

Rheinzeiger

Innovationen und Perspektiven rechtsrheinisch

Köln, Okt. 2008

Odysseum

ScienceCenter als
interaktives Erlebnishaus

Schutzrechte –

Gründen Sie eine Marke

Websites –

Design im Web 2.0

Kreativität –

Mit System zur Lösung



®



Liebe Leser,

kürzlich habe ich in großen Lettern auf einer riesigen Werbetafel gelesen: „Die Zukunft entwickelt sich so, wie wir sie gestalten“. Werbung? Wofür?

Da spiegelte sich mein beruflicher Alltag wider: Ich kam vor zehn Jahren nach Köln. Nach dem Studium der Biologie und verschiedenen beruflichen Stationen in der Welt der Biotechnik sollte ich mich um die Entwicklung der Zukunftstechnologien (Softwareentwicklung, Biotechnik, Design und viele mehr) im rechtsrheinischen Köln kümmern. Als Leiter des Technologie- und Gründerzentrums RTZ hatte ich die Aufgabe, junge Technologieunternehmen beim Start in das Unternehmertum zu begleiten. Seitdem habe ich mit unzähligen Menschen über Gründungsideen geredet. Viel Spannendes und Verrücktes, Intelligentes und Raffiniertes wurde mir präsentiert. Geniale Ideen aus 1001 Nacht. Und aus allen wurden Unternehmen. Da war „Amaxa“ mit einer bahnbrechenden Idee im Bereich Biotechnik. Ich habe gesehen, wie „wiesel.tv“ laufen lernte. Und die Geburt von „koffski“ miterlebt. Das sind nur drei von mehr als 140 Ideen. Mehr als 140 erfolgreiche Unternehmen. Mehr als 1.200 zukunftsorientierte Arbeitsplätze haben sie geschaffen.

Menschen mit Unternehmergeist und tollen Ideen gibt es viele. Menschen, die Initiative zeigen, die voller Optimismus und Tatendrang daran gehen, sich ihren Traum vom eigenen Unternehmen zu verwirklichen, sich ihre Zukunft selbst zu gestalten. Einige von ihnen befinden sich im Studium, andere haben interessante Positionen in der Wirtschaft, wieder andere suchen aus einer unbefriedigenden Arbeitssituation heraus neue Perspektiven.

Wir im RTZ dürfen diese Unternehmerinnen und Unternehmer begleiten. Wir leben mit ihren Ideen, ihren Aufgaben, ihren Emotionen und ihren Erfolgen. Wir sind bei dieser spannenden Aufgabe nicht allein, sondern Teil eines umfassenden Netzwerkes vieler Institutionen mit Menschen, deren Lebensinhalt es ist, neue Ideen zu bewegen, Existenzgründer zu unterstützen. Wir

sind dazu in verschiedenen Netzwerken unterwegs. Zum Beispiel im „hochschulgründernetz cologne“ (hgnc), im Netzwerk „Bio-Cologne“ oder im Verbund „Unternehmerstart Köln“. Zu uns gehören Institutionen wie die Hochschulen in Köln, die Gründerzentren in dieser Region oder auch das Neue Unternehmertum Rheinland. Wir unterstützen die Förderung der Zukunftstechnologien, denn darin stecken viele Chancen. Chancen für die Menschen in der Zukunft, für ihre Beschäftigung, für ihren Lebensstandard. Chancen für Sie.

Im rechtsrheinischen Köln gibt es inzwischen Zukunftstechnologien, wohin man schaut. Hier auf dem Hagen-Campus beispielsweise, wo früher Energie in Batterien gesteckt wurde, entwickelt heute ein illustrierter Kreis engagierter Unternehmer moderne Lösungen für IT, für gesundes Leben, für modernes Design, für die Welt von morgen. Und diese Unternehmen schaffen Arbeitsplätze: für Deutz, für Kalk und für die Menschen von morgen.

Und diese Menschen unternehmen nicht nur etwas, sie reden auch miteinander. Hier leben Netzwerke, hier werden Verbindungen geknüpft. Hier gibt es den „Verein der rechtsrheinischen gewerblichen Wirtschaft Köln“, dort trifft sich die „Kalker Tafelrunde“, und woanders tagt die „Standortgemeinschaft Kalk“ oder der „Business-Club Schäl Sick Köln“.

Diese Welt ist spannend. Mit interessanten Menschen und den faszinierenden Erkenntnissen der modernen Wissenschaften lässt sich ungeheuer viel bewegen. Wir sind aufgebrochen, an der Gestaltung der Zukunft mitzuwirken. Kommen Sie mit?

In diesem Sinne
Ihr

Dr. Heinz Bettmann



18. Juni 2008 – HGNC-START-UP 2008

VORGESTELLT

PREISTRÄGER DER GRÜNDERÜBUNG „HGNC-START-UP“

Manuel Hauff ist 27 Jahre jung und Diplom-Sportwissenschaftler. Seinen Abschluss hat er im September 2007 an der Deutschen Sporthochschule Köln gemacht. Im Anschluss daran reifte in ihm die Idee, sich beruflich selbstständig zu machen. Die Gründerübung „hgnc-start-up“ mit Businessplan-Wettbewerb des Hochschulgründernetz cologne (hgnc) bestätigte ihn darin und motivierte ihn zum weiteren Schritt Richtung Unternehmensgründung. Das Engagement zahlte sich aus: **Am 18. Juni 2008 erhielt er für seine Existenzgründungsidee den mit 1.000 Euro dotierten Preis des Hochschulgründernetz cologne.**

„Am Anfang hatte ich wirklich nur eine vage Idee von dem, was ich gründen möchte. Dann habe ich mich auf der Homepage des hgnc umgesehen und fand die Gründerübung sehr interessant.“ Hier konnte er lernen, wie man an einer groben Gründungsvorstellung feilt, bis sie klar strukturiert, finanzierbar und am Markt durchsetzungsfähig ist. Neun Wochen lang besuchte Hauff dafür gemeinsam mit 15 anderen Teilnehmer/innen beziehungsweise Gründerteams der Kölner Hochschulen jeden Mittwoch drei Stunden lang die hgnc-Gründerübung. Höhepunkt am 18. Juni 2008: die finale Präsentation der Ergebnisse. Mit der Vorstellung seines Unternehmenskonzepts vor einer Jury setzte Manuel Hauff sich gegen weitere mutige Junggründer durch.

Einen Teil des Gelds will er jetzt mit seiner Freundin ausgeben – als Dank für ihr Unterstützung bei der Präsentation. „Der andere Teil wird angelegt“, sagt Hauff mit dem Scheck in der Hand. Dies wird für seine Existenzgründung von Vorteil sein. Was das ist, seine Idee? Das wird noch nicht öffentlich verraten. Nur soviel vorab: Es wird sportlich, interaktiv – und viel Arbeit sparen.

Text: Silke Keul, Foto: André Inderfurth



Foto: In der Mitte hgnc-start-up-Gewinner Manuel Hauff mit seinen Seminarkolleg/innen sowie Dozent Dr. Heinz Bettmann (re.).

TERMINE DES HGNC

29. – 30.10.2008 hgnc-Existenzgründerseminar
13. – 14.11.2008 hgnc-Businessplan-Workshops

HGNC-GRÜNDERPLANSPIEL „SPIEL DEN BOSS“

28.11.2008 1. Termin
05.12.2008 2. Termin
12.12.2008 3. Termin
15. – 16.12.2008 Abschlussveranstaltung

08.12.2008 hgnc-Spezialseminar BayLab Plastics

23. – 24.01.2009 hgnc-Existenzgründerseminar
13. – 14.02.2009 hgnc-Businessplan-Workshops
06. – 07.03.2009 hgnc-Existenzgründerseminar
20. – 21.03.2009 hgnc-Businessplan-Workshops

Ausblick:
Die Gründerübung „hgnc-start-up“ gibt's wieder
im Sommersemester 2009

Nähere Informationen: www.hgnc.de



DAS ABENTEUER BEGINNT

Deutschlands einziges Science Adventure Odysseum Köln eröffnet ab April 2009

Seit der Mensch denken kann, stellt er Fragen: Woher kommen wir? Wie kann ich mein Leben steuern? Was ist gerecht und ungerecht? Und warum fällt uns eigentlich der Himmel nicht auf den Kopf? Antworten gibt es ab April 2009 im Odysseum Köln, das erste und einzige Science Adventure Deutschlands. Das Odysseum Köln ist eine Weiterentwicklung der Science Center Idee. „Mit der besonders großen Themenvielfalt und -tiefe in gestalteten Themenwelten sind wir sozusagen ein Science Center Plus. Wir nennen das Science Adventure“, so Thomas Puy-Brill von der Betreibergesellschaft SMG Science Center Services GmbH. Das Besondere daran: Der Besucher hat das Gefühl, in einem echten Dschungel, in einem Computer, einer Raumstation oder auf einem Forschungsschiff zu sein. So taucht er nicht nur inhaltlich, sondern auch mit allen Sinnen in eine spannende und interaktive Abenteuerreise ein – nach dem Motto: Hier kann dein Wissen was erleben.

Das riesige interaktive Erlebnishaus für die ganze Familie

Das Odysseum Köln ist eine moderne Mischung aus Science Center, Freizeitpark, Indoor Spielplatz und Forschungszentrum. Auf 6.000 Quadratmetern Experimentierfläche und an rund 200 Erlebnisstationen können die Besucher in sieben aufwendig gestalteten Themenwelten selbst zum Abenteurer und Entdecker werden. Die spannende Forschungsreise führt dabei von den Anfängen der Menschheit über die Gegenwart bis in die Zukunft. Das interaktive Abenteuer steht dabei im Mittelpunkt: Anfassen, Erleben, selbst Gestalten und Mitmachen sind ausdrücklich erwünscht.

„Das Odysseum Köln ist ein hervorragendes Beispiel dafür, wie naturwissenschaftliche Themen und Technik, aber auch gesellschaftspolitische Fragen über Globalisierung, soziale Gerechtigkeit sowie die Zukunft der Welt Kindern, Eltern und Großeltern vermittelt werden können“, so Andreas Henseler, Geschäftsführer der SK-Stiftung CSC – Cologne Science Center. Seit 2001 ist die Sparkasse KölnBonn treibende Kraft beim Bau des Odysseum Köln: Anlässlich des 175. Geburtstags gründete die damalige Stadtparkasse KölnBonn die SK-Stiftung CSC, Eigentümerin des Odysseum. Neben der Funktion als neue touristische Attraktion für ganz Deutschland ist eine der Hauptaufgaben des Odysseums, Kinder und Jugendliche auf erlebnisorientierte Weise wieder für Wissenschaft und Technik zu begeistern.

So übernimmt die Sparkasse KölnBonn als eine der größten Banken der Region Verantwortung für die Menschen in Köln und Nordrhein-Westfalen.

Das Science Adventure Odysseum Köln ist einzigartig in Deutschland und grenzt sich durch seine erlebnisorientierte Wissensvermittlung deutlich von Museen, Freizeitparks und Zoos ab. Doch das Odysseum vereint noch mehr Möglichkeiten unter einem Dach: „Es ist nicht nur ‚Adventure‘ für Kinder, Familien und interessierte Gruppen, nicht nur touristische Attraktion – sondern auch eine geeignete Plattform für den Dialog zwischen Wissenschaft und Gesellschaft sowie ein spannender Veranstaltungsort für Vorträge, Podiumsdiskussionen, Preisverleihungen und auch Firmenfeiern“, erläuterte Dr. Wolfgang Riedel, Vorstandsvorsitzender der Sparkasse KölnBonn.

Seit dem ersten Spatenstich im Dezember 2007 laufen die Bauarbeiten auf Hochtouren und das Odysseum nimmt immer deutlichere Formen an. Am Ende werden 1.000 Tonnen Stahl, 1.000 LKW-Ladungen Beton und 100.000 Verblendungssteine auf 7.000 Quadratmetern Nutzfläche verbaut sein. Pro Jahr wird mit rund 360.000 Besuchern kalkuliert, wobei der durchschnittliche Eintrittspreis bei unter zehn Euro liegen soll.

ODYSSEUM KÖLN

eine Initiative der Sparkasse KölnBonn, gefördert von der Landesregierung Nordrhein-Westfalen und dem Bundesministerium für Bildung und Forschung

SK-Stiftung CSC – Cologne Science Center

Gottfried-Hagen-Str. 20
51105 Köln

Betreiber:
SMG Science Center Services
Köln GmbH
Arenastraße 1
46047 Oberhausen

Pressekontakt:
Pressebüro Odysseum
Torben Knye
Schulterblatt 58
20357 Hamburg
Tel.: 040 20 91 98 235
Fax: 040 20 91 98 299
torben.knye@dr-p.de



Sicherheit für Selbstständige

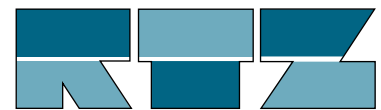
Gründer sollten auf vielen Gebieten gut abgesichert sein. Krankheit, Unfall oder Berufsunfähigkeit beispielsweise sind für den Selbstständigen nicht nur eine persönliche Katastrophe, sie können auch das „Aus“ für das Unternehmen bedeuten. Damit das nicht passiert, hat das Informationszentrum der deutschen Versicherer eine 60-seitige Broschüre erstellt, die zahlreiche Informationen und Checklisten zum Thema Versicherung präsentiert. Der kostenlose Ratgeber „Versicherungen für Selbstständige - Tipps und Infos für Existenzgründer“ geht dabei auf die persönliche Absicherung des Unternehmers ebenso ein wie auf die Absicherung des Betriebs. Download unter www.klipp-und-klar.de.

Unternehmer-Wiki: Jeder für jeden

Der Weg in die Selbstständigkeit ist oft alles andere als leicht: Bürokratische Hürden auf der einen Seite, eine Fülle von komplexen Informationen auf der anderen Seite stellen für viele Start-ups Stolpersteine dar. Abhilfe soll das Unternehmer-Wiki schaffen. Die Macher des Online-Lexikons wollen Gründern und Unternehmen Praxis-Tipps für die ersten Schritte und den Berufsalltag an die Hand geben - unkompliziert und ohne Fach-Chinesisch. An dem Lexikon, das nach dem Wikipedia-Prinzip funktioniert, kann jeder Unternehmer mitwirken. Zusätzlich zur Online-Version ist das Unternehmer-Wiki jetzt auch als Buch erschienen. Weitere Informationen: www.unternehmerwiki.de.

Rechtsrheinisches Technologie- und Gründerzentrum Köln GmbH

Zeit und Raum!



Gut beraten gründen und sicher wachsen!

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

Gottfried-Hagen-Str. 60-62
D-51105 Köln
Telefon +49 (0) 221/8 39 11-0
www.rtz.de

GRÜNDEN SIE NICHT NUR EIN UNTERNEHMEN, GRÜNDEN SIE EINE MARKE.®

Die Vorteile der Marke im Wettbewerb liegen klar auf der Hand: Eine gut aufgebaute Marke schafft Nachfrage, eröffnet Preisspielräume und stellt für das Unternehmen einen erheblichen Vermögenswert dar. Dies gilt für den Mittelstand genauso wie für große Hersteller. Grund genug, sich für den Aufbau einer Marke zu entschließen und sich mit dem Thema Markenschutz zu befassen.

Effizienter Markenschutz (nur) durch Registermarken

Wenn ein Unternehmer sich für den Aufbau einer Produkt- oder Firmenmarke entscheidet, sollte er das Zeichen wirksam schützen lassen. Denn ohne Schutz ist die Gefahr einer – eventuell sogar legalen – Nutzung des gleichen Zeichens durch andere Unternehmen groß. Den effizientesten Schutz bieten die bei den Markenämtern einzutragenden so genannten Registermarken. Zwar schützt das Markengesetz auch bereits die bloße Benutzung einer Marke (so genannte Benutzungsmarken). Dies geschieht aber nur, wenn die Marke zusätzlich über Verkehrsgeltung verfügt – also über einen hohen, im Einzelfall zu bestimmenden, Bekanntheitsgrad verfügt. Dieser ist in einem möglichen Streit um die Markenrechte vom Markeninhaber zu beweisen. Abgesehen davon, dass den Gründermarken in der Regel die hierfür erforderliche Bekanntheit fehlt, entstehen durch den Nachweis auch Kosten, die weit höher sind als die einer Markeneintragung. Wird die Marke hingegen eingetragen, entstehen solche Beweisprobleme nicht. Durch die Vorlage der Markenerkunde lassen sich sowohl die Inhaberschaft des Rechts, als auch der wichtige Zeitpunkt der Entstehung des Rechts problemlos nachweisen.



Autorin: Katja Nuxoll.

Die Autorin ist Rechtsanwältin der Kanzlei Hecker Werner Himmelreich und auf das Marken- und Wettbewerbsrecht spezialisiert.
www.hwhlaw.de



MÖGLICHE MARKENARTEN

Es gibt eine Vielzahl eintragbarer Markenarten.

Tipp: Nutzen Sie die effizienten Schutzmöglichkeiten, die das Markenrecht Ihnen hier bietet.

| Wortmarke | Bild- und Wort- / Bildmarke | Drei dimensionale Marke | Hörmarke | Weitere Markenarten |
|--|--|--|--|--|
| Alle in der Schrifttype Courier darstellbaren Buchstaben, Zahlen sowie einige Sonderzeichen und Kombinationen hieraus. | Alle grafischen Elemente, wie reine Bild Darstellungen, aber auch grafisch ausgestaltete Wörter und Schriftarten sowie Kombinationen hieraus; auch in bestimmten Farben. | Alle dreidimensionalen Formen und Gestaltungen; auch in bestimmten Farben. | Alle akustischen Zeichen und Tonfolgen oder bestimmte Geräusche. | Abstrakte Farbmarken (ohne räumliche Begrenzung), Bewegungsmarken, Positionierungsmarken, Geruchsmarken, Tastmarken. |
| Anwendungsbeispiele | | | | |
| Firmen- und Domainnamen, Slogans bzw. Claims | Logos oder gestaltete Schriftzüge | Waren- oder Verpackungsformen | Jingles oder gesprochene Slogans | Farben und Farbkombinationen, z.B. als Bestandteil der Corporate Identity |

Marken und Markenschutz sind keine Entscheidungen für die lange Bank. Auch nicht nur etwas für Branchenriesen. Sondern wichtige Themen bereits in der Gründungsphase eines Unternehmens.



Markenschutz: kein Thema für später!

Aber auch dann, wenn sich der Unternehmer zunächst nicht für einen Markenaufbau entscheidet, sollte er sich bereits in der Gründungsphase mit dem Kennzeichen- und damit auch dem Markenschutz beschäftigen. Grund hierfür ist unter anderem das im Bereich des Kennzeichenrechts geltende Prioritätsprinzip. Danach steht das Recht an einem Zeichen immer dem jeweils älteren Zeicheninhaber zu. Wird ein solches älteres Zeichen, unabhängig von einer eigenen Eintragung, im geschäftlichen Verkehr genutzt – etwa, weil für das zu gründende Unternehmen ein ähnlicher, verwechslungsfähiger Firmenname gewählt wurde – kann der ältere Rechteinhaber die sofortige Nutzungsunterlassung verlangen. Und mehr noch: Er kann die Vernichtung aller mit diesem Namen gekennzeichneten Geschäftspapiere, Werbematerialien und Verpackungen fordern. Bei schuldhaftem Handeln kann er darüber hinaus Schadensersatz geltend machen. Sofern sich die unberechtigte Nutzung bereits seit Jahren hinzieht, bevor sie überhaupt bemerkt wird, kann dies leicht zum Ruin des betroffenen Unternehmens führen. Diese Gefahr besteht nur dann nicht, wenn ausschließlich der eigene bürgerliche Name kennzeichenrechtlich genutzt wird. Denn dieses Namensrecht wird unwiderruflich bereits bei Geburt erworben. Dieser Fall der Firmierung und Geschäftstätigkeit ausschließlich unter bürgerlichem Namen dürfte heute allerdings eher selten sein.

Recherche vor jeder Kennzeichennutzung

Da jede Zeichennutzung im geschäftlichen Verkehr zur Verletzung älterer Zeichenrechte führen kann, sollte unbedingt bereits im Vorfeld der Verwendung eines Zeichens eine ausführliche Recherche durchgeführt werden. Diese Recherche ist immer vom zukünftigen Zeicheninhaber selbst durchzuführen. Denn selbst bei Eintragung eines Zeichens prüfen die Markenämter in der Regel nicht, ob das Zeichen bereits im Markt existiert. Dabei kann im Rahmen einer Vorauswahl eine erste eigene Recherche beispielsweise über die Suchmaschinen des Internets oder aber über die Datenbanken der Markenämter erfolgen. Sie reicht aber keinesfalls aus, denn hierüber ist nur die Suche nach identischen, nicht aber die Suche nach ähnlichen Kennzeichen möglich. Auch die Suche nach eingetragenen Handelsregisterbezeichnungen ist in diesen Datenbanken nicht möglich. In einem zweiten Schritt sollte daher stets ein Anwalt zu Rate gezogen werden. Er verfügt nicht nur über den Zugriff auf die erforderlichen Daten sowie über entsprechende Suchstrategien, sondern besitzt auch eine hinreichende Kenntnis des Marken- und Kennzeichenrechtes. So kann er das Kollisionsrisiko im Hinblick auf bereits existierende Zeichen beurteilen. Soll das Zeichen eingetragen werden, überprüft er zusätzlich die Eintragungsfähigkeit. Denn auch hier sind einige gesetzliche Vorgaben zu beachten.



RÄUMLICHER SCHUTZBEREICH EINGETRAGENER MARKEN

Markenrechte entstehen je nach Eintragung auf nationaler, europäischer und internationaler Ebene.

Um einen wirksamen Markenschutz zu erzielen, ist im ersten Schritt der Wirkungsbereich der zukünftigen Marke festzustellen.

Tipp: Berücksichtigen Sie bereits bei Erstanmeldung künftige Expansionsabsichten.

Denn eine Benutzung Ihrer Marke ist in den ersten fünf Jahren ab Anmeldung nicht erforderlich.

| | Nationale Einzelmarken | EU-Marken | IR-Marken |
|---------------|---|---|--|
| Schutzbereich | National, entsprechend Länderauswahl des Markeninhabers. | In allen EU-Mitgliedsstaaten. | National, entsprechend Länderauswahl des Markeninhabers. *) |
| Verfahren | Einreichung von Einzelanmeldungen bei den nationalen Ämtern in jeweiliger Landessprache; in Deutschland beim deutschen Marken- und Patentamt (DPMA) in München. | Einreichung einer Anmeldung beim Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt (HABM) in Alicante; in deutscher Sprache möglich. | Beantragung der internationalen Erstreckung einer nationalen Marke bei der Weltorganisation für geistiges Eigentum (WIPO) in Genf; in englischer oder französischer Sprache möglich. |
| Empfehlung | Bei Schutzbedürfnis in nur einem oder nur wenigen nationalen Ländern. | Bei Schutzbedürfnis ab in der Regel vier EU-Ländern. | Bei Schutzbedürfnis in mehreren nicht EU-Ländern. |

*) Die Länder müssen Vertragsstaaten des Madrider Markenabkommens oder des Protokolls hierzu sein.

Autorin: Sandra Tacke, dreisprung, www.dreisprung.net

WEBSITES – mehr Sein als Schein (2)

WODURCH ZEICHNET SICH ZEITGEMÄSSES WEBDESIGN AUS?

Der erste Eindruck zählt – das gilt im wirklichen Leben wie im Internet. Ein potentieller Kunde, der zum ersten Mal einen Webauftritt besucht, wertet innerhalb von wenigen Sekunden: hopp oder topp? Neben einem gelungenen Design tragen vor allem ein logischer Aufbau und eine intuitive Benutzerführung zu einem positiven Gesamteindruck bei. All das zusammen ist Webdesign.

Mehr als nur Image

Eine ansprechend gestaltete Website ist ein Augenschmaus. Das allein genügt aber nicht, denn ein Nutzer besucht Online-Angebote in der Regel nicht, um sich an der Optik zu erfreuen – sondern weil er Informationen sucht. Webdesign ist also heute vielmehr als Informationsdesign zu begreifen. Die Struktur eines Internetauftritts muss durchdacht und jederzeit erweiterbar, die Darstellung der Inhalte möglichst flexibel sein. Oft zitierte Web-2.0-Elemente wie Community-Funktionen, Bewegtbild-Inhalte, Bewertungsmöglichkeiten oder Nachrichtenticker (so genannte RSS-Feeds) sollten da, wo sie Sinn machen, nicht fehlen. All diese verschiedenen Elemente müssen sich in einem Design wiederfinden, das einen einheitlichen Rahmen um alles bildet und sich optisch nicht in den Vordergrund drängt. Darüber hinaus muss es zum Unternehmen und dem Corporate Design des Unternehmens passen.

Webdesign für das CRM – ein bekanntes Beispiel aus der Praxis

In den Anfängen des Internets waren die meisten Sites Selbstdarstellungen von Firmen – Unternehmensbrochüren in anderem Format. Das hat sich geändert. Heute ist es wichtig, den Betrachter konzeptionell und optisch einzubeziehen. Der Austausch mit den Kunden beziehungsweise Nutzern gehört zum guten CRM (Customer Relationship Management).



Besonders erfolgreich und wegweisend ist das Onlie-Versandhaus Amazon. Kommentarfunktionen unter Produktbeschreibungen oder Beiträgen, Feedback-Formulare oder die Möglichkeit, Bewertungen für bestimmte Dinge abzugeben – das ist CRM in Topform. Die werbewirksame Platzierung, das Ausloten von dem richtigen Maß an optischer Penetration, ist eine echte Herausforderung an den Webdesigner.

Technik und Optik – Hand in Hand

DER W3C-STANDARD, BESSER BEKANNT ALS BARRIEREFREIHEIT.

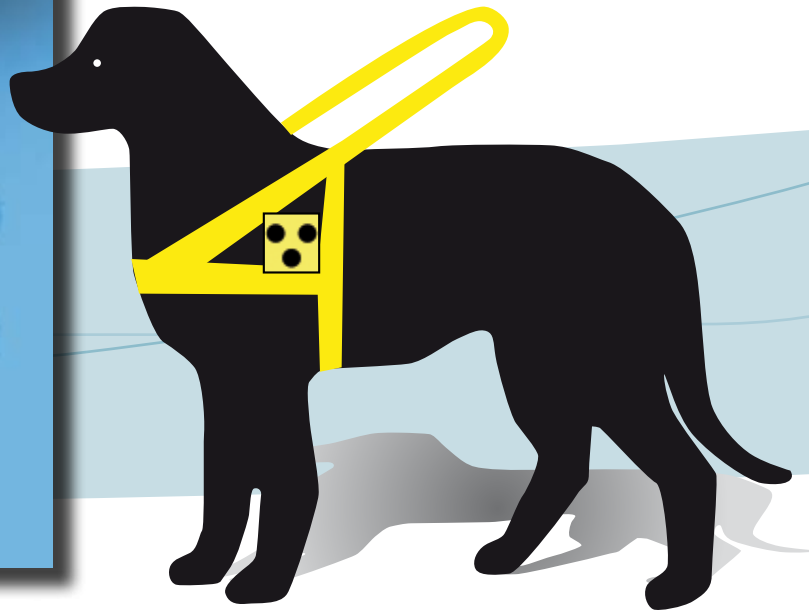
Die sogenannte Barrierefreiheit stellt hohe Anforderungen an den Webdesigner – gestalterisch und im Hinblick auf das technische Verständnis. Deshalb wird das Thema gerne umgangen oder von vorneherein bei der Konzeption als weniger wichtig eingestuft. Dabei wirkt sich die Barrierefreiheit nicht nur auf die Site, sondern auch auf mobile Endgeräte und schlussendlich auch auf Suchmaschinen aus. Spätestens hier sollte die Barrierefreiheit gründlich diskutiert werden.

Die Barrierefreiheit ist inzwischen nicht mehr nur für Online-Angebote interessant, die sich an behinderte oder ältere Menschen wenden, sondern für alle Sites. Denn wer seine Inhalte auch für mobile Endgeräte zur Verfügung stellt, kommt mit grafischen Spielereien nicht weit – aufgrund der geringen Displaygröße sind für Smartphone-Nutzer nach wie vor in erster Linie Textinformationen interessant.

Stichwort Suchmaschine: Jedes Unternehmen wünscht sich einen prominenten Platz bei Google. Vor allem hier ist daher Barrierefreiheit wichtig: Suchmaschinen ignorieren beispielsweise Startseiten von Webangeboten, die wenig Text und stattdessen viel Grafik oder Flash-Elemente enthalten. Auch verschachtelte Tabellen werden von Suchmaschinen meist nicht beachtet.

Textgestaltung – Inhalte richtig darstellen Schriften

Im Webdesigner-Alltag ein oft diskutiertes Thema: Schriften. Unternehmen bestehen zunächst oft darauf, auch im Internet ihre Hausschrift und keine Standardschrift einzusetzen. Das ist ein durchaus berechtigter und ernst zu nehmender Wunsch. Schließlich wird immer wieder von Designern und Werbefachleuten auf die Wichtigkeit eines durchgängigen Corporate Designs gedrängt. Im Web sind hier aber insbesondere im Hinblick auf die Barrierefreiheit Grenzen gesetzt.



Im Internet finden sich vorrangig die Schriftarten Arial, Helvetica, Verdana und Times, Georgia und Courier – sie sind in den meisten Browsern standardmäßig enthalten. Bei Verwendung dieser Schriften kommt es selten zu Problemen.

Um dennoch die Hausschrift zu verwenden, kann getrickelt werden: Beispielsweise durch Verwendung von Flash-Inhalten – eine der elegantesten Lösungen. Unter Verwendung dieses Programms ist es möglich, jede Schrift abzubilden. Aber auch dieser Trick hat Folgen. Damit die Site barrierefreien Zugang bietet, sind viel Sachkenntnis und ein erhöhter Programmierauf-

wand nötig, um eine Alternative zu bieten, wenn die angestrebte Lösung aus technischen Gründen nicht umsetzbar ist.

Technik ist das eine – Optik das andere.

Insbesondere bei informationshaltigen Websites ist es wichtig, Texte zu gestalten. So sollte ein längerer Text eine angenehme Schriftgröße besitzen und durch Absätze sowie Zwischenüberschriften unterteilt werden. Dabei sollten die Spalten nicht zu breit sein. Das Credo: so lesefreundlich wie möglich, wenn Sie Informationen an den User bringen wollen.

BüroHaus auf dem hagen_campus in Köln



Guter Raum für Wachstum

Effektive Büro- und Arbeitswelten

Funktionalität und Individualität auf 8.300 m² in 6 Geschossen mit insgesamt 24 Mieteinheiten zwischen 165 m² und 578 m² Nutzfläche.

Jede Mieteinheit bietet flexible Raumlösungen vom Einzel- und Großraumbüro bis hin zur Einrichtung von Laborräumen.

Flexible Teilbarkeit bietet effiziente Nutzflächen auf allen Ebenen.

Weitere Objekte auf Anfrage.

BüroHaus
auf dem hagen_campus

 **RheinEstate**
Room to move

Jetzt informieren:
S RheinEstate GmbH
Tel. 02 21/27 22 19-1 91
www.rhein-estate.de

WEBDESIGN IM W3C-STANDARD

Beispiele in unterschiedlicher Optik: der CSS-ZenGarden.

Die Idee des ZEN-Gartens ist ebenso faszinierend wie einfach. Eine HTML-Vorlage unter www.csszengarden.com dient als Ausgangspunkt für CSS-Designer und darf von jedem individuell gestaltet werden. So lässt sich die Vielfalt der möglichen Designs, das Potenzial von CSS und vor allem das eigene Können aufzeigen.



Wir machen die Welt ein wenig bunter.

im Zentrum von Siegburg

Humperdinckstraße 64
Telefon 02241 52016
Telefax 02241 65624
eMail info@kpl-team.de

KPLTEAM
Medien, Druck und Werbeatelier GmbH

www.kpl-team.de

hochschulgründernetz cologne

EXIST
Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie
EUROPEISCHE UNION
Europäischer Sozialfonds
KoKon

Chef sein und Ideen verwirklichen!

Mit dem hgnc schon im Studium an den Start gehen...

...Gründerschulung
gründliche Wissensvermittlung vom Tagesseminar bis zur einsemestrigen Gründerübung

...Gründerberatung
im Gründerbüro der Kölner Hochschulen
Universitätsstr. 45 - 50931 Köln

...Gründercoaching
Unterstützung bei der Umsetzung Ihrer Existenzgründungsideen durch den Leiter des Gründerbüros sowie unserer Partner

Infos zu den Veranstaltungen des hgnc:
www.hgnc.de
www.kokon.uni-koeln.de

Das hochschulgründernetz cologne wird gefördert durch die regionalen Sparkassen und Technologiezentren sowie die Stadt Köln.

Annette Kaiser, Thomas Böttcher, Stephan Sieber,
Tobias May. Es gratulieren Erika Sahrhage
(Bio-OWL), Peter Lange (BMBF) und Heinz Bettmann
(BioCologne).
Foto: Christoph Mayerl.



NRW auf der BIOTECHNICA 2008

33 Aussteller auf dem Stand von BIO.NRW – Innovationspreise verliehen

Unter der Dachmarke BIO.NRW stellten zahlreiche Unternehmer und Repräsentanten der regionalen Biotechnik-Netzwerke aus Nordrhein-Westfalen den Biotechnik-Standort NRW auf der Biotechnica 2008 vor. Hinter BIO.NRW verbergen sich die Biotechnische Innovations-Offensive und die Biotechnische Industrieorganisation des Landes NRW (BIO.NRW e.V.).

Auf der Biotechnica wurden auch die Innovationspreise des Arbeitskreises der BioRegionen Deutschlands vergeben. In diesem Jahr wurde die Auswahl und Vergabe der Preise durch BIO.NRW e. V. organisiert. Gewonnen haben Thomas Böttcher und Dr. Stephan Sieber von der Universität München, Dr. Tobias May vom HelmholtzZentrum für Infektionsforschung in Braunschweig und Prof. Dr. Annette Kaiser von der FH Bonn RheinSieg. Die Preisübergabe fand am 7. Oktober im Rahmen der BioPolitik-Konferenz statt. Ministerialdirektor Dr. Peter Lange vom BMBF, der die Siegerpokale übergab und Dr. Heinz Bettmann, als Vertreter der Sponsoren, ließen es sich nicht nehmen, den Preisträgern persönlich zu gratulieren.

Die Biotechnica ist die Leitmesse der europäischen Biotechnik. Die Messe zeigte vom 7. bis 9. Oktober, welche viel versprechenden Anwendungsmöglichkeiten die Biotechnologie in Gesundheitswesen, Lebensmittelproduktion, Industrie und Umweltschutz, aber auch beim Aufklären von Kriminalfällen zu bieten hat. Über 530 Aussteller aus 27 Ländern präsentierten ihre neuesten Produkte und Entwicklungen.

Im Rahmen des parallelen Kongress- und Konferenz-Programms gab es auch die gemeinsame öffentliche Sitzung des Arbeitskreises der BioRegionen und der BioParks. Bei der Entwicklung regionaler Biotechnologie-Cluster arbeiten die BioRegionen und die BioParks intensiv zusammen. Ein gemeinsames Anliegen ist die optimale Darstellung der wissenschaftlichen und unternehmerischen Potentiale der deutschen Biotechnologie. Hierzu wurden neue Ziele für die Zukunft gesteckt.

BioCologne

Shaping the future

Biotechnology Industries
in the Greater Cologne Area

- Companies
- Research & Science
- Locations
- Services



Übersetzt aus dem Russischem bedeutet TRIZ in etwa: „Theorie zur Lösung erfinderischer Aufgaben“. Die systematische Erfindungsmethode wurde in der Sowjetunion unter anderem durch Genrich S. Altshuller entwickelt und 1956 zum ersten Mal veröffentlicht.

Systematische Erfindungstechnik

Formulierung: „Das Gras soll fünf Zentimeter Länge nicht überschreiten“. So formuliert, eröffnet sich ein deutlich weiteres Feld an möglichen Lösungsideen.

Der Widerspruch

Im zweiten Schritt wird der entscheidende Widerspruch formuliert, der dem Erreichen des IER im Wege steht, zum Beispiel: „DasGrassollnurfünfZentimeterLängehaben,eswächstaberweiter“. Statt eines neuen Rasenmähers könnte die Lösung nun in der Verhinderung des Graswachstums liegen. Handelt es sich um technische, naturwissenschaftliche oder ökonomische Widersprüche, kann man den konkreten Widerspruch in einen abstrakten übersetzen und mithilfe einer Matrix mit 39 technischen Parametern ablesen, welche der 40 Lösungsprinzipien passen könnten.

TRIZ ist ein ganzer Baukasten von Methoden. Das macht es sehr komplex – es bedarf einer längeren Einarbeitung. Neben den 40 Lösungsprinzipien gibt es noch vier Separationsprinzipien und 76 Stoff-Feld-Lösungen für Standardsituationen. Zur Ermittlung des entscheidenden Widerspruchs bietet TRIZ verschiedene Analysemethoden und eine Ressourcenbetrachtung an. Selbstverständlich kann man auch andere Analysemethoden hinzuziehen, die nicht aus dem TRIZ-Baukasten stammen. Es ist ebenfalls Software-Unterstützung für TRIZ erhältlich.

Maßgeblich weiter helfen im Erfindungsprozess kann aber bereits die Beherrigung des TRIZ-Denkens: Ein ideales Endresultat formulieren und nach den entscheidenden Widersprüchen suchen. So schafft man sich eine Ausgangslage, mit der auch die anschließende Ideensuche mit Brainstorming oder anderen einfacheren Kreativmethoden zu besseren Ergebnissen führt.



Im Zentrum des Erfolgs

Quelle der Inspiration

Der BioCampus Cologne entwickelt sich als Motor der Innovation zu einem der größten Biotechnologieparks Deutschlands. Im Mittelpunkt der Idee stehen zahlreiche, aufstrebende Unternehmen aus der Life-Science-Branche, die sich seit seiner Eröffnung im Jahr 2002 hier angesiedelt haben.

Multifunktionsräume

Der BioCampus Cologne stellt den Unternehmen Raum zur Verfügung, mit allen Voraussetzungen und Synergieeffekten eines modernen Life-Science-Netzwerkes: Labors, Büroräume, Produktionsstätten und Gemeinschaftseinrichtungen. Perfekte Büro- und Laborflächen.

Guter Raum für Wachstum

Mit über 254.000 m² ist er der Zukunftsstandort für die wissensbasierte Industrie im Herzen Europas. Die vorfinanzierte Infrastruktur und individuelle Ansiedlungskonzepte bieten neue Perspektiven für die Wachstumsbranche Biotechnologie.

BioCampus Cologne
Grundbesitz GmbH & Co. KG
Richard-Byrd-Straße 4
50829 Köln (Germany)

BioCampus Cologne

Tel. +49 (0) 2 21/27 22 18-0
Fax +49 (0) 2 21/27 22 18-178
info@biocampuscologne.de
www.biocampuscologne.de

Member of
biopartners cologne

12th World Business Dialogue The Integrated Challenge

Resources, China & Customer Revolution
Linked Drivers Demand Innovation

Beim Organisationsforum Wirtschaftskongress (OFW) e.V. arbeiten ca. 35 Studenten in neun Ressorts mit einem Arbeitsaufwand von durchschnittlich 30 Stunden die Woche an einer Vision: einen der größten von Studenten organisierten Wirtschaftskongresse der Welt zu organisieren, den World Business Dialogue!



Vom 1. - 2. April 2009 findet der 12th World Business Dialogue unter der Thematik „The Integrated Challenge“ an der Universität zu Köln statt. Die 600 unternehmerischen, wissenschaftlichen und studentischen Teilnehmer suchen und diskutieren gemeinsam mit 80 Referenten die ganzheitliche Lösung für vier verschiedene Herausforderungen:

Die Knappheit an Ressourcen, die Entwicklung Chinas, die veränderten Kundenansprüche und die Diskussion zur Produktion von Innovation sind eng vernetzt und bedingen sich gegenseitig. Lösungsansätze für Unternehmen und Volkswirtschaften können nur in einer ganzheitlichen Diskussion der vier Herausforderungen gefunden werden - The Integrated Challenge.

Mehr Informationen auf www.ofw.de!



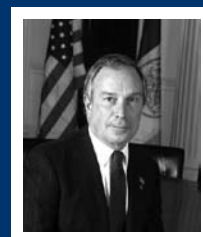
Facts, Figures & Faces World Business Dialogue

- Zweck: Dialog zwischen Wirtschaft, Wissenschaft & Studenten
- Teilnehmer: 300 int. Unternehmer, 300 int. Studenten, 80 Referenten
- Kongressort: Universität zu Köln

Topreferenten vergangener Kongresse



Bill Gates



Michael Bloomberg



Dr. Josef Ackermann



Organisationsforum
Wirtschaftskongress e.V.
Salierring 48 • 50677 Cologne
Germany

Phone. +49 (0) 221 / 92 18 26-0
Fax. +49 (0) 221 / 92 18 26-9
Mail. ofw@ofw.de
Net. www.ofw.de



AIESEC: WISSENSTRANSFER INTERNATIONAL

VOM RHEIN IN DIE WELT.

AIESEC ist mit weit über 600 Lokalkomitees in über 100 Ländern die größte internationale Studentenorganisation. In Deutschland ist AIESEC an fast 60 Universitäten und Fachhochschulen vertreten.

Seit ihrer Gründung 1948 verfolgt AIESEC ein klares Ziel: Die Ausbildung von verantwortungsbewussten jungen Menschen, die heute und in ihren zukünftigen Führungspositionen einen Beitrag zur positiven Gestaltung der Gesellschaft leisten.

AIESECs internationale Plattform bietet Studierenden weltweit jährlich 3.500 intensive Auslandserfahrungen, über 5.000 herausfordernde Führungsaufgaben und die Möglichkeit, bereits während des Studiums ein weltumspannendes Netzwerk zu anderen Studierenden, Young Professionals, Unternehmen und Organisationen zu knüpfen. AIESEC verfolgt dabei mit der Kombination der drei Elemente „Leadership Development“, „internationale Praktika“ und „Lernen in einem globalen Umfeld“ einen einmaligen und ganzheitlichen Ansatz. So bietet die Organisation Studierenden eine soziale und praxisbezogene Zusatzausbildung neben dem Studium.

Wenn auch Sie Interesse an einer Kooperation mit AIESEC in Köln haben, informieren Sie sich gerne unter www.aiesec-koeln.de oder kontaktieren Sie uns direkt:



AIESEC in Köln,
c/o Universität zu Köln
Albertus-Magnus-Platz
50931 Köln
Telefon: 0221 - 139 4115
Email: vper.koeln@aiesec.de

KNOW-HOW PER KLICK

Werden Sie Ihr eigener Chef: Der interaktive gründerzeit-Workshop begleitet Sie Schritt für Schritt in die Selbständigkeit.

Sie haben eine Geschäftsidee? Vielleicht ist sie sogar eine Marktlücke mit viel Potenzial? Aber Ihnen fehlt noch das Handwerkszeug für den erfolgreichen Start in die Selbständigkeit? Dann hilft Ihnen der neue Existenzgründungs-Workshop bestimmt auf die Sprünge.

Gemeinsam mit dem Hochschulgründernetz Cologne hat impulsegründerzeit einen innovativen Internetkurs entwickelt, der fit für das eigene Unternehmen macht.

Kleine Schritte, großes Ziel

Finden Sie heraus, was für ein Unternehmertyp Sie sind. Schulen Sie Ihre Kreativität und lernen Sie, einen Businessplan zu erstellen. Auch Themen wie Unternehmensmanagement, Steuern und Recht stehen auf dem virtuellen Lehrplan. Mit trockener Paukerie hat das alles aber nichts zu tun: Die Mischung aus informativen Texten, anschaulichen Praxisbeispielen, Quiz-Elementen und Audio beitragen transportiert das Wissen auf unterhaltsame Weise. Übungen am Ende der Lektionen helfen, das Gelernte zu überprüfen und zu festigen.

Kostenlos und zertifiziert

Melden Sie sich jetzt für den kostenlosen Service an. Per E-Mail werden Sie dann alle zwei Wochen über die aktuelle Lektion informiert. Wer alle Themen erfolgreich bearbeitet hat, erhält am Ende ein Zertifikat. Jetzt teilnehmen unter: www.impulse-gruenderzeit.de/gruender-workshop



OKTOBER

- 07. – 09. Oktober 2008** BioTechnica 2008 – Die internationale Fachmesse für Biotechnologie in Hannover. Das RTZ ist hier im Verbund mit BioCologne und dem BioCampus Cologne vertreten. Stand E 33 in Halle 9 / Nähere Informationen: www.biotechnica.com
- 17. – 19. Oktober 2008** START 2008 – die Messe für Existenzgründung, Franchising und junge Unternehmen in Essen. Gutscheine für ermäßigten Eintritt gibt es im RTZ.
- 28. Oktober 2008** Kick-off-Event zum NUK-Businessplan-Wettbewerb 2009 im KOMED-Saal in Köln. Nähere Informationen: www.n-u-k.de.

NOVEMBER

- 06. – 07. November 2008** 12. Forum Gründungsforschung in Dortmund. Das „G-Forum“ findet statt im Technologiezentrum Dortmund. Nähere Informationen: www.gforum2008.de
- 17. – 19. November 2008** BioEurope 2008 – die größte europäische Partnering-Konferenz für Biotechnik in Mannheim. Nähere Informationen: www.ebdgroup.com/bioeurope
- 19. – 22. November 2008** MEDICA 2008, die 40. Internationale Fachmesse mit Kongress, Weltforum der Medizin, in der Messe Düsseldorf, Nähere Informationen: www.medica.de

NETCOLOGNE FÜR BUSINESSKUNDEN

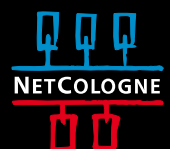
**„CORPORATE NETWORK?
HABEN WIR SICHER.
SCHLISSLICH MÜSSEN WIR VERNETZT
SEIN. REGIONAL UND GLOBAL.“**

Konstantin Neven DuMont, Geschäftsführer
der Unternehmensgruppe M. DuMont Schauberg

In der Unternehmensgruppe M. DuMont Schauberg hat Aktualität höchste Priorität. Deshalb sorgt NetCologne für Telekommunikation im Express-Tempo: Die Kölner Zentrale ist mit 2 x 100 Mbit/s ausfallsicher an das Internet angebunden, alle Lokalredaktionen sind über ein innovatives Corporate Network vernetzt. Und auch sämtliche Telefonanschlüsse sowie Webauftritte liegen bei NetCologne in guten Händen.

NetCologne – Sprache, Daten, Internet.

Kontakt: 0800-2222-550 | www.netcologne.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
Gestaltung: dreisprung mediendesign; www.dreisprung.net