oder Fotos auf einer Facebook-Fanseite, sofern der Diensteanbieter – ohne Täter oder Teilnehmer zu sein – in irgendeiner Weise willentlich und adäquat kausal zur Verletzung des geschützten Rechts beiträgt (BGH, GRUR 2011, 152 – Kinderhochstühle im Internet): zum Beispiel durch die Bereitstellung des Social Media Tools, das die Rechtsverletzung erst möglich macht. Die Haftung setzt nach ständiger Rechtsprechung jedoch immer die Verletzung einer „zumutbaren Prüfpflicht“ voraus, deren Umfang sich nach den jeweiligen Umständen des Einzelfalls bestimmt. Die von den Nutzern der Social Media Tools hochgeladenen Inhalte sollten daher regelmäßig auf ihre Rechtmäßigkeit überprüft werden. Inhalte, die offensichtlich rechtswidrig sind, sollten umgehend gelöscht werden. 

15. Mai 2013

LAST
CALL

Präsentation High Potential Companys

Am 15. Mai 2013 stellen die regionalen Gründerzentren ihre Arbeit im „HiPo-Projekt“ vor. Zum Abschluss des Förderprojektes wird im Olympiamuseum Köln, ab 18:00 Uhr das Reiss Profile Coaching ebenso vorgestellt wie die Award-Gewinner der letzten drei Jahre.

Dabei sein ist Alles, Eintritt frei, Anmeldungen bis zum 7. Mai 2013 bitte an: info@rtz.de

Informationen zum Projekt: www.gipfelstürmer-gesucht.de.

Rechtsrheinisches Technologie- und Gründerzentrum Köln GmbH

Hier haben Gründer
Zeit und Raum!
Büros • Labore • Coaching • Kontakte



Gut beraten gründen und
sicher wachsen!

Geschäftsidee! Und nun?

- ein ruhiger Ort fürs Konzept?
- ein Schreibtisch als Kurzzeitbüro?
- ein Coach mit den richtigen Tipps und Kontakten?
- ein paar Gleichgesinnte zum Diskutieren?
- für ein paar Wochen oder Monate?
- zu einer Monatspauschale ab 50 Euro?

Das alles bietet das RTZ!



Das Start-Angebot
für clevere Gründer
mit Plan!

RTZ Köln GmbH
Gottfried-Hagen-Str. 60-62
51105 Köln
Telefon +49 (0) 221 / 83 911 0
E-Mail info@rtz.de

www.rtz.de

Get!nVited bringt Studenten und Unternehmen in 30 Sekunden anonym zusammen

Hilfe für Unternehmen beim Kampf um die besten Köpfe

Unternehmen stehen vor der zunehmend schwierig werdenden Aufgabe, qualifizierte Studenten und Uni-Absolventen für Ihr Unternehmen zu gewinnen. Besonders Betriebe fernab des börsialen Rampenlichts haben es schwer sich als attraktive Arbeitgeber zu präsentieren. Im Vergleich zu der schillernden Konkurrenz fehlen diesen Unternehmen oft Ressourcen, um die fragmentierte Hochschullandschaft hinreichend zu bearbeiten. Dabei bieten mittelständische Betriebe große und individuelle Karrierewege und übertrumpfen als „Hidden Champions“ häufig sogar die bekannten Konzerne.

get!nVited

Geschäftsführer: Sebastian Schaefer, Matthias Blauth
 Haus Gravener Straße 17, 40764 Langenfeld
 Telefon +49 (0) 2173 29 76 904
getntouch@getnVited.de, getnVited.de

Die Anforderungen an Absolventen sind dabei dieselben: Jedes Unternehmen sucht die besten Köpfe; und diese finden sich häufig in studentischen Initiativen. Das sind Vereine, die engagierten Studenten die Möglichkeit geben, schon während ihres Studiums Verantwortung zu übernehmen und teils beeindruckende Projekte

erfolgreich zu realisieren. So organisieren Studenten der Universität zu Köln beispielsweise um den jährlich stattfindenden World Business Dialogue, auf dem über 300 Studenten aus der ganzen Welt und 300 Unternehmer über wirtschaftliche Themen diskutieren. – Nur ein Beispiel von über 500 studentische Initiativen im Deutschland.

Gegründet von drei Studenten, ist get!nVited der effiziente Weg des Recruitings. Studenten laden ihren Lebenslauf auf getnVited.de hoch, dieser wird anonymisiert in der Datenbank abgelegt. Unternehmen können die anonymen Studenten-Profilen effizient filtern und Kontaktanfragen an Studenten senden. Letztere entscheiden, ob sie das Kontaktangebot annehmen möchten und damit die Kontaktdaten für die Unternehmen freischalten. Bei Bedarf wird die Suche auch direkt von dem Team hinter get!nVited durchgeführt.

Somit ermöglicht getnVited.de Unternehmen den zentralen Zugriff auf einen großen, ständig wachsenden Pool an qualifizierten Studenten. Zwar ist das Konzept bereits am Markt bekannt, jedoch in seiner Konsistenz einmalig: Die Daten der Studenten werden sicher bewahrt und anonymisiert; und nicht wie bei einigen Alternativen z.B. für Werbezwecke vermarktet. Zudem ist die Qualität und Aktualität der Profile beeindruckend hoch und auch die angebotenen Karriereperspektiven scheinen bei den Absolventen gut anzukommen: In nur drei Monaten hat sich bereits eine zweistellige Anzahl an Absolventen für ein über getnVited.de erhaltenes Festeinstieg-Angebot entschieden.

Homepage von
Get!nVited

Let Life
Sciences
meet you



Initiative für den Berufseinstieg von Absolventen

Der aktive Start in die Karriere


Die biotechnische Studenteninitiative (btS), Deutschlands größte Studenteninitiative der Life Sciences, wurde in Köln gegründet: 17 Jahre ist das bereits her und seitdem hat die btS von Köln aus ihre Präsenz in Deutschland flächendeckend ausgebaut: heute sind an 25 Hochschulstandorten über 800 Mitglieder aktiv, die mit ihrem Engagement und zahlreichen Veranstaltungen mehr Licht in die eine zentrale Frage bringen, welche jeden während des Studiums umtreibt: wie finde ich den richtigen Weg ins Berufsleben?

Besonders in den Lebenswissenschaften stehen Studierenden und Doktoranden vor einer besonderen Herausforderung; denn von biologischer, chemischer und medizinischer Grundlagenforschung über Bioinformatik bis hin zur industriellen Anwendung umfassen die Life Sciences einen riesigen Bereich. Es gibt wohl kaum eine innovativere, dynamischere und spannendere Branche für den Start in die Karriere. Die btS bietet die notwendige Orientierung in diesem weiten Feld.

Ziel der Studenteninitiative ist es, eine Brücke zwischen Theorie und Anwendung zu schlagen und schon während des Studiums das nötige Praxiswissen zu vermitteln. Im Spannungsfeld zwischen Studierenden, Unternehmen und Hochschulen organisiert die btS dazu verschiedenste Veranstaltungen: das Programm reicht von der überregionalen Jobmesse ScieCon, die jährlich in München und Bochum stattfindet, über den Wissenschaftskongress ScieTalk bis hin zu Vorträgen, Workshops und Exkursionen – stets unter dem Motto ‚Von Studenten für Studenten‘.

Mit der erfolgreichen und etablierten Vortragsreihe „Uni meets Industry“ bietet etwa das Kölner btS-Team ein exzellentes Forum, in dem sich Firmenvertreter mit Studenten

und Doktoranden aus der Domstadt über Berufsperspektiven austauschen können. Im vergangenen Wintersemester waren beispielsweise mit Boehringer Ingelheim sowie Sanofi zwei Schwergewichte der Pharma-Branche zu Gast. Doch auch Start-Ups und Forschungseinrichtungen gehören regelmäßig zu den Gästen, so wird ein breites Spektrum der Karrieremöglichkeiten abgedeckt. Die Vermittlung praxisnahen Wissens, beispielsweise durch Assessment Center-Trainings und Soft Skills-Coachings, steht neben dem Austausch von Erfahrungen bei der btS Köln genauso im Mittelpunkt.

So wird das Kölner btS-Team mit starker Präsenz und einem abwechslungsreichen Veranstaltungsprogramm auch im Sommersemester dazu beitragen, das Netzwerk zwischen Studierenden und Unternehmen auszubauen. Davon profitieren alle. 



Weitere Informationen:
www.btS-eV.de und
www.koeln.btS-eV.de



Besuchen Sie unsere kostenlosen
Informationsveranstaltungen!

www.sparkasse-koelnbonn.de/termine

Wir machen Karrieren.

Existenzgründung mit der Sparkasse KölnBonn.



Sparkasse
KölnBonn