

RheinZeiger

Innovationen, Perspektiven und Impulse aus Köln

Köln | Oktober 2012 | Ausgabe 20 | www.rheinzeiger.de

10 Jahre Networking mit dem RheinZeiger

Life Science In Köln nicht nur an der FH

Bi(er)otechnik Beikirchers Betrachtung des Rheinlands

Social Media Erfolgssuche im Internet

Nachfolge Erfolgsgeschichte Weingut Rings



Veranstaltungen Oktober 2012 – Dezember 2012

12. – 13. Oktober 2012

Innovativer Start-Up-Treff

Gründer und Experten treffen sich zum „Idea Lab! 2012“ an der WHU – Otto Beisheim School of Management.

www.idea-lab.org

16. – 18. Oktober 2012

IT-Security Messe it-sa

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

www.it-sa.de

24. Oktober 2012

ScieCon NRW 2012, Bochum

Firmenkontaktmesse, die jungen Biowissenschaftlern und Medizinerinnen die Möglichkeit bietet, Kontakte zu Biotechnik-Unternehmen, Pharmaindustrie und Medizintechnikunternehmen zu knüpfen.

www.sciecon.bts-ev.de

6. November 2012

Auftaktveranstaltung zum 16. NUK-Businessplan-Wettbewerb in Köln im KOMED-Saal

Interessierte können sich auf der Homepage registrieren.

www.neuesunternehmertum.de

8. – 9. November 2012

G-Forum Jahreskonferenz

Die interdisziplinäre Jahreskonferenz zur Gründungsforschung, dieses Jahr in Potsdam

www.conventus.de/gforum2012

12. – 14. November 2012

BIO-Europe 2012 in Hamburg

Die Partnering-Konferenz für die internationale Biotechnologie-Szene im Congress Center Hamburg.

www.ebdgroup.com/bioeurope

12. – 18. November 2012

Gründerwoche in Deutschland

In der Global Entrepreneurship Week 2012 finden in mehr als 80 Ländern tausende von Aktionen und Events zum Thema Unternehmertum statt.

www.gruenderwoche.de

14. – 17. November 2012

MEDICA 2012

Die internationale Fachmesse mit Kongress – das „Weltforum der Medizin“ in der Messe Düsseldorf

www.medica.de

16. – 17. November 2012

START-Messe

Das Meeting von Gründern, Jungunternehmen und Franchise-Interessierten mit „Life-Charakter“ – in diesem Jahr in den Westfalenhallen in Dortmund.

www.start-messe.de

22. – 23. November 2012

QUERDENKER-Kongress 2011

zum Thema „ideen. geschäftsmodelle. märkte. – Neue Denkerwerkzeuge für interdisziplinäre Ideenfabriken und vernetzte Innovationsschmieden der Zukunft“ in der Alten Kongresshalle in München.

www.querdenker.de

23. November 2012

12. Baesweiler BioTec-Meeting

im Internationalen Technologie- und Service-Center Baesweiler.

www.its-center.de

27. – 28. November 2012

ORPHEUS Workshop im Zentrum für Molekulare Medizin der Universität zu Köln (ZMMK)

Workshop zu den Karriere-Möglichkeiten von Doktoranden und PostDocs aus den Naturwissenschaften.

www.zmmk.uni-koeln.de

4. Dezember 2012

Traditionelles 3K-Meeting im RTZ

mit HiPo-Award-Verleihung, Special-guest-Speech und Glühwein-Empfang; Start um 16:00 Uhr; Anmeldung erforderlich.

www.rtz.de

Vorschau 2013

10. Februar 2013

Karneval: Große Sonntagsitzung der Karnevalsgesellschaft „Die Große von 1823“

um 20:00 Uhr im Gürzenich Festsaal. Kartenanfragen an das RTZ.

www.dgv-1823.de, info@rtz.de

14. – 15. Mai 2013

Deutsche Biotechnologietage 2013 in Stuttgart

Der Arbeitskreis der BioRegionen Deutschlands und Bio Deutschland laden ein zum Forum der deutschen Biotechnik-Branche.

www.biotechnologietage-2013.de



Liebe RheinZeiger-Leser

An Tagen wie diesen ...“ ist ein Erfolgshit. Er beschreibt das Warten auf den großen Tag. Den langen Weg zum Ziel. Und das große Gefühl, wenn man das Ziel erreicht hat – und dann soll dieser Tag nie enden.

In Zeiten wie diesen wird viel über Existenzgründung und Unternehmertum geredet. Themen sind der Gründungszuschuss, die Sozialversicherung für Selbstständige oder auch die Nachfolgeproblematik. Viele reden davon, dass wir in Deutschland eine so geringe Selbständigenquote haben. Viele wissen aber auch, dass gerade die kleinen und mittelständischen Unternehmen als die Hoffnungsträger der Wirtschaft gehandelt werden. Wie hat es Churchill formuliert: „Nur wenige erkennen in dem Unternehmer das Pferd, das den Karren zieht“.

Gründungszuschuss, Altersvorsorge, Nachfolge: Darüber reden ist immer gut. Was aber wollen wir erreichen? Schaffen wir neue Hürden auf dem Weg zum erfolgreichen Unternehmen? Legen die Diskussionsergebnisse die Messlatte für Unternehmen höher? Zu hoch? Ich habe Gründungsinteressierten in Seminaren und Übungen immer geraten, doch einmal ein Bild zu malen. Ein Bild von der Vision Ihres Unternehmens. Ich habe sie aufgefordert, doch mit allen Kräften Entrepreneur zu sein – und nicht sofort Unternehmer. Entrepreneur – und nicht Unternehmer? Ja, da gibt es einen Unterschied, sie können ihn „googeln“.

Zunächst kommt es doch darauf an, eine Idee zu entwickeln und zu einer Vision werden zu lassen. Das Unternehmen sozusagen in einem Traum abzubilden. Das Ergebnis ist vielleicht ein Idealbild, weniger ein Realbild. Aber es lässt sich mit der Realität vergleichen und fordert dazu auf, den Weg zum Idealbild zu beschreiben. Vielleicht liegt diese „Messlatte“ hoch. Vielleicht veranlasst dieses Bild die angehenden Gründer, über ganz ungewöhnliche Dinge nachzudenken – um eben doch den Weg zu finden.

Ist dieser Weg einfach? Ist er bequem? Wahrscheinlich nicht. Aber dieser Weg trainiert den Ehrgeiz, den Entrepreneur im angehenden Gründer. Dieser Weg schafft Innovationen. Mal ehrlich: Was ist das Ziel einer Existenzgründung? Zuschüsse sind schon mal hilfreich, aber dahinter steht kein Auftrag. Und die Nachfolgeproblematik ist durchaus real, so real wie die Frage nach der Altersvorsorge.

Was ist das Ziel? Was ist die Vision? Für die Welt. Für das Unternehmen. Für mich? Es ist gut, ein Entrepreneur zu sein. Die Vision zu Ende zu denken. Das Traumschloss zu bauen, dass man erreichen will. Unternehmer muss man sein, wenn das Unternehmen durch die Welt zieht, über Brücken, entlang der Wege, durch die Netzwerke. Bis zum unendlichen Erfolg. Für die Welt, für das Unternehmen und für mich.

Ihr Heinz Bettmann | Geschäftsführer des RTZ

Inhalt

- 4 **Ein Magazin gründen**
Der RheinZeiger wird 10 Jahre alt
- 8 **Sieger bei NUK**
Innovative Ideen im Businessplan-Wettbewerb
- 9 **Biotechnik an der FH Köln**
Die Fakultät für angewandte Naturwissenschaften stellt sich vor
- 10 **BioRiver e. V.**
Branchenförderung und Standortmarketing in Köln
- 12 **Argumente für Köln**
Beikirchers Analyse der Biotechnik-Entwicklung im Rheinland
- 17 **Startups in Köln**
Neue Unternehmen gingen im RTZ an den Start
- 20 **Finanzierung 2.0**
Wie sich Crowdfunding als neuer Finanzierungsweg etabliert
- 22 **Weingut Rings**
Nachfolge-Erfolgsgeschichte im Wandel der Generationen
- 26 **Das kann ich besser**
Qualitätsmanagement in jungen Unternehmen – Teil I
- 28 **Innovationen aus Köln**
Die Wirtschaftsdezernentin zur Technologieförderung in der Domstadt
- 30 **Pressearbeit**
Instrumente und Spielregeln für diesen wichtigen Teil der Öffentlichkeitsarbeit
- 34 **XING**
Wie professionelle Netzwerke zum Erfolg beitragen

Buchvorstellung: 16

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 virtualform GmbH

Cartoons Sebby, Catprint Media GmbH, Karsten Schley, toonpool.com GmbH

Fotos AIESEC; BioRiver e. V.; NUK e. V.; Oliver Schulze; Heinz Bettmann; Weingut Rings; Harald Sokol; Konrad Beikircher; Für-Gründer.de SKS Kairos GbR; steps2startup; Aleksander Perkovic; Alfred H. Schütte GmbH; RTZ Köln GmbH; Dierk Lürbke, Casa:1 Zementfliesen; Fred Stabe; Christoph Plamper; Fotolia.com: Yuri Arcurs, Jan Engel, ExQuisine, macroman; Pixelio.de: Margot Kessler; Kölnmesse 2012

Grafiken Capinio GmbH, Für-Gründer.de SKS Kairos GbR

Gestaltung DesignBüro Blümling, Köln / mail@bluemlingdesign.de

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

Der RheinZeiger wird 10 Jahre alt

Ein Magazin gründen

Im Februar 1999 öffnete das RTZ seine Tore für Gründer aus den Zukunftstechnologien. Pünktlich zum Eröffnungstag waren sechs Gründerunternehmen startbereit. Viele weitere meldeten sich im Laufe des Jahres 1999 mit dem Ziel, „mal eben ein Unternehmen zu gründen“. Zu den ersten 20 Technologieunternehmen, die in 1999 im RTZ an den Start gingen, gehörten beispielsweise Virtualform, Response, OINK, TEGIS sowie die Biotechnik-Unternehmen Analysis und Amaxa. Virtualform steht für 3D-Präsentationen, sei es bei Architektenplänen, sei es bei Internetseiten für Unternehmen. Klar, dass das RTZ seinen ersten Internetauftritt „mal eben“ durch Virtualform designen ließ.



Schon in den ersten drei Jahren waren über 40 Starts geglückt, zahlreiche neue Arbeitsplätze geschaffen, das Zentrum ausgebucht. Sollte man darüber reden? Sollte man ein Kommunikationsorgan schaffen, um über Innovationen und Impulse aus Köln zu berichten? Sollte man Gründern und jungen Unternehmen über ein Magazin Informationen vermitteln und Perspektiven aufzeigen?

Das Team hatte viele Vorstellungen und noch mehr Ideen. Und nichts ist bekanntermaßen einfacher wie die Gründung eines Magazins („mal eben ...“). Aber mit einem motivierten Team lässt sich (fast) alles bewältigen. Und so kam der Jahreswechsel 2002/2003, wieder einmal sehr plötzlich. Aber im Januar 2003 war es dann so weit: Ausgabe 1 des RheinZeiger ging in den Versand. Und wer stand Pate: Das Unternehmen Virtualform lieferte mit „Wiesel TV“ die Titelgeschichte, die Agentur dreisprung kreierte mit uns das Design.

Die Jahre gehen ins Land, und eh man sich versieht, wird das RTZ zehn Jahre alt. Der RheinZeiger ist inzwischen zum ständigen und gefragten Begleiter geworden. Zum Jubiläum des RTZ erscheint im April 2009 die Nr. 13 – und zeigte die Erfolgsbilanz. 138 Unternehmen hatte das RTZ „mal eben produziert“, 95 Millionen Euro haben die Amaxa-Gründer ein Jahr zuvor beim Verkauf Ihres Unternehmens „mal eben“ erlöst, koffski, das „men-pocket des 21. Jahrhunderts“ hat seinen Siegeszug angetreten.

Heute erscheint „mal eben“ die Nr. 20 unseres Magazins. Der RheinZeiger ist moderner, aber auch erwachsener geworden. Er kann heute über 185 Unternehmen berichten, die im RTZ „mal eben“ gestartet sind, über 37 Unternehmen, die aktuell ihren Sitz im RTZ haben, über zehn weitere Teams, die sich im „ASS-Office“ auf den Start vorbereiten, über High-Potential-Companies (HiPo), die mit Hilfe einer Reiss Profile Analyse „mal eben“ die Welt auf ihre Weise verändern wollen.

Mal eben ein Magazin gründen, mal eben über Innovationen, Perspektiven und Impulse berichten. Mal eben kommunizieren.

Es war im Oktober 2002, als sich im RTZ ein kleines Team zusammensetzte, um die Herausgabe eines neuen Magazins zu diskutieren. Das RTZ war inzwischen drei Jahre alt und konnte bereits über 40 neu gegründete Unternehmen vorweisen. Nun sollte der Arbeit des RTZ mit den Existenzgründern ein weiteres Element hinzugefügt werden: Ein Magazin zur Kommunikation und Information, zur Initiierung von Visionen und Impulsen, zur Aufzeigung von Perspektiven für das – rechtsrheinische – Köln.

Das RheinZeiger-Gewinnspiel zum Jubiläum



Unsere Frage: Sehen Sie den weißen Rheinbogen oben auf der Titelseite? Das ist unser Logo! Lesen Sie die Beiträge in dieser Ausgabe 20 und finden Sie auch am Ende eines jeden Beitrags dieses Logo. Zählen Sie nach, wie oft ist dieser Rheinbogen abgedruckt:

 24

 31

 47

Unter allen Einsendern mit der richtigen Lösung verlosen wir:

1. Preis: Ein Wein-Probierset vom Weingut Rings im Wert von 45 Euro
2. und 3. Preis: Je eine CD von Konrad Beikircher: „Schön ist es auch anderswo ...“ im Wert von je 17,50 Euro

Schicken Sie eine Mail an diese Adresse:
preisausschreiben@rheinzeiger.de.

Einsendeschluss ist der 15. November 2012, 24:00 Uhr!

Wir drücken Ihnen die Daumen!



Vergessen Sie bitte nicht, uns Ihren kompletten Namen, Anschrift und Telefonnummer zu hinterlassen, so dass wir Sie im Gewinnfall auch erreichen können.

Teilnehmen dürfen alle Leser des RheinZeigers, die mindestens 18 Jahre alt sind.

Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.



RheinZeiger e-news

Die neuen „RheinZeiger e-news“ sind da. Ab sofort gibt es einmal im Quartal neue Informationen und Nachrichten zu interessanten Themen rund um das RTZ. Und diese RZ-e-news gibt es für jeden Interessenten. Einfach per Mail an info@rtz.de eine E-Mail-Adresse angeben, und regelmäßig kommt der Link zur neuen Ausgabe der RZ-e-news.



**JETZT BERATUNGSTERMIN VEREINBAREN
UND 1 VON 3 iPADS GEWINNEN!**

**EIN KLEINER VORGESCHMACK AUF DAS,
WAS SIE BEI UNS ERWARTET.**

Bei NetCologne genießen Businesskunden Full Service aus einer Hand, z.B.:

- Professioneller **Internet-Zugang** mit flexiblen Bandbreiten bis zu 1 Gbit/s
- Serverbasierte **Telefonlösungen** mit vollem Komfort
- **Mobilfunklösungen** und preisgekrönte **Data Center Services**

Infos: 0800 2222-550 oder netcologne.de

WEIL UNS VIEL VERBINDET



29. Juni 2012: Gründer- und Nachfolgetag!



Beratung und zahlreiche Tipps und Informationen rund um das Thema Selbstständigkeit erhielten die rund 550 Besucherinnen und Besucher am 29. Juni 2012 in der Industrie- und Handelskammer Köln. Die Veranstalter des jährlichen Gründer- und Nachfolgetages, UnternehmerSTART Köln e. V. (USK), hatten gemeinsam mit ihren Partnern ein attraktives Programm zusammengestellt. In Fachvorträgen gab es Informationen zu grundlegenden Themen der Existenzgründung.

An den Messeständen in der begleitenden Ausstellung standen Spezialistinnen und Spezialisten aus dem USK-Beraternetzwerk Rede und Antwort. Zu den vielfältigen Fragestellungen boten sie konkrete Hilfe und gaben praxisorientierte Tipps und Informationen zu technischen, rechtlichen und betriebswirtschaftlichen Fragen, zur Gründung aus der Arbeitslosigkeit, öffentlichen Förderangeboten und den verschiedenen Möglichkeiten der Finanzierung.

Die Vorträge stehen unter diesem Link zum Download bereit:

http://www.ihk-koeln.de/Gruender_und_Nachfolgetag_2012_USK.AxCMS?ActiveID=3348

5. Juli 2012: Sommerfest im RTZ

Der Sommer fiel in diesem Jahr auf einen Donnerstag. Nachmittags um 17 Uhr wurde im Platanenhof der Grill angezündet. Drinnen in der kühlen HIGHTEC-Lounge wurde das Fass Kölsch angestochen. Fast 80 Beschäftigte der im RTZ ansässigen, jungen Technologieunternehmen im hatten sich in fröhlicher Stimmung zum Sommerfest des Zentrums eingefunden.

Einige Teilnehmer steuerten leckere Salate und Beilagen dem Buffet bei. Der Hausmeister, Uwe Stier, ließ es sich nicht nehmen, den Grillmeister zu spielen. Alle hatten guten Hunger, viel Durst und jede Menge Themen zum Erzählen mitgebracht. Schön war's, so dass aus dem Nachmittag dann auch noch ein Abend und schließlich eine halbe Nacht wurde. Spaß und Unterhaltung standen im Mittelpunkt – wie auf den Fotos dokumentiert.

Und dann kam folgerichtig die Frage: Geht's nächste Woche weiter mit dem Fest? Ja, haben diese jungen Unternehmen nun Erfolge zu feiern oder einfach nur viel Zeit ...??



Hier gibt's ein paar Impressionen:
<http://www.facebook.com/RTZkoeln>.

Gratulation an den RheinZeiger
zum Jubiläum!



www.kvb-koeln.de

Mal eben zu Heinz

Die Kurzstrecke – schnell und preiswert.



Menschen bewegen



Prämierungsfeier im Juni

Sieger beim 15. NUK-Businessplan-Wettbewerb


„Gewonnen haben wir bereits, als wir uns entschlossen haben, am NUK-Businessplan-Wettbewerb teilzunehmen! Wir haben gewonnen durch die Feedbacks und die Gespräche, die wir führen durften.“ Ein größeres Lob als dieses von „Cells Kitchen“, dem strahlenden Gewinner des 15. NUK-Businessplan-Wettbewerbs, kann man sich als Veranstalter kaum wünschen. Und für die Auszeichnung des Siegerteams war eigens der Minister angereist.

**Prämierungsfeier
im Juni lockte zahlreiche
Besucher – 10.000 Euro
für das Siegerteam**

Gewinner waren – neben den drei Preisträgern – auch die anderen nominierten Gründerteams, die im Rahmen der feierlichen Preisverleihung am 20. Juni 2012 in der Wolkenburg in Köln ihre Unternehmensideen präsentierten. Sie alle konnten die mehr als 200 anwesenden Gäste im Elevator Pitch mit ihren Geschäftsideen beeindrucken und überzeugen. Glückwunsch!

NRW-Wirtschaftsminister und Schirmherr des 15. NUK-Businessplan-Wettbewerbs Harry K. Voigtsberger sollte den Nominierten Anerkennung für ihre Leistungen. Er hatte es sich nicht nehmen lassen, seinen letzten Arbeitstag als Minister mit der Teilnahme an der Siegerehrung zu beschließen. Voigtsberger hob hervor, wie wichtig der NUK-Businessplan-Wettbewerb für die Region sei. „Förderung durch Organisationen wie NUK soll auch anderen Mut machen, ihre Ideen umzusetzen.“ Innovationen seien ein wichtiger und unerlässlicher Treiber im Wirtschaftskreislauf: „Wir stehen im weltweiten Wettbewerb. Wenn wir uns nicht weiterentwickeln, kommt Stillstand auf und wir geraten ins Hintertreffen.“

Leidenschaft und Mut hätten alle Beteiligten gezeigt, erklärte Projektleiterin und Moderatorin Vesna Domuz, die die Teams in den zurückliegenden Monaten begleitet hatte. Überzeugt hatten alle durch ihre innovativen Geschäftskonzepte. Dabei zeigt sich der Einfallsreichtum der Gründer auch im Detail, wie zum Beispiel bei der Namensgebung des 1. Preisträgers: „Cell's Kitchen“ – „Zellenküche“ heißt das Langenfelder Unternehmen. Auf der Basis adulter Stammzellen haben die drei Gründer ein zuverlässiges Toxizitätstestsystem entwickelt, das Pharmaprodukte für alle sicherer macht. Ein zukunftsweisendes Verfahren, das eine „revolutionäre Effizienzsteigerung in der Forschung“ ermöglicht und das bereits zum Patent angemeldet ist.

Alle Gründerteams gehen nun in die eigentliche Gründungsphase – für sie alle beginnt nun das Leben als Unternehmerin und/oder Unternehmer. NUK bleiben sie aber verbunden, die kostenlose Mitgliedschaft im NUK-Alumni-Club sichert fortlaufende Unterstützung für die nächsten Jahre. 

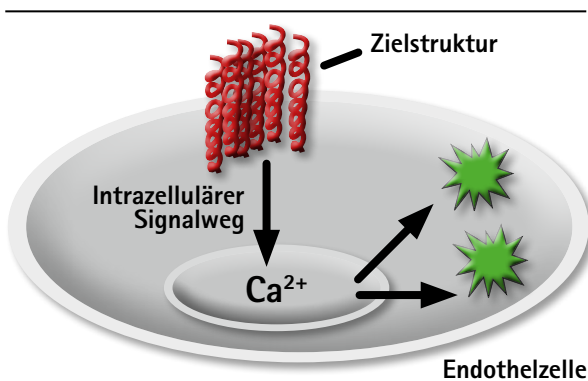
*Der nächste NUK-Businessplan-Wettbewerb steht kurz bevor:
Start ist am 6. November 2012.*

Nähere Informationen: <http://www.neuesunternehmertum.de>

Bio-Pharmazeutische Chemie an der Fakultät für Angewandte Naturwissenschaften

Praxisorientierte Biotechnik an der FH Köln

Am 4. Mai 2012 stellte die 2009 neu gegründete „Fakultät 11“ auf dem Campus Leverkusen der Fachhochschule Köln ihre Arbeit im Rahmen eines Unternehmenscamps vor. Die Kompetenz dieser neuen Einrichtung der Fachhochschule überzeugt: Neun Professorinnen und Professoren arbeiten an Themen wie Green Chemistry, Nanotechnologie, z.B. für medizinische Implantate oder an der Optimierung von Medikamentenwirkstoffen.




Intrazelluläre Signaltransduktion als Basis für die Assayentwicklung & Wirkstoffidentifizierung

pharmakologischer Testsysteme für die Wirkstoffsucheforschung in prädiktiven, krankheitsrelevanten in vitro Systemen wie z.B. Primär- und Stammzellen steht im Vordergrund ihrer Forschung.

Vor allem bei der Suche nach neuen Wirkstoffen zur Behandlung von Krebs ist innovative Technologieentwicklung unabdingbar. So ist es beispielsweise sinnvoll, zur Identifizierung neuer Hemmstoffe der Blutversorgung von Tumoren Substanzcharakterisierungen direkt in aus dem Menschen isolierten, primären Endothelzellen durchzuführen.

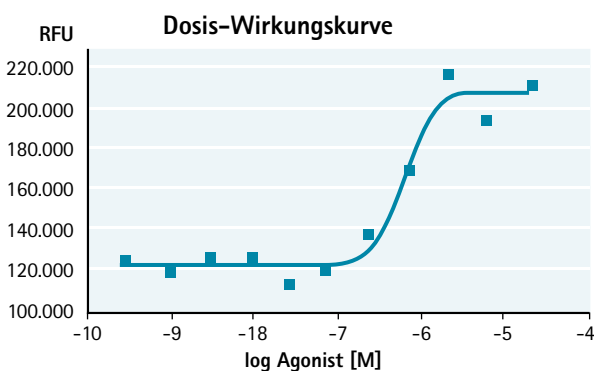
Blutgefäße sind die Versorgungsleitungen des Körpers. Sie transportieren Sauerstoff und Nährstoffe zu allen Zellen, so auch zu vorhandenen Krebsgeschwülsten. Solange ein Tumor kleiner als 1 bis 2 mm ist, ist er noch nicht auf die Versorgung durch Blutgefäße angewiesen. Stattdessen erhält er zunächst Sauerstoff und Nährstoffe aus den gesunden Geweben seiner Umgebung. Doch mit zunehmendem Wachstum kommt es zum Versorgungsengpass. Damit der Tumor weiter wachsen kann, benötigt er eigene Versorgungsleitungen. Tatsächlich sind Tumore in der Lage, die Bildung neuer Blutgefäße zu veranlassen und somit die Selbstversorgung mit den im Blut zirkulierenden Nährstoffen und Sauerstoff zu gewährleisten. Diese Gefäßneubildung oder Tumor-Angiogenese ist nicht nur eine entscheidende Voraussetzung für das weitere Tumorstadium, sondern auch für die Entstehung von Tochtergeschwülsten, den so genannten Metastasen, von denen die eigentliche große Gefahr einer Krebserkrankung ausgeht.

Mit der Etablierung neuer zellbasierter Technologien möchte Prof. Teusch in Zusammenarbeit mit Kooperationspartnern unter anderem innovative pharmakologische Leitstrukturen identifizieren, die eine Gefäßneubildung im Tumor verhindern bzw. unterbrechen, wodurch dieser – mangels Nährstoffen – „ausgehungert“ wird und abstirbt. Dass ein solches Wirkprinzip ein viel versprechender Therapieansatz bei bestimmten Tumorarten darstellen kann, belegen aktuelle klinische Untersuchungen. 



Prof. Dr. Nicole Teusch

http://www1.fh-koeln.de/www_f11/



Beispiel einer Dosis-Wirkungskurve bei der Substanzcharakterisierung

Eine Dozentin dieser noch jungen Fakultät ist Frau Prof. Dr. Nicole Teusch, berufen für die Schwerpunktrichtung Bio-Pharmazeutische Chemie. Seit März 2011 baut Prof. Teusch die Lehre und angewandte Forschung in den Bereichen Molekulare Pharmakologie und Zellbiologie auf. Sie kann hierbei auf mehrjährige Erfahrung in der Wirkstoffsucheforschung der pharmazeutischen Industrie zurückgreifen. Zuletzt war die promovierte Zellbiologin als Leitende Angestellte bei der Bayer Healthcare AG im Pharmaforschungszentrum in Wuppertal tätig.

Ihr Hauptaugenmerk hat Prof. Teusch auf die Entwicklung neuer zellbasierter Technologien gelegt. Die Etablierung



Branchenförderung und Standortmarketing

BioRiver für Köln

Die Bioregion Rheinland wird durch einen starken Interessensverband vertreten, dessen Einfluss vor allem auf der Einbindung der Entscheider in Industrie, Wissenschaft und öffentlicher Träger beruht. BioRiver – Life Science im Rheinland ist seit 2004 als eingetragener Verein Sprecher für die Biotechnologiebranche im Rheinland. Durch das starke Engagement von Unternehmern im Vorstand und generell im Verband werden insbesondere die Interessen der forschenden und entwickelnden Biotech-Firmen vertreten. Tragende Partner des Netzwerks sind die IHKn des Rheinlands und die Kommunen. Die Stadt Köln als Gründungsmitglied engagiert sich durch das Dezernat für Stadtentwicklung und seit kurzem auch durch das Dezernat für Wirtschaft in der Biotechnologieförderung.

Gemeinsam mit seinen Partnern intensiviert der Verein BioRiver – Life Science im Rheinland den Austausch zwischen Wirtschaft, Wissenschaft und Politik bzw. unterstützt den Technologietransfer, bei dem vielversprechende Wissenschaftsprojekte ihren Weg auf den Markt finden sollen.

Kapital für die Unternehmensentwicklung

Woran es in den jungen, forschenden Unternehmen der Biotechnik-Branche grundsätzlich mangelt, ist ausreichendes Kapital für die Unternehmensentwicklung. Dabei unterscheiden sich die Unternehmen voneinander wenig. Teure Forschung über einen langen Zeitraum zu finanzieren, funktioniert nur mit einem überzeugenden Konzept gegenüber zahlungskräftigen Investoren. Eine zentrale Aufgabe lautet für Vereine wie BioRiver in diesem Zusammenhang, den Zugang zu Finanzmitteln für die Unternehmen zu erleichtern. Der BioRiver-Vorstand bringt sich auf Landesebene in den Ministerien für Innovation und für Wirtschaft, bei privaten Geldgebern und bei Finanzinstituten ein, um den Bedarf darzulegen und für Investitionen zu werben. Diese Arbeit wird, wie die gesamte Vorstandsarbeit, ehrenamtlich geleistet.

Ausgezeichnete Forschung

Die erfolgreiche Teilnahme der Universität zu Köln an der Exzellenzinitiative von Bund und Ländern wird die wissenschaftsstarke Region Rheinland im nationalen und internationalen Vergleich weiter nach vorne bringen. Ein Beispiel wissenschaftlich-interdisziplinärer und institutsübergreifender Zusammenarbeit ist das ausgezeichnete Exzellenzcluster CECAD (Zelluläre Stress-Antworten bei Alters-assoziierten Erkrankungen), welches für weitere fünf Jahre gefördert wird. Wissenschaftler der Universität zu Köln, der angeschlossenen Uniklinik und der

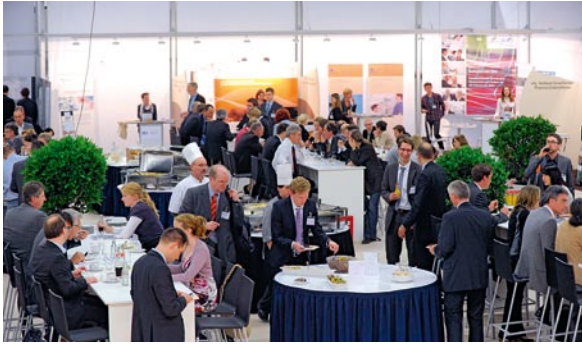


BioRiver – Life Science im Rheinland e. V. ist die unabhängige Vertretung der Life Science-Branche im Rheinland. Mit circa 90 Mitgliedern vereint BioRiver alle wichtigen Akteure und

fördert durch ein umfangreiches Experten-Netzwerk die intensive Zusammenarbeit zwischen Wirtschaft, Wissenschaft, Investoren und Politik. www.bioriver.de


PerMediCon, 19. – 20. Juni 2012

Um führende Wissenschaftler zunächst zusammenzubringen und übergreifende Projekte überhaupt anbahnen zu können, bedarf es einer Plattform, um aktuelle Entwicklungen vorstellen und diskutieren zu können.



Mit der Kölner Kongressmesse PerMediCon wurde eine solche Bühne geschaffen. Der interdisziplinäre Ansatz schließt Forscher, Unternehmer, Behörden bis hin zu Krankenkassen ein. Das Grundthema ist die Personalisierte Medizin, die eine Verbesserung der medizinischen Versorgung bei gleichzeitiger Kostenreduktion für das Gesundheitswesen mit sich bringt.

Das Konzept der PerMediCon ist in diesem interdisziplinären Ansatz einmalig. Die Veranstaltung 2012 stand unter dem Motto „Die Zukunft der Gesundheit gestalten“

und verknüpfte Fachkongress, Ausstellung und den Wettbewerb Call for Projects zu einem Konzept. 350 Fachleute aus dem In- und Ausland trafen sich zum regen Austausch in Köln. BioRiver unterstützte die Veranstaltung im Fachbeirat und war mit einem Messestand in der Ausstellung präsent. 

Max-Planck-Institute für Neurologie sowie für die Biologie des Alterns erforschen gemeinsam Alterungsprozesse und Mechanismen altersassoziierter Erkrankungen. Wissenschaftler verschiedener Disziplinen ergänzen ihre jeweiligen Ansätze, um molekulare Grundlagen zu verstehen und mit dem gebündelten Wissen neue Therapien für altersassozierte Erkrankungen wie Krebs, Diabetes und neurodegenerative Störungen zu finden.

Gleichermaßen erfolgreich in der Exzellenzinitiative ist das „Cluster of Excellence on Plant Sciences“, kurz CEPLAS. Ein interdisziplinäres Team von Experimental- und theoretischen Biologen der Universitäten Köln und Düsseldorf, des Max-Planck-Instituts für Pflanzenzüchtungsforschung in Köln sowie des Forschungszentrums Jülich untersuchen die molekularen Eigenheiten, die verschiedenen Pflanzenarten zugrunde liegen. Aus dem Verbund für Pflanzenwissenschaften sollen sich neue Konzepte für die nachhaltige Produktion von Pflanzen als Nahrungsmittel, Rohstoff- und Energiequelle ergeben.

Was passiert sonst noch?

Wenn langfristig etwas bewegt werden soll, bedarf es reger Diskussion und daraus resultierender Aktion. Um die Branche und den Standort bestmöglich zu fördern, wurde der „Arbeitskreis Biotechnologie in Köln“ ins Leben gerufen. Unter der Federführung von BioRiver-Life Science im Rheinland e.V. findet der Austausch zwischen Vertretern der Stadt Köln, der IHK, der Universität und Unterneh-

mensvertretern statt. Mit Zielstrebigkeit arbeiten die Partner an der Branchen- und Standortförderung. Zum Auftakt laden die Initiatoren des Arbeitskreises zur Leuchtturmveranstaltung Biotechnologie 2020 zu Beginn des Jahres 2013 ein. Im Foyer des BioCampus Cologne werden hochkarätige Sprecher zusammenkommen, um die Perspektiven für die Biotechnologiebranche im Rheinland aufzuzeigen. Ausgerichtet auf die Bedarfe der Unternehmen und Investoren zielen die Veranstalter darauf ab, das große Interesse der Partner für die Branche auch über die Stadtgrenzen hinaus sichtbar zu machen.

Bereits in diesem Jahr findet nach längerer Pause das Netzwerktreffen „BioRiver meets BioCologne“ wieder statt, es schließt sich ein Symposium zur Wertschöpfungskette im Themenfeld Agrarbiotechnologie an. Des Weiteren wird die Zusammenarbeit mit der Universität zu Köln in einem ersten gemeinsamen Workshop sichtbar bekundet. 



*Kontakt:
Dr. Frauke Hangen
Geschäftsführerin
BioRiver – Life Science
im Rheinland e.V.
www.bioriver.de*

11 Argumente für den Standort Köln

Chemie, Pharmazie und Biotechnologie ... profitieren in Köln von hervorragenden Standortbedingungen

So lautet das vierte der elf offiziellen Argumente der Domstadt für den Standort Köln.

Da sehe ich, Herrschaften, erstmal die Kernaussage: Anbindung an das internationale Pipeline-System, kurze Genehmigungszeiten und hochqualifizierte Mitarbeiter." Das ist das Ergebnis einer über tausend Jahre anhaltenden Entwicklung, die heute ihren Höhepunkt erreicht hat und die für die wirtschaftliche Entwicklung von Köln von einer Bedeutung ist, die man nicht hoch genug einschätzen kann. Um Ihnen das etwas erläutern zu können, muss ich einen tiefen Griff in die Geschichte tun, aber keine Angst, das kann auch Spaß machen, denn: die Menschen waren damals nicht anders als heute (man könnte sogar sagen: als wie heute) nur steht davon nie was in den Geschichtsbüchern. Alles fing mit einem Papst an:

Am 23. Mai 1159 saß nämlich Papst Hadrian IV. in Rom über einer Urkunde, in der es um Düsseldorf ging. Nun hatte sicher weder Papst Hadrian noch sonst jemand in Rom auch nur die leiseste Ahnung, wo das denn ist, dieses Düsseldorf, und dass das an einem Fluss liegt, der aus dem Bergischen kommt und dass das alles in Niederlothringen ist, keiner also wusste, wofür diese Urkunde handelt, aber eines war sicher: da ist ein Ort, der eine Kirche hat. Und da waren die Päpste immer schon hellhörig, wenn es

nämlich darum ging, was so eine Kirche an wen abzuführen hat. In dieser Urkunde wurde also festgelegt, dass die Kirche in Düsseldorf jährlich fünf Schilling in Duisburger Währung – was immer das gewesen sein mag, vielleicht waren das damals schon Briketts – zu zahlen hat und zwar an das Stift St. Ursula in Köln!

Das heißt: die Kirche in Düsseldorf und damit natürlich der ganze Ort war im Besitz des Stiftes St. Ursula in Köln! So weit so gut, könnte man sagen, aber damit begann der Kampf um den Standort. Schnell war klar, dass sowohl Köln wie auch Düsseldorf über hervorragende Standortqualitäten verfügten, beide Orte mit entsprechendem Hinterland: Köln mit einerseits der Eifel und andererseits Bensberg und Siegburg vor der Brust bzw. im Rücken, wo auf dem Michaelsberg der mächtige Abt Dingenskirchen II. regierte, Düsseldorf immerhin mit Haan, Elberfeld und dem Bergischen Land. Jetzt hätten sich die beiden ja bekeppeln können um schnöder wirtschaftlicher Vorteile wegen, das haben sie aber nicht getan.

Lange bevor das Wort Vernetzung überhaupt hat gebildet werden können, haben die beiden örtlichen Brauereichefs: wer das für Köln war, weiß man nicht mehr, wahrscheinlich der alte Gaffel höchstpersönlich, bei den Düsseldorfern vermutet man den alten Schumacher, der aber, weil er ständig

über seine keifende Gattin gemeckert hat (mit den Worten: „Ich hannen Alt“), kurz nur Hannen Alt genannt wurde – diese beiden also trafen sich beim Betriebsfest der Leute von der Früh-Brauerei im Schumachers in Düsseldorf, um – wie weiland die Sizilianer in Chicago – sich die Absatzgebiete aufzuteilen. Dabei stellten sie fest, dass man gar nicht aufteilen muss, wenn man sich vernünftig vernetzt, eine stabile Pipeline



Düsseldorf



Köln

aufbaut, mit der Mitteleuropa obergärig versorgt werden kann und dass dabei ein Geschäft herauskommen kann, das sich für beide rentiert (so nach dem Motto, wenn Sie mir diesen kleinen ironischen Einschub gestatten, dieses köstlichen rheinisch-lebensphilosophischen Witzes, wo sich zwei treffen. Sagt der eine: „Wat machst Du denn?“ „Ich?“, sagt der, „Nix!“. „Ja und wat verdienste do?“ „Nix!“ „Ja“, sagt der erste, „lohnt sich dat denn?“ „Ja sicher“, ist die Antwort, „sonst tät ich et jo nit!“). Davon hat

allerdings der Erzbischof Siegfried in Köln Wind bekommen, sah die Alleinvertretungsansprüche der Kirche in Gefahr – ich bitte Sie: es kann nur eine Pipeline geben und die geht nach Rom, heißt es ja schon in der Antike: omnes aquaeductus ducunt Romam – alle Wasserleitungen, also Pipelines, führen nach Rom, Sie sehen hier auch den feinen Wortwitz der Lateiner: aquaeductus ducunt ..., das ist schon etwas für Fortgeschrittene, oder?! – Siegfried also sieht in diesem Zusammenschluss eine große Gefahr und rüstet gegen die Kölner und die Düsseldorfer. Es kommt zum berühmten Showdown, zu dem ich Ihnen aber ganz kurz was ausführen möchte, denn es wird nicht immer richtig dargestellt: die Schlacht bei Worringen. Sie fand am 5. Juni 1288 statt, das war ein Samstag. Da haben die Bauern von der Düssel Schulter an Schulter mit den Kölschen gegen den Siegfried, Erzbischof von Köln, gekämpft.

Warum das übrigens ein Samstag war? Na, ich bitte Sie – am Sonntag kann man keine Schlacht gegen den Erzbischof schlagen, weil: da hat man in der Kirche bei der Messe zu sein, die der Erzbischof zu lesen hat. Und an einem anderen Wochentag geht es nicht, weil die Kölschen da arbeiten müssen, also bleibt für so wat nur der Samstag. Aber das nur mal zwischendurch!

Nun war das allerdings so bei der Schlacht: Der Erzbischof hatte eine richtige Profitruppe, bestens ausgebildete und ausgestattete Soldaten. Die Gegenseite, also die Kölschen und die Buure vom Dorf an der Düssel und aus dem Bergischen, die hatten nix, es sei denn, sie hatten privat schon mal so wat wie eine Waffe. Das heißt, die haben sich am Samstag früh da getroffen, wo man sich seitdem immer zum Rosenmontagszug trifft: im Excelsior Hotel Ernst im Schatten vom Dom, den es damals so noch nicht wirklich gab. Und dazu haben sie, weil es ja in eine Schlacht ging, an Waffen mitgebracht, was ihnen grad unter die Finger kam: Kuchengabeln, Zapfhähne aus Messing und sicher auch dat ein oder andere Messer. Dass damit kein großer Staat zu machen war, war klar, zumal auch die Bauern von der Düssel und aus dem Bergischen nicht viel mehr aufzuweisen hatten: den ein oder anderen Dreschflegel, sicher, vielleicht ein paar Ambosse, die Bergischen waren ja seit der Nibelungenzeit herausragende Schmiede, paar Hämmer, paar Sichel, das wird es schon gewesen sein.

11 Argumente für den Standort Köln

... ist der Titel eines Flyers der Stadt Köln von Oktober 2009. Das vierte Argument ist dort wie folgt beschrieben:

Chemie, Pharmazie und Biotechnologie ...

... profitieren in Köln von hervorragenden Standortbedingungen: Anbindung an das internationale Pipeline-System, kurze Genehmigungszeiten und hochqualifizierte Mitarbeiter. Weltunternehmen wie Bayer, Basell, Evonik, ExxonMobil Chemical, Ineos Köln und Lanxess produzieren in Köln und der Region. Die Nähe zu Wissenschaft und Forschung sowie die Branchennetze BioCologne, BioPartners, BioRiver oder ChemCologne fördern Standortentwicklung und Unternehmensgründungen. TaconicArtemis, Lonza Cologne oder Miltenyi Biotec sind Beispiele für die aufstrebende Biotechnologie.

Die Bauern von der Düssel allerdings fielen durch etwas gewähltere Kleidung auf. Sie hatten damals schon Stil und handelten nach der Devise, die sie immer noch leitet: „Egal wat de mähs, et Outfit muss stemme!“


So marschierten sie gehobenen Herzens los, Neusser Straße rauf, dann an der Pferderennbahn in Weidenpesch vorbei, Longerich am Lager der Hunnen rechts rüber (die sich dem Zug natürlich anschlossen und dabei das Lied „Jo do simmer dobei“ anstimmten), am Fühlinger See, wo die Bläck Fööß und De Hühner schon für das Konzert abends nach der Schlacht am Aufbauen waren und die ersten Soundchecks liefen, was einen zusätzlichen Motivations-schub gab, vorbei Richtung Langel. Der Erzbischof und seine Leute kamen vom Kloster Brauweiler rüber, wo sie beim Abt von Knechtsteden noch die Messe besucht und die Kommunion empfangen hatten, dafür hatte man damals noch Zeit.

Die Schlacht von Worringen, Illustration aus Brabantsche Yeesten von Jan van Boendale (ca. 1316–1350)



Und so traf man sich am späteren Vormittag auf dem Fühlinger Feld. Nach dem Austausch erster Höflichkeiten („Wie es et dann?“, „Wat maht Ehr dann hee?“, „Seht bloß zo, dat Ehr noh Hus kutt!“ etc. pp.) ging es dann los. Und es sah erstmal für die Kölschen, die Bergischen und die Bauern von der Düssel ganz übel aus – die Profis waren ihnen haushoch überlegen, hatte der Erzbischof sie doch für teures, den Kölnern abgepresstes Geld bis an die Zähne mit neuesten Waffen ausgestattet, was weiß ich: Morgensterne, Lanzen, Schwerter, Hellebarden, Spritzpistolen etc. pp.

Zum Glück wurde es Mittag und man machte erstmal ein Päuschen. Diese Pause nutzte der Dominikanermönch Walter Dodde (er hieß wirklich so, erst später bekam er den Beinamen „der Kloppo vom Mittelalter“), um „seinen“ Bergischen und den Bauern von der Düssel den Marsch zu blasen, aber Hallo! Er faltete seine Mannschaft so was von zusammen, dass die gegen drei Uhr nachmittags noch mal von der Flanke her gegen den Erzbischof stürmten und zwar mit einem einzigen klaren Ziel: Siegfried von Westerbürg direkt und persönlich vom Zossen zu holen, ohne nach links und nach rechts zu gucken. Das gelang ihnen auch, sie holten ihn runter und brachten ihn schon mal direkt auf heimischen Boden, nämlich ins Rechtsrheinische nach Monheim. Das hat der Trupp vom Erzbischof natürlich gesehen und gab auf. So nach dem berühmten Öcher Motto: „Ich, nit feig, wor fott!“ Das heißt nicht mehr und nicht weniger, als dass die Bauern von der Düssel und die Bergischen der Schlacht bei Worringen die entscheidende Wendung zugunsten der Kölner gegeben hatten. Seitdem aber sind die Gebiete der Brauereien aufgeteilt, der Claim ist abgesteckt und zu Ehren des Turmes, in dem der Erzbischof in Monheim im Rechtsrheinischen schmachtete, ist da die Auslieferungsgrenze: von Süden her geht kein Kölsch nördlicher als da, wo der Turm ist und vom Norden her sieht kein Alt südlichere Sterne als sie auch der Turm in Monheim sieht.

Und das alles ist ein Super-Beispiel dafür, wie weitsichtig damals schon Köln (und Düsseldorf) die Anbindung an das internationale Pipeline-System gesucht und gefunden hat. Wer jetzt noch erleben will, wie kurz die Genehmigungszeiten und wie hochqualifiziert die Mitarbeiter sind, braucht nur zum Früh in Köln gehen, oder zum Paffgen oder in die Malzmühle, zum Peters, zum Sion oder ins Bierhaus en dr Salzgass (um nur einige zu nennen), um von der Gültigkeit des Arguments Nummer 4 der Stadt Köln überzeugt zu werden. 

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 Klassik-konzerten und natürlich Musiker. Und er schreibt für den RheinZeiger.



KuLTuS-Köln proudly presents Konrad Beikircher



Konrad Beikircher:

„Ich schwöre Ihnen: wir werden Freude miteinander haben – wie damals!“

Sonntag, 28. Oktober 2012, 20 Uhr (Einlass 19 Uhr)

Konrad Beikircher und Band

Bayo BONGO: Die 50er – wie sie wirklich waren!

Hildegard von Bingen Gymnasium Köln-Sülz,
Leybergstr. 1

Die 50er Jahre – das verkannteste Jahrzehnt des letzten Jahrhunderts. Über ihnen könnte der Satz von Péter Esterházy stehen: Es ist verdammt schwer zu lügen, wenn man die Wahrheit nicht kennt, weil: die 50er wussten es nicht besser, also waren sie aufrichtig. Am aufrichtigsten waren die 50er in ihren scheinbar verlogenen Liedern, Lieder wie „Schön, schön, schön war die Zeit“, „Tom Dooley“ oder „Maria aus Bahia“, das als „Ei, Ei, Ei Verpoorten, Verpoorten allerorten“ bis heute lebendig geblieben ist. Und genau diese Lieder packt Konrad Beikircher mit seinen kongenialen Musikern aus. Mit dabei: Matthias Raue, Martin Wagner und Hanns Höhn. Und plötzlich sehen die 50er aus wie ...

Konrad Beikircher (Gesang, Geige, Gitarre, Mundharmonika), Matthias Raue (Geige, Bratsche, Mandoline), Martin Wagner (Akkordeon), Hanns Höhn (Kontrabaß)

Informationen und Links zu den Tickets:

www.kultus-koeln.de

Tickets: 20 Euro zzgl. VK-Geb., (AK: 24 Euro)



Gibt's dann auch
bald als CD (Anfrage
an die Redaktion)

Oder erleben Sie Beikircher hier: Als Strohhalm noch aus Stroh waren

In einer Zeit, als Strohhalm noch aus Stroh waren, als im Sommer die Sonne richtig brannte und im klirrend kalten Winter die Vögel erfroren vom Himmel fielen, kam in Bruneck in Südtirol der kleine Konrad zur Welt, der später als Kabarettist zum »Erfinder des Rheinlandes« (Jürgen Becker) wurde ...

Der Kabarettist und Autor Konrad Beikircher zeigt sich von einer bisher unbekannt Seite und erzählt, singt und spielt aus seiner Kindheit in Südtirol.



Erleben Sie es live – am 22. November 2012
im Barner Bahnhof in Wuppertal
(<http://www.der-barmer-bahnhof.de/>) oder
am 29. November 2012 in der Friedenkirche
in Leverkusen-Waldsiedlung
(<http://www.aufwind-ev.org/veranstaltungen>).
Jeweils 20:00 Uhr.

Oder lesen Sie sein Buch: ISBN 978-3-462-04389-1, Verlag Kiepenheuer & Witsch, Auflage 2 vom 14. Mai 2012, gebundene Ausgabe, 16,99 Euro.



Seit über 135 Jahren Ihr Energieversorger aus der Region.

Wo immer in Köln jemand Licht anmacht, in Pulheim duscht oder in Mülheim die Heizung aufdreht: Wir sind dabei. Seit über 135 Jahren beliefern wir die Region zuverlässig mit Strom, Erdgas, Wasser und Wärme.
Mehr über uns und unsere Energie: www.rheinenergie.com

Da simmer dabei. **RheinEnergie**

In Führung gehen

Für Führungskräfte in Unternehmen und insbesondere auch für Existenzgründer stellt sich die Frage des Umgangs mit den Mitarbeitern, einem Projektteam oder einfach mit Menschen im beruflichen Alltag täglich. Sie müssen sich immer wieder neuen Herausforderungen stellen, haben immer wieder Fragen zum richtigen Herangehen an ein aktuelles Problem. Da hilft keine langwierige wissenschaftliche Abhandlung, sondern gefragt ist ein Handbuch mit praktischen Tipps zur Bewältigung der vielfältigen Fragen des Führungsalltags.

Das Buch von Klaus Koch beginnt folgerichtig mit den Mitarbeitern im Unternehmen und zeigt deren Bedürfnisse auf, die sich grundsätzlich von den Bedürfnissen anderer Menschen, wie etwa Maslow sie beschreibt, nicht unterscheiden. Und genau daran orientieren sich auch die Anforderungen an Führungskräfte. Wesentliche Voraussetzung für eine gute Führung ist eine Kenntnis der zu führenden Menschen, das Gewinnen von Vertrauen. Schließlich gilt es, sie zu motivieren, damit sie engagiert an der Erreichung von Zielen des Unternehmens mitwirken. Also kommt es für Führungskräfte darauf an, mit diesen Menschen qualifiziert zu kommunizieren.

Ebenso folgerichtig beschäftigt sich der Autor mit den Kompetenzen von Führungskräften. Da ist von Talent und Integrationsfähigkeit die Rede. Sie müssen gleichzeitig Motivator, Moderator, Experte und Vertrauensperson sein, ohne bei alledem das Business aus den Augen zu verlieren.



In Führung gehen – ist ein Buch, das sich mit den verschiedenen Aspekten von „Führung“ in Unternehmen beschäftigt. Der Autor spricht von einem „kleinen Führungswerk“, das Handbuch für Führungskräfte in Unternehmen sein kann und soll. Der erste Eindruck: Ein kleines, schwarz gebundenes Buch, schlicht aufgemacht, das eher den Eindruck eines Arbeitsbuches als den eines attraktiv gestalteten Sachbuches vermittelt.

Gebundene Ausgabe, 104 Seiten,
Sprache: Deutsch,
Bezug: Anfrage an die Redaktion

Und bei dieser Komplexität der Aufgabenstellung ist eben dieses „Führungswerk“ eine sehr praktische Hilfe, ein exzellenter Ratgeber. Für alle denkbaren Situationen des Führungsalltags finden sich hier praktische Anleitungen. Der Text ist sachlich und verständlich geschrieben, dabei in wunderbarer Weise illustriert.

Das Buch, das von außen einen nüchternen Eindruck vermittelt, ist im Innenteil erfrischend konkret und lebhaft. Es orientiert sich hart an der Praxis und ist dabei realistisch und klar formuliert. Für Führungskräfte ein mehr als angenehmer Begleiter.

Klaus Koch ist ein deutscher Manager, der viele Jahre seines Lebens als Geschäftsführer in einem großen Konzern tätig war. In dieser Zeit hat er die vielfältigen Aspekte von Führung kennen und „leben“ gelernt. Seine Erfahrungen hat er in diesem kleinen „Führungswerk“ aufgeschrieben. Eine empfehlenswerte „Anleitung“ für Existenzgründer und Führungskräfte.

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**  EUROPÄISCHE UNION
Regionale Wettbewerbsfähigkeit und Beschäftigung
Investitionen in unsere Zukunft
Europäischer Fonds für regionale Entwicklung

Training nach neuesten sportwissenschaftlichen Erkenntnissen



Improof Football GmbH ist ein junges Team ehrgeiziger Diplom-Sportwissenschaftler, das sich auf die unterstützende Arbeit von Fußballvereinen im Bereich des Trainings und Spiels spezialisiert hat. Auf der Grundlage neuester sportwissenschaftlicher Erkenntnisse liefert es Athletiktraining, Personal Training, Rehatraining, Leistungsdiagnostiken und Videoanalysen für Mannschaften und Sportler. Durch Vor-Ort-Dienstleistungen bietet Improof Football die zeitsparende und komfortable Möglichkeit, von den neuesten Methoden im gewohnten Vereinsumfeld zu profitieren. Das Unternehmen identifiziert sich zu 100 Prozent mit der Aufgabe, seine Klienten durch hochwertige und professionelle Arbeit zu verbessern.

Improof Football | PROOF*IT GmbH

Geschäftsführer:

Till Ebener, Christopher-Benjamin Pietsch

Gottfried-Hagen-Str. 60-62, 51105 Köln

Telefon +49 (0) 176 10 15 06 74 und

+49 (0) 221 20 42 00 01

info@improof-football.de

http://improof-football.de

facebook.com/pages/

Improof-Football/125170287585411

Clever Essen finden!



Wer kennt es nicht – Du hast Hunger aber keine Idee worauf. Oder Du weißt sogar in etwa was Du gerne Essen möchtest, aber leider fehlt dir die Speisekarte um Deine Auswahl zu treffen. Mit Speisefuchs.de hast Du von nun an die Möglichkeit schnell und unkompliziert nach leckerem Essen in der Nähe zu suchen. In

nur drei Schritten gelangst Du mit Speisefuchs.de zur originalen Speisekarte. Schritt 1. Standort eingeben – Schritt 2. Restaurant auswählen – Schritt 3. Speisekarte anschauen. Und das alles ohne Registrierung und mit stetig wachsender Auswahl an Gastronomiebetrieben. Von der Bison-Currywurst über die Pizza bis hin zur süß-sauren Ente. Ganz egal, ob geliefert, abgeholt oder vor Ort gegessen werden soll. Speisefuchs.de – Clever Essen finden!

Speisefuchs UG Geschäftsführer:

Timur Kayaci, Nils Keyßner

Gottfried-Hagen-Str. 60-62

51105 Köln

Telefon +49 (0) 221 29 89 50 32

info@speisefuchs.de

www.speisefuchs.de

facebook.com/speisefuchs

Beratung, Planung und Bauleitung



Zum Tätigkeitsfeld der F+H Ingenieure GmbH gehören die Beratung, Planung und Bauleitung der haustechnischen Gewerke Heizung, Lüftung (Klima), Sanitär (Sprinklerung), Gebäudeautomation und Elektro. Wir betreuen den Neubau wie auch die Sanierung.

Wir sind Ihr kompetenter Ansprechpartner, wenn es um diese Objekte geht: Wohngebäude, gewerbliche Objekte (Industrie), Krankenhäuser, Schulen, Kirchen, Labore

Zu unseren Kunden gehören private und öffentliche Auftraggeber. Wir betreuen deutschlandweit Bauvorhaben, zurzeit z.B. in NRW und Rheinland-Pfalz. Aufgrund unserer langjährigen Berufspraxis können wir auf umfangreiche Erfahrungen aus komplexen Projekten auch im Ausland (z.B. Abu Dhabi) zurückgreifen.

F+H Ingenieure GmbH

Technische Gebäudeausrüstung

Beratung • Planung • Bauleitung

Geschäftsführer:

Dipl.-Ing. (FH) Thomas Fieser,

Dipl.-Ing. (FH) Thomas Hügler

Gottfried-Hagen-Str. 60-62, 51105 Köln

Telefon +49 (0) 221 88 88 83 0

Fax +49 (0) 221 88 88 83 29

info@fh-ing.de

www.fh-ing.de

Das Internet wird zum Leben erweckt



myKey.to

Stell Dir vor das Internet wird zum Leben erweckt. Fotos werden zu interaktiven Objekten, zu Rahmen deren Inhalt lebt und der von Usern entdeckt werden kann. Tauchen Sie in Fotos ein und entdecken Sie die neue Dimension des Internets.

myKey.to gibt Ihnen den Schlüssel zu einer neuen Art der Unternehmens- und Produktdarstellung im Internet. Die sogenannte „myPlace“- Darstellungstechnologie ist derzeit einzigartig. myKey.to emotionalisiert das Web und macht es interaktiv erlebbar.

Wer sind die Denker und Macher? Gegründet wurde die myKey.to GmbH von Mohamed Al Barkani und Joschka Grimm. Tauchen Sie in unsere Welten ein und erleben Sie Unternehmen auf eine ganz neue Weise: <http://mykey.to>

myKey.to GmbH

Geschäftsführer:

Mohammed Al Barkani, Joschka Grimm

Gottfried-Hagen-Str. 60-62, 51105 Köln

Telefon +49 (0) 178 1640937

Fax +49 (0) 221 790760038

hello@mykey.to

<http://mykey.to>

[facebook.com/pages/](https://facebook.com/pages/myKeyto-GmbH/196317487089796)

[myKeyto-GmbH/196317487089796](https://facebook.com/pages/myKeyto-GmbH/196317487089796)

Designe Deine Tasche

filltheblank®

Mode, Luxus und Nachhaltigkeit passen nicht zusammen? Bei fill the blank® schon! Im Onlineshop können sich Handtaschen-Liebhaberinnen seit August 2012 ihre individuelle Handtasche aus mehr als 120 Farben und Mustern, Metallteilen und Kunstlederfarben selbst zusammenstellen. Und das aus ökologisch sinnvollen Materialien, die fast ausschließlich aus Deutschland stammen. Die Fertigung findet ebenfalls in liebevoller Handarbeit in einem Traditionsbetrieb in Deutschland statt. Das Kölner Start-up Unternehmen von Gründerin und ehemaliger Ecosign Studentin Julia Pasternak will ökologisch handeln ohne danach auszusehen. „Die Zeiten von Filztasche und Jutebeutel sind endgültig vorbei“ so die Gründerin.

fill the blank®

Geschäftsführerin:

Julia Pasternak

Gottfried-Hagen-Str. 60-62

51105 Köln

info@filltheblank.de

www.filltheblank.de

Unabhängige Dienstleister in der Geoinformatik



Unabhängige Beratung in der Anwendung von Geografischen Informationssystemen (GIS).

Wir von pbsgeo sind unabhängiger Dienstleister in der Geoinformatik und schaffen GIS-Lösungen nach Maß für unsere Auftraggeber. Die Geoinformatik ist ein vielfach komplexes Feld. Diese Komplexität zu überschauen, die richtigen Fragen zu stellen und anforderungsorientiert zu beantworten, ist unsere Aufgabe und führt zu einem GIS, genau richtig für den spezifischen Anwendungsfall.

Unsere Auftraggeber sind öffentliche Verwaltungen, Forschungseinrichtungen und die Privatwirtschaft. Zu unserem Leistungsspektrum gehören u. a.: unabhängiges GIS-Consulting, GIS-Konzeption, GIS-Fachanwendungen und -Programmierung, Datenerfassung und Datenintegration und Schulungen.

pbsgeo

Geschäftsführer:

Dipl.-Ing. Stefan Schumacher

Gottfried-Hagen-Str. 60-62, 51105 Köln

Telefon +49 (0) 221 16 92 79-50

Fax +49 (0) 221 16 92 79-52

info@pbsgeo.com

www.pbsgeo.com

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 ... Und deshalb stellen wir ab sofort das Gesetz vor – zwei Paragraphen in jedem RheinZeiger. Wir starten mit der Übersetzung und Erklärung von §§ 1 und 2 dieses einzig wahren Grundgesetzes. Darüber kann man lesen, dass es das Leben schwerelos macht und überhaupt eine Anregung für alle Völker dieser Erde wäre.

§ 1 – Et es wie et es.

Mit dieser Aussage rät der Kölner seinen Mitmenschen, das Leben so zu nehmen wie es Situation und Umstand gerade im Moment vorsehen. Beliebte Ausflüchte zum „Nicht-Akzeptieren“ wie „hätte man doch“, „könnte man nicht“, „wäre es doch“ usw. dienen nicht dazu, die aktuelle Situation zu ändern.

„Sieh den Tatsachen ins Auge“.

§ 2 – Et kütt wie et kütt.

Diese Aussage bereitet den Menschen gründlich auf die Zukunft vor. Man kann sie zwar nicht unbedingt grundlegend beeinflussen, es macht es aber leichter, diese dann zu nehmen, wie in § 1 schon beschrieben.

„Habe keine Angst vor der Zukunft“

Fortsetzung folgt! 

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



Finanzierung 2.0

Kreative, Künstler und auch Startups finanzieren sich über Kleinbeträge von Jedermann

Abseits der klassischen Banken- oder Förderfinanzierung können sich Gründer und Selbstständige mittlerweile über Kleinstbeträge auf verschiedenen Internetplattformen finanzieren. Und auch Start-ups, die bisher auf die Suche nach Business Angels gehen mussten, sammeln durch überzeugende Darstellung Ihrer Idee von interessierten Anlegern bis zu 100.000 Euro ein.

Über 268 Mio. US-\$ wurden seit dem Start der US-amerikanischen Crowd funding Plattform Kickstarter im Jahr 2009 eingesammelt – nicht etwa durch große Unternehmen sondern durch Selbstständige, Künstler, Kreative, gemeinnützige Initiativen und innovative Startups. Übersetzt werden kann Crowd funding als „Finanzierung durch eine Menschenmenge“ oder als „Schwarmfinanzierung“. Dabei kann jeder bereits mit Kleinstbeträgen die Projekte unterstützen, die ihm gefallen. Als Gegenleistung gibt es beim Crowd funding allerdings keine Rückzahlung des Kapitals oder gar eine Verzinsung, sondern kreative Dankeschöns. Insgesamt zählte Kickstarter bereits über 67.000 gestartete Projekte. Die Erfolgsquote lag bei 44 Prozent. Ein Großteil der Vorhaben realisierte dabei ein Betrag zwischen 1.000 und 10.000 US-\$, gleichwohl über 200 Projekte mehr als 100.000 US-\$ sowie 8 Projekte auch die Millionengrenze durchbrechen konnten. Damit zeigt sich, welche finanzielle Kraft aus der Beteiligung vieler Geber erwachsen kann.

Crowd funding ist seit Ende 2010 auch auf deutschen Plattformen möglich – allerdings haben wir hierzulande noch keine amerikanischen Verhältnisse erreicht.

Crowd funding in Deutschland

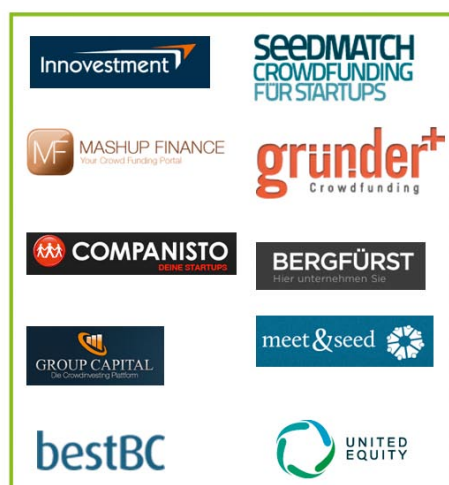
In unserem Crowd funding-Monitor dokumentieren wir regelmäßig die Entwicklung auf den fünf, hauptsächlich in Deutschland tätigen Plattformen: inkubato, mySherpas, pling, Startnext und VisionBakery. Die Plattformen zählen seit Ende 2010 bis zum Stichtag 30. Juni 2012 in Summe 375 erfolgreiche Projekte, die rund 1,1 Millionen Euro vereinnahmen konnten. Auf Basis der Gesamtzahl von 943 Projekten beträgt die Erfolgsquote 40 Prozent. Das durchschnittliche Finanzierungsvolumen über alle erfolgreichen Projekte liegt bei 2.900 Euro, wobei das größte Vorhaben in diesem Zeitraum 51.726 Euro erreicht hat. Obgleich sich die Zahlen noch bescheiden ausnehmen, gewinnt Crowd funding in Deutschland zunehmend an Dynamik: denn nach einem guten Start in das Jahr 2012 erzielte das 2. Quartal eine neue Rekordmarke mit 122 erfolgreichen Projekten und nahezu 400.000 Euro durch die Crowd. Damit übertraf die Finanzierungssumme im 1. Halbjahr 2012 den Wert für 2011 bereits um 39 Prozent. Und für das Gesamtjahr rechnen wir mit einem Volumen von um die zwei Millionen Euro.

Einige Plattformen im Überblick

Crowd funding



Crowd investing



Wie funktioniert Crowd funding?

Zunächst stellt sich für viele sicherlich die Frage, für welche Projekte Crowd funding geeignet ist. In erster Linie finden sich auf den deutschen Plattformen Musiker, Filmemacher, Künstler oder gemeinnützige Initiativen, die Ausstellungen, CDs, Bücher, Serien oder Kinofilme finanzieren möchten. In den USA setzen auch verstärkt Unternehmen aus dem Technologie- oder Gamebereich auf Crowd funding, um Kapital für neue Produkte einzusammeln. Aber auch Restaurants und Designer nutzen verstärkt die neuen Wege über die Crowd. Der Projektvielfalt sind kaum Grenzen gesetzt. Allerdings finanziert die Crowd auch

nicht alles und jeden. Insofern kommt es nach der Auswahl der Projektplattform vor allem auf die Darstellung des Projekts und der Menschen hinter dem Projekt an. Zudem gilt es, plausibel zu erläutern, wofür der angestrebte Betrag ausgegeben werden soll. Sodann startet der Finanzierungszeitraum, der sich je nach Plattform über einige Wochen erstrecken kann. Crowd funding funktioniert nach dem „alles oder nichts“-Prinzip. Das heißt, dass Geld an den Projektinitiator nur ausgezahlt wird, wenn der Mindestbetrag innerhalb der Frist erreicht wird. Sonst gehen die Teilbeträge zurück an die Unterstützer. Die Plattformen Startnext und VisionBakery haben im aktuellen Crowd funding-Monitor folgende Erfolgsfaktoren für eine Kampagne benannt:

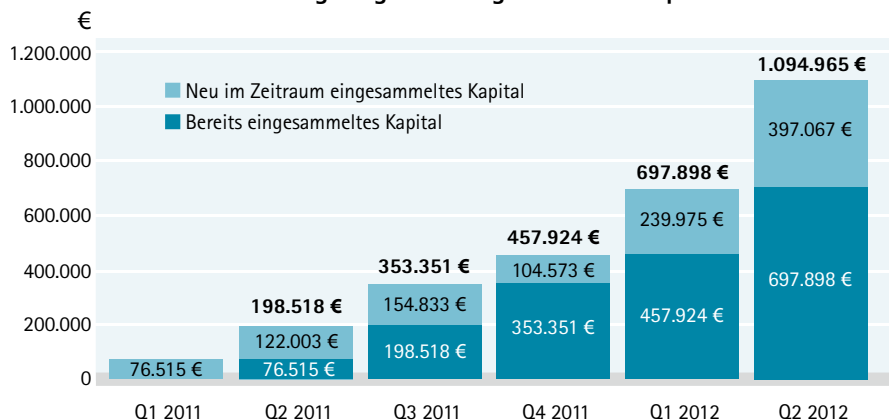
- Darstellung des Projektes mit einer klaren Botschaft, idealerweise mit einem kleinen Video
- Kommunikationsplan für die Projektlaufzeit: dazu zählen klassische Pressekontakte und Multiplikatoren ebenso wie die Einbindung und Verbreitung über soziale Netzwerke wie z.B. Facebook
- Kontinuierliche Updates zum Projekt auf der Plattform
- Attraktive Dankeschöns, die nach Höhe der Unterstützung gestaffelt sind

Crowd funding hat in Deutschland sicherlich noch Entwicklungspotenzial – die amerikanischen Plattformen kickstarter und indiegogo zeigen auf, wohin die Reise gehen kann.

Kapital für Start-ups: Crowd investing

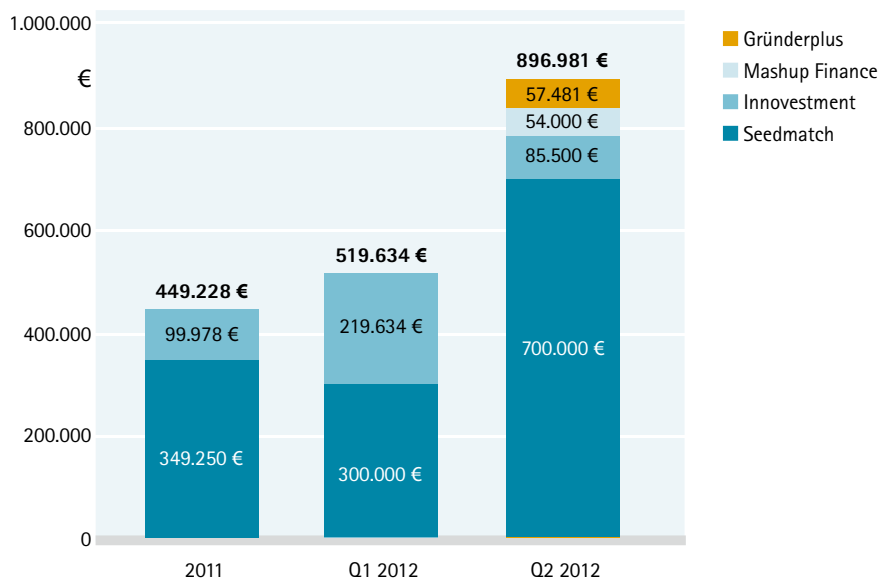
Für Startups, die für ihre erste Finanzierungsrunde eher nach einem Business Angel suchen, bietet sich Crowd investing an. Hier sind aufgrund der Prospektspflicht Beträge bis 100.000 Euro in Deutschland möglich. Ähnlich wie beim Crowd funding sind die Beträge des Einzelnen eher gering, allerdings erwerben die Geldgeber im Gegenzug einen Anteil an dem Unternehmen. Als Konstrukt dient dabei oft eine stille Beteiligung. Die Unternehmensanteile bedeuten einen Anspruch auf einen Anteil am Unternehmensgewinn und können zu einem späteren Zeitpunkt weiterverkauft werden. Mit den ersten zwei Startups ging im Herbst 2011 die Plattform Seedmatch an den Start, gefolgt von Innovestment aus Köln. Die Mehrzahl der bisher finanzierten Startups entfällt auf Seedmatch und so verbucht die Plattform bis Ende Juni 14 Startups, die über 1,3 Millionen Euro einsammeln konnten. Im Jahresverlauf kamen weitere Plattformen wie Mashup-Finance, Gründer+ oder Companisto hinzu. Zahlreiche zusätzliche Angebote stehen in den Startlöchern.

Crowd funding: insgesamt eingesammeltes Kapital



Entwicklung des Kapitalaufkommens beim Crowdfunding in Deutschland

Crowd investing: eingesammeltes Kapital im Zeitraum



Entwicklung des Kapitalaufkommens beim Crowinvesting in Deutschland

Auch beim Crowd investing hat die eigene Präsentation einen hohen Stellenwert. Doch neben dem Pitching-Video und der Zusammenfassung haben die potenziellen Investoren in der Regel auch die Möglichkeit, die ausführlichen Businesspläne zu begutachten und das Zahlenwerk der Startups zu prüfen. Beteiligungen sind dabei in Abhängigkeit der jeweiligen Plattform bereits ab wenigen Euro oder Schwellen wie 50, 100, 250 oder 1.000 Euro möglich. Allerdings sollten sich Investoren bewusst sein, dass Beteiligungen an Startups hoch spekulativ sind und statistisch gesehen nur wenige Unternehmen überleben und die angepeilte hohe Rendite erreichen können.

Mehr zu dem Thema auf www.fuer-gruender.de/crowdfunding

Für-Gründer.de

René S. Klein, Telefon +49 (0) 69 48 00 48 02, rene@fuer-gruender.de



Weingut Rings

Unternehmerische Erfolgsgeschichte im Wandel der Generationen

Es war vielleicht vor zehn Jahren, als ich zum ersten Mal einen Wein des Weingutes Rings getrunken habe. Damals las ich eine Beurteilung in einer Weinzeitschrift. Es war von einem guten „Chardonnay Hahnen“ die Rede, angebaut von einem jungen Winzer in der Pfalz. Dieser Chardonnay war wohl besonders gut gelungen und wurde entsprechend gelobt. Es war von einem aufstrebenden Weingut die Rede. Heute weiß ich, dass hinter der Beurteilung mehr stecken sollte, nämlich die Geschichte einer Unternehmensnachfolge nicht ohne Hindernisse, die äußerst gelungen gestaltet wurde und zur Entwicklung eines herausragenden Weingutes führte.



Die Weine von Rings Bei den Weinen gibt es das Dreistufenmodell mit Gutswein, Ortswein, Lagenwein. Bekannte Weine sind beispielsweise unter den Weißweinen der Gutswein „Riesling Kalkmergel“, der Ortswein „Chardonnay Freinsheim“, der Lagenwein „Riesling Kallstadter Saumagen“. Bei den Rotweinen stehen neben den Spätburgundern die Cuvée „kleines kreuz“ heraus und natürlich das Flaggschiff „DAS KREUZ“.

Nun bin ich Weinfan und „verkoste“ gerne besondere Tropfen, wie der Fachmann sagt. Und wenn ich mit Freunden neue Weine probiere, dann „fachsimpeln“ wir alle und sehr gerne über diese „edlen Tropfen“. Damals wollte ich Freunde einladen auf ein Glas Wein. Und dieser Wein sollte eben jener Chardonnay sein, von dem ich gerade gelesen hatte. Also ging ich zum Weinhändler, mal eben diesen Wein zu kaufen. Fehlanzeige – mein Händler konnte mit diesem Namen nichts anfangen. Wenn ich allerdings einmal eine Idee habe, bin ich nur schwer davon abzubringen. Also war ich kurze Zeit später auf dem Weg nach Freinsheim in der Pfalz. Mein Ziel: Das Weingut Rings.

Ich hatte schnell herausgefunden, dass man auf dem Weingut auch übernachten kann. Also wurde kurzerhand das Zimmer gebucht, was vorteilhaft ist, wenn man eine Weinprobe machen will. Als ich dort ankam, war mein

erster Eindruck: Ein gepflegtes Anwesen, einladend und gemütlich. Überaus freundliche Menschen begrüßten mich; ich fühlte mich sehr willkommen. Und ich erzählte von dem Artikel in der Weinzeitschrift und meinem Ansinnen. Schnell war alles für eine Weinprobe vorbereitet. Ich durfte dann ein überaus interessantes und anregendes Gespräch mit dem Chef führen, dem Winzer Willi Rings. Ich lernte viel über Weinanbau, über das Leben in Weinbergen, über unternehmerische Gedanken und Interessen eines Winzers.

Willi Rings hatte das Weingut 1976 mit seiner Frau Traudel von seinem Schwiegervater Friedrich Weinsheimer übernommen. Nun war er der Seniorchef hier. Seine Söhne, Steffen und Andreas, engagierten sich bereits aktiv auf dem Weingut, verfolgten aber auch eigene Ziele und Visionen. Ich lernte, dass zu jener Beurteilung in der Weinzeitschrift zwei Aspekte gehörten: Es ist ein großer Erfolg, wenn in solch einer Zeitschrift so positiv über einen Wein berichtet wird. Daran hatten in diesem Fall die Söhne maßgeblichen Anteil, und das machte den Vater stolz. Einen guten Wein zu produzieren heißt aber auch schon mal, die Trauben an den Rebstöcken gnadenlos auszdünnen. Und so hörte ich aus der Aussage „das muss man können“ auch ein wenig Skepsis des Seniorchefs.

Der Seniorchef freute sich natürlich über das Engagement und den Erfolg seiner Söhne. Er selbst hatte 1993 den ersten Flaschenwein vermarktet (20.000 Flaschen). Und so geht er den Weg mit, den Weg in eine neue Welt, den Weg endgültig weg von Fassweinanbau hin zur Flaschenabfüllung und Vermarktung „eigener Weine“. Einen konsequenten Weg mit dem Ziel, die Marke „Rings“ weiter zu entwickeln und zu einem großen Namen zu machen. Hier sollte das Motto gelten: Qualität geht vor Quantität. Und dazu gehört die Ertragsreduzierung am Rebstock, die Selektion der Trauben, eine Lese per Hand und eine naturnahe Bewirtschaftung.

Hier zeigen sich Parallelen zu Gründern und jungen Unternehmen in anderen Branchen, die ihren Weg zum Erfolg suchen. Da gilt es Kreativität zu entwickeln für neue Produkte, etwa neue Weine, ein Marketingkonzept will erarbeitet sein und muss ständig fortgeschrieben werden. Für neue Produkte müssen möglicherweise auch neue Kunden gefunden werden – oder umgekehrt. Sucht man den privaten Weingenießer, das exquisite Restaurant oder den Supermarkt? Neue Vertriebswege müssen etabliert werden. Ich habe immer wieder neue Weine von Rings verkostet, mal habe ich das Weingut in der Pfalz besucht, mal hat mir der Seniorchef im Rahmen seiner Verkaufstouren den Wein nach Köln gebracht. Ich konnte die Skepsis verstehen, und ich wusste, dass man Mut und Ausdauer braucht, wenn man neue Wege gehen will. In der Familie Rings spürte ich das gegenseitige Vertrauen und



die Überzeugung, dass dieser Weg richtig ist. Heute führt meine Nachfrage nach neuen Weinen schon mal zu der Antwort: „Leider schon ausgetrunken...“

*Winzer mit Leidenschaft:
Die Brüder Steffen (li)
und Andreas Rings*

Im Weinbau zeigt sich besonders deutlich, wie der Erfolg von Know how und Qualitätsmanagement abhängig ist. In den Gesichtern von Steffen (34) und Andreas Rings (26) kann man immer wieder die Spannung ablesen, wenn ein Wein kurz vor der Abfüllreife steht. Und wenn dann bei der Verkostung einer Fassprobe die Spannung im Gesicht einem Lächeln weicht, dann weiß man: Dieser Wein ist (wieder mal) gelungen!

Die Geschichte vom Weingut Rings

- 1960** Gründung des Weingutes durch Friedrich Weinsheimer
 - 1976** Übernahme durch Tochter Traudel und deren Mann Willi Rings
 - 1993** Vermarktung der ersten Weine unter eigenem Etikett (20.000 Flaschen)
 - 2000** Der Sohn Steffen Rings steigt aktiv in das Weingut ein
 - 2008** Übernahme des Weingutes durch die Söhne Steffen und Andreas Rings
 - 2009** Die Jahresproduktion liegt bei 100.000 Flaschen
 - 2011** Weingut Rings erhält die 3. Traube im Gault Millau
Die Jahresproduktion liegt bei 170.000 Flaschen
-



Der Weinberg „Das schwarze Kreuz“


Und weil der Erfolg sich einstellt und Qualität verpflichtet, sind weitere Investitionen erforderlich, um das Niveau zu halten und möglichst weiter auszubauen: Ein „Barriquekeller“ muss gebaut werden und eine klimatisierte Lagerhalle. Aber auch die Rebflächen müssen erweitert werden, schließlich soll auch der Umsatz, also die Zahl der abgefüllten Flaschen, weiter entwickelt werden. Familie Rings, allen voran die Brüder Steffen und Andreas, gelingt dieser Weg in beeindruckender Weise. Willi Rings hat heute keine Skepsis mehr. Er hat das Weingut seinen Söhnen übertragen, und so geht es nun mit tollen Perspektiven in die dritte Generation.

Und die Weine? 55 Prozent sind Weißweine, 45 Prozent Rotweine. Und was für welche! Immer wieder sind sie Gegenstand entsprechender Berichte in der „Weinwelt“, in „Vinum“, im Eichelmann Weinguide oder eben im Gault Millau. Die Jahresproduktion stieg von 100.000 Flaschen im Jahr 2009 auf heute 170.000 Flaschen. Die Rebfläche hat sich in den letzten fünf Jahren auf heute 20 Hektar nahezu verdoppelt.

Die Qualität geht dabei diesen Weg mit: Im Gault-Millau 2011 ist das Weingut mit drei Trauben ausgestattet – man spricht vom Aufsteiger des Jahres. „Mittlerweile wird das Tempo, mit dem sich Andreas und Steffen Rings verbessern, fast ein wenig unheimlich. Auch in diesem Jahr stellen uns die Brüder eine Phalanx von Weinen vor, die mit brillanter Klarheit bei den Weißen und saftiger Dichte bei den Roten fast von Wein zu Wein überzeugt.“

Ganz offensichtlich ist das Weingut Rings erwachsen geworden. Dazu beigetragen hat auch die Teilnahme am Talente-Programm des Verbandes Deutscher Prädikats-

weingüter VDP. Dieser Verband steht für gute Weinkultur und hohe Qualität. Die Rings sind stolz darauf, dass sie dafür ausgewählt wurden. Für die Weiterentwicklung ihres Weingutes bis zum heutigen Erfolg hatte das Fünf-Jahres-Programm von 2008 bis heute entscheidende Bedeutung.

Die Frage nach der Zukunftsplanung führt bei Familie Rings zu einer klaren Antwort: „Weitere Fokussierung zum einen auf Riesling und Spätburgunder aus den Toplagen Kallstadter Saumagen und Ungsteiner Weilberg und zum anderen auf die internationale Cuvée DAS KREUZ aus Freinsheim. – Den eigenen Weinstil fest in der Weinwelt etablieren.“ Es dürfte ihnen gelingen. 



Kontakt:

Steffen Rings
www.weingut-rings.de



Steps2startup hatte zum Networking eingeladen

Gründervortrag

Es ist Dienstag, der 17. Juli, die Universitätsbibliothek ist rappellvoll mit Studenten. Dies ist die Zeit der Klausuren – lernen ist angesagt, sonst nichts. Sonst nichts? Doch! Ab 18:30 treffen sich die Jungunternehmer unter den Studierenden zum „Gründervortrag“ – die Initiative steps2startup hat geladen. Fast 50 Gründungsinteressierte haben sich im neuen Seminargebäude eingefunden. Hier gibt es Erfahrungsaustausch, hier suchen Gründerteams Mitstreiter, hier berichtet steps2startup über seine Arbeit.

Highlights des Abends sind unter anderem die Unternehmer Cornelius Rost (www.qeep.de) und Vidar Andersen (www.getgauss.com). Beide berichteten über Ihre persönlichen Erfahrungen als Gründer. Das „Projekt“ qeep, eine Social Discovery-Plattform für das Handy, ist schon lange auf der Erfolgsspur und international bekannt. Die Öffnung der Plattform für den globalen Markt brachte den Durchbruch – weltweit gibt es inzwischen über 13 Millionen User. Mit dem Eingangsapell „Startups – Don't do it! You will Fail!“ beginnt Vidar Andersen seine Vorstellung von getgauss, eine iPhone-App, um ein Netzwerk interessanter Menschen aufzubauen. Seine Schilderung der „Lessons learned“ stößt auf hohes Interesse der Anwesenden.


Junge Gründerteams wie Tolisto (www.tolisto.de), JetSeats (www.jetseats.com) und qdega (www.qdega.com) nutzen das „Gründermatching“ (www.gruendermatching.de), um Mitstreiter oder auch personelle Verstärkung unter den Studierenden zu finden.

Christian Arndt stellt die Initiative steps2startup vor. Er wirbt um Mitwirkung in der Initiative und hebt die Chance hervor, so in die Gründerszene einzutauchen. Er selbst ist erst seit kurzem dabei, ohne eine konkrete Geschäftsidee zu haben. Allein die Beschäftigung mit Gründerthemen war Grund genug, denn hier kann er die Welt des Unternehmertums kennenlernen. Inzwischen hat auch er eine Geschäftsidee entwickelt und möchte sich bald als Unternehmer vorstellen.

Der Abend klingt aus beim steps2startup-Gründerstammtisch im Campuca-Cafe in gemütlicher Runde und mit intensivem Networking.

Ins Leben gerufen wurde die Studenteninitiative steps2startup mit dem Ziel, jungen Menschen, die sich für die Themen Startup und Unternehmensgründung interes-



sieren, eine Plattform zu bieten, sich mit Gleichgesinnten zu treffen, Netzwerke aufzubauen und sich über weitere Anlaufstellen zu informieren. Bei Gründerstammtischen oder Veranstaltungen wie dem „Gründervortrag“ gibt es reichlich Erfahrungsaustausch. 

Aspekte des Qualitätsmanagement in jungen Unternehmen – Teil I

Das kann ich besser!

Existenzgründer sind sich bei ihren Produkten ganz sicher. Sie hören davon, wenn beim Businessplan-Check vom USP 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 gut – an der Idee und am Produkt – und wie bleibt das gut?

Keine Frage: „Qualität“ ist ein überaus wichtiges Thema, nicht selten entscheidend für den Erfolg oder gar die Existenz eines Unternehmens. Mal ist es die Materialfrage, mal die Funktionssicherheit, mal einfach nur die angenehme Handhabbarkeit. Immer hat es etwas mit dem Produkt zu tun, das dem Kunden geliefert wird, und eben dieser Kunde soll mit dem Produkt zufrieden sein. Ist er zufrieden, wenn das Produkt fehlerfrei ist? In diesem Zusammenhang ist immer wieder von Qualitätsmanagement die Rede. Qualität hat offenbar viele Facetten, die irgend-

wie in einem Zusammenhang stehen und die alle etwas mit Qualitätsmanagement zu tun haben. Wir wollen versuchen, diese Facetten und ihre Zusammenhänge zu beschreiben.

Eigentlich reden wir von drei Themen:

- Qualität eines Produktes: was ist das?
- Kundenzufriedenheit: nutzbar für Qualität?
- QM-Zertifizierung des Unternehmens: macht das Produkte besser?

Betrachten wir diese Themen zunächst separat und der Reihe nach. Natürlich soll ein Produkt Qualität haben. Gründer haben eine Idee, auf die sie ein Unternehmen aufbauen wollen. Bei jeder Vorstellung dieser Idee werden sie nach dem USP (dem Alleinstellungsmerkmal) gefragt

Am Anfang sollte also die Frage stehen, was Qualität eigentlich ist.

bzw. danach, welches konkrete Problem sie denn nun lösen, was bisher nicht gelöst werden konnte oder was bisher allenfalls „anders“ gelöst wurde. Schon im USP liegt also ein besonderer Anspruch und damit eine „erste“ Qualität. Aber das Produkt soll darüber hinaus auch gute Qualität haben, ganz nach dem Motto: „Wir sind besser als der Wettbewerb“. Was aber ist „besser“? Ist die Lösung besser? Wenn ja, warum? Ist die Lösung „nur“ günstiger? Oder wurde das Produkt aus besserem Material hergestellt, wenn ja, aus welchem? Ist vielleicht das Handling des Produktes einfacher, sicherer oder leichter? Fehlerfreiheit allein dürfte kaum ausreichen, von „Qualität“ zu sprechen.

Ist Produktqualität definierbar?

Der Unternehmer liefert eine Problemlösung. Das Produkt erfüllt die aus seinem Gebrauch oder seiner Anwendung angestrebten Anforderungen. Der Unternehmer ist stolz, eine funktionierende Lösung geschaffen zu haben.



Aber der Kunde bemängelt das Design oder den Liefertermin oder eine vermeintliche „Wertigkeit“. Hieraus erkennen wir:

- Es gibt offenbar so etwas wie eine objektive und eine subjektive Qualität.
- Beim Produkt selbst spielt nicht nur die Funktion eine Rolle, sondern auch das Design oder der optische Eindruck bezüglich „solide“ oder „wertig“.
- Auch Herstellung und Lieferung haben etwas mit Qualität zu tun.

Hier ist offensichtlich die Sichtweise von Unternehmer und Kunden zu unterscheiden. Für den Unternehmer ist die Qualität gut, wenn

- das Produkt die messbaren Kriterien (Funktion, Haltbarkeit, etc.) erfüllt
- die Herstellung des Produktes rentabel und die Ausschussquote niedrig ist
- das Produkt in seiner Anwendung sicher funktioniert, Gewährleistungsfälle kaum vorkommen
- das Produkt zahlreiche Abnehmer findet

Für den Kunden ist die Qualität gut, wenn


- ein besseres Produkt hinsichtlich Problemlösung aus seiner persönlichen Sicht nicht zu haben ist
- die korrekte Funktion sichergestellt ist
- der Preis seinen Vorstellungen entspricht
- die Lieferzeit und der sonstige Umgang mit ihm akzeptabel sind
- das Erscheinungsbild wie Design, Material, etc. einen hochwertigen Eindruck vermittelt

Aus dieser Betrachtung werden einige Kriterien für „Qualität“ erkennbar. Qualität ist:

- **Grad der Gebrauchsfähigkeit**
Erfüllt das Produkt sicher alle Anforderungen?
- **Hochwertigkeit und Langlebigkeit**
Verarbeitung und Material garantieren Beständigkeit?
- **Sicherheit in der Anwendung**
Kein Ausfall, keine Risiken für den Anwender?
- **Wirtschaftlichkeit (bei Nutzung und Herstellung)**
Herstellung und Nutzung sind rentabel?
- **Kontinuierliche Verbesserung / Stand der Technik**
Produkt befindet sich auf dem neuesten Stand?
- **Null-Fehler-Rate bei der Herstellung**
Kein Ausschuss, verlässlicher Produktionsprozess?
- **Kommunikation einer „guten Marke“**
Der Ruf von Produkt und Unternehmen ist sehr gut?
- **Kundenzufriedenheit**
Der Kunde würde jederzeit das gleiche Produkt und wieder bei Ihnen kaufen?

Erkennbar ist auch, dass ein Produkt schlicht gut sein muss. Qualität spricht sich sehr schnell rum, gerade im

heutigen Internetzeitalter. Schon oft wunderte sich der Unternehmer, mit Bewertungen seines Produktes konfrontiert zu werden, die er bisher nicht kannte und schon gar nicht veranlasst hatte. Tipp: Fragen Sie das Internet („googeln“ Sie) einfach einmal nach Ihrem Produkt.

Was kann nun ein Gründer mit all dem anfangen? Wie wäre es mit einer Matrix, in der man alle denkbaren konkreten Kriterien einer neuen Idee, einer Problemlösung, eines neuen Produktes auflistet und dazuschreibt, wie denn die bisherigen Lösungen aussehen oder wie der Wettbewerb das jeweilige Kriterium erfüllt. Zum Schluss trägt man ein, wie man sich selbst mit der neuen Idee besser einschätzt – eben seinen eigenen USP. 

Das Thema „Qualitätsmanagement“ wird fortgesetzt. In Teil II in der nächsten Ausgabe berichten wir über Kundenzufriedenheit, wie ich diese herausfinde und für Qualitätsverbesserungen nutzen kann. In Teil III folgt dann eine Abhandlung zu Zertifizierungen und deren Nutzen.

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

Ute Berg, Dezernentin für Wirtschaft und Liegenschaften der Stadt Köln

Innovation hat Tradition in Köln

Neben weltweiten Großunternehmen von AXA über Ford bis zu UPS und Wipro sind in Köln viele mittelständische Unternehmen zu Hause, die sich internationale Spitzenpositionen erobert haben. Mit Innovationskraft und zukunftssträchtigen Produkten. Damit der Strom der Ideen nicht abreißt, unterstützt die Stadt mit ihrem Startercenter das gute Gründerklima in Köln.

Köln ist ein herausragender Wissenschafts- und Forschungsstandort. Die Universität zu Köln ist seit kurzem Exzellenz-Universität. Sie ging als eine der Siegerinnen aus der Exzellenzinitiative von Bund und Ländern hervor. Alle fünf Anträge der Universität sind bewilligt: Das Zukunftskonzept „Die Herausforderung von Wandel und Komplexität annehmen“, zwei Exzellenzcluster und zwei Graduiertenschulen. Die Gesamtfördersumme beläuft sich in den kommenden fünf Jahren auf etwa 120 Millionen Euro. Ein grandioser Erfolg, der in seiner Bedeutung für das Renommee des Wissenschafts- und Innovationsstandorts Köln nicht hoch genug eingeschätzt werden! Das Medienecho Mitte Juni war entsprechend groß.

Beim Thema Hidden Champions kann Köln ebenfalls als innovationsstarker Wirtschaftsraum punkten. Aber der Name sagt es schon: Diese Sieger strahlen eher im Verborgenen.

Von der Kofferfabrik Rimowa bis zum Touristikspezialisten HRS mit seinem Hotelportal haben sich viele mittelständische Unternehmen aus Köln mit ihren Produkten und Dienstleistungen die Position des internationalen Marktführers gesichert.

Kölner Hidden Champions sorgen in aller Welt dafür, dass unsere Stadt mit Hightech, Qualität und erfolgreichen, neuen Geschäftskonzepten verbunden wird.

Die Schwarze-Robitec GmbH zum Beispiel ist weltweit führend in der Technologie bei Rohr- und Profilbiegemaschinen. Auch der Erfinder der Strahlungsheizung ist in Köln zu Hause: Die Schwank GmbH ist mit mehr als einer Million gelieferter Heizgeräte an über 150.000 Kunden weltweit Marktführer bei Gas-Infrarot-Heizungen für Großräume, Freiflächen und Tribünen.

Die Sedo GmbH betreibt den größten Marktplatz für Domain-Handel. Die Wilhelm Rasch GmbH ist Weltmarktführer für „Hohlkörper-Verpackungsmaschinen“. Dank dieser Wickelmaschinen kommen zerbrechliche Schokoladenfiguren unversehrt auf den Gabentisch.

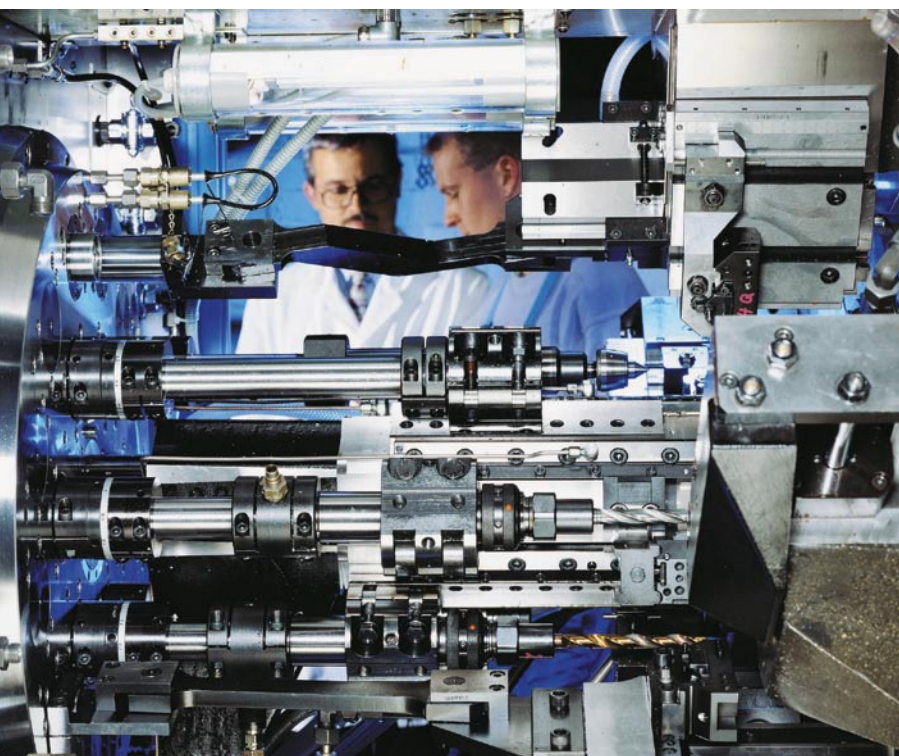
Gut 80 Prozent aller Zündkerzen weltweit werden auf den Mehrspindeldrehautomaten des Maschinenbauers Alfred H. Schütte hergestellt.

Die igus GmbH produziert Maschinenbauelemente aus Kunststoff und zählt heute 50.000 Kunden rund um den Globus. Das Unternehmen beschäftigt derzeit weltweit rund 1.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Gegründet wurde igus 1964 in einer Doppelgarage in Köln-Mülheim.

Die Liste der Kölner Hidden Champions ließe sich problemlos weiter fortführen.

Beispiele wie igus zeigen: Flexibilität und Innovationsfähigkeit gehören zu den wichtigen Voraussetzungen für wirtschaftlichen Erfolg. Und sie ermutigen Menschen mit Unternehmergeist, Talent und Kreativität, den Schritt in die Selbstständigkeit zu wagen und neue Ideen an den Markt zu bringen.

Zur Produktion von Zündkerzen weltweit gefragt – Mehrspindeldrehautomaten von Schütte.



Köln bietet Existenzgründerinnen und -gründern sehr gute Rahmenbedingungen: Beispielsweise mit dem Businessplan-Wettbewerb von NUK Neues Unternehmertum Rheinland, dem Gründer- und Nachfolgetag und Netzwerken wie dem „Unternehmerstart“. Hightech-Standorte wie der BioCampus Cologne bieten hervorragende Synergiepotenziale. Aktuell haben sich zum Beispiel die internationalen Biotechnologieunternehmen Metabolix und AyoxxA und der Spezialist für Kleinwindanlagen „enbreeze“ für den BioCampus entschieden. Die Kölner Gründerzentren – vom GIZ Gründer- und Innovationszentrum im Technologiepark Köln und dem Entrepreneurship Center Köln bis zum Rechtsrheinischen Technologie- und Gründerzentrum – bieten Jungunternehmern adäquate Räumlichkeiten. Allein im RTZ sind bisher 185 Neugründungen an den Start gegangen – über 1.200 neue Arbeitsplätze sind entstanden.

Da Existenzgründungen auch eine wichtige Rolle als Impulsgeber für die Erneuerung der Wirtschaft vor Ort spielen, ist die Stadt Mitgesellschafterin der Gründerzentren GIZ und RTZ und hat die Regie beim BioCampus übernommen.

Hohe Qualität der Gründungsberatung ist dabei eine zentrale Voraussetzung für dauerhaften Erfolg. Mit dem



Startercenter der Wirtschaftsförderung unterstützt die Stadt Unternehmerinnen und Unternehmer in spe deshalb vor, während und nach der Gründungsphase.

Über 5.000 Anfragen und Beratungen jährlich verzeichnet das Gründungsbüro. Mehr als 80 Prozent der beratenen Gründerinnen und Gründer sind auch ein Jahr nach dem Unternehmensstart weiterhin selbstständig.

Ein sehr positives Ergebnis, das dem Wirtschaftsstandort Köln insgesamt zugute kommt.

Die Universität zu Köln ist Exzellenzuniversität – jüngster Baustein einer Erfolgsgeschichte.

Der Oberbürgermeister



Stadt Köln

Erfolgreich in die Selbstständigkeit

			effizient
unbürokratisch	EXISTENZ GRÜNDUNG	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

Pressearbeit

Nutzen Sie die Möglichkeiten!

Sie planen einen Tag der offenen Tür? Sie haben ein neues Produkt? Es gibt einen personellen Wechsel in der Geschäftsführung? Sie halten einen Vortrag auf einer Messe? Sie sind Fachmann oder Fachfrau für ein bestimmtes Thema? Prima! Alle dies kann Thema für Ihre Pressearbeit sein. Immer vorausgesetzt, dass Sie Pressearbeit nicht mit Werbung verwechseln, auch wenn die Ziele, die Sie erreichen wollen – Steigerung der Bekanntheit, Absatzförderung etc. – im Kern dieselben sind.



Was ist Pressearbeit?

Es ist absolut nicht verwerflich, dass Unternehmen aller Größen mit der Pressearbeit ihre Bekanntheit steigern möchten, um ihre Dienstleistungen oder Produkte besser verkaufen zu können. Pressearbeit ist ein Teil der Öffentlichkeitsarbeit, mit der ein Unternehmen ein positives Image aufbaut und dafür sorgt, dass es positiv bleibt, auch wenn die Unternehmensnachrichten einmal negativ ausfallen sollten.

Für die meisten kleinen und mittleren Unternehmen (KMU), Existenzgründer oder Freiberufler geht es in erster Linie darum, sich mit der Pressearbeit der eigenen Zielgruppe bekannt zu machen. Im Unterschied zur Werbung allerdings setzt man dabei auf eine höhere Seriosität der (redaktionellen) Zeitung im Vergleich zu einer Anzeige, einem Plakat oder einem Werbeflyer.

Silke Wiegand

Mehr als Worte!

Text- und PR-Beratung

www.mehr-als-worte.de

Wen interessiert's?

„Das ist doch etwas für große Unternehmen, nicht für mich kleinen Krauter“ – das hört man in den verschiedensten Varianten immer wieder. Natürlich geht es nicht darum, zwei Mal in der Woche in der FAZ oder im Handelsblatt zu erscheinen. Dennoch gibt es für jedes Angebot zahlreiche Medien, die sehr wohl ein Interesse an Nachrichten über Ihr Unternehmen haben könnten.

Es gibt mehr Anlässe als Sie denken

Der Start Ihres Geschäfts ist ein guter Anfang. Wenn Sie schon eine Weile am Markt sind, dann könnte die Erweiterung Ihres Sortiments ein Thema sein, das die Presse interessiert. Vielleicht haben Sie auch gerade ein paar Arbeitsplätze geschaffen oder auf ein besonders ressourcenschonendes Produktionsverfahren umgestellt. Machen Sie es ruhig öffentlich, wenn Sie einen wichtigen Kunden gewonnen haben. Oder Sie unterstützen eine örtliche Einrichtung – sei es durch Spenden oder persönliches Engagement.

Auch Ihr ganz spezielles Wissen eignet sich für die Pressearbeit: Bieten Sie sich als Redner bei Veranstaltungen an, halten Sie einen Vortrag zu einem bestimmten Thema – und kündigen Sie dies per Pressemitteilung an. Gibt es eine neue Richtlinie, die für Ihre Arbeit relevant ist, dann können Sie als Fachmann oder Fachfrau dazu Stellung nehmen und ein Interview anbieten. Veranstalten Sie einen Tag der offenen Tür und laden Sie die Presse ein. Jubiläen, Personalien, ein Umzug, die Präsenz bei einer Messe, ja sogar ein neuer, besser auf den Nutzer abgestimmter Internetauftritt – all dies sind Anlässe für Pressearbeit.

Nutzen Sie Fachzeitschriften

Für fast jedes Thema gibt es Fachzeitschriften, in denen Neuentwicklungen, Trends oder Personalien gut aufgehoben sind. Auch oder gerade bei einer geringen Druckauflage des jeweiligen Mediums kann man sich als Interviewpartner ins Gespräch bringen. Oft werden diese speziellen

Publikationen von einem interessierten Fachpublikum gelesen, dass vielleicht genau Ihre Dienstleistung in Anspruch nehmen will.

So könnte eine auf den Pharmamarkt spezialisierte Fachzeitschrift auf Sie zukommen, wenn Sie innovative Produktionsanlagen für die Pharmaindustrie entwickeln. Ein neues Verfahren für das Bedrucken von Lebensmitteln ist vielleicht ein Thema für die Tagespresse, ganz sicher aber für Fachpublikationen aus dem Druckgewerbe, der Werbetechnik oder auch der Marketingbranche.

Pressearbeit muss kontinuierlich erfolgen

Eines jedoch ist wichtig, wenn Sie sich entschließen, Pressearbeit zu machen: Sie sollte vor allem kontinuierlich erfolgen. Es genügt nicht, wenn Sie zur Eröffnung Ihres Ladens einmal eine Pressemitteilung verschicken oder die hiesige Presse einladen. Das ist zwar gut und Sie sollten es unbedingt tun, aber auch danach gilt es die Medien „zu bedienen“.

Versuchen Sie sich in die Lage von Redakteuren zu versetzen. Eine Zeitung muss gefüllt werden und zwar in erster Linie mit Inhalten, die die Leser dieser Zeitung vermutlich interessieren. Dazu zählen auch Unternehmensnachrichten mit Substanz. Bieten Sie solche Nachrichten immer wieder an, lassen Sie sich aber nicht beirren, wenn es nicht sofort mit einer Veröffentlichung klappt. Pressearbeit braucht Geduld.

Pressearbeit folgt einem Konzept

Sie haben etwas zu melden? Sehr gut. Aber bitte nicht einfach drauflos schreiben und per Rundmail an die Presse schicken. Denn Pressearbeit folgt normalerweise einem Konzept. Dahinter steht das Ziel, das mit der Pressearbeit erreicht werden soll. Vor allem die Zielgruppe ist hier wichtig. Vielleicht genügt es, sich einen kleinen Verteiler mit Redakteuren aufzubauen, die fundierte Fachinformationen zu schätzen wissen. Es kann auch sinnvoll sein, nur einen regionalen Verteiler zu erstellen, weil das Angebot nur für Menschen im näheren Umkreis attraktiv ist. Oder man arbeitet bundesweit, weil die Produkte, die man anbietet für einen bestimmten, regional nicht beschränkten Personenkreis interessant sind.

Machen Sie sich darüber hinaus einen Zeitplan, nach dem Sie bestimmte Maßnahmen umsetzen – am besten in Abhängigkeit von anderen öffentlichkeitswirksamen Maßnahmen wie Newsletter, Werbung, Netzwerkveranstaltungen, Vorträgen, Events, Messen etc. Für jedes Unternehmen, auch für kleine und mittelständische Unternehmen, Freiberufler, Existenzgründer und Einzelunternehmen ist es sinnvoll, ein kleines Kommunikationskonzept zu erstellen, kontinuierlich zu überprüfen, anzupassen und umzusetzen.



Bruno Hollweger und Klaus Müller, Vorstände der Kölner Bank eG

Gemeinsam stärker

Natürlich Wir.

Was einer alleine nicht schafft, das erreichen wir gemeinsam. Nach diesem Grundgedanken handelt die Kölner Bank eG erfolgreich seit fast 150 Jahren. Wir laden Sie ein, Teil der starken Gemeinschaft bei der Kölner Bank zu werden. Profitieren Sie als eines von fast 40.000 Mitgliedern von den Vorzügen einer genossenschaftlich organisierten Filialbank. Sprechen Sie uns an. Gerne erläutern wir Ihnen, warum wir uns voll und ganz auf unsere Region und die Menschen hier konzentrieren. Die einzig wahre Kölner Bank sind Natürlich Wir. Telefon: 0221/2003-2004 | www.natuerlich-wir.de





Handarbeit mit Tradition

Erfolg in Zement gegossen

Casa:1 Zementfliesen aus Erfstadt behauptet sich zwei Jahre nach Gründung erfolgreich mit einem Nischenprodukt am Markt.



„Wenn Sie mich fragen“, sagt Dieter Dichantz und seufzt, „diese Fliesen haben einen schöneren Namen verdient.“ Der Geschäftsführer von Casa:1 Zementfliesen aus Erfstadt kennt die Reaktion seiner Gesprächspartner: „Wenn ich von ‚Zementfliesen‘ spreche, dann denken die Leute an Waschbetonplatten.“

Handarbeit mit Tradition

Die einzeln in Handarbeit gefertigten Zementfliesen haben aber mit Waschbetonplatten so viel zu tun wie Löwenzahn mit einem schönen Strauß Blumen. Das eine akzeptiert man gerade noch im heimischen Garten, das andere hat man gerne im Haus. Der wenig dekorative Name rührt daher, dass die Trägerschicht aus Zement besteht. Darauf befindet sich eine Schicht aus Marmormehl und Farbpigmenten, die das Motiv ergibt.

Fliesen aus Spanien

„Es gibt keinen schöneren Bodenbelag“, ist Dieter Dichantz überzeugt, und diese Überzeugung hat ihn und seine Frau vor zwei Jahren veranlasst, nach einem Hersteller zu suchen, um die außergewöhnlichen Fliesen zu vertreiben. Im Süden Spaniens wurden sie im Frühjahr 2010 fündig und einigten sich mit dem Geschäftspartner. Dann ging es an die Gründung und das Marketing. „Wir wussten, dass wir auf die Außendarstellung setzen müssen, um unser Geschäft erfolgreich zu machen“, sagt Dieter Dichantz, denn: „Wir haben ein Nischenprodukt, das muss weiträumig bekannt sein.“ Also investierten die Gründer viel Zeit und Geld in den Internetauftritt und einen Katalog.


Erster Platz bei Google

Und in die Suchmaschinenoptimierung. „Bei so einem Produkt muss man bei Google auf den ersten Plätzen stehen, sonst geht das Geschäft an die Konkurrenz“, weiß der Firmengründer. Das ist zwar keine revolutionäre Erkenntnis, aber eine, die es Casa:1 ermöglicht hat, schnell ganz vorne mitzuspielen. Immer wieder ist Casa:1 Zementfliesen auf dem ersten Platz hinter den bezahlten Anzeigen.

Individuelle Farbgestaltung

Das liegt auch an einem besonderen Service, den das Erfstädter Unternehmen seinen Kunden bietet. Alle Fliesen bekommt man bei Casa:1 in individueller Farbzusammensetzung. Um zu sehen, wie das am Ende aussieht, wurde eigens ein Konfigurator programmiert. „Eine aufwändige Geschichte, die uns viel mehr Geld gekostet hat, als wir kalkuliert hatten“, erinnert sich der Geschäftsführer.

Internationale Kundschaft

Doch Kosten und Mühen haben sich gelohnt. Nach zwei Jahren am Markt hat sich Casa:1 Zementfliesen etabliert. Die Kunden kommen aus Deutschland, der Schweiz und Österreich. Anfragen erreichen das Unternehmen aber auch aus Russland, Polen, der Ukraine oder aus Saudi-Arabien. Casa:1 Zementfliesen liegen auf der Landesgartenschau 2012 in Bamberg, in einem Ladenlokal auf dem Ku'damm in Berlin und demnächst sogar in einer restaurierten Kirche in Aserbaidschan. 



Casa:1 Zementfliesen

Dichantz & Wiegand GbR

Platanenweg 22
50374 Erfstadt

Telefon
+49 (0) 2235 69 84 67 4
Fax +49 (0) 2235 99 42 23

info@casa1.de

www.casa1-
zementfliesen.de

Startups aus dem RTZ

Im Aufwind!



Nur die aktive Nutzung des professionellen Netzwerkes führt zum Ziel

Heute schon geXINGt?

„Bauen Sie sich jetzt auf XING Ihr persönliches Netzwerk auf und eröffnen Sie sich so neue Möglichkeiten.“ Mit diesem Satz wirbt „das professionelle Netzwerk“ um Mitglieder. XING ist das größte Businessnetzwerk in Deutschland. Die Nutzer halten XING für ein äußerst effektives Mittel zur Kontakthanbahnung und Kundengewinnung. Eine effektive Nutzung von XING scheitert jedoch oft. Wir wollen das Netzwerk hier vorstellen.

Im beruflichen Umfeld ist XING hierzulande das wichtigste Soziale Netzwerk. Hier können Kontakte mit neuen Kunden, Lieferanten, Kooperationspartnern oder auch mit (Geschäfts-) freunden geknüpft und neue Jobs oder Aufträge gefunden werden. Es reicht jedoch nicht, nur einen so genannten „Account“ einzurichten. Erst die richtige Gestaltung des Profils und der aktive Umgang mit dem Netzwerk machen XING zu einem überaus nützlichen Werkzeug.

Nur ein aktiver Umgang mit diesem Netzwerk führt zum Erfolg.

Die Grenze zwischen Privatleben und Beruf, gerade bei Managern oder Selbstständigen, wird heute offenbar immer unbedeutender. Daher könnte man meinen, dass ein Engagement in einem Sozialen Netzwerk wie Facebook ausreicht. XING bietet jedoch weiter reichende Funktionen als Facebook. Gerade für den Ausbau des beruflichen Netzwerkes sind diese höchst effektiv.

XING in Zahlen

Mit derzeit über 12 Millionen registrierten „Usern“ bei XING ist die Auswahl an potentiellen Kunden und Kooperationspartnern ziemlich groß. Sie tauschen sich aus über unzählige Fach-, Hochschul- oder Regionalgruppen. Auch über 100.000 Unternehmen, sortiert nach Branchen, sind hier registriert. (Quelle: www.xing.de Stand März 2012).

Direkter Konkurrent dazu ist das Netzwerk LinkedIn aus den USA. Mit etwa 161 Millionen Usern, von denen aber nur zwei Millionen in Deutschland aktiv sind, ist dieses Netzwerk bedeutend größer und deutlich internationaler ausgerichtet.

Die Selbstdarstellung der User

XING bietet weit mehr Möglichkeiten als seinen Lebenslauf online zu stellen oder nachzusehen, was ehemalige Arbeits- oder Studienkollegen jetzt beruflich machen.

Die vergangenen und die aktuellen Tätigkeiten sind eine Grundfunktion von XING und sollten entsprechend angepasst werden. Diese Darstellungen können zum Beispiel bei der Jobsuche nützlich sein oder, etwa bei Selbstständigen, dazu dienen, die eigene Kompetenz auf einem Fachgebiet zu unterstreichen.

Die „ich suche“ und „ich biete“ Felder

Besonders interessant sind die zusätzlichen Felder, die XING in den privaten Accounts den Mitglieder anbietet. Wer auf der Suche nach neuen Jobs oder Kunden ist, kann dieses hier auch offen kommunizieren. Hier ist jedoch Vorsicht geboten, wenn im „ich suche-Feld“ „neue Herausforderungen“ eingetragen werden. Dies könnten Arbeitgeber als falsches Signal deuten. Im „ich biete-Feld“ sollten die eigenen Kompetenzen unterstrichen werden. Etwas Kreativität bringt hier mehr als die üblichen Floskeln. Die eigene Persönlichkeit sollte betont oder die Leser mit einem lustigen Eintrag zum Schmunzeln gebracht werden. Kreative Einträge im „ich biete-Feld“, wie zum Beispiel „Ultraschnelles Kopfrechnen“, schaffen Aufmerksamkeit und lassen den Leser auf dem eigenen Profil länger verweilen.

Die Positionsbeschreibungen

Auch diese können individuell angepasst werden. Neben der derzeitigen Position ist es wichtig verschiedene Schlagwörter mit einfließen zu lassen. So besteht die Chance über die Suchfunktion bei XING über bestimmte Begriffe direkt gefunden zu werden. Denn auf XING wird nicht nur nach Namen sondern auch nach allgemeinen Schlagwörtern gesucht.

Die Firmenaccounts

Bei XING gibt es die Möglichkeit, einen „Firmenaccount“ anzulegen. Hier werden die Kontaktdaten und weitere allgemeine Informationen zum Unternehmen und den Leistungen oder Produkten dargestellt. Gleichzeitig wird eine Liste mit der im Unternehmen tätigen XING-Mitglieder angezeigt. Gerade hier treten Unternehmen häufig nicht





einheitlich auf. Die Profile der Mitarbeiter erscheinen hier nur, wenn in den privaten Profilen und im Firmenaccount die exakt gleiche Schreibweise verwendet wird.

Natürlich kann ein Unternehmen seine Mitarbeiter nicht verpflichten, den privaten XING-Account entsprechend der Firmenrichtlinien anzupassen. Aber ein Vorschlag und eine freundliche Bitte, das Profil entsprechend anzupassen, ist hier durchaus angebracht. Auch bei der Firmenbezeichnung ist, wie bei der Positionsbeschreibung, die Einbindung von Schlagwörtern ratsam, um den Unternehmenseintrag in der Suche gut zu positionieren.

XING als Vertriebstool

Für den Vertrieb im Business-to-Business-Bereich bietet XING verschiedene sehr nützliche Funktionen. Kontakte etwa zum richtigen Ansprechpartner bei potentiellen Kunden ist im Vertrieb ein entscheidender Faktor. Durch die sehr detaillierte Suchfunktion bei XING, können genau diese Ansprechpartner einfach und schnell gefunden werden.

In der erweiterten Suchmaske kann zum Beispiel nach Personen gesucht werden, die im Einkauf tätig sind. Eine zusätzliche Einschränkung der Ergebnisse ist mit der Suche nach Begriffen aus der jeweiligen Branche im „ich suche-Feld“ möglich. Sinnvoll ist hier auch die Einschränkung nach Regionen. Der regionale Bezug sollte im Vertrieb nie unterschätzt werden.

Die Mitgliedschaft bietet Möglichkeiten

Die persönliche „Basismitgliedschaft“ ist kostenlos und bietet einige Grundfunktionen. Für erweiterte Funktionen oder einer wirklich professionellen Nutzung ist ein kostenpflichtiger, aber mit rund 70 Euro jährlich erschwinglicher

Premiumaccount notwendig. Auch für Unternehmen gibt es das kostenlose Basisprofil, das Profil „Standard“ kostet knapp 300 Euro jährlich, das Profil „Plus“ dagegen bereits rund 1.500 Euro jährlich.

Ob ein Engagement bei XING für die eigene Person oder das eigene Unternehmen gewünscht ist oder nicht, muss jeder User selbst entscheiden. Für Freelancer, Angestellte und Unternehmer, kann XING ein sehr effektives Mittel zur Neukundengewinnung und Netzwerkerweiterung sein.

Harald Ooppelcz, www.capinio.de

Beispiel einer Start-Seite von XING.

Expertennetzwerk, Ideenschmiede und Wissensanbieter

DEIFS hilft Startups und jungen Unternehmern

Gründer und Selbständige müssen sich um viele Themen kümmern, die für das Erreichen ihrer Ziele oft entscheidende Bedeutung haben. Häufig fehlen ihnen konkrete Hinweise und Ratschläge, wie bestimmte Strukturen, Aktivitäten und Maßnahmen die mit den zur Verfügung stehenden Mitteln umzusetzen sind.



Sie führen DEIFS:
Fred Stabe (li) und
Christoph Plamper.

Wer oder was ist DEIFS?

Das „Deutsche Institut für Startups und Selbständige“ (DEIFS) ist ein Expertennetzwerk, Ideenschmiede und Wissensanbieter mit Fokus auf bereits gegründete Startups, geplante Gründungsvorhaben sowie selbständige Unternehmer.

Das DEIFS möchte unternehmerisches Wissen praxisnah und direkt umsetzbar vermitteln, so dass im hektischen Alltag Unternehmen gezielt wachsen können. Ziel ist es, Startups und selbständige Unternehmer in die Lage zu versetzen, sowohl im Tagesgeschäft als auch für das geplante Wachstum bzw. bei notwendigen (Um-)Strukturierungen

die richtigen Maßnahmen und Aktivitäten auszuwählen und effektiv ein- und umzusetzen.

Dazu hat das DEIFS ein neues Seminarkonzept entwickelt, sowie Best Practices und Empfehlungen für IT-Tools für verschiedene Unternehmensprozesse zusammengestellt und Partner wie deutsche-startups.de gewonnen. Das DEIFS bietet praxisnahe Seminare und Workshops sowie persönliche Beratung und Mentoring.

Wer steckt hinter DEIFS?

Das DEIFS wurde von Christoph Plamper (Plamper Consulting) und Fred Stabe (Venture Capital Consulting), sowie Anne von Brockhausen (NORM.KONFORM Unternehmensoptimierung GmbH), im November 2011 gegründet. Geführt wird das DEIFS von Christoph Plamper und Fred Stabe. Die drei Gründer vereinen 30 Jahre Erfahrung als selbständige Management- und Gründerberater und haben schon selbst mehrfach eigene Firmen gegründet und zum Erfolg geführt.

Veranstaltungen

Zum Seminarangebot gehört auch das DEIFS-Marketingseminar am 19. Oktober 2012. In vier Stunden mit anschließender Diskussion und persönlichem Austausch lernen die Teilnehmer wie sie Marketing im Wachstum und bei spezifischen Herausforderungen, z.B. Online-Marketing, Webperformance und Channel Management, erfolgreich planen und umsetzen können. Abgerundet wird das Seminar durch Beispiele und Case Studies von erfolgreichen Startups.

Am 9. November 2012 findet erneut das Vertriebs-Seminar „Klicks, aber keine Kunden“ statt. In vier Stunden lernen die Teilnehmer Prozesse, Verfahren, Planung und Werkzeuge des Vertriebsmanagements kennen – hochwertig und praxisorientiert, damit sie es effektiv im Tagesgeschäft einsetzen können.

Die Teilnahmegebühr beträgt jeweils 149 Euro. Es sind noch Plätze frei. Anmeldung und weitere Informationen unter www.startupinstitut.de.

Erfolgsjahr 2011 – 60 Jahre AIESEC Köln

Der ideale internationale Praktikant

Am Anfang stand das leidenschaftliche Bedürfnis nach internationaler Begegnung. So beschrieb 1960 Bernd Thomas, damals Präsident von AIESEC Deutschland, die Gründerstimmung eines Vereins, dessen Idee im Laufe von über sechs Dekaden um die Welt ging.

Mit dem Ziel, jungen Studenten, die Werte der Völkerverständigung und Toleranz näher zu bringen, gründeten acht Studenten aus Belgien, Dänemark, Finnland, Frankreich, den Niederlanden, Norwegen und Schweden die Studentenorganisation „Association Internationale des Etudiants en Sciences Economiques et Commerciales“.

Seit der Gründung vor 62 Jahren in Stockholm, blieb das Konzept das Gleiche. Studenten aus aller Welt sollen die Möglichkeit haben, über AIESEC passende Praktikumsstellen im Ausland zu finden umso neue Kulturen und Völker kennenzulernen und dabei gleichzeitig ein soziales und hilfsberechtigtes Umfeld zu haben.

Diese Strategie hat sich sehr schnell verbreitet und so hat AIESEC mittlerweile über 60.000 Mitglieder in 110 Ländern. So hat sich auch die Struktur verändert und es gibt Landesvertretungen und regionale Vereine an über 1.200 Universitäten. Im letzten Jahr machten über 16.000 Studenten eine solche internationale Erfahrung.

Viele namenhafte Unternehmen sind Partner von AIESEC geworden, teilweise weil sie die Idee unterstützen möchten, teilweise aus eigenem wirtschaftlichem Interesse. Für Personalchefs ist es vor allem Wichtig, dass die Bewerberprofile vorsortiert werden und nur die interessanten Profile weitergeleitet werden. Das Praktikumsangebot kann individuell angepasst werden und so Fremdsprachen-, Computer- und Wirtschaftskennntnisse voraussetzen.


Für die Mitglieder zählt vor allem eins: Internationalität. Die Mitglieder von AIESEC bereiten Bewerber von Anfang auf Seminaren auf neue Kulturen vor und betreuen die internationalen Praktikanten. Zur Bewältigung ihrer Aufgaben, greifen die Studenten auf ihr Wissen aus dem Studium zu und setzen es praktisch. Am meisten profitieren die BWL-Studenten davon, die auf ihre Kenntnisse aus Marketing und Finanzierung zurückgreifen können und somit erste Praxiserfahrungen erzielen.

Für eine besondere Dynamik sorgt auch die Innovationsfähigkeit der Studentenorganisation. Grund hierfür ist der jährliche Wechsel der ehrenamtlichen Vorstände.



AIESEC Köln ist exzellent

Auch in Köln hilft AIESEC bereits seit 60 Jahren den Studenten aller lokalen Hochschulen, ein Praktikum im Ausland zu machen. Darüber hinaus bilden werden verantwortungsbewusste Führungskräfte von Morgen ausgebildet, indem sie innerhalb der Initiative selbständig Teams leiten und sowohl Soft Skills als auch ihre persönliche Entwicklung trainieren.

Und das Kölner Lokalkomitee war hier im ablaufenden „Geschäftsjahr 2011“ überaus erfolgreich. AIESEC Köln wurde aus 48 Lokalkomitees als das beste Lokalkomitee Deutschlands mit dem „KPMG Excellent Award“ ausgezeichnet. Die Begeisterung ist dem Team anzusehen. 

Das Vorstandsteam von AIESEC nimmt den KPMG-Award entgegen.



AIESEC Köln

Gustavstr. 6, 50937 Köln, Telefon +49 (0) 221 13 94 115

www.aiesec-koeln.de

Vertragsmanagement hilft Unternehmen nicht nur bei Vertragsfragen

Das Geschäft im Griff

Jedes Unternehmen kennt das: Man trifft mit Geschäftspartnern unzählige Vereinbarungen, mietet Räume, bestellt Materialien, lässt Computer und Netzwerk warten und betreibt ganz nebenbei noch einen umfangreichen Gerätepark. Alles ist natürlich sauber dokumentiert und in eine Unzahl von Verträgen gegossen worden. Nun besteht der Tag aus unzähligen Handlungen und Vorgängen, die allesamt in all diesen Verträgen geregelt sind. Und nahezu sämtliche Vorgänge sind mit Geldfluss verbunden. Läuft alles?



Die Bausteine der Vertragsmanagement-Software der StaVis GmbH.


Bei der Frage, ob denn alles wie vereinbart läuft und das Konto am Ende des Tages den gewünschten Saldo aufweist, kommt so mancher ins Grübeln. Die Beziehungen und Abhängigkeiten zwischen Lieferanten, Dienstleistern, Kunden und anderen Personen sind vielfältig und komplex. Und häufig kommen unzählige Vorgänge hinzu, die sich außerhalb des Kerngeschäftes bewegen. Transparenz, Verfügbarkeit und Detailinformationen sind wesentliche Bedürfnisse. Am Ende des Tages soll der Erfolg stehen.

Jetzt wäre es hilfreich, einen guten Überblick über all die Verträge zu haben, ein schneller und ortonabhängiger Zugriff auf alle relevanten Daten beschleunigt Prozesse und vermindert Risiken. Beobachtung,

Controlling und rechtzeitiges Eingreifen im Bedarfsfall sichern den ordentlichen Ablauf von flexiblen Arbeitsprozessen und Geschäftsbeziehungen – auch unter Einbeziehung aller Regeln eines modernen Qualitätsmanagement. Für einen funktionierenden Geschäftsbetrieb sind überdies Urlaub, Krankheit, Fortbildungen und kurzfristige Wechsel von Zuständigkeiten zu berücksichtigen.

Eine ordentliche Aktenführung ist sicher eine Grundvoraussetzung, reicht aber oft nicht aus. Hier leistet ein IT-gestütztes Vertragsmanagementsystem enorme Unterstützung. Damit stehen Detailinformationen aus Verträgen ebenso sicher wie kurzfristig zur Verfügung, aufwendige Suchaktionen können vermieden werden. Sammlung, Auswertung und Darstellung aller Unternehmensdaten ermöglichen damit zukunftsorientierte Planung, sichere und kontrollierbare Abläufe sowie operative und strategische Entscheidungen – und das quasi in Echtzeit und unabhängig von der Unternehmensgröße.

Dies gilt in gleicherer Weise für Gesetze, Regelwerke, Vereinbarungen und Verträge. Mit den gewonnen Erkenntnissen wollen und können Unternehmer ihre Geschäftsabläufe, sowie Kunden- und Lieferantenbeziehungen profitabler machen, Kosten senken, Risiken minimieren und die Wertschöpfung vergrößern. Detaillierte Analysen zeigen nicht nur den Ist-Zustand, sondern erlauben auch eine zukunftsorientierte Prognose.

Es ist „Chefsache“, für die Einhaltung gesetzlicher Bestimmungen, unternehmensinterner Richtlinien, vertraglicher Verpflichtungen und Regelwerke zu sorgen. Unterbleibt dies, drohen sowohl unternehmerische als auch persönliche Risiken, wie Bußgelder, Strafen, Gewinneinbußen, Imageverlust etc. Ein professionelles Vertragsmanagement unterstützt den Unternehmer auch bei den Bemühungen zur Regeleinhaltung (Compliance) im Unternehmen. 



Social Media war Thema im RheinZeiger 17 / April 2011

Überblick, Pro & Contra zu den virtuellen Netzwerken

Social Media – Vermarktungswege für TGZ?

Social Media sind modern geworden. Auch für Technologie- und Gründerzentren ist die klassische Pressearbeit alleine nicht mehr ausreichend. Die direkte Kommunikation ermöglicht uns den Bekanntheitsgrad zu steigern, Leistungen zu kommunizieren und ein positives Unternehmensimage in der Öffentlichkeit aufzubauen. Die vielfältigen Möglichkeiten zur Nutzung der Social Media bedürfen allerdings – wie jede andere Marketing-Maßnahme – einer durchdachten Strategie.

Also trafen sich am 5. Juni 2012 Geschäftsführer nordrhein-westfälischer Technologie- und Gründerzentren im RTZ Köln zu einem Seminar zum Thema „Social-Media“, das vom TGZ NRW e. V. organisiert wurde.

Einen ersten Einstieg boten die beiden ersten Referenten, Dr. Rebecca Belvederesi-Kochs und Norbert Windeck von SocialMedia Aachen. Die Teilnehmer des Seminars bekamen einen Einblick in die aktuell größten Sozialen Netzwerke wie Facebook mit derzeit 3,7 Mio. Usern in Deutschland, gefolgt von XING, LinkedIN und Google+.

Anschließend referierte Hubertus Porschen von iConsultants über Marketing mit und in sozialen Netzwerken. Getreu dem Motto „keine soziale Kompetenz ohne Sachkompetenz“ wurden Möglichkeiten aufgezeigt, Facebook für das Marketing zu nutzen. Da war von „Vote-Schnipsel“ die Rede, die etwa zur Meinungsäußerung ein wichtiges Instrument sind. Ebenso wurden der „Like“- oder „Dislike“-Button erläutert. Wichtig ist immer, den eigenen Auftritt unter Kontrolle zu haben – „der User trägt die Botschaft“.

Daniel Schöbler von Capinio zeigte vergleichende Betrachtungen der verschiedenen Netzwerke auf und lieferte Informationen zum „Monitoring“. Statistiken und Kenn-

zahlen dienen der Auswertung und somit Bewertung des eigenen Internet-Auftritts. Zu empfehlen sind auch Blogs, die nur den Rang in den Suchmaschinen positiv beeinflussen.

Heinz Bettmann schließlich berichtete über Erfahrungendes RTZ mit den Netzwerken. Er nutzt mehrere Kanäle, um unterschiedliche Zielgruppen zu erreichen. Das RTZ hat inzwischen auch einen Facebook-Auftritt – hier liegen erst wenige Erfahrungen vor. LinkedIN wird zur Kommunikation auf internationaler Ebene genutzt, XING in erster Linie innerhalb Deutschlands. Für die Kommunikation mit Gründern haben im RTZ alle diese Netzwerke eine große Bedeutung.

Die Diskussion zeigte, dass diese Art von Networking hilfreich ist, dass aber die diversen Social Media laufend gepflegt werden wollen. Die Gestaltung des eigenen „Profils“ in diesen Netzen ist entscheidend und durchaus anspruchsvoll. Daher wurde eine Arbeitsgruppe ins Leben gerufen, die am 25. September erstmals tagte und sich die Entwicklung eines praktischen Leitfadens für die Nutzung der „Social Media“ vorgenommen hat.

**Networking 2.0.
Professionelle Netzwerke helfen, den Erfolg zu sichern.**





Besuchen Sie unsere kostenlosen
Informationsveranstaltungen!

www.sparkasse-koelnbonn.de/termine

Wir machen Karrieren.

Existenzgründung mit der Sparkasse KölnBonn.



Sparkasse
KölnBonn