

RheinZeiger

Innovationen und Perspektiven rechtsrheinisch

Köln, Oktober 2007



SEIT FÜNF JAHREN
INFORMATIONEN FÜR
TECHNOLOGIE-
UNTERNEHMEN

In dieser Ausgabe:

Spitzenmedizin in Köln

Mentoring für Gründer

Kreativitätstechniken II

Verhandlungsführung

REACH



Liebe Leserinnen und Leser,

Köln ist eine Stadt mit großer Geschichte, weltweit bekannt durch ihre überragenden Standort-Ikonen Dom und Rhein. Karneval, Kölsch, Großevents, Medien und Messe machen zudem immer wieder darauf aufmerksam, dass Köln auch eine besonders lebenswerte, tolerante, kulturbewusste und internationale Stadt der Gegenwart ist.

Es verwundert nicht, dass vor diesem Hintergrund die ebenfalls reichlich vorhandenen Zukunfts-Chancen des Standortes gelegentlich in den Wahrnehmungsschatten geraten – sowohl innerhalb der Stadt als auch in der Außenansicht. Zu den eher verborgenen Potenzialen zur langfristigen Erhaltung der für Vielfalt und Lebensqualität notwendigen Wirtschaftskraft gehört die hohe Leistungsfähigkeit der Wissens- und Dienstleistungswirtschaft in der Region: Köln ist viel mehr als es wahrgenommen wird, gottlob schon heute prominenter Wissenschafts- und Dienstleistungsstandort.

Zentrale und stetig wachsende Bedeutung im Trend zur wissensbasierten Dienstleistungsgesellschaft haben bekanntermaßen die Lebenswissenschaften (life sciences), insbesondere Medizin und Gesundheitswirtschaft. Aber ist Köln auch auf diesem Zukunftsfeld gut aufgestellt?

Nicht ohne Stolz verwies OB Schramma in einer Auftaktveranstaltung der Brancheninitiative „Gesundheitswirtschaft Köln“ auf die guten Standortvoraussetzungen auch auf diesem Gebiet. „Mit seinen Hochschulen, den zahlreichen Forschungseinrichtungen, einer gut ausgebauten Gesundheitsversorgung und einer wachsenden Gesundheitswirtschaft verfügen Köln und die Region bereits heute über exzellente Kompetenzen und Ausbaupotenziale im Bereich der medizinischen Spitzenforschung.“ Und er benannte als „Leuchttürme des Forschungsstandortes Köln“ u.a. das



Zentrum für Molekulare Medizin Köln (ZMMK), das Centrum für Integrierte Onkologie (CIO), das Cologne Center for Genomics (CCG), das Zentrum für Klinische Studien (ZKS) oder das Institut für Luft- und Raumfahrtmedizin des Deutschen Zentrums für Luft- und Raumfahrt (DLR) sowie die bestehenden aktiven Netzwerke wie das Stammzellennetzwerk NRW, die BioRiver-Science Initiative der Universitäten Aachen, Bonn, Düsseldorf und Köln oder BioCologne als Netzwerk der Kölner LifeScience-Unternehmen.

Angesichts der großen Herausforderungen des globalen Wettbewerbs ist es sehr zu begrüßen, dass sich die Akteure von Stadt und Region nunmehr zu einem umfassenden Aktionsbündnis „Life sciences – Gesundheitswirtschaft Köln“ verabreden wollen. Nur so kann die noch bestehende Handlungslücke geschlossen werden: Kräfte bündeln, um gemeinsame Aufgaben anzugehen, bei Förderprogrammen als leistungsfähiges organisiertes Cluster auftreten und in konzertierter Öffentlichkeitsarbeit die Attraktivität des Standortes für exzellente Wissenschaftler und Unternehmen deutlich machen.

Die Bürger der Stadt werden im Ergebnis einer weitsichtigen Standortpolitik gleich doppelt belohnt: Sie erhalten vor der Haustür ein hochwertiges Gesundheitsangebot und neue Beschäftigungschancen in einem echten Zukunftsmarkt. Eine solche Ertragschance rechtfertigt erhebliche Investitionen.

Ihr

Prof. Dr. Wolfgang Goetzke
Studiendekan Health Care Business Management
Fresenius Hochschule Köln –
gewi Institut für Gesundheitswirtschaft e.V.

Termine & Events 2007

SEPTEMBER

Science4Life 2008: Der Businessplan-Wettbewerb ist gestartet. 15 Teilnehmer früherer Wettbewerbe stellen auf der Biotechnica aus. Nähere Informationen: www.science4life.de oder auf der Biotechnica.

OKTOBER

9. – 11. Oktober 2007

BioTechnica 2007 – Die internationale Fachmesse für Biotechnologie in Hannover. Das RTZ ist hier im Verbund mit den BioPartners Cologne vertreten. Auch das Netzwerk BioCologne e. V. ist dabei – sie alle sind zu finden auf dem Gemeinschaftsstand des Landes NRW. Näheres unter www.biotechnica.com



Quelle: Informationsdienst Wissenschaft

Der Gesundheitsstandort Köln – Wissenstransfer für die Zukunft

Die Metropole Köln entwickelt sich mehr und mehr zu einem herausragenden Life-Science-Cluster. Seit einigen Jahren schon gehört Köln zu den führenden Bioregionen in Deutschland und Europa, aber auch im Bereich der Gesundheitswirtschaft hat Köln exzellente Kompetenzen aufzuweisen.

Der demographische Wandel und die moderne Medizin verbunden mit dem zunehmenden Gesundheitsbewusstsein der Menschen verändern zukünftig immer deutlicher das Leben in dieser Welt. Als weiteres Element der „wissensbasierten Wirtschaft“ entwickelt sich somit die Gesundheit zu einem Wirtschaftsfaktor, der erhebliches Innovations- und Wachstumspotenzial aufweist. Allein der so

genannte „Zweite Gesundheitsmarkt“ mit den privat finanzierten Produkten und Dienstleistungen umfasst in Deutschland bereits ein Volumen von rund 60 Milliarden Euro pro Jahr.

Auch und gerade in der Kölner Region ist das Gesundheitswesen ein wichtiger Wirtschaftssektor, der viele Arbeitsplätze bietet. Die Umsetzung von Forschungsergebnissen in innovative Produkte für zu Chancen für neue Unternehmen. Wissensbasierte Wirtschaft und Innovationstransfer sind für Köln aber nicht neu. Gerade in der sich globalisierenden Welt ist aber wichtig, das Potenzial des „Zukunftsstandortes Köln“ zu erkennen und herauszustellen.

Auf Initiative von Oberbürgermeister Fritz Schramma hat daher ein Initiativkreis mit Vertretern aus Forschung, Kliniken, Ärzteschaft und Wirtschaft Maßnahmen- und Projektvorschläge zur weiteren Profilierung und zum Ausbau des „Gesundheitsstandortes Köln“ entwickelt. Am 6. August 2007 fand im Rathaus eine gemeinsame Sitzung der Arbeitsgruppen mit Oberbürgermeister Fritz Schramma statt, bei der erste Ergebnisse vorgestellt wurden. Schwerpunkte sind:

- **Förderung und Ausbau der Spitzenmedizin in Köln:**
Vernetzung von Kompetenzen, Realisierung von Synergieeffekten, Kooperationen von Forschung und Wirtschaft
- **Profilierung der „Gesunden Stadt Köln“:**
Bündelung innovativer Gesundheitsdienste, Entwicklung neuer und Schaffung zielgruppenspezifischer Angebote
- **Realisierung eines Marketingkonzeptes für den Gesundheitsstandort Köln:**
Sicherung der überregionalen Profilierung, gezielte Vermarktung der verschiedenen Kompetenzen, Angebote und Potenziale



Der Gesundheitsstandort Köln in Zahlen

- Universitätsklinikum mit 20 Instituten und 3.500 Studierenden
- 33 Kliniken und Krankenhäuser
- 2.300 Arztpraxen, 230 Apotheken und 120 Pflegedienste
- 100.000 Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte
- Zahlreiche Hochschulen, Forschungseinrichtungen und Zentren

Zur Umsetzung der ehrgeizigen Ziele soll eine eigene Geschäftsstelle eingerichtet werden, die Koordinationszentrum und Informationsplattform sein soll.



European BioPerspectives 2007: Nachlese zu einer internationale Fachkonferenz in Köln

Köln, Spitzenregion für Biotechnik in Deutschland, war Ende Mai so etwas wie die „Hauptstadt der Lebenswissenschaften“, während der „European BioPerspectives 2007“, der größten Tagung von Biotechnologen in Deutschland, die in diesem Jahr erstmalig in Köln stattfand. Es war eine erfolgreiche Veranstaltung. Nahezu 2.000 Besucher und über 100 Aussteller ließen alle Erwartungen übertreffen.

Köln hat in den letzten zehn Jahren eine positive Entwicklung zur BioTech-Metropole aufzuweisen. Ursache sind die Standortfaktoren der Region, die beste Entwicklungsmöglichkeiten bieten. Diverse Universitäten und Fachhochschulen, zwei Max-Planck-Institute sowie zahlreiche andere Forschungseinrichtungen bieten ein erstklassiges wissenschaftliches Umfeld. Mit Biotechnik-Standorten wie dem BioCampus Cologne und der BioFactory Cologne verfügt Köln über moderne Labor- und Produktionsflächen. Gründer finden kompetente Beratung und optimale Infrastruktur im Rechtsrheinischen Technologie- und Gründerzentrum Köln (RTZ), Umfassende Unterstützung für Life-Science-Unternehmen bieten die Netzwerke BioCologne e. V. und BioPartners Cologne, das Biotech-Netzwerk der Sparkasse KölnBonn.

Hier war es naheliegend, dass sich die 19 Biotechnik-Fachgesellschaften und -organisationen unter der Federführung der Dechema, der Gesellschaft für Chemische Technik und Biotechnologie e.V., für Köln als Veranstaltungsort der diesjährigen BioPerspectives entschieden hatten. In den Messehallen stellten sie ein Veranstaltungsprogramm mit mehr als 150 Referaten, Seminaren und Vorträgen vor. Eingeleitet wurde die Tagung mit einer Konferenz zum Thema „Wissensbasierten Bio-Industrie“, bei der internationale Experten der EU die „Kölner Erklärung“ (Cologne Paper) präsentierten. Darin wird der Biotechnologie im Verlauf der kommenden zwei Jahrzehnte eine herausragende Bedeutung nicht nur für die europäische Wirtschaft zugesprochen, sondern auch eine entscheidende Rolle bei Fragen wie Klimawandel, Ressourcenknappheit oder der wachsenden und alternden Weltbevölkerung.

Ergänzt wurde die Tagung durch die Vergabe des ersten „Cologne BioInnovation Awards“ von BioCologne und BioPartners Cologne. Prof. Dr. Andreas Pinkwart, NRW-Innovationsminister, ließ es

sich nicht nehmen, zusammen mit Franz-Josef Schäfer vom Vorstand der Sparkasse KölnBonn Preisgelder und Urkunden im Rahmen der Posterparty (Moderation: Sven Voss, ZDF) an die ausgezeichneten Wissenschaftler/innen zu übergeben.



Und der Biotechnik-Standort entwickelt sich weiter. Die Netzwerke BioCologne und BioPartners Cologne organisieren ein optimales Zusammenspiel von Wirtschaftsförderung, Wissenschaft, Infrastruktur und Kapital. BioCologne vermittelt Kontakte, fördert eine dynamische Unternehmer-Community und unterstützt das Standortmarketing. Die BioPartners Cologne bieten über individuelle Ansiedlungskonzepte hinaus Beratung, Finanzierung und Venture Capital – und dieses sehr erfolgreich seit nunmehr über fünf Jahren.

Der Kölner Biotechnologie-Cluster ist bereits heute äußerst erfolgreich – die RWI-Studie aus 2006 belegt dies. Aber BioCologne sieht sich – morgen deutlicher denn je – im Verbund mit dem nicht minder erfolgreichen Biotechnik-Standort NRW auf internationaler Bühne. BioCologne wie auch die anderen Bioregionen in Nordrhein-Westfalen wissen um ihre Stärken und bringen dies jetzt auch zum Ausdruck: Auf der Biotechnica 2007 präsentiert sich ein starker Biotechnik-Standort NRW.

BioPartners Cologne

The Biotech-Network of Sparkasse KölnBonn

Venture Capital + Financing + Lab and Office Space + Comprehensive Services



The right
address
for your **success**



Nattermannallee 1
50829 Cologne
Phone: +49 (0) 221.272218-0
Fax: +49 (0) 221.272218-178
info@biopartners-cologne.de
www.biopartners-cologne.de

Das Modell einer Mentoringbeziehung – wie M & M optimal voneinander profitieren

Mentoring ist in Mode – ob als Networking-Methode in großen Unternehmen, zur Frauenförderung in den Naturwissenschaften oder zur Vernetzung innerhalb von Stipendiaten und Alumnis. Um jedoch nachhaltig Synergien in der 1-zu-1-Beziehung zwischen Mentor und Mentee zu generieren, bedarf es eines passenden Konzepts und klarer Kompetenzen und Grenzen auf beiden Seiten. Die Voraussetzungen für ein erfolgreiches Mentoringmodell schildert Sonja Förste, Management-Trainerin und Geschäftsführerin von SFplus – Institut für Verhandlung und Führung anhand ihrer Erfahrungen im Aufbau von Mentoringprogrammen.



„Die Idee des Mentoring lässt sich in vielen Kontexten verwirklichen und bietet Chancen für Mentor und Mentee – so lautet derzeit der aktuelle Grundtenor in den Medien. Was sind Ihrer Meinung nach die Anforderungen an die Beteiligten innerhalb einer Mentorenbeziehung?“

Sonja Förste:

Die Voraussetzungen für den Beginn einer Mentoring-Zusammenarbeit sind relativ simpel: Ein Mentor erklärt sich bereit, jemanden in einer Lebensphase zu begleiten, in der er oder sie Klärung sucht und sich neu orientieren will. Dabei sind verschiedenste Konstellationen denkbar: Ein Mentor bietet sich aufgrund seiner Berufs- oder Lebenserfahrung an, einen Blick auf die Situation des Mentees zu werfen. Ebenso kann das Mentorenverhältnis umgekehrt strukturiert sein – ein jüngerer Mensch begleitet einen älteren – das kommt auf den Kontext und die Themen an. Grundlegend für eine erfolgreiche Beziehung sind zwei Aspekte: Erstens sollten sich zwei Menschen finden, die sich nicht aus Privatleben oder dem Berufsumfeld vertraut sind. Denn das Ziel ist es, dem Mentee ein möglichst unvoreingenommener Gesprächspartner zu sein. Dazu gehört die zweite wesentliche Eigenschaft: Genau zuhören zu können. Vor allem bei einem ersten Treffen kommt es darauf an, die Situation des Mentees mit all ihren Facetten zu beleuchten. Dazu gehören viele Fragen, Rückfragen und viel Aufmerksamkeit von Seiten des Mentors – ohne eine Wertung vorzunehmen.

„Wie sieht es von Seiten des Mentees aus – was sollte er/sie in die Mentorenbeziehung einbringen und wie kommen die beiden zu einer Lösung?“

Sonja Förste:

Zu Beginn des Mentorings wird eine wichtige Vereinbarung getroffen: Absolute Vertraulichkeit für beide Seiten. Auf dieser Basis kann sich der Mentee seinem Gesprächspartner öffnen und vorbehaltlos Fragen, Sorgen, Bedenken und Wünsche äußern, die seine Entscheidungssituation betreffen. Beide dringen dadurch im Gespräch tiefer in das Thema ein und können aufgrund ihrer unterschiedlichen Ausgangssituation neue Aspekte entdecken und Fragestellungen klären. Auf der Basis begleitet der Mentor den Weg zur Lösung. Und der Mentee bleibt in seiner Verantwortung.



„Wie lässt sich der besondere Effekt des Mentoring erklären – welchen Mehrwert bringt das Mentorengespräch im Vergleich zu einem Austausch mit dem Partner oder Geschäftskollegen?“

Sonja Förste:

Der Vorteil des Mentorensystems liegt in der relativen Distanz zwischen den Beteiligten. Der Mentor ist unvoreingenommen und wird keine fertige Lösung vorlegen, wie sie vielleicht der Ehepartner oder ein Geschäftskollege zur Hand hätte. Seine Aufgabe ist es vielmehr, dem Mentee dabei zu helfen, selbst seine Präferenzen zu erkennen.

„Frau Förste, Sie haben Erfahrung als Mentor in eigenen Mentorenbeziehungen sowie beim Aufbau ganzer Mentoring-Systeme. Worauf sollte man als Unternehmen oder als Organisation achten, wenn man ein Mentoren-Programm entwickelt?“

Sonja Förste:

Entscheidend für ein erfolgreiches Mentorenkonzept ist eine gute Struktur vor Ort und ein Briefing am Beginn des Programms für alle Beteiligten. Ich habe zuletzt ein Konzept für die Konrad-Adenauer-Stiftung entwickelt und es läuft mittlerweile an verschiedenen Standorten (Rhein-Rhur, Berlin, Frankfurt, Hamburg und München). Dabei ist rein organisatorisch eine gewisse räumliche Nähe sinnvoll, da ein Mentorengespräch im Regelfall persönlich geführt wird. In einem Kick-off-Workshop lernen potenzielle Mentoren die Idee, die „Techniken“ des Mentoring sowie dessen Chancen und Grenzen kennen und treffen anschließend erstmals mit ihren Mentees zusammen. Ideal ist eine kontinuierliche Begleitung und Weiterbildung der Mentoren.

„Welchen Verlauf nehmen solche Mentorenverhältnisse und welches Potenzial steckt außer der unmittelbaren Begleitung hinter dieser Art von Networking?“

Sonja Förste:

Die Mentorenverhältnisse haben meiner Erfahrung nach ein enormes Potenzial für beide Seiten: Zunächst knüpft man neue Kontakte und entdeckt dabei als Mentee bisher unbekannte berufliche Optionen und

erfährt Begleitung sowie Klärung in den eigenen Fragen. Dabei bleibt im weiteren Verlauf von Mentoring-Verhältnissen alles möglich, von kurzzeitiger Begleitung über verschiedene Formen der beruflichen Zusammenarbeit bis hin zu einem Beschäftigungsverhältnis oder gar unternehmerischer Kooperation. All dies habe ich erlebt und dabei insbesondere auf Mentorensseite immer wieder überraschte Kommentare vernommen: Oft bleibt im Manageralltag keine Zeit, sich in die Situation von Neueinsteigern hinein zu versetzen. Daher kann die intensive Auseinandersetzung mit dem Mentee auch den Mentor auf neue Ideen bringen. Mentoring baut Brücken zwischen Alt und Jung, Stipendiaten und Alumni, Young Professionals und Seniors und schafft Mehrwert auf beiden Seiten.

Das Gespräch führte Cathrin Bender.

Nähere Informationen: www.sfplus.de



Wir machen die Welt ein wenig bunter.

- Flyer
- Plakate
- Booklets
- Prospekte
- Visitenkarten
- Kataloge
- Briefbogen
- Mailings
- u.v.m.

KPLTEAM

Medien, Druck und Werbeatelier GmbH

im Zentrum von Siegburg

Humperdinckstr. 64
 Telefon 02241 52016
 Telefax 02241 65624
 info@kpl-team.de
 www.kpl-team.de



SynnX Solutions GmbH



Finden ohne zu suchen – high throughput interpretation mit Text Mining

Wie kann ich als Wissenschaftler den Überblick über die mehr Hunderttausende für mein Forschungsprojekt relevanten Publikationen erlangen und mit meiner Arbeitsgruppe teilen? Was sind die Trends von morgen? Wie kann ich schnell die relevante

Literatur zu einer großen Anzahl im Experiment identifizierter Gene oder Proteine screenen?

Die text mining basierten Anwendungen von SynnX helfen Wissenschaftlern, ihre Zeit auf die wesentlichen Aufgaben verwenden zu können – anstatt langwierig nach relevanten Informationen zu suchen. So steht mit dem SynnX Knowledge Dashboard eine Anwendung bereit, in der alle für ein Gen, Protein, Erkrankung oder Substanz relevanten wissenschaftlichen Publikationen analysiert werden können, ohne einen einzigen Suchbegriff eingeben zu müssen. Zudem kann er die Expertenprofile im Themenfeld aktiven Wissenschaftler überschauen. Mit dem SynnX Protein Dashboard können in wenigen Minuten alle für eine Liste von Genen / Proteinen relevante Publikationen und deren Relationen analysiert werden. Kunden, die diese Lösungen bereits einsetzen sind unter anderem Johns Hopkins University, Dana Farber Cancer Institut und das DKFZ.

*SynnX Solutions GmbH, Biocampus Cologne,
Nattermannallee 1, 50829 Köln
Ansprechpartner: Christian Herzog
Tel 0221-16252060, E-Mail ch@synnx.de*

TÜV Rheinland BioTech GmbH

Wir sind ein Beratungsunternehmen und Testinstitut zur Umsetzung von REACH und Abschätzung entwicklungstoxischer Substanz- und Erzeugniseigenschaften.

In Bezug auf REACH bieten wir an:

- Betroffenheitsanalyse REACH
- Projektbegleitung und -steuerung
- Datenlückenanalyse
- Wirtschaftliche Bewertung des Stoffportfolios
- REACH-Impact Assessment
- Konsortienunterstützung
- Übernahme von Komplettregistrierungen
- Kostensenkungsstrategien
- Entwicklungstoxikologische Untersuchungen
- Untersuchung von Erzeugnissen auf die Freisetzung besonders schädlicher Substanzen (Artikel 7, Abs. 1 und 2)
- BioEffect-Screening

Die TÜV Rheinland BioTech GmbH ist ein Joint Venture der TÜV Rheinland Industrie Service GmbH und der Axiogenesis AG. Sie sieht ihre Aufgaben in der Entwicklung von Strategien, Hilfsmitteln und Testsystemen zur Unterstützung der Industrie. Als unabhängiger Dritter orientieren wir uns an Standards und setzen Leistungsmaßstäbe in der sachgerechten und kostengünstigen Umsetzung von REACH.

TÜV Rheinland BioTech GmbH

Nattermannallee 1

50829 Köln

Ewald Langenohl

Tel: 0221-69058914

E-mail: ewald.langenohl@de.tuv.com

> Weitere Informationen zu REACH: Seite 14/15

ILIAS-medical entwickelt eine mobile künstliche Lunge.



Menschen mit schwerem Lungenversagen befinden sich in akuter Lebensgefahr. ILIAS kann leicht von nur einer Person in einem kleinen Koffer transportiert werden und bietet so die Chance, diese Patienten rechtzeitig zu behandeln und den lebenswichtigen Gasaustausch des Blutes aufrechtzuerhalten. ILIAS wird seit Mai 2007 durch das BMWi an der Fachhochschule Köln gefördert. Die Prototypentwicklung des Systems hat bereits begonnen. Die vier Gründer kümmern sich außerdem intensiv um die weitere Finanzierung und befinden sich in der „due diligence“ des High-Tech-Gründerfonds.

Kontakt: www.ilias-medical.de



Technologieunternehmen im RTZ



Blue Lion mobile GmbH hat mit qeep ihr erstes Produkt auf den Markt gebracht. Bei qeep handelt es sich um kostenlose Handy-Software mit interessanten Features. Sie ermöglicht den Nutzern kostengünstig mit QMS zu kommunizieren, ein Fotoalbum anzulegen und darüber hinaus können sich die Community Mitglieder untereinander lustige Soundattacken auf das Handy schicken und live gegeneinander spielen.

Blue Lion mobile bietet mobile Lösungen für Kommunikation und Entertainment per Mobiltelefon – provider- und netzwerkübergreifend.

BLUE LION mobile
 Kontakt Christian R. Schulte
 Web www.qeep.de



Trendscope ist Spezialist für Marktforschung und Marketingberatung in Tourismus & Sport. Tätigkeitsschwerpunkt ist die Erarbeitung passgenauer Lösungen für kleine und mittlere Marketingbudgets. Das Unternehmen versteht sich als Full-Service-Dienstleister: Von Konzeptionierung über Datenerhebung und Datenanalyse bis zur Umsetzungsberatung bietet Trendscope Service aus einer Hand. Zu den Leistungen zählen Gäste- und Besucherbefragungen, Werbemittel-Analysen, umfassende Marktstudien etc.

TRENDScope
 Kontakt Dr. Dennis Hürten, Marcel Görtz
 Telefon 0221-3791845
 Telefax 0221-3791846
 E-Mail info@trendscope.de
 Web www.trendscope.de

eBusiness Concept

Agentur für eMarketing & IT-Solutions

Die **eBusiness Concept** bietet als professionelle Internet-Agentur ein breites Spektrum innovativer Lösungen. Als Full-Service-Dienstleister für IT- und Agenturleistungen leben wir „online“ - ganz zu Ihrem Vorteil.

Auf Wunsch bieten wir Mehrwerte, die über Content Management Systeme oder eCommerce-Lösungen deutlich hinausgehen. So sind wir für komplexe Online-Projekte Ihr passender Partner.

Ihre strategischen Ziele in der Online-Kommunikation sind uns hierbei wichtig. Internationale Kampagnen gehören zu unserer täglichen Aufgaben.

Die eBusiness Concept ist an den Standorten Köln und Gießen bundesweit tätig. Wir vereinen Business- & Marketing-Modelle mit bestmöglicher IT-Innovation und Branchen Know-How.

eBusiness Concept
 Telefon 0221-3014467
 E-Mail kontakt@ebusiness-concept.de
 Web www.ebusiness-concept.de

Rechtsrheinisches Technologie- und Gründerzentrum Köln GmbH

Hier haben Gründer
 Zeit und Raum!



Gut beraten gründen
 und sicher wachsen!

www.rtz.de



- Existenzgründungs-Beratung
- Start-Up-Unterstützung
- Büro- und Laborflächen

KREATIVITÄT MANAGEN⁽¹⁾

DAS KREATIVE DENKEN

Wie innovativ sind deutsche Unternehmen? Zusätzlich zur Überprüfung der Rentabilität, Produktivität und Qualität steht seit drei bis fünf Jahren die Innovationsleistung von Unternehmen im Fokus der Unternehmensbewertung, denn neue Ideen sollen die Wirtschaft voran treiben. In diesem Beitrag werden Tipps gegeben, wie die kreative Leistung des Einzelnen verbessert werden kann.

Kreative Ideen entstehen überwiegend aus der assoziativen Verknüpfungen von Informationen. Dabei greift das Denken auf das enorme Datenarchiv des Unterbewusstseins zurück.

Drei Konsequenzen für eine verbesserte kreative Leistung lassen sich daraus erschließen:

1. Fördernd ist das **Sammeln von vielseitigen Informationen**, ein aufmerksames Interesse auch für fachfremdes Wissen. Offen und neugierig breit gefächertes Wissen zu erlangen, schafft die Grundlage an Informationen, die sich kreativ verknüpfen lassen.

2. Die Wahrnehmung der Ausgangslage aus **verschiedenen Perspektiven** und eine bleibende „Es könnte auch anders sein“ - Skepsis schützen vor dem Verharren des Denkens in gewohnten Denkschablonen.

3. Hilfreich ist das Experimentieren mit verschiedenen Verknüpfungsarten. In Tabelle 1 werden einige Beispiele für experimentelle Operationen zur **Neuverknüpfung von Informationen** gegeben.

Kreatives Denken ist keinesfalls das Gegenteil von logischem Denken, sondern es speist sich aus dem Mischen verschiedener Denkart: Logik, Intuition, Vorstellungskraft. Gerade das flexible Spiel auf der gesamten Tastatur menschlicher Denkmöglichkeiten macht schöpferische Kraft aus.

Problematisch ist die Gradwanderung zwischen gewöhnlichen Ideen und „Spinnerei“. Sie lässt sich nicht ganz vermeiden, weil

das Pendeln zwischen diesen beiden Polen die Dynamik kreativer Prozesse ausmacht. Durch Übung und Erfahrung erhält man mit der Zeit ein Gespür für die Balance, wie weit in welcher Phase das Pendel in die eine oder andere Richtung ausschlagen darf.

<p>Perspektive ändern</p> 	<p>Kombinieren</p> 
<p>Umkehren</p> 	<p>Übertragen</p> 

Graham Wallace unterteilt den kreativen Prozess in fünf Phasen.

1. In der **Vorbereitungsphase** werden die nötigen Informationen recherchiert.

2. Das Unterbewusstsein braucht nun Zeit zum Arbeiten. In dieser Phase, die **Inkubation** genannt wird, werden die Informationen neu kombiniert. Dafür ist es wichtig, sich von der Aufgabenstellung zu lösen, sie am besten zu vergessen, sich zu entspannen und abzulenken.

3. In der **Illuminationsphase** treten die sogenannten „Aha“-Effekte verstärkt auf, weil hier die Ergebnisse aus der Inkubationszeit als plötzliche Einfälle ausströmen. Die Ideen kommen oft dann, wenn man am wenigsten damit rechnet, daher sollte immer etwas zum Aufschreiben bereit gehalten werden.

4. Schließlich müssen die Ideen bewertet werden, um die Spreu vom

Weizen zu trennen. Eine Bewertung ist immer subjektiv und abhängig von den bewertenden Personen und den Bewertungskriterien. Daher ist das Hinzuziehen neutraler Personen hilfreich. Der **Bewertungsprozess** sollte möglichst objektiviert werden und die Auswahl der Kriterien gut durchdacht werden.

5. Zum Schluss folgt die **Ausarbeitung der Idee**. Für Produkte werden Prototypen erstellt und erste Tests vorgenommen. In der Ausarbeitungsphase wiederholt sich der 5-Phasen-Zyklus, wenn für verschiedene Teilkomponenten Verbesserungslösungen gesucht werden.

Nähere Informationen: www.arthopia.de

PRINZIP	KURZE BESCHREIBUNG	BEISPIEL
WAHRNEHMUNG: DEN TUNNELBLICK ÜBERWINDEN		
Perspektive	Unsere Wahrnehmung sieht oft das, was sie gewohnt ist, zu sehen. „Wenn mein einziges Werkzeug ein Hammer ist, sieht jedes Problem wie ein Nagel aus.“	Die Architektur eines Kindergartens wurde mithilfe einer 3D Simulation aus der Perspektive kleiner Kinder betrachtet und so Konstruktionsfehler erkannt.
Kontext und Medium	Die Wahrnehmung auf ein Objekt verändert sich in anderer Umgebung oder gefiltert durch ein anderes Medium.	Die Betrachtung einer Videoaufzeichnung lässt Dinge erkennen, die in der realen Situation nicht bemerkt wurden.
Vision	Oft führt es weiter, wenn man von einer unrealistischen Vision ausgeht und dann nach Lösungen zur Überwindung oder Umgehung der Hindernisse sucht.	„Der Türke“, ein Schachcomputer-Fake des Mechanikers von Krepelen (Ende 18 JH.) inspirierte Charles Babbage zur Erfindung der Differenzmaschine.
ZUFALL: GESCHEHEN LASSEN UND ERKENNEN		
Zufall	Manchmal fallen Ideen vom Himmel. Man muss ihnen nur die Chance dazu geben und das Potenzial erkennen.	Roy Plunkett erkannte eine neue Bedeutung eines zufällig entstandenen Materials und erfand das Teflon.
Fehler	Manche Fehler erweisen sich als eine Idee für etwas Neues. Dazu muss man seinen Fehlern ein wenig Aufmerksamkeit schenken.	Alexander Fleming, Erfinder des Penizillins, hatte un-sauber gearbeitet und Schimmelpilze bildeten sich auf der Petrischale. Rund um die Schimmelpilze waren kaum Bakterien zu finden.
Mangel-Situation	Not macht erfinderisch. Statt Perfektionismus zwingt eine mangelhafte Ausgangssituation zur Improvisation.	In Afrika werden aus alten Autoreifen Sandalen hergestellt.
SYSTEMATISCHE OPERATIONEN: MÖGLICHKEITEN ENTDECKEN		
Umkehren	Die Beschleunigung eines Vorgangs kann schon durch die simple Umkehrung des Prozesses erreicht werden.	Beschleunigung in der Datenverarbeitung: LIFO (Last in First out) statt FIFO (First in First out).
Trennen	Durch Separation innerhalb eines Systems und seiner Teile, können Widersprüche gelöst werden.	Die Glieder der Fahrradkette sind starr. Die Fahrradkette selbst ist flexibel. So funktioniert sie optimal.
Kombinieren	Bei einer Kombination von bekannten Vorgängen oder Objekten können neue Lösungen entstehen.	Gutenberg soll bei der Erfindung der Druckmaschine an eine Kombination von Weinpresse und Münzprägung gedacht haben.
Ersetzen	Ein Element (Material, Form, Energiequelle, Teil eines Prozesses) wird durch ein anderes ersetzt.	Um den Druck abzufangen, schweben Biogasfermentierungsbehälter im Wasserbad und haben elastische Außenwänden.
Reduzieren	Wenn man vor lauter Bäumen den Wald nicht sieht, hilft reduzieren.	Beispiele finden sich überall dort, wo ein vereinfachtes Modell erstellt wird.
Umordnen	Umordnen bezieht sich vor allem auf Strukturen, die durch eine andere Art der Organisation ihrer Teile eine neue Wirkung erreichen.	Die Struktur eines Wiki-Systems bietet im Vergleich zu einem linear strukturiertem Buch eine assoziative Vorgehensweise in der Informationsbeschaffung.
Übertragen	Es kann sich um eine Übertragung von Lösungen von einem auf einen anderen Bereich handeln, aber auch die Übertragung von Modellen, Methoden, Strukturen oder Prinzipien meinen.	Es gibt viele Beispiele in der Bionic, z.B. der Lotus-Effekt für Oberflächen oder der Klettverschluss. Selbst die Erfindung des Rades lässt sich als Übertragung linearer Bewegung in eine Drehbewegung sehen.

TÜV Rheinland BioTech operiert weltweit zur Umsetzung von REACH

REACH...for success

Die Reform des europäischen Chemikalienrechts – bekannt unter dem Namen REACH – ist am 1. Juni 2007 in Kraft getreten. Auch wenn dieses Datum erst den Anfang des Zeitraums markiert, in dem chemische Substanzen bei der europäischen Chemikalienagentur registriert werden müssen: Die Arbeit, die auf die Unternehmen der Chemie- und chemienahen Industrie zukommt, sollte in keinem Fall unterschätzt werden. „Denn,“ so Ewald Langenohl, Geschäftsführer der TÜV Rheinland BioTech GmbH, „die neue Verordnung nimmt die Produzenten, Händler und Importeure chemischer Substanzen für die Bereitstellung von Informationen für Chemikalien in die Pflicht.“ Und nicht nur das, auch Handelsunternehmen für Verbraucherprodukten wie z.B. Raumliftsprays, Klebefolien oder Schuhpolitur sind von REACH betroffen!

Welche Konsequenzen das für die Firmen mit sich bringt – das ist zahlreichen Unternehmen, vor allem kleinen Betrieben und Mittelständlern, bisher oft nur unzureichend klar.

Genau hier setzt die TÜV Rheinland BioTech an, um betroffenen Unternehmen Transparenz über den bei ihnen anfallenden Aufwand zu verschaffen. „Wir werden Unternehmen konkret bei der Umsetzung der neuen Verordnung unterstützen, damit ihr Aufwand so gering wie möglich gehalten wird.“

„Ist ein Unternehmen tatsächlich von REACH betroffen? Wie sieht die Nachweis- und die Datensituation des Unternehmens aus?“

Befinden sich in meinen Erzeugnissen „SVHC“-Stoffe? Gibt es Alternativen zur Registrierung eines Stoffes und wie verändert sich der EU-Markt durch REACH? Was sind die nächsten Schritte?“

Zur Senkung der Kosten setzt die TÜV Rheinland BioTech ein neuartiges Verfahren (BioEffect-Screening) ein, mit dessen Hilfe Unternehmen Ihre Stoffe oder Waren auf SVHC-Eigenschaften hin testen können. SVHC-Stoffe (substances of very high concern) sind besonders besorgniserregende Substanzen, für die eine Zulassung erforderlich ist. Dies können z.B. krebserregende, erbgutschädigende oder embryotoxische Substanzen sein. Mittelpunkt dieser Screening-Methode ist das R.E.Tox-Verfahren, ein

WISSENSWERTES ÜBER REACH

Was ist das?

Reform des europäischen Chemikalienrechts zum 1. Juni 2007

Wofür steht das?

REACH – Registration Evaluation Authorisation and Restriction of Chemicals

Was ist das Ziel?

Transparenz für die sichere Anwendung von Chemikalien
Unbedenklichkeit von chemischen Substanzen, Produkten und Verwendungen soll gewährleistet werden

Was wird geregelt?

Industrie soll chemische Substanzen eigenverantwortlich auf mögliche Gefahren untersuchen und Sicherheitsdaten zusammenstellen.

Der Handel ist aufgefordert, keine Waren in den Markt zu bringen, die SVHC-Stoffe in besorgniserregender Menge enthalten.

Welche Unternehmen sind betroffen?

Produzenten, Händler und Importeure, die Chemikalien in der EU produzieren oder in die EU einführen (No Data – No Market)

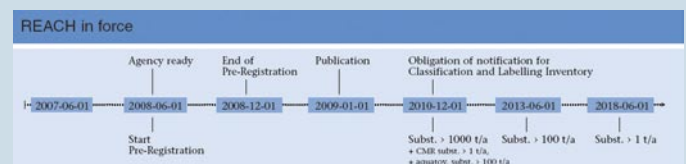
Welche Daten werden gefordert?

Daten zu physikalischen und chemischen Eigenschaften, Toxizität, Ökotoxizität und Umweltverhalten von Stoffen

Je größer die Menge, desto mehr Daten müssen zur Verfügung gestellt werden (More Data – More Market)

Welcher Zeitraum gilt?

1. Juni 2008 bis 30. November 2008: Vorregistrierung der Stoffe
Januar 2009 bis Juni 2018: Registrierungsphase





in-vitro-Test, mit dessen Hilfe reprotoxische Wirkungen (Schaden am Embryo) entdeckt werden können. Um dieses Verfahren einsetzen zu können, hat der Tüv Rheinland auf dem BioCampus in Köln-Bocklemünd ein gentechnisches Labor aufgebaut.

Das BioEffect-Screening stellt sowohl für den Handel, für die chemische Industrie, für den Verbraucher aber auch für den Tierschutz einen wirklichen Innovationssprung dar. Ungleich kostengünstiger als die herkömmlichen Methoden und ohne den Einsatz von Versuchstieren werden die schädlichen Effekte detektiert.

Ewald Langenohl bringt die Zielsetzung so auf den Punkt: „Wir wollen Unternehmen unser Wissen zur Verfügung stellen und dafür sorgen, dass sie REACH zu einem Erfolg für sich machen können.“

*TÜV Rheinland BioTech GmbH
Nattermannallee 1, 50829 Köln
Ewald Langenohl
Tel: 0221-69058914
E-mail: ewald.langenohl@de.tuv.com*

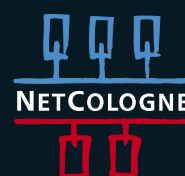
NETCOLOGNE FÜR BUSINESSKUNDEN

AUCH KLEINERE UNTERNEHMEN GENIESSEN BEI UNS GANZ GROSSEN SERVICE.



Wenn es um Ihre Telekommunikation geht, sollten Sie Höchstleistung verlangen. Auch beim Service. Deshalb fahren Sie mit einem Partner am besten, bei dem Ihre Zufriedenheit an erster Stelle steht. Unser exzellenter Businesskunden-Service garantiert Ihnen nicht nur sehr kurze Wege und schnelle Reaktionszeiten, sondern auch einen persönlichen Ansprechpartner. Damit Ihrem Geschäftserfolg nichts im Wege steht. Starten Sie von der Pole Position. So wie über 12.000 Businesskunden, die sich bereits für unseren Service entschieden haben.

NetCologne – Sprache, Daten, Internet.



Kontakt: 0800-2222-550 | www.netcologne.de



Pocket Business:
Verhandlungstechniken
 Vorbereitung, Strategie und erfolgreicher Abschluss
 Astrid Heeper, Michael Schmidt
 Cornelsen Verlag
 ISBN-13: 978-3589219124
 6,95 Euro

Das Harvard-Konzept.
 Klassiker der Verhandlungstechnik
 R. Fisher, W. Ury, B. Patton
 Campus Verlag
 ISBN-13: 978-3593374406
 24,90 Euro

Verhandlungen führen

Spiel, Satz und Sieg

In einem Tennismatch gibt es immer nur einen Gewinner – egal, wie hart der Kampf war. In einem Verhandlungsgespräch dagegen idealerweise zwei. Denn Resultat einer Verhandlung sollte nicht sein, den Geschäftspartner zu übertrumpfen, sondern das gemeinsam festgelegte Ziel zur beiderseitigen Zufriedenheit zu erreichen. Was eine gute Verhandlung ausmacht und wie Sie sich darauf vorbereiten können.

Verhandlungen gehören zum Alltag – ob innerhalb der Beziehung, der Familie oder im Berufsleben. Entsprechend entwickeln die meisten Menschen im Laufe ihres Lebens eine Taktik, die sie persönlich am weitesten bringt. Wenn es jedoch um folgenschwere Verhandlungen geht und der Gesprächspartner ein cleverer Strategie ist, helfen nur eine exzellente Vorbereitung, ein professionelles Auftreten und eine klare Linie weiter.

In den meisten Fällen zielt eine Verhandlung darauf ab, unterschiedliche Interessen auf einen gemeinsamen Nenner zu bringen und eine Einigung zu erreichen. Ein Gespräch, das nur ein Ja oder Nein als Antwort zulässt, ist dabei nicht konstruktiv. Vielmehr gilt es bei ungleichen Standpunkten einen Weg finden, der Spielraum gewährt und am Ende für alle Beteiligten tragfähig ist.

Legen Sie zunächst die zu besprechenden Themen in einer Agenda fest

und schicken Sie diesen vorab an den Verhandlungspartner, damit die Ausrichtung des Gesprächs bereits im Vorfeld abgestimmt ist. So verlieren Sie in der Verhandlung selbst keine Zeit mehr mit der Diskussion von Grundsatzfragen.

Szenarien durchspielen

Um sich intensiv auf das Gespräch vorzubereiten, stellen Sie sich die Frage: Welches Interesse hat Ihr Gegenüber? Spielen Sie mögliche Standpunkte Ihres Gesprächspartners im Vorfeld durch und versuchen Sie, Ihre eigenen Zielvorstellungen und Forderungen aus dessen Sicht zu betrachten. Hilfreich kann dabei sein, sich denkbare Reaktionen aufzuschreiben und sämtliche Szenarien durchzuspielen. So erleben Sie in der Verhandlung keine bösen Überraschungen – und können jederzeit souverän reagieren.

Denn eine der wichtigsten Regeln für Verhandlungen lautet: Bleiben Sie sachlich. Allzu oft scheitern Verhandlungen an taktischen Spielchen, zu hoher Emotionalität oder fehlender Objektivität. Was immer auch ihr Gegenüber an Argumenten ins Feld führt: Beziehen Sie sich nachdrücklich auf die zu besprechenden Punkte, bleiben Sie respektvoll und lassen Sie etwaige Angriffe freundlich an sich abprallen. Sehen Sie in Ihrem Gegenüber keinen Gegner, sondern einen Partner – auch, wenn dieser emotional oder gar ungehalten reagieren sollte. Verhandeln Sie stets nach dem Motto: freundlich im Ton, hart in der Sache.

Eine gute Verhandlung zeichnet sich im Übrigen nicht nur dadurch aus, dass Sie in kurzer Zeit ein optimales Ergebnis erzielen. Das ist oft auch gar nicht realistisch. Viel wichtiger für potentielle Projekte ist es dagegen, dass der Gesprächspartner mit einem guten Gefühl aus der Verhandlung geht und auch künftig wieder mit Ihnen verhandeln möchte. Mit Fair Play und Respekt kommen Sie am weitesten – im Sport wie im Berufsleben.

10 TIPPS

- 1 Bereits im Vorfeld die Verhandlungsthemen festlegen.
- 2 Konkrete Ziele setzen. Was wollen Sie bei der Verhandlung erreichen? Ist Ihr Ziel realistisch?
- 3 Verhandlungskonzept (Struktur, Inhalt, Ergebnis) erarbeiten.
- 4 Motive des Verhandlungspartners (Interessen, Ziele, Verhandlungsstil) in Erfahrung bringen.
- 5 Führung der Verhandlung übernehmen.
- 6 Sichtkontakt zum Verhandlungspartner halten.
- 7 Respekt und Interesse zeigen. Sachlich und gelassen bleiben.
- 8 Kompromissbereitschaft signalisieren. Niemals drohen.
- 9 Im Nachgang des Gesprächs ein Protokoll erstellen und dem Verhandlungspartner zeitnah zukommen lassen.
- 10 Zeitplan für die nächsten Kontakte mit dem Verhandlungspartner erstellen.



Kölner Trade Fair – Gründung geht durch den Magen

Zum 11. Mai öffneten sich die Tore zur Kölner Trade Fair im Hörsaalgebäude der Universität zu Köln. Zahlreiche Studierende hatten im Rahmen des Hauptseminars „Project- and Venture Planning“ innovative Geschäftskonzepte entwickelt und präsentierten nun ihr „Unternehmen“ der Öffentlichkeit. Zahllose Menschen drängelten sich zwischen den Messeständen, die alles anboten, von Studienfinanzierungen über Designkleidung, Sushi-Bar und Chocolate-Café bis hin zu ... Softwareentwicklungen.

And the winner is . . . natürlich: „The Art of Chocolate“. Vitaminreiche Früchte gehüllt in feinsten Schokolade, das kommt an, das fand regen Zuspruch. Und so wurde hier noch lange nach Toreschluss über die süße Welt der Schokolade diskutiert und wie man das Unternehmensrezept, Verzeihung: -konzept, noch verbessern kann.

INDUSTRIE SERVICE · LEISTUNGEN FÜR IHRE SICHERHEIT



Für die Zukunft.

Kraftwerks- und Energietechnik, Genehmigungsberatung, Brand- und Explosionsschutz ... Die Liste der Leistungen für mehr Wettbewerbsfähigkeit unserer Kunden und Sicherheit unserer Gesellschaft ist lang. Unsere neutralen und unabhängigen Sachverständigen kennen die Abläufe und Prozesse in Chemieparks und Großunternehmen genauso wie in mittelständischen Betrieben. Und damit auch einen Weg, Sie und Ihr Unternehmen erfolgreich zu unterstützen.

TÜV Rheinland Industrie Service GmbH
Am Grauen Stein · 51105 Köln
Tel 0221 806-2402 · Fax 0221 806-2403
Mail is-koeln@de.tuv.com
www.tuv.com

 **TÜVRheinland®**
Genau. Richtig.

Bundesweite Initiative der Industrie- und Handelskammern und des Deutschen Industrie- und Handelskammertages zu High-Tech-Gründungen.

„Meine Idee, mein Unternehmen, mein Erfolg – Ich gründe ein High-Tech-Unternehmen!“

High-Tech-Gründungen können sehr erfolgreich sein. Sie schaffen in der Regel viermal mehr Arbeitsplätze als andere Gründer. Technologieorientierte Unternehmen gelten wegen ihrer innovativen Geschäftsideen mit Recht auch als Hoffnungsträger und Beschleuniger des Strukturwandels.

Doch High-Tech-Gründer müssen auch besondere Herausforderungen meistern: Lange Vorlaufzeiten, hoher Kapitalbedarf für Forschung und Entwicklung und eine nur schwer kalkulierbare Marktsituation. Sorgfältige Planung ist daher das A und O einer wissensbasierten Existenzgründung.

Mit der Teilnahme an dem bundesweiten Aktionstag „Meine Idee, mein Unternehmen, mein Erfolg – Ich gründe ein High-Tech-Unternehmen“ informiert die IHK Köln am

6. November 2007 in der Zeit von 16:00 bis 18:00 Uhr im Merkens-Saal der IHK Köln interessierte High-Tech-Gründer und solche, die es werden wollen.

Erfahren Sie von Experten und Unternehmern, was sie wissen sollten:

- Worauf müssen insbesondere Gründer achten, deren Geschäftsidee auf einer technologischen Entwicklung basiert?
- Wie vermarktet man besonders erklärungsbedürftige Produkte?
- Wie kann ich meine Geschäftsidee schützen?

Neben der Klärung dieser und anderer Fragen berichten Referenten und Unternehmer über ihre Erfahrungen bei der Gründung und stehen im Rahmen einer Podiumsdiskussion für weiterführende Fragen zur Verfügung.

Interessenten finden Informationen zu der Veranstaltung im Internet: www.ihk-koeln.de, Starthilfe und Unternehmensförderung.

Ansprechpartnerin: Petra Lohmann, Tel. 0221 1640-761, E-Mail: petra.lohmann@koeln.ihk.de

Termine & Events 2007

OKTOBER

30. Oktober Kick-off-Event zum NUK-Businessplan-Wettbewerb 2006 im KOMED-Saal in Köln.
Nähere Informationen: www.n-u-k.de.

30. Oktober Kalker Tafelrunde spezial: Innovationsmanagement in NRW – ein Veranstaltung des vfw Köln rechtsrheinisch mit Landtagsabgeordneten im RTZ

NOVEMBER

6. November Technologieorientierte Existenzgründung. Eine Veranstaltung des DIHK in der IHK zu Köln.
Nähere Informationen auf Seite 16 oder: www.ihk-koeln.de

5. bis 11. November 10 Jahre KölnDesign e. V.: Ausstellung, Veranstaltungen und ein Fest. Im Rahmen dieser Jubiläumstage findet auch der 10. KölnDesign Gründertag statt.
Nähere Informationen: www.koelndesign.de.

12. – 14. November BioEurope 2007 – die größte europäische Partnering-Konferenz für Biotechnik in Hamburg. Die BioPartners Cologne sind mit einem Stand vertreten. Auch das Netzwerk BioCologne repräsentiert den Biotechnik-Standort Köln. Näheres: www.ebdgroup.com/bioeurope

14. bis 17. November MEDICA 2007, die 39. Internationale Fachmesse mit Kongress, Weltforum der Medizin, in der Messe Düsseldorf, Näheres: www.medica.de

IMPRESSUM

Herausgeber & Copyright



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 und Gestaltung: dreisprung mediendesign