

RHEIN ZEIGER



UNTERNEHMENSORGANISATION & LERNEN

BIOÖKONOMIE & NACHHALTIGKEIT

KOMMUNIKATION & STRESSMANAGEMENT

STARTUPS MIT KREATIVITÄT & VISIONEN

Einzelpreis
6,50 €



20 JAHRE
GRÜNDERMAGAZIN

40

Oktober 2022
www.rheinzeiger.de
ISSN 2701-5297

SAVE THE DATE!

OKTOBER/NOVEMBER 2022 JANUAR 2023

OKTOBER 2022

14. – 15.10.2022

deGUT Deutscher Gründer- und Unternehmertag 2022 –
Gründermeeting in der ARENA Berlin.
www.degut.de

24. – 26.10.2022

BIO-Europe 2022

Die Partnering-Konferenz für die internationale Biotechnologie-Szene in Leipzig
www.ebdgroup.com

27. – 30.10.2022

iENA 2022

2022 – Die internationale Fachmesse für Erfinder, innovative Unternehmen und Lizenznehmer in der NürnbergMesse
www.nuernbergmesse.de

NOVEMBER 2022

14. – 17.11.2022

MEDICA 2022,

Weltforum, Fachmesse und Konferenzen zu Medizin und Medizintechnik in Düsseldorf.
www.medica.de

14. – 20.11.2022

Gründerwoche Deutschland 2022

Zahlreiche Workshops und Beratertage für Existenzgründer überall in Deutschland
www.gruenderwoche.de

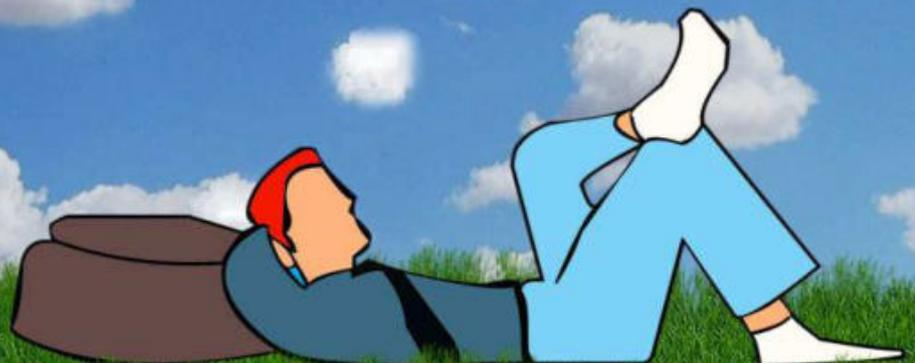
JANUAR 2023

20. – 22. Januar 2023

Karriere Start –

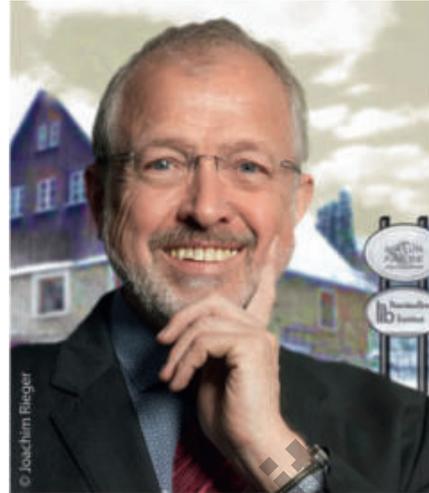
Die Messe für Bildung, Job und Gründung in Sachsen in der Messe Dresden
www.messe-karrierestart.de

Zukunft träumen.
Eigene Ideen umsetzen.
Die Botschaft in die Welt tragen.



Wir machen das! www.institut-hardenberg.de ■ www.rheinzeiger.de

Liebe RheinZeiger-Leser



Seit nunmehr 20 Jahren begleiten wir die Gründerszene in Deutschland. Ich selbst habe unzählige Startups beraten, mit den Gründerinnen und Gründern über ihre Idee, ihre Visionen gesprochen. Wir haben Geschäftsmodelle entwickelt und Finanzierungslösungen ausgearbeitet. Und wir haben die kreativen Lösungen, die innovativen Ideen kommuniziert, damit die Botschaft im Markt ankommt. Viele Startups sind schnell gewachsen, andere Unternehmen sind auch ohne Mitarbeiterstamm erfolgreich.

Bei vielen Gründungen war und ist die Finanzierung ein schwieriges Thema. Da war das Jahr 2021 schon herausragend – der Finanzierungsboom war mit einem Plus von über 300 % gegenüber 2020 deutlich. Jüngst hörte man, dass es in 2022 einen herben Einbruch gab, seien doch die Finanzierungen gegenüber dem Vorjahr um 20 % zurückgegangen. Zurück gingen auch die Gründerzahlen, so dass man beim DIHK schon befürchtet, der „Gründungs-Spirit“ könnte auf der Strecke bleiben. Im Ruhrgebiet wurde Gründung mit einer Achterbahnfahrt verglichen. In Köln, so war zu lesen, würde alle drei Tage ein neues Unternehmen gegründet. In einer Auskopplung aus dem Deutschen Startup Monitor 2022 findet sich eine eher düstere Beschreibung der Geschäftslage, das Geschäftsklima wird negativ bewertet.

Ich bin da eher ein Optimist. Ich habe auch immer vertreten, dass die Startups von heute der Mittelstand von morgen sind. Nicht nur ich bin der Meinung, dass diese Startups die Zukunft deutlich mitgestalten und dass sie die Wertschöpfung unserer Gesellschaft in der Zukunft maßgeblich mitbestimmen werden. Und das ist gut so. Genau deshalb habe ich die große Hoffnung, dass die Startup-Strategie der neuen Bundesregierung tatsächlich gelebt und umgesetzt wird. Wohlgedenkt: für alle (!) Startups.

Für eine nachhaltige Zukunft werden wir diese Startups brauchen. Daher ist auch DATI wichtig, die geplante Deutsche Agentur für Transfer und Innovation. Und auch hier, für den Transfer von Erkenntnissen und Erfindungen in den Markt, brauchen wir Startups.

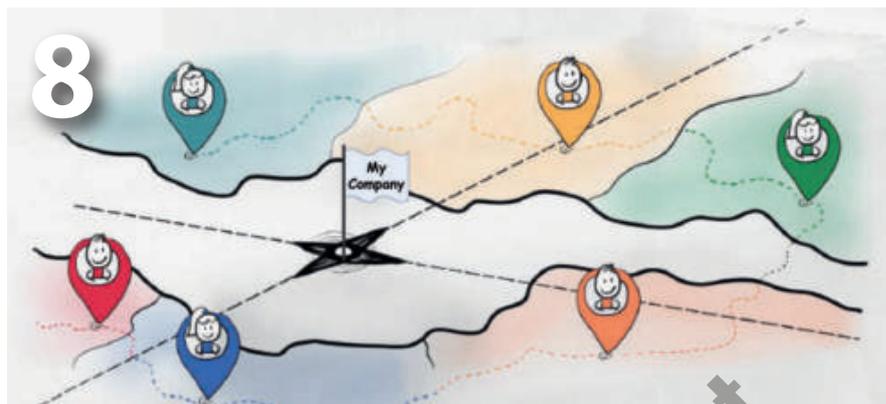
In der letzten Ausgabe des RheinZeigers haben wir darüber geredet, dass die Verlängerung der Gegenwart keine Zukunft hat. Anders ausgedrückt: Es macht keinen Sinn, die Zukunft weiter in die Zukunft zu verschieben. Denn wir hier in diesem Lande können Technologie und Innovation – egal in welchem Bereich. Wir können auch vorangehen – wir müssen nur wollen.

Unsere Startups sind ein gutes Beispiel. Sie sind entschlossen und haben Mut. Wir auch?

In diesem Sinne

Herzlichst, Ihr

Dr. Heinz Bettmann
Chefredakteur



INHALT



- 2 Termine
- 3 Editorial
- 6 Startup-Strategie der Bundesregierung
- 8 Organisation im Fokus
Ein Reisebericht
- 14 Zukunftsberufe in der Biotechnik
- 16 Startup-Ökosystem Deutschland
Betrachtungen der Szene
- 18 Bioökonomie
Das Symposium
- 20 Bioökonomie
Stellungnahme des Bioökonomierates
- 22 Kölner Technologiezentren
Hausmesse zur Nacht der Technik
- 30 Bench Learning
Für die Management Performance
- 34 Customer Relation Management
Kommunikation ist alles
- 38 Gründertag Köln
Stelldichein der Startups
- 44 RheinZeiger wird digitaler
- 46 Neues aus dem BVIZ

STARTUPS

- 24 ReUse & Trade
- 25 retraced / know your stuff
- 26 bNear
- 27 SIVENTUS
- 28 Hydroplace
- 29 extrazwei
- 38 Startups vom Gründertag Köln
- 42 audioflow
- 43 Café kostbar
- 48 Corporate Social Responsibility
CSR – Der Nachhaltigkeitsreport
- 52 Nachfolge mit Kreativität
Weingut Spitz & Fils
- 54 Farbenspiele beim Wein
Rotwein, Weißwein oder so ...
- 56 Perspektive neuStart
Pro Inclusive Entrepreneurship
- 58 Kurzmeldungen & Events
Circular Economy in Deutschland
Das Wein-Seminar

UNSERE BUCHTIPPS

- 21 Life Science Management
- 47 Die Humanisierung der Organisation



Impressum

Verlag:

Hardenberg Institut
Hardenberg 5, 58540 Meinerzhagen,
Tel. +49 (0) 2358 2721 030
post@rheinzeiger.de
www.institut-hardenberg.de

Herausgeber und Chefredakteur:

Dr. Heinz Bettmann, vfw Köln rechtsrheinisch

Erscheinungsweise

Printausgabe zweimal jährlich / kostenfrei
Online-Portal unter www.rheinzeiger.de

Redaktion

Dr. Heinz Bettmann, Angelika Burgert

Autoren dieser Ausgabe

Dr. Frauke Hangen, André van Hall, Heike Lube,
Herbert Zub, Matthias Hirzel, Franziska Gütle,
Christian Bäumer, Dr. Heinz Bettmann, Markus Lempa

Anzeigen

Tel. +49 (0) 2358 2721030
Dr. Heinz Bettmann / post@rheinzeiger.de

Fotos / Cartoons / Grafiken

Urhebervermerk am jeweiligen Motiv

Gestaltung

Michaela Kozik, Frey Print + Media GmbH & Co. KG

Druck

Frey Print + Media GmbH & Co. KG
Bieketurmstr. 2, 57439 Attendorn, www.freymedia.de

Informationsstand: 31. August 2022

ISSN

Online 2702-9107; Print 2701-5297

Informationen zur Verarbeitung von personenbezogenen Daten durch den Herausgeber finden Sie im Internet unter www.rheinzeiger.de/j/privacy

Alle Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Eine Haftung für fehlerhafte oder unrichtige Informationen wird ausgeschlossen. Die Redaktion haftet nicht für Beiträge Dritter.

Ausdrucksformen:

Zur besseren Lesbarkeit wird in der vorliegenden Printausgabe 40 auf die gleichzeitige Verwendung männlicher und weiblicher Bezeichnungen vielfach noch verzichtet. Es wird in der Regel die männliche Ausdrucksform verwendet, wobei aber beide Geschlechter gleichermaßen gemeint sind.

Was lange währt, wird endlich gut?

Startup-Strategie der Bundesregierung



Das Kabinett hat am 27. Juli 2022 die erste umfassende Startup-Strategie einer Bundesregierung beschlossen. Ziel der Strategie ist, die Startup-Ökosysteme in Deutschland und Europa zu stärken. Nach dem Kabinettsbeschluss beginnt jetzt die Umsetzung der Maßnahmen, die in zehn Handlungsfelder aufgeteilt sind.

Wirtschaftsminister Habeck: „Wirtschaftspolitische Zukunftsprojekte müssen gerade auch in schwierigen Zeiten wie diesen vorangetrieben werden. Die Startup-Strategie der Bundesregierung ist daher ein sehr wichtiges Signal. Startups entwickeln neue Ideen und treiben Innovationen voran. Wenn wir die Bedingungen für Startups in Deutschland und Europa verbessern, stärken wir gleichzeitig unseren Wirtschaftsstandort“

Finanzminister Lindner: „Ich möchte Deutschland zur Gründerrepublik machen. Es mangelt nicht an privatem Kapital für Innovationen, aber die Rahmenbedingungen müssen besser werden. Ein Zukunftsfinanzierungsgesetz soll Startups den Zugang zum Kapitalmarkt und die Aufnahme von Eigenkapital erleichtern. Wir werden Bürokratie abbauen – denn nur so können Startups ihre Ideen in die Tat umsetzen.“

Die Politik hatte die Gründerszene jahrzehntlang eher stiefmütterlich behandelt. Nun liegt sie vor, die Startup-Strategie, und das ist zu loben. Das Papier bezeichnet Startups als innovative Treiber der wirtschaftlichen Erneuerung und Garanten der Wettbewerbsfähigkeit. Sie leisten zudem einen Beitrag zur Erreichung der 17 von den Vereinten Nationen formulierten Nachhaltigkeitsziele.

Dieses Papier gilt es nun umzusetzen. Zu hoffen ist, dass dies am Ende eine wirklich gute Strategie ist. Gut ist, dass eine große Zahl von Kennern der Szene beteiligt war – fast 80 Institutionen und Experten wurden gehört. Zehn Themen stehen im Fokus:

- Kernthemen einer Startup-Strategie**
- Administrative Prozesse vereinfachen
 - Attraktivität Deutschlands als Gründungsstandort steigern
 - Datenzugang erleichtern
 - Finanzielle Rahmenbedingungen verbessern
 - Gründergeist wecken
 - Informationen und Beratung anbieten
 - Startups passgenau fördern und begleiten
 - Startups bei öffentlicher Beschaffung berücksichtigen
 - Vernetzung und Kooperationen fördern
 - Von Best-Practices im In- und Ausland lernen

In diesem Werk werden somit wirklich sehr viele, vielleicht sogar alle wichtigen Aspekte einer zu wünschenden Startup-Strategie angesprochen. Aber gleich zu Beginn gibt es eine Irritation: Es wird angestrebt, die Zahl der „Einhörner“ (Startups mit einer Marktbewertung von mindestens einer Milliarde US-Dollar) deutlich zu erhöhen. Liegt das Wohl unserer Gesellschaft an der Existenz von möglichst vielen „Einhörnern“? Ziel muss es doch zuvorderst sein, eine möglichst hohe Heterogenität und Flexibilität zu erreichen. Hat uns hier nicht in den letzten zwei Jahren etwas gefehlt?

Auch beim Thema Finanzierung beherrscht der „BIG-Gedanke“ die Ausführungen. Hier wäre zu wünschen, dass auch Startups, die ohne Investoren aufgebaut werden, endlich ebenso stark unterstützt werden. Hierzu findet sich leider nur ein kleiner „Nebensatz“. Auch Startups aus dem Bereich Social Entrepreneurship müssen stärker gefördert werden. Von einer Verbesserung der Rahmenbe-



dingungen für „gemeinwohlorientierte“ Startups ist die Rede. Zur Bildung eines entsprechenden Fonds drückt sich die Strategie aber sehr vorsichtig aus.

Auch Nachhaltigkeit und Bioökonomie werden behandelt. Allerdings wurde der Europäische Nachhaltigkeitsfonds ECBF (vgl. RheinZeiger 39) offenbar vergessen. Der in der Strategie hier und da zu findende „Europäische Gedanke“ ist zu loben. Eine größere Unabhängigkeit von amerikanischen Investoren ist zu begrüßen. Hier sollte eine nachhaltige Strategie gefunden und umgesetzt werden. Der beschriebene Zukunftsfonds ist eine gute Einrichtung. Ob aber Börsengänge ein Allheilmittel sind, darf gerne diskutiert werden.

Ein eigener Bereich behandelt das Thema Talentgewinnung. Hier aber sieht man offenbar den einzigen Lösungsweg in der Findung der Talente im Ausland. Schade, dass man den hier lebenden Talenten nicht viel zutraut. Dabei könnte man gerade hier endlich ein entsprechendes Förderprogramm auflegen.

Es finden sich hoffnungsvolle Ansätze zur Förderung von Gründungen ganz allgemein. Viele der aufgeführten „Ideen“ und Maßnahmen sind aber nicht neu. Sie warten nur darauf, endlich umgesetzt zu werden. Das gleiche gilt für die Förderung von Gründungen durch Frauen. Ob hier das geplante Programm „EXIST Woman“ eine Lösung ist, muss abgewartet werden.

Startups bei der Vergabe öffentlicher Aufträge besser zu berücksichtigen, ist ein hehres Ziel. Eine Überarbeitung des Vergaberechts erscheint ohnehin dringend angezeigt. Auch für einen verbesserten Zugang von Startups zu Daten werden Maßnahmen aufgelistet. Bleibt zu hoffen, dass dies zum gewünschten Ziel führt.

Am Ende bricht die Strategie eine Lanze für Startups – sie sollen stärker ins Zentrum rücken. Wichtig ist, dass es starke Startup-Ökosysteme gibt, die dieses nachhaltig unterstützen. Hier könnte man ja auch das RKW Kompetenzzentrum hinzuziehen, das sich intensiv mit Aufbau und Funktion von Startup-Ökosystemen beschäftigt hat.

zentrum hinzuziehen, das sich intensiv mit Aufbau und Funktion von Startup-Ökosystemen beschäftigt hat.



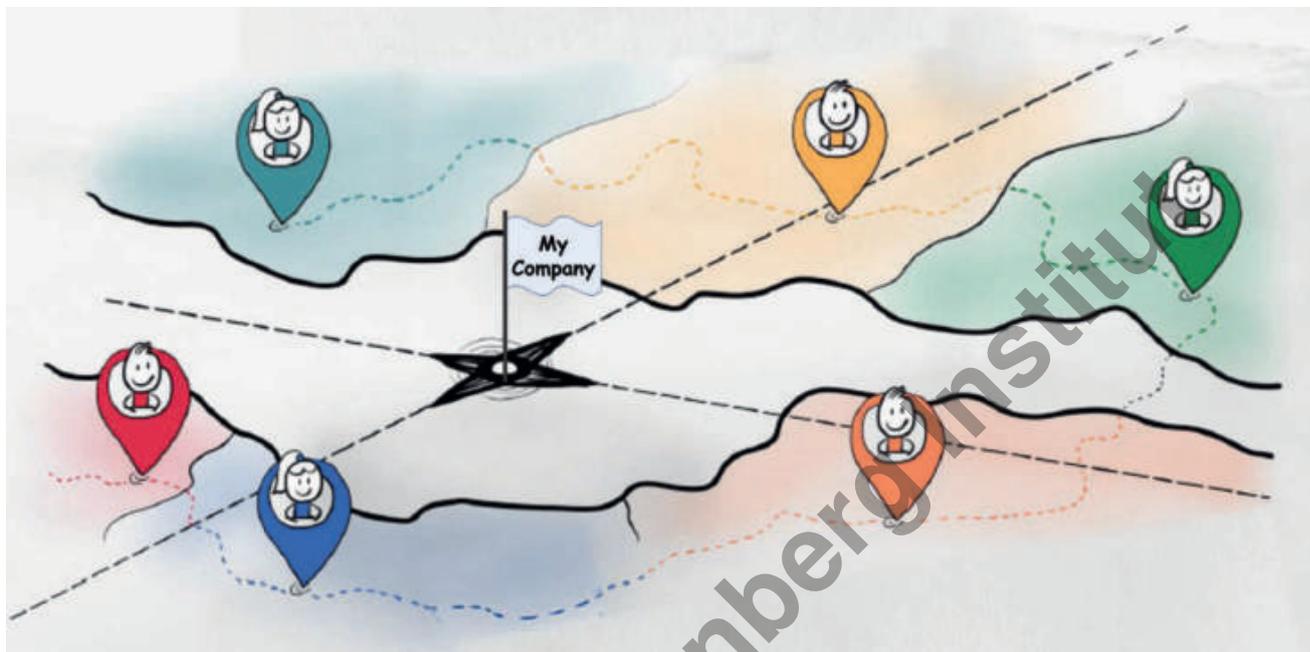
Fazit:

Die Startup-Strategie der Bundesregierung kann ein starker Ansatz sein, die Startups endlich zur notwendigen Beachtung zu führen. Wichtig ist, dass all dies auch konsequent umgesetzt wird und dass alle Startups profitieren. Vieles ist nicht ganz neu. Insofern kann man die Strategie an einigen Stellen noch optimieren, aber sie ist da, und das zählt.

Download zu finden unter www.rheinzeiger.de/aktuelles/startup-strategie-steht/

Die erlebnisreiche Reise durch Unternehmenskulturen

Organisation im Fokus



Die Wirtschaftswelt ist in Bewegung. Nicht nur Digitalisierung und die Pandemie haben neues Denken bewirkt. Im Fokus steht die Unternehmensorganisation. Die bekannten traditionellen Organigramme sind weitgehend überholt, Networking und neue Führungsformen sind gefragt. Heute nehmen wir einmal mehr dieses Thema auf. Wir laden Sie ein, uns auf einer Reise von der Hierarchie zum Netzwerk in 6 Etappen zu begleiten und die jeweiligen Stärken und Charakteristika der Kulturen kennenzulernen.

Diese Reise ist farbenfroh und spannend – dabei ohne Staus, stornierte Flüge oder fehlendes Gepäck. Sie führt uns durch sechs verschiedene Länder und sechs verschiedene Unternehmenskulturen. Wir stellen die Charaktere dieser Organisationsformen vor und diskutieren, für welche Herausforderung welche Struktur die geeignetste ist. Soviel vorab: Sie alle haben ihre Stärken und Daseinsberechtigungen.

Strukturen haben einen enormen Einfluss auf die Kultur eines Unternehmens („culture follows structure“). Wer also an der Kultur arbeiten möchte, sollte die Strukturen seiner Unternehmung gründlich beleuchten. Der Nutzen? Man lernt, wie Organisation „funktionieren“ kann. Je nach Herausforderung und Marktumfeld lässt sich definieren, welche Farbaspekte für ein Unternehmen die passenden sind.

Die Farbenwelt der Organisation

- **Strenge Hierarchie**
- **Funktionale Hierarchie**
- **Wertstrom-Organisation**
- **Demokratische Struktur**
- **Kreis-Struktur**
- **Netzwerk**

Rot – das Land der strengen Hierarchie

Die Reise beginnt in einem Grenzgebiet – noch auf rotem Boden, doch in nicht allzu weiter Ferne ist die Silhouette blauer Organisationsstrukturen zu erkennen. Das Gefühl des Aufbruchs ist deutlich spürbar. Was noch vor fünfzig,

sechzig Jahren eine stark besiedelte Gegend war, beheimatet heute nur noch kleine Organisationsteile. Die letzten Überreste strenger Hierarchien sind wahrzunehmen, der Wunsch nach neuen Strukturen hat die Menschen aufbrechen lassen.

In einigen Etagen brennt Licht; hier wird intensiv an ambitionierten Markterschließungskonzepten gearbeitet. Ziel ist eine schnelle Umsetzung – die Konkurrenz soll vor Neid erblassen. Auch die anderen Abteilungen im Unternehmen sollen erkennen, welche Art der Arbeit die erfolgreichste ist. Den Weicheiern, Strebern und Träumern aus den Innovationsabteilungen muss dringend gezeigt werden, was Innovation wirklich bedeutet.



che scheinen unsicher, ob der Aufbruch in ein neues Land für sie das Richtige ist. Bewährtes zurückzulassen erzeugt Angst, auch vor Macht- und Einflussverlust. Ein Großteil der Organisation ist schon vor einiger Zeit aufgebrochen. Wie mag es wohl wirken, als Nachzügling aufzutauchen – als Verlierer, der sich nun doch beugen muss?



Wiederum andere scheinen sich zu freuen. Sie sehen den Aufbruch als Herausforderung, hoffen auf einen festen Platz in einem soliden System. Zu lange waren sie Unberechenbarkeit und emotionalen Ausbrüchen der Vorgesetzten ausgesetzt. Stabile Prozesse, realistische Planungen und klare Arbeitsanweisungen erscheinen ihnen eine gute Basis für die Zukunft. Mit dem Informationsmaterial der Grenzbehörden ausgestattet, betreten sie zielstrebig das blaue Territorium.

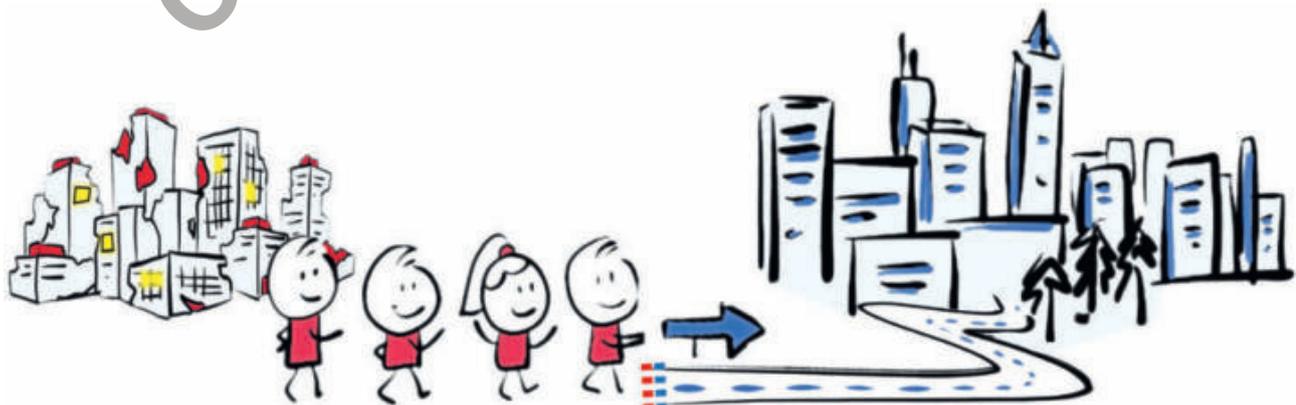
BLAU – das Land der funktionalen Hierarchie

Aus einem Besprechungsraum dringen laute Stimmen. Eine emotionale Diskussion über die richtige Wahl der Strategie ist in vollem Gang. Gelegentlich ist zu hören, wie auf den Tisch geschlagen wird. Am Ende des Meetings erscheint der Bereichsleiter in der Tür. Er ist zufrieden, hat sich mit seiner Vorstellung behauptet und die notwendigen Schritte für eine schnelle Umsetzung eingeleitet. Die Mitarbeiter wissen, dass eine Zusatzprämie wartet, wenn sie in zwei Wochen das angestrebte Ziel erreichen.

Mit dieser Erfahrung im Gepäck endet auch schon der Streifzug durch rote Organisationsstrukturen. An der Grenze zu Blau stehen Menschen in einer Warteschlange. Man-

Mit Überschreiten der Grenze von Rot zu Blau wird schnell deutlich, dass Spontaneität und Emotionalität im Hier und Jetzt einer vorausschauenden Planung, Ordnung und Fleiß weichen. Vor vielen Gebäuden, aber auch innerhalb der Etagen hängen Zielbilder für die nächsten Jahre. Organigramme zeigen die Struktur: Unternehmen sind nach Funktionen organisiert, es ist gut zu erkennen, wer für was verantwortlich ist und wer zu welchem Bereich gehört.

Nicht selten finden sich die verschiedenen Abteilungen eines Unternehmens in unterschiedlichen Etagen oder



Gebäuden. Die Vorgesetzten treffen sich regelmäßig, um Entscheidungen einzuleiten und Aktivitäten zu synchronisieren. In kleinen Büros entlang der Flure arbeiten die Mitarbeiter pflichtbewusst an ihren Aufgaben. Klar definierte Prozessabläufe, Standards und Genauigkeit sind wichtig für strukturierte Arbeitstage. Loyalität, Beständigkeit und Stabilität sind wichtig für die Beschäftigten, von denen viele bereits seit Eintritt ins Berufsleben für das Unternehmen tätig sind.

Eine Gruppe Manager hat sich versammelt. Sie bilden das Steering Committee eines Effizienzprogramms und stimmen sich bezüglich Zielerreichung und Maßnahmenliste ab. Es wird beschlossen, dass das neue Regelwerk für das Eskalationsverhalten bei Meilenstein-Überschreitung ab sofort in Kraft tritt. Zudem wird die Anpassung des Projektplans diskutiert, die Entscheidung aber auf nächste Woche vertagt.



Das Meeting ist geprägt von Nüchternheit. Eine Agenda mit Zeitvorgaben bewirkt, dass alle Tagesordnungspunkte besprochen werden. Im Gebäude gegenüber findet derweil ein Leistungsbeurteilungsgespräch statt. Der Vorgesetzte geht gemeinsam mit seinem Mitarbeiter den standardisierten Bewertungsbogen durch. 98 % seiner Stellenbeschreibung hat er in diesem Jahr erfüllt, beide sind zufrieden und geben sich die Hand – „auf ein weiteres Jahr!“

Für Außenstehende gleicht dieser blaue Landstrich gut geöhlten Maschinen. Jedes Zahnradchen trägt zur Funktionsfähigkeit bei. Doch im Grenzgebiet zu Orange finden sich Unternehmen, die spüren, dass nicht alles planbar ist. Übergreifende Problemstellungen bringen das funktionale Zahnradkonstrukt ins Wanken. Auch die Menschen möchten kein austauschbares Maschinenteil mehr sein. Der Wunsch nach persönlicher Entwicklung lässt sie aufbrechen.

ORANGE – das Land der Prozessorientierung

Mit dem Betreten von orangefarbenem Boden ist spürbar, dass dieser Landstrich nach ambitionierten Zielen strebt. Mondäne Gebäudefassaden reißen sich aneinander, jedes Unternehmen möchte sich bestmöglich präsentieren. Die Sehnsucht nach individuellem Erfolg, Aufstieg und Bewunderung zeigt sich in hartem Konkurrenzkampf. In diesem Land der unbegrenzten Chancen gilt das Motto: „höher, schneller, weiter“.

In den Führungsetagen der Organisationen stehen Umsatzsteigerung, Gewinnmaximierung und Wachstum im Vordergrund. Im modern eingerichteten Büro des Geschäftsführers trifft sich das Topmanagement, um über die Zielerreichung des Monats zu sprechen. Der Umsatz liegt über Ziel, man klopft sich auf die Schultern. Die definierte Quick-Win-Strategie ist voll aufgegangen.

In einem Produktionsbereich sind die Mitarbeiter dabei, parallel zum Fertigungsbetrieb eine neue Produktionslinie aufzubauen. An verschiedenen Stellen finden Probemonatagen statt, letzte Verbesserungen fließen in die Neukonzeption mit ein. Zukünftig soll mit der neuen Taktlinie die doppelte Stückzahl pro Tag gefertigt werden – wegen der Marktnachfrage. Auch die IT-Anbindung wird angepasst, Daten stehen in Echtzeit zur Verfügung

Schräg gegenüber im Nachbargebäude treffen sich Mitarbeiter aus verschiedenen Abteilungen, um ein immer wieder auftretendes Problem zu lösen. Sie haben erkannt,





- Wertstrom-Organisation, wenn ...**
- > Gewinnmaximierung
 - > Prozessoptimierung
 - > Kundenorientierung
 - > Pragmatismus
 - > Effizienzstreben
 - > Optimismus
 - > Leistung
- gefragt / wichtig sind.

dass es für die nachhaltige Bewältigung Fachexpertise braucht.

Eine Etage höher findet gerade ein unterjähriges Zielerfüllungsgespräch statt. Die Führungskraft bespricht mit seinem Mitarbeiter den aktuellen Umsetzungsgrad seiner Zielvorgaben. Es stellt sich heraus, dass der Mitarbeiter kaum Initiative gezeigt hat und nicht in die Gänge kommt. Der Vorgesetzte wird sich nach einer Alternative umsehen, denn von der Zielerreichung des Mitarbeiters hängt auch seine eigene Prämie ab.

In diesem orangenen Gelände wird deutlich, wie prägend Leistungserbringung, Statussymbole und Erfolg sind. Das lässt wenig Raum für „Menschsein“ – ja dieses System weckt vielfach das Gefühl der Einsamkeit und Unvollkommenheit. Mit diesem Empfinden ziehen die Organisationseinheiten weiter – auf der Suche nach innerer Zufriedenheit!

GRÜN – das Land der demokratischen Struktur

Beim Überschreiten der Grenze von Orange zu Grün fällt auf, wie vielfältig und jedes Mal anders die einzelnen Landstriche der Reise doch sind. Grün zeichnet sich durch Solidarität, Werteorientierung und ein harmonisches Miteinander aus. Die Menschen in den Unternehmen arbei-

ten in kleinen Einheiten zusammen – die Gebäudestruktur ist so gestaltet, dass Kollaboration auch räumlich möglich ist und es ausreichend Rückzugsorte für Still-, aber auch Teamarbeit gibt.

An den Wänden hängen Konzeptentwürfe, Ausarbeitungen und Informationen über aktuelle Aktivitäten. Transparenz wird großgeschrieben, nicht nur beim Teilen von Arbeitsergebnissen, sondern auch bei betriebswirtschaftlichen Kennzahlen. Die Mitarbeiter kennen die Zahlen, wissen, wie sie sich berechnen und welche Einflussmöglichkeit sie haben. Nur so können sie stärker Verantwortung übernehmen und Entscheidungen treffen.



- Demokratische Struktur, wenn ...**
- > Menschlichkeit
 - > Transparenz
 - > Konsens
 - > Empathie
 - > Mitbestimmung
 - > Wertschätzung
 - > Team-Orientierung
- gefragt / wichtig sind.

Im hinteren Teil eines Großraumbüros treffen sich gewählte Vertreter mehrerer Teams zur monatlichen Reflexions- und Feedbackrunde. Zwischen zwei Teams gibt es einen Konflikt, der die Stimmung trübt und sich auf die Leistungsfähigkeit aller Beteiligten auswirkt. Die Runde beschließt, einen gemeinsamen Workshop durchzuführen, um die Ursache herauszufinden und an einer Lösung zu arbeiten. Gemeinsam wird der Workshop grob durchgeplant, Erfahrungen aus der Vergangenheit fließen ein. Eine Führungskraft aus der Runde, deren Team nicht involviert ist, bietet sich als Moderator an.

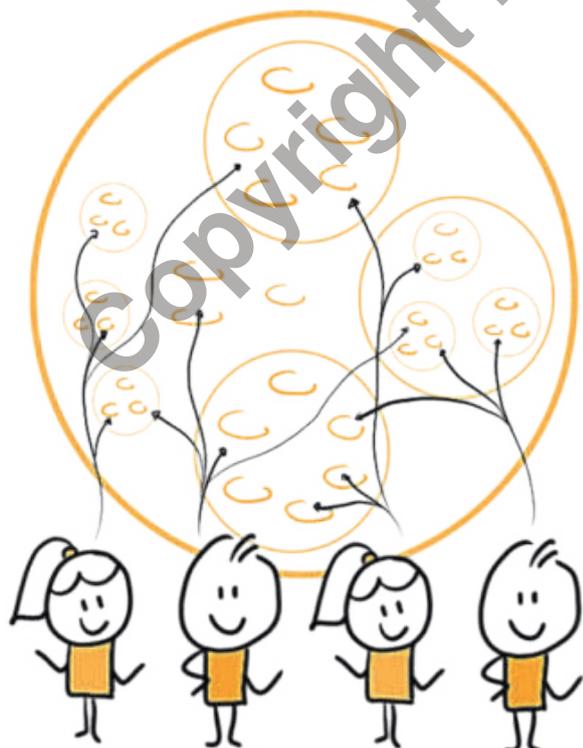


Ein Gebäude weiter kommen Menschen aus unterschiedlichen Abteilungen zusammen, die Interesse an den Themen Werte und Kultur haben – es ist Teamtag. In den letzten Monaten haben sie begonnen, sich mit den wichtigsten Unternehmenswerten auseinanderzusetzen Was ist uns wichtig? Aber auch: Was wollen wir zukünftig stärker ausprägen? Innerhalb des Teams sind alle ehemaligen Hierarchiestufen vertreten, mitunter auch die Geschäftsführung. Doch für die Zusammenarbeit spielt das keine Rolle mehr. Das Team ist stolz auf den durchlaufenen Reifeprozess – für die Teilnehmer ist das Arbeiten auf Augenhöhe in einem hierarchiefreien Raum eine Bereicherung und ein Zeichen der Wertschätzung.

Auch im Produktions- und Administrationsbereich der Unternehmen ist der respektvolle Umgang und gegenseitiges Vertrauen spürbar. Kollegen helfen sich, individuelle Zielsysteme gehören der Vergangenheit an. Sie wurden durch Teamziele ersetzt. Grüne Organisationen stehen für Gleichberechtigung und Zusammenhalt – doch wie auch in den zuvor besuchten Landstrichen gibt es Bestrebungen, die Organisationsteile weiterziehen zu lassen. Mitunter lange Entscheidungsprozesse, verwässerte Entschlüsse und das Streben nach Innovation führen zum Aufbruch in gelbe Strukturen.

GELB – das Land der Kreis-Struktur

Im gelben Landstrich angekommen, ist der oft beschriebene Startup-Spirit sofort wahrnehmbar. Kleine Organisationseinheiten aus unterschiedlichen



Unternehmen teilen sich gemeinsame Räumlichkeiten. Bunte, teils auch provisorisch zusammengebaute Einrichtungen verkörpern Erfindergeist, Kreativität und Experimentierfreude. Nicht nur in den Gebäuden, auch außerhalb im Freien herrscht Trubel. Arbeit ist nicht an einen Schreibtisch gebunden – virtuelle Kollaborationsformate ermöglichen eine weltweite Zusammenarbeit, standortunabhängig.

Die Menschen in Gelb fasziniert das Unentdeckte. Wissbegierde, das Schätzen von Diversität sowie das Streben nach Freiheit und Ungebundenheit sind Eigenschaften, die den gelben Landstrich ausmachen. Auf einer großen Fläche arbeitet ein interdisziplinäres Team an der Anwenderfreund-



lichkeit einer neuen App. Es haben sich kleine Gruppen gebildet, die jeweils an unterschiedlichen Arbeitspaketen arbeiten Eine Gruppe sitzt schweigend an einem Tisch, es wird programmiert.

Eine andere Gruppe hat sich um ein Flipchart versammelt und diskutiert Zur Steuerung der Aufgaben wird ein Teamboard verwendet. Jedes Teammitglied ist mit einem Foto abgebildet, entsprechende Kärtchen mit den Aufgaben sind passend angeordnet. Um den Überblick zu behalten, trifft sich das Team in kurzyklischen Abständen. In einem kleinen Café auf der anderen Straßenseite treffen sich Vertreter verschiedener Organisationen, um über neue Formen des Arbeitens nachzudenken. Sie planen einen regelmäßigen Austausch. Der unternehmensübergreifende Austausch wird von allen Beteiligten als sehr wertvoll und inspirierend angesehen.

Einige Meter weiter arbeiten Softwareentwickler, Mechaniker und Vertriebler gemeinsam mit dem Kunden an einer neuen Technologie. Verschiedene Experimente werden durchgeführt, um die beste Kundenlösung zu finden. Material liegt verteilt auf dem Boden. Eine mobile Werkbank wird zusätzlich aufgebaut, um neue Ideen zu realisieren. Entscheidend über den Erfolg sind Fähigkeiten und Kompetenz. Logische Zusammenhänge sowie nüchter-

ne, rationale Entscheidungsfindung prägen die Zusammenarbeit.

Auf dem Weg durch gelbes Terrain ist erkennbar, dass Individualität stark verbreitet ist. Man ist, wie man ist – diese Toleranz wird auch anderen Menschen zugesprochen. Diversität wird geschätzt. Sofern ein Zusammenschluss für eine bestimmte Unternehmung Sinn ergibt, entstehen temporär neue Verbindungen. Den Aufbruch in neue Gebiete wagen die Menschen, die sich nach Ganzheitlichkeit und evolutionärem Sinn sehnen.

TÜRKIS – das Land der Netzwerk-Strukturen

Mit der Grenzüberschreitung von Gelb nach Türkis wird der gegenwärtig letzte ausgeprägte Kulturlandstrich betreten. Das Gebiet ist nicht stark besiedelt, jedoch ziehen Türkis-Eigenschaften zunehmend Neankömmlinge an. Die Gebäudestruktur hat sich stark verändert: Aus großen, mondänen Bauwerken sind kleine, sich selbst steuernde



Einheiten geworden – Grünflächen, Wälder mit Seen und Flüssen zieren die Umgebung.

In einem großen Raum trifft sich der Strategiekreis eines Unternehmens. Das Team sieht das Potenzial, den Kunden zusätzlichen Komfort zu bieten und dabei bis zu 50 % Energieeinsparungen zu ermöglichen. Kundenmehrwerte generieren und gleichzeitig etwas Gutes für die Umwelt tun – das ist das Hauptanliegen. Auch wenn die Umsetzung noch mindestens drei Jahre brauchen wird, das Team ist sich sicher, etwas wirklich Großes bewirken zu können! Die Kollaboration verschiedenster Organisationen ist bereits in Gang, und trotz unterschiedlicher Businessmodelle, Interessen und kulturellen Ausprägungen funktioniert die Zusammenarbeit – ein Zeichen stabiler und langfristiger Partnerschaften.

Im Gebäude gegenüber versammelt sich indessen das gesamte Unternehmen zum monatlichen Come Together. Die Vertreter der Teams stellen die Aktivitäten und Erfolge der letzten Wochen kurz vor. Einem Team ist es gelungen, ein strategisch wichtiges Projekt an Land zu ziehen – tosender Beifall und Freudenschreie sind zu hören. Am Ende der Veranstaltung werden die gegenwärtigen Kennzahlen



besprochen – aufgrund der positiven Entwicklung wird diskutiert, ob weitere finanzielle Mittel für neue Produktfeatures freigegeben werden. Der Vorschlag stößt auf breite Akzeptanz!

Hinter einem kleinen Wäldchen beratschlagt sich eine kleine Gruppe eines anderen Unternehmens über seine zukünftige Ausrichtung. Um die eigene Lebensfähigkeit zu erhalten, steht die Auftrennung eines Organisationsteils bevor. Der Bereich ist zu groß geworden, die Zusammenarbeit leidet. Die Gruppe wägt ab, wie die Trennung best-

möglich ablaufen kann und nach welchen Kriterien die neue Struktur aufgesetzt wird.

Für Menschen, die in Türkis ankommen, braucht es nach der Ankunft etwas Zeit zur Eingewöhnung. Hohe Ideale werden für die Zusammenarbeit in Türkis vorausgesetzt sowie die Fähigkeit, sich selbst zu führen. Dieser Entwicklungsschritt basiert auf dem eigenen Reifeprozess: Entscheidend ist, ob ein Mensch mit sich selbst im Reinen ist und sich mit den dynamischen Arbeitsstrukturen in Einklang bringen kann. Das System wird als Ganzes betrachtet – je nach Herausforderungen werden die Farben Rot, Blau, Orange, Grün und Gelb gemäß ihren Stärken trotz Gegensätzlichkeiten integriert.

© alle Grafiken: We think different



**Franziska Gütle-Schettler
und Christian Bäumer**

www.we-think-different.de

Infrastruktur – Personal - Finanzierung

Zukunftsberufe in der Biotechbranche

„Wie finde ich qualifizierte Mitarbeiter?“, diese Frage stellt sich in jeder BioRiver-Veranstaltung und in vielen Gesprächen. Der Bedarf ist auch in der Life Science Branche größer als das Angebot. Das Thema Mitarbeitergewinnung steht an zweiter Stelle der Herausforderungen, die das Unternehmenswachstum bremsen (*1). „Welche Märkte tun sich auf?“ und „Wer wird eigentlich gesucht?“ ist interessant für diejenigen, die die Biotechbranche als Kunden sehen oder ihre berufliche Laufbahn gestalten wollen.

Am 16.5.2022 hatte die Mittelstands- und Wirtschaftsvereinigung (MIT) Langenfeld zu einem Hybridvortrag zum Thema „Zukunftsberufe im rheinischen Life Science Sektor“ geladen. Rednerin war die Geschäftsführerin von BioRiver, Dr. Frauke Hangen. Die Teilnehmer erhielten einen umfassenden Einblick in das Potenzial und die Vielfältigkeit der Biotechnikbranche im Rheinland. Für den Mittelstand in Langenfeld wie Laborbau oder Druckerei ist die Life Science Branche potenzieller Auftraggeber.

Zukunftsthemen der Biotechnik

Beispiel 1: Ernährung

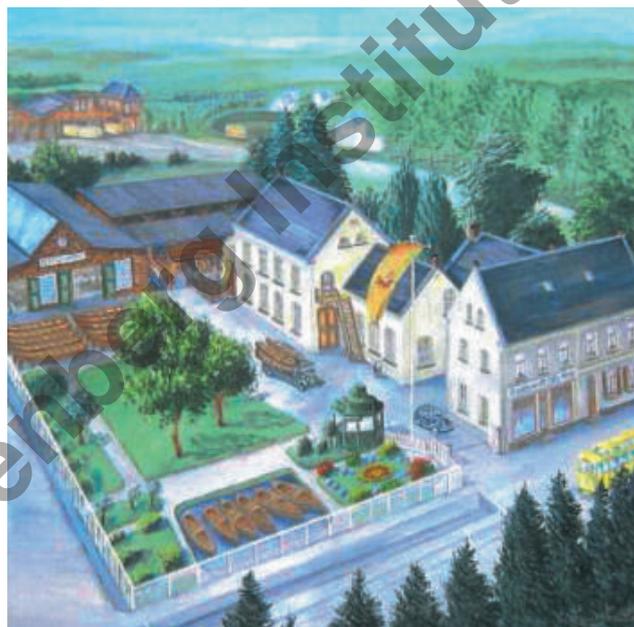
Interessante Arbeitsgebiete sind hier beispielsweise biotechnisch hergestellte Lebensmittel als Alternative zu Fleisch oder tierischen Produkten. Auch die Nutzung neuer Proteinquellen wie Insekten oder Algen als Lebensmittelzusatz oder Futtermittel gehören ebenso dazu wie die Züchtung und Kultivierung neuer Pflanzensorten. Die biotechnische Pflanzenzüchtung gehört politisch bedingt in Europa zur exzellent geförderten Forschung.

Beispiel 2: Medizin und Gesundheit

Innovative, zellbasierte Medizin, Companion Diagnostik, Impfstoffe und Antibiotika sind Therapien für schwerwiegende Erkrankungen. Die Biotechnologie im Rheinland ist besonders durch die Branchengrößen Qiagen, Miltenyi Biotec und AiCuris geprägt. Sie bilden ein Schwergewicht der deutschen und europäischen Biopharma-Branche. Niederlassungen internationaler Konzerne und Vertriebsstätten ergänzen den Markt. Die schnelle Skalierung innovativer Entwicklungen soll in Zukunft durch eine umfangreiche, integrierte Infrastruktur möglich werden.

Biotechbranche als Arbeitgeber

Die Dienstleister und Zulieferer der Biotechbranche stehen im Verhältnis 2,5 zu 1 den „core-Biotechunternehmen“ in Nordrhein-Westfalen gegenüber (*2). Im Meeting der Mittelstandsunion Langenfeld beschrieb ein Installateur beispielhaft die Verflechtung der Industrien. Die MIT-Vor-



Frühere Bootswerft in Langenfeld, heute Co-Workingspace; © Dr. Barbara Amler

sitzende Dr. Barbara Amler kommentierte: „Aus Sicht einer kommunalen Politikerin im Rheinland müssen wir uns mit der Biotechnologie als Zukunftsbranche beschäftigen. Durch den Vortrag von Frau Dr. Hangen und in der Diskussion dazu ist deutlich geworden, dass die Branche wichtiger Arbeitgeber für unseren Mittelstand in Langenfeld ist.“

Durch die auf Life Science spezialisierte Online-Jobbörse Jobvector wurden die Stellenausschreibungen der BioRi-

ver-Mitglieder aus 2021 analysiert: „Nach Forschung, Produktion, Qualitätsmanagement und Projektmanagement werden im Vertrieb die meisten Kandidat:innen gesucht. Dabei werden nicht nur Bewerber:innen mit akademischer Ausbildung gesucht, sondern insbesondere Personen mit Berufsausbildung“ (*3). Als Momentaufnahme wurden im Mai 2022 die 30 aktuellsten Stellenausschreibungen durch BioRiver-Mitglieder aus der Jobvector Plattform erfasst. Diese Stellen waren zu finden: 10 Biologen/Life Scientist, 9 Informatiker, 8 technische Assistenten, 3 Ingenieure/Techniker, 1 Chemiker (*4).

Alternative für fehlende BTAs

Für die Ausbildung Biologisch-Technischer Assistenz (BTA) gibt es deutschlandweit nur wenige Ausbildungsstätten. Die Absolvent:innen können sich ihren Betrieb aussuchen. Der Human Resources Arbeitskreis von Dr. Susanne Simon (*5) bringt viele Unternehmen der Branche in den Austausch und kennt den Mangel an technischen Assistenten. „Schon seit längerem weichen viele Arbeitgeber auf Akademiker als Mitarbeiter:innen für betriebliche Stellen aus. Möglicherweise ist die strenge Covid-Laborroutine Ursache dafür, dass sich seit kurzem mehr MTAs in die Biotech-Branche hinein bewerben und den Mangel mildern.“

Konkurrenz in der Nachbarschaft

Für Startups ist die Personalsuche eine große Herausforderung, wie der „Virtuelle Gründerdialog“ von BioRiver zeigte (*6). „Erfolgreiche Rekrutierung beginnt mit der Ansprache und frühen Bindung von Studierenden an das Unterneh-

men“, waren sich alle Teilnehmer einig. Inzwischen trifft der Wettbewerb in der Nachbarschaft auch die etablierten Firmen. Gut ausgebildete Experten werden umworben, und neben dem Pharmariesen Bayer bietet auch Biontec in Mainz sehr gute Konditionen. „Employer Branding“ ist in Zeiten von Corona und Homeoffice schwieriger geworden“, äußerte ein HR-Experte. Der Markt ist auch in den Life Sciences ein Bewerbermarkt.

*1: BioRiver 2022, Projektarbeit der HHU: Befragt wurden 88 Biotech-Unternehmen mit Sitz im Rheinland mit Gründungsdatum 2010 und jünger.

Links:

*2: Quelle: BIO.NRW Spot on Biotechnology Business 2021/2022

*3: Kontakt: www.jobvector.de

*4 -*6: www.bioriver.de/Arbeitskreise und direkt in der BioRiver-Geschäftsstelle



Dr. Frauke Hangen

Geschäftsführerin
BioRiver-Life Science
im Rheinland e.V.

hangen@bioriver.de
www.bioriver.de

Firma	Resolve Biosciences	Singleron Biotechnologies	SynapCon
Gründungsjahr	2020	2018	2021
Mission / Aufgaben	Spatial transcriptomics	Singleron entwickelt Single-Cell-Multi-Omics-Produkte, die sowohl in der Forschung als auch im klinischen Umfeld eingesetzt werden können. Wir ermöglichen den Übergang von der Hochdurchsatz-Einzelzellanalyse zur Präzisionsmedizin.	Signifikante Reduzierung der Dauer klinischer Studien, Verlängerung der Patentnutzungszeiten, frühere Verfügbarkeit für Patienten
Technologie	Molecular Cartography = FISH with combinatorial color coding	Das aktuelle Produktportfolio umfasst Instrumente, mikrofluidische Chips, Reagenzien, Software und Datenbankslösungen, die Einzelzellanalysen mit hohem Durchsatz ermöglichen.	JAFa, AI (ML), Blockchain, Bayesianische Statistik
USP Aktuelle Themen	hohe Anzahl verschiedener Arten und Gewebetypen, höchste Empfindlichkeit, digitale Quantifizierung, keine Enzyme, Unversehrtheit des Gewebes, subzelluläre Auflösung, eigene Bioinformatik, hoher Durchsatz	Singleron ist auf hochmoderne und innovative Single-Cell-Sequenzierungstechnologien spezialisiert und überwindet die Einschränkungen der bestehenden Technik.	Standardisierte Module, Made in Germany, SaaS; ClinStorm®: Automatisierung klinischer Studien (KI & ML); Pre-Diagnose SEPSIS (eigenes Forschungsprojekt)
Internet	www.resolvebiosciences.com	www.singleron.bio	www.synapcon.com
Kontakt	Oliver Dick info@resolvebiosciences.com	info@singleronbio.com	Sven Engel CEO CIO; sven.engel@synapcon.com

Über Startups, Innovationen, Transfer und Finanzen

Startup-Ökosystem Deutschland

Die Szene der Gründungen und Zukunftstechnologien in Deutschland zu beobachten, scheint gerade in diesen Tagen besonders interessant und lohnend zu sein. Wir sind weiter geprägt von der Corona-Pandemie, da ist der Ukraine-Krieg, und auch der Klimawandel erfordert dringend Handlungen. Wenn man nun den Blick auf die Republik richtet, welchen Eindruck gewinnt man tatsächlich?

Es muss spannend sein, denn die Zahl der Studien und Monitore wird nicht gerade geringer. Das könnte gut sein, wenn es denn die richtigen Konsequenzen nach sich zieht. Aber betrachten wir zunächst einmal die Szene.

DIHK-Report

Da gibt es den aktuellen DIHK-Report Unternehmensgründung. Dort ist ausgeführt, dass das



Quelle: DIHK

Gründungsinteresse in vielen Regionen sowie klassischen Branchen spürbar nachgelassen hat. DIHK-Präsident Peter Adrian sieht darin ein ernsthaftes Problem: „Es droht, viel unternehmerischer Geist verloren zu gehen. Der Anteil der Selbstständigen und mithelfenden Familienangehörigen nimmt seit Jahren kontinuierlich ab. Leider gibt es auch viele Hürden, die grundsätzlich an einer Existenzgründung interessierte Menschen schon im Vorfeld abschrecken.“ Der Report richtet den Appell an die Politik, die Erwartungen der Gründerinnen und Gründer ernst zu nehmen. Sieben Maßnahmen werden formuliert, wie das Umfeld für Gründerinnen und Gründer verbessert werden kann.

Startup Monitors 2022

Der Bundesverband Deutsche Startups hat im August 2022 eine Auskopplung des Deutschen Startup Monitors 2022 publiziert. Der eigentliche Monitor erschien am 29. September 2022. Dieser Vorab-Report beschreibt die aktuelle und zukünftige Geschäftslage der im Rahmen des Deutschen Startup Monitors 2022 befragten Startups. Und diese Beschreibung fällt eher düster aus. Vor dem Hintergrund der aktuellen Krisen wird das Geschäftsklima negativ bewertet.



Nur etwas mehr als 50 % der Startups rechnet mit einer positiven Entwicklung. Dabei werden die größten Probleme in den Bereichen Finanzierung und Fachkräftemangel gesehen. Weniger kritisch werden die Themen Lieferketten und Inflation eingeschätzt. Die aktuellen wirtschaftlichen Herausforderungen sind also nun auch im Startup-Ökosystem angekommen?

Migrant Founders Monitor 2021

Bereits im Mai 2022 erschien der Migrant Founders Monitor (MFM) 2021. Dieser Monitor möchte den Zusammenhang zwischen Migration und Innovation mit Fokus auf Startup-



Siehe auch Seite 52: Perspektive neuStart

Gründungen in Deutschland darstellen. Also beschreibt der MFM die Stärken und Herausforderungen sowie die Potenziale von Startup-Gründer*innen mit Migrationshintergrund.

Die Kern-Erkenntnisse für den Gründerstandort Deutschland zeigen:

- ❑ Gut 20 % der Startups haben Migrationshintergrund. Damit spielen sie eine wichtige Rolle und sind treibende Kraft wirtschaftlicher Innovation. Sie sind zu einem relevanten ökonomischen Faktor geworden.
- ❑ In den frühen Entwicklungsphasen von Startups sind Migrant Founders bereits besonders präsent. Dies deutet auf die internationale Anziehungskraft deutscher Startup-Hotspots hin. Insbesondere Metropolen werden zu Anziehungspunkten für internationale Talente und Kapital.
- ❑ 91 % der Gründer*innen mit eigener Migrationserfahrung haben einen akademischen Abschluss. Häufig liegt dieser im MINT-Bereich.
- ❑ Migrant Founders der ersten Generation zeichnen sich durch ein ausgeprägtes Startup-Mindset und eine höhere Risikobereitschaft aus.
- ❑ Bei Finanzierungen und Kooperationen haben Migrant Founders der ersten Generation noch Schwierigkeiten, was auf kulturelle und strukturelle Barrieren hindeutet.

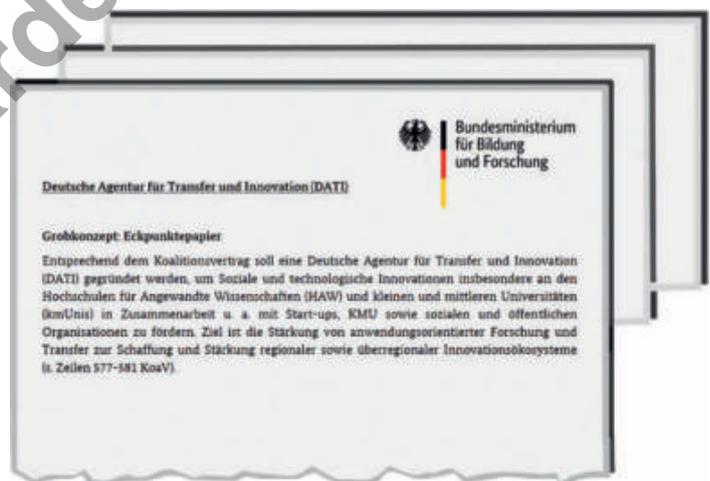
Deutsche Agentur für Transfer und Innovation

Entsprechend dem Koalitionsvertrag soll eine Deutsche Agentur für Transfer und Innovation (DATI) gegründet werden. Am 11. April 2022 wurden vom Bundesforschungsministerium Eckpunkte dazu veröffentlicht. Ziel ist die Stärkung von anwendungsorientierter Forschung und Transfer

zur Schaffung und Stärkung regionaler sowie überregionaler Innovationsökosysteme.

Mit Hilfe von DATI sollen soziale und technologische Innovationen insbesondere an den Hochschulen für Angewandte Wissenschaften (HAW) und kleinen und mittleren Universitäten (kmUni) in Zusammenarbeit unter anderem mit Startups, KMU sowie sozialen und öffentlichen Organisationen gefördert werden.

Ideen und Erfindungen aber sind erst dann Innovationen, wenn sie tatsächlich in die Anwendung gelangen – durch Unternehmensgründung oder Auslizenzierung an bestehende Unternehmen. Ausgründungen aus der Wissenschaft darf man wohl als den Königsweg des Transfers bezeichnen. Startups sind die KMUs von morgen und werden die Wertschöpfung unserer Gesellschaft in der Zukunft maßgeblich mitbestimmen. Der Bundesverband der Innovations-, Technologie- und Gründerzentren (BVIZ) verfügt über umfassende Erfahrungen gerade im Bereich der wirtschaftsorientierten Verwertung von Forschungsergebnissen. Damit stellt der BVIZ einen idealen Partner für DATI dar und hat sich auch zur umfassenden Kooperation bereit erklärt.



Bei vielen Gelegenheiten, nicht zuletzt beim Bioökonomie-Symposium am 2. September 2022 (vgl. Seite 19) hat sich gezeigt, dass Deutschland grundsätzlich technologisch gut aufgestellt ist. Aber Deutschland stünde es gut an, hier auch zielstrebig „voran zu gehen“. Hier liegen große Chancen. Und die Verbesserungen der Rahmenbedingungen sind unter anderem in der Startup-Strategie der Bundesregierung beschrieben. Was da auch hilfreich wäre, hat der DIHK-Report mit seinen sieben Maßnahmen gut beschrieben (siehe oben). Mit dem BVIZ und BIO Deutschland stehen gute Kooperationspartner in den Startlöchern.

Austausch über die Landwirtschaft der Zukunft

BioökonomieREVIER Rheinland

In RheinZeiger 37 haben wir darüber berichtet: Die Landwirtschaft steht vor Erneuerungen. Klimawandel und Flächenverlust zwingen zum Umdenken, neue Einkommensquellen müssen geschaffen werden. Auch die Landwirtschaft ist also vom Strukturwandel betroffen. Koordiniert vom

Forschungszentrum Jülich wurde eine Modellregion geschaffen. Diese Strukturwandelinitiative BioökonomieREVIER Rheinland hatte am 18. August zum 1. „Bioökonomie-Feldtag“ geladen.



Beim diesem 1. Feldtag für Bioökonomie in Alt-Morschenich im Kreis Düren wurden Alternativen für die Landwirtschaft der Zukunft präsentiert. Die Produktion wertvoller Rohstoffe, Wertschöpfung bio-basierter Reststoffe und ein schonender Umgang mit der Umwelt stehen hier im Mittelpunkt. Die Resonanz auf diese Premiere übertraf alle Erwartungen: Mehr als 300 Besucher kamen, um sich auf dem Gelände der ersten Agri-/Horti-PV Demonstrationsanlage vom Stand der Innovationsideen für die „Landwirtschaft der Zukunft“ zu überzeugen.



© Forschungszentrum Jülich/BioökonomieREVIER/Wilhelm-Peter Schneider

- Welche Robotik-Systeme werden Einzug in die Landwirtschaft halten?
- Welche alternativen Pflanzen gibt es? Lohnt sich die Investition in Agri-PV? *)
- Welche Methoden und Feldfrüchte bieten Wertschöpfung?
- Welche Böden und Lichtverhältnisse sind für die Anzucht von Pflanzen von Bedeutung?
- Wo kann ich mich über regionale Boden- und Klimadaten austauschen?
- Und: wie lässt sich eine bioökonomische Geschäftsidee in der Region umsetzen?

Diese und viele weitere Fragen von Landwirten, Startups, Vertretern von Kommunen, Verbänden und weiteren Interessierten wurden von Jülicher Wissenschaftler:innen besprochen. Beteiligt waren die Institute für Pflanzenwissenschaften und Agrosphäre, das Fraunhofer IME Instituts und die Universität Bonn. Bei bestem Wetter und in ausführlichen Gesprächen konnten Feldroboter und Drohnen im Einsatz erlebt werden; sie können eigenständig säen und Unkraut hacken oder auch Daten liefern über das Wachstum der Pflanzen und die Entwicklung von Biomasse.

Wir kennen Landwirte als Lieferanten für Nahrungsmittel. Aber Pflanzen lassen sich auch nutzen für die Energiegewinnung, für die Bodenverbesserung oder auch zur Herstellung von Textilien. Im „Innovationscluster BioökonomieREVIER“, das vom Bundesministerium für Bildung und Wissenschaft gefördert wird, werden diese und andere vielversprechende wissenschaftliche Ansätze für die regionale Praxis entwickelt.

Die Koordinierungsstelle BioökonomieREVIER blickt zufrieden auf den erfolgreichen Abschluss der Premiere dieses neuen Formats zum Austausch zurück und ist sicher, dass die Veranstaltung eine Fortsetzung findet.

www.biooekonomierevier.de

Weitere Beispiele für die Zukunft der Landwirtschaft finden sich hier:

www.innofarming.de

www.phenoinspect.de

*) **Agri-Photovoltaik (Agri-PV)** bezeichnet ein Verfahren zur gleichzeitigen Nutzung von Flächen für die landwirtschaftliche Pflanzenproduktion (Photosynthese) und die **PV-Stromproduktion (Photovoltaik)**. Damit steigert Agri-PV die Flächeneffizienz und ermöglicht den Ausbau von PV bei gleichzeitigem Erhalt landwirtschaftlich nutzbarer Flächen. Näheres siehe auch <https://agri-pv.org/de/>.

Ideen, Visionäre und Macher dringend gesucht

Bioökonomie Symposium 2022

Fast 200 Zuhörer waren ins Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz gekommen, um sich über den neuesten Stand der Bioökonomie zu informieren und dem „Vater der Bioökonomie in Europa“, Dr. Dr. h.c. Christian Patermann zum 80sten Geburtstag zu gratulieren. Eigentlich war es ein dreifacher Geburtstag, denn gleichzeitig wurden 25 Jahre „Knowledge-Based Bioeconomy“ (KBBE; wissensbasierte Bioökonomie) und 15 Jahre „Cologne Paper“ gefeiert.



Bereits 1997 formulierte die Bundesregierung die dringende Notwendigkeit eines tiefgreifenden Wandels von Wirtschaft und Gesellschaft im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung. Und in 2007 im Rahmen des Biotechnik-Kongresses „BioPerspectives“ in Köln wurde ein Expertenpapier, das „Cologne Paper“ unterzeichnet, das die Perspektiven einer KBBE für die nächsten 20 Jahre skizzierte. Haupt-Unterzeichner war Dr. Christian Patermann.

In seiner Begrüßungsrede stellte Staatssekretär Michael Kellner die großen Verdienste von Christian Patermann heraus. Kellner brachte es auf den Punkt: „Nie war mehr Dringlichkeit zur Transformation. Nachhaltige Produkte müssen schneller in den Markt gebracht werden. Und diese Transformation muss gelebt werden. Dazu braucht es mehr Menschen wie unseren Jubilar“. Im Weiteren hob er auch die Bedeutung der Modellregionen in Deutschland hervor (vgl. Seite 18).

Prof. Dr. Christine Lang (TU Berlin), die viele Jahre Vorsitzende des Deutschen Bioökonomierates war, mahnte an, dass es ohne Scale-up in Deutschland nur schwer eine Zukunft der Bioökonomie geben kann. Sie stellte ferner fest, dass zum Schutz der Umwelt das „ReUse“ wichtiger ist als das Recycling. Michael Duetsch, Geschäftsführer UPM Biochemicals, betonte, dass es praktische Beispiele braucht und dass auch die (internationalen) Lieferketten nachhaltig sein müssen. Prof. Dr. Daniela Thrän, Vorsitzende des Bioökonomierates, brachte es so auf den Punkt: „Wir brauchen dringend Ideen, Visionäre und Macher. Denn was wir heute tun, entscheidet über unser Leben von morgen“.

Im Rahmen einer Diskussionsrunde wurde immer wieder die Frage herausgestellt, warum sich die Umsetzung der Bioökonomie so schwer tut. Derzeit gibt es in Deutschland keine Produktionsanlage für (nachhaltige) Lebensmittel, die zertifiziert ist. Nicht nur hierzu wurde die Forderung nach politischer Führung deutlich formuliert.



Christian Patermann erhielt als Geschenk eine Büste von sich selbst. Nun sei er wohl jemand, der schon zu Lebzeiten eine Büste erhält ...

Christian Patermann bedankte sich für die vielen Glückwünsche und die rege Diskussion. Er stellte fest: Die Bioökonomie ist die wertorientierteste Wissenschaft und Wirtschaft der Welt. Dieser zu folgen, ist Leben. Und er gab allen Anwesenden – sozusagen als Dank und als Botschaft für die Zukunft – diesen Limerick mit auf den Weg:

**To be 80 years old is quite fabulous,
and still going strong also quite marvelous,
Many among us were companions on this way,
That's why I am do grateful to you today!**

**The Bioeconomy is more than a Vision:
It's not just a fashion, but a true mission
Let's continue to live it, with joy, fun and pleasure,
Then this true mission will be part of the future!**

Dem kann sich der RheinZeiger nur anschließen. Wir gratulieren einem verdienten Europäer zu seinem Geburtstag und zu seiner Lebensleistung. Wir bedanken uns für viele Gespräche und hoffen, dass wir Christian Patermann noch lange unter uns haben!

Bioökonomie als Chance in der Ernährungs- und Energiekrise

Stellungnahme Bioökonomierat

Fast pünktlich zum Bioökonomie-Symposium, am 2. September 2022, publizierte der Bioökonomierat der Bundesregierung eine Stellungnahme zu der Frage, was eine nachhaltige Bioökonomie zur Lösung der aktuellen Ernährungs- und Energiekrise beitragen kann.

Die Stellungnahme wurde durch den stellvertretenden Vorsitzenden des Bioökonomierates, Dr. Markus Wolperdinger, an den Parlamentarischen Staatssekretär des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz, Michael Kellner in Berlin überreicht. In seiner Stellungnahme verurteilt der Bioökonomierat den russischen Angriffskrieg auf die Ukraine. Er beschreibt Maßnahmen, wie eine Entschärfung der hieraus resultierten Ernährungs- und Energiekrise mit Hilfe der Bioökonomie gelingen kann.

Ausgelöst durch den Ukraine-Krieg durchlaufen Deutschland und die Welt eine Zeitenwende. Zusätzlich zur globalen Klima- und Hungerkrise, der wachsenden Verschuldung von Privathaushalten und Volkswirtschaften sowie den Nachwirkungen der Corona-Pandemie etwa im sozialpsychologischen Bereich kommt durch diesen Krieg eine weitere Krise hinzu.

Eine nachhaltige Bioökonomie kann zur Beantwortung der Fragen beitragen, wie kurz- und mittel- bis langfristig die Ernährungs- und Energie- und Roh-

Mit der vorliegenden Stellungnahme gibt der Bioökonomierat der Bundesregierung Empfehlungen für Maßnahmen an die Hand, mit denen Deutschland und Europa kurzfristig in der Lage sind, die Versorgung mit Lebens- und Futtermitteln zu unterstützen und die Energieversorgung zu stabilisieren. Mittel- und langfristig geht es darum, die landwirtschaftliche Produktion resilienter zu gestalten, die Ernährungssouveränität in Deutschland, Europa und im globalen Süden zu stärken sowie die Abhängigkeit von Energie- und Rohstoffimporten zu reduzieren.

Neben der Ehrung von Herrn Patermann zu dessen 80sten Geburtstag überreichte der Bioökonomierat auch ihm die Stellungnahme. Für den Bioökonomierat gratulierte Dr. Viola Bronsema, Geschäftsführerin von BIO Deutschland.



Übergabe der Stellungnahme, Staatssekretär Michael Kellner (li), Dr. M. Wolperdinger (© BMWK / Andreas Mertens)



Übergabe der Stellungnahme an Dr. Christian Patermann durch Dr. Viola Bronsema (© BMWK / Andreas Mertens)

Die Stellungnahme steht auf der Website des Bioökonomierates zum Download bereit.

stoffwende gelingen kann. Diese Zukunftsaufgaben erfordern eine schnelle und umfassende Weiterentwicklung der Bioökonomie sowie deren Umsetzung.



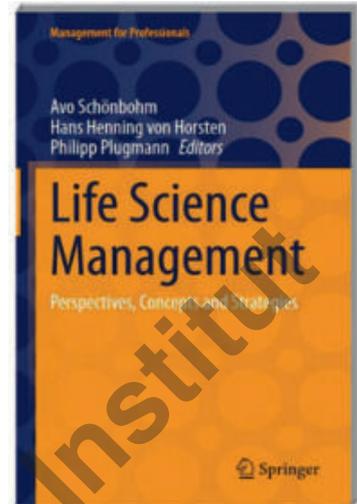
www.bioekonomierat.de

Life Science Management

Avo Schönbohm, Hans Henning von Horsten, Philipp Plugmann (Hrsg.)
Springer Verlag, 1. Ausgabe Juli 2022, 80,24 EUR,
Sprache Englisch, Hardcover gebunden, 228 Seiten,
15,6 x 23,4 cm, ISBN-13: 978-3-030-98763-3

Die COVID-19-Pandemie hat uns vor Augen geführt, wie wichtig die Life-Science-Industrie ist, und zwingt uns, effiziente, branchenspezifische Managementmethoden zu finden. Pharmazeutika, Entwicklungslabors für Medikamente und Impfstoffe, F&E-Labors, medizinische Instrumente und Technologieunternehmen, Hygieneversorgungsunternehmen, medizinische Vertriebsketten - sie alle sind ein wesentlicher Bestandteil dieser Branche. An der Schnittstelle von wissenschaftlicher Forschung, Technologie, Innovation und Management und eingebettet in regulatorische und rechtliche Rahmenbedingungen ist das Life-Science-Management noch immer ein wenig erforschtes Praxis- und Wissenschaftsgebiet. Der vorliegende Sammelband greift diese Forschungslücke auf und bietet ein breites Spektrum an praktischen und theoretischen Beiträgen, die Einblicke in eine spannende Branche geben. Das Buch richtet sich

an Praktiker und Entscheidungsträger in der Life-Science-Branche. Studierende und Fachleute des Life-Science-Managements sowie politische Entscheidungsträger werden hier wertvolle Einblicke und Anregungen für ihre tägliche Arbeit und ihre berufliche Entwicklung finden.



Autoren dieser Ausgabe sind: Andreas Föller und Julia Kemmer, Angelika Vlachou, Kristian Koch, Andrea Geling und Christian Schmidt, Johannes Nagele und Alexander Thamm, Annegret Junker, Guido Lerzynski, Philipp Plugmann, Juyeon Kim, Chyn Wee und Matthias Mahn, Rafaela Kunz, Avo Schönbohm und Jan-Hendrik Walter, Johann Liebeton, Heinz Bettmann

UNSER BUCHTIPP

YOU WANT TO FORM THE FUTURE?

Labore, Büroflächen, Business Support, Soziales Netzwerk & Eventlocation

Lassen Sie uns über eine langfristige Partnerschaft sprechen!

Die Hightechhubs BioCampus Cologne und das RTZ Köln bieten das ideale Umfeld für die nachhaltige Entwicklung von Innovation. Bei uns finden Forschungs-, Entwicklungs-, Produktions- und Schulungseinrichtungen ein zu Hause.



Insider Expo im Rahmen der Nacht der Technik

Hausmesse auf dem BioCampus Cologne



Am 10. Juni öffneten der BioCampus Cologne (BCC) und das CADLAB gemeinsam zum ersten Mal die Tore für jedermann bei der Nacht der Technik in Köln. Das Programm des innovativen Startup-Unternehmens CADLAB „Wetlab Tour – OP live erleben“ wurde mit viel Spannung erwartet und mit großem Erfolg belohnt.

Die Idee und Umsetzung der „Insider Expo“ ermöglichte allen Unternehmen eine Teilnahme an der Nacht der Technik. Es folgte eine spannende Expo auf zwei Ebenen des Hochhauses mit den Unternehmen unserer beiden Kölner Technologiestandorte BCC und dem RTZ (Rechtsrheinisches Technologie- und Gründerzentrum Köln) sowie weiteren Netzwerkpartner:innen, die uns noch lange positiv in Erinnerung bleiben wird.

Vor dem eigentlichen offiziellen Beginn für die Öffentlichkeit ab 18:00 Uhr gab es für die „Insider“ und geladenen Gäste Zeit zum Kennenlernen, für Networking und entspannten Smalltalk – abgerundet mit Fingerfood und coolen Drinks.

Schon vor Beginn des öffentlichen Teils sammelten sich sehr viele interessierte und positiv ungeduldige Besucher:innen vor dem Haupteingang des Hochhauses. So ein Andrang war neu, einzigartig und beeindruckend. Viele wollten das CADLAB besichtigen. Einige Gäste kamen, um unsere Expo zu besuchen, wollten einfach wissen, was steckt hinter dem BioCampus Cologne und dem RTZ, welche Firmen sind dort ansässig, wie sieht es innen aus oder wollten einfach mal den Blick vom 11. Obergeschoss des Hochhauses über Köln schweifen lassen. Den rund 250 Besucher:innen gab die Veranstaltung die Möglichkeit, die hochinnovativen Technologieunternehmen einmal hautnah zu erleben und mit Ihnen ins Gespräch zu kommen.

Zum 20 jährigen Jubiläum des BCC gab es an mehreren Bildschirmen außerdem eine hochinteressante Bilderschau über das Gelände mit historischen Eindrücken von der Vergangenheit bis in die Gegenwart.

Auf der 11. Etage gaben unsere Netzwerkpartner:innen bts sowie Gateway und das Unternehmen Sanofi Einblicke über Ausbildungsberufe, Studiengänge, Karriere-möglichkeiten bis hin zu aktuellen Jobangeboten in der Innovations- und Technologiebranche. In die Welt der VR führte der Stand des Mittelstand-Digital Rheinland. Das Sanofi-Kino zeigte interessante Filme über die Produktion von Medikamenten und über das Weltunternehmen an sich. Viele Besucher:innen ließen den Innovationsabend im Dachgarten mit Blick über Köln mit einem leckeren Eis oder Kaltgetränk und guter Musik ausklingen. Beim nächsten Mal wird es dann heißen: Nacht der Technik in Köln – und wir sind wieder dabei.

www.nacht-der-technik.de

Fotos: BioCampus Cologne

Minister Pinkwart bei BluCon Biotech

Am 11. Mai 2022 machte der amtierende NRW-Wirtschaftsminister Prof. Dr. Andreas Pinkwart erneut dem BioCampus Cologne seine Aufwartung. Der Minister konnte sich dabei von der Innovationskraft eines der hier ansässigen Startups überzeugen. Dr. Albrecht Läufer, Ge-

schäftsführer der BluCon Biotech GmbH, stellte das proprietäre Verfahren zur wirtschaftlichen und gleichzeitig nachhaltigen Generierung von L-Milchsäure aus Reststoffen der land- oder forstwirtschaftlichen Produktion vor. Diese wird zur Herstellung des Biokunststoffes Polymilchsäure (PLA) genutzt, welcher wegen seiner ökologischen Abbaufähigkeit die Öl-basierten Kunststoffe ersetzen soll. Minister Pinkwart zeigte sich beeindruckt von dieser Innovation und betonte die herausragende volkswirtschaftliche Bedeutung der Bioökonomie für NRW.

BioCampus-Geschäftsführer André van Hall konnte überdies bei dieser Gelegenheit dem Minister die aktuellen Ausbaupläne für den BioCampus vorstellen. Durch die geplanten Laborneubauten soll mittelfristig der aktuell



Foto: BluCon Biotech GmbH

herrschende Mangel an derartigen Spezial-Flächen beseitigt und Köln als führender Standort für Life Sciences weiter gestärkt werden. Der Minister begrüßte diese Vorhaben ausdrücklich und sagt seine Unterstützung zu dieser Stärkung des Life Science-Standortes NRW zu.

www.blucon-biotech.com

Neuer Webauftritt der Kölner Technologie-Standorte

Die beiden Kölner Hightech-Hubs BioCampus Cologne und RTZ Köln bilden ein gemeinsames Angebot für innovative Startups und Scaleups. So kann die Geschäftsidee von der Gründung bis in die Skalierung nahtlos begleitet werden. Dabei bietet

der Mix aus technologischer Infrastruktur und Zugang zu Netzwerk & Community ein ideales Umfeld. Seit Kurzem wird dieser weitreichende Support auch in einem gemeinsamen Webauftritt unter hightechhubs.cologne präsentiert. Die beiden einzelnen Standorte sind darüber hinaus auch weiterhin unter biocampuscologne.de und rtz.de zu finden.

Quelle: BioCampus Cologne

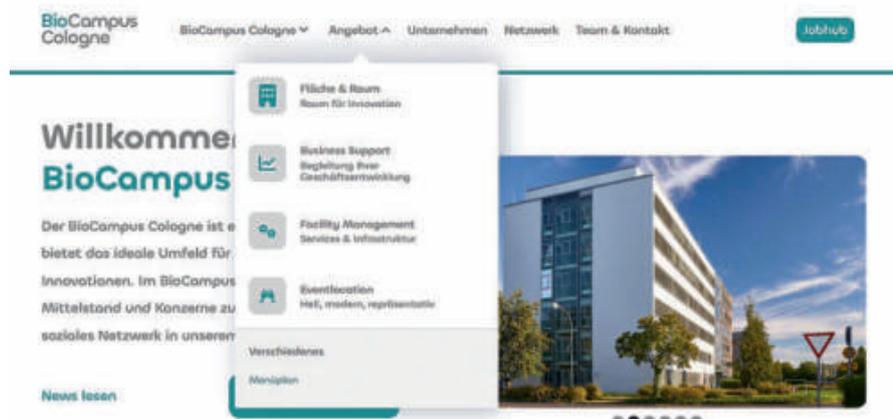
AYOXXA erhält frisches Kapital

Die Finanzierungsrunde wurde unter Beteiligung einer Gruppe von Altgesellschaftern von Prosnav Capital angeführt, einem strategischen internationalen Investor mit Sitz in Luxemburg und Hongkong. Das zusätzliche Kapital beschleunigt die Entwicklung der auf dem BioCampus Cologne ansässigen AYOXXA zu einem weltweit führenden Unternehmen im Bereich der Proteomik und eröffnet über das breite Netzwerk von Prosnav Capital einen direkten Zugang zum asiatischen Markt. Das gleichzeitig neu etablierte Management-Team verfügt über eine umfassende internationale Branchenerfahrung, mit der es das Wachstum des Unternehmens gezielt vorantreiben wird. Dabei wird der neue CEO Dr. Albrecht Läufer von Markus Fehr als designierter Co-CEO unterstützt.

www.ayoxxa.de



Kontakt: www.biocampuscologne.de



Europäischer Green Deal: Der Weg in eine nachhaltige Zukunft



ReUse Trade

Schon lange diskutieren wir über große Abfallmengen und deren Entsorgung. Da ist oft von Recycling die Rede. Das ist nicht immer der ideale Weg. Besser wäre es, Produkte weiter zu nutzen, ggf. nach entsprechender Aufarbeitung. Dies ist die Mission von „ReUse and Trade“, dem Startup aus Paderborn.

„Die Idee ist, der Umwelt etwas zurückzugeben, indem wir die wiederverwendbaren Materialien zu einem fairen Preis anbieten und diese somit im Warenkreislauf halten“, so die Gründerin Katharina Dombrowski. „Wir fungieren als Vermittler zwischen den Unternehmen – was das eine Unternehmen anbietet, wird vom anderen gesucht.“

Für Reuse & Trade ist nicht das Recycling im Sinne von Entsorgung das Ziel, sondern die Wiederverwendung – eben das „ReUse“. Dies spart Ressourcen und Energie für das Recycling ebenso wie unnötige Transporte.

IHR BUSINESS MARKTPLATZ

Handeln Sie: Rohmaterialien, Zwischenprodukte, Endprodukte,
Fehlbestellungsmengen, Überhangmengen, Restposten, B-Ware und
Gebrauchtmaterialien.



Anbieter können ohne Beschränkungen handeln. Inspiriert durch unsere Beratung finden sie Verwendungen und Interessenten.

Interessenten suchen gezielt im Portal und/oder erhalten eine automatische Antwort.

ReUse & Trade übernimmt die Organisation bis hin zu Transport und Abrechnung

Am Ende steht die Bewertung, und die kann für beide Seiten ebenfalls zu Verbesserungen bei den Geschäftschancen führen. So profitiert die Umwelt und das Unternehmen.



Insbesondere überflüssige Abfälle durch Überkonsum sollten künftig keine Normalität mehr sein, sondern Achtsamkeit und bewusstes Handeln. Unternehmen und Mitarbeiter sind aufgerufen, ihre aktuelle Abfallsituation noch einmal kritisch zu beleuchten und zu hinterfragen.

ReUse and Trade garantiert Anonymität und ein Full-Service Paket für den Verkäufer. Seit 2019 steht nun auch für die Wirtschaft diese Alternative des Verkaufs von wiederverwendbaren Produkten zur Verfügung, und das branchenübergreifend. ReUse and Trade übernimmt alle organisatorischen Aufgaben.

ReUse and Trade möchte den Begriff „ReUse“ landesweit etablieren, bekannter werden lassen als „Recycling“. Damit ist die Vision formuliert: Eine tatsächlich „aktive Kreislaufwirtschaft“.

www.reuseandtrade.de

Der Recyclingprozess verursacht hohe Umweltbelastungen, die bei der Wiederverwendung vermieden werden. Ein Grund mehr für Reuse statt Recycling. Nachhaltigkeit und Umweltschutz können durch echte Kreislaufwirtschaft gefördert werden.





Transparenz und Nachhaltigkeit in der Modeindustrie

2022 steht ganz im Zeichen der Nachhaltigkeit – das gilt auch für die Modeindustrie. Konsumenten und Konsumentinnen wollen wissen, woher ihre Kleidung stammt, unter welchen Arbeitsbedingungen sie gefertigt und welche Rohstoffe verwendet wurden.

Die Bundesregierung hat bereits 2016 einen Aktionsplan und wenig später das „Lieferkettengesetz“ beschlossen. Dieses tritt zum 1. Januar 2023 in Kraft. Das Startup retraced möchte dessen Umsetzung unterstützen und für mehr Transparenz auch in der Modeindustrie sorgen.

Dazu betreibt retraced eine Plattform, auf welcher alle Lieferanten und Produktionsteilhaber ihr eigenes Profil besitzen und sich untereinander vernetzen können. Unternehmen können ihr gesamtes Nachhaltigkeits- und Lieferantenmanagement über diese Plattform unkompliziert organisieren.

Auch das Startup „know your stuff“ möchte nachhaltige Lieferketten schaffen und hat sich mit retraced zusammengefunden. Es gilt Mode- und Textilunternehmen in der Kommunikation von transparenten Produktionsbedingungen und Lieferketten zu unterstützen sowie ein effizientes Nachhaltigkeitsmanagement zu garantieren. Durch die Zusammenarbeit von retraced und know your stuff lässt sich die Aufgabe noch effizienter realisieren.

Philipp Mayer: „Die Vendor und Compliance Management Lösung von retraced ist dabei auch das perfekte Tool für alle Unternehmen, die dem Lieferkettengesetz unterliegen“. Durch die Zusammenarbeit kann nun die Technologie von retraced mit der Kommunikationslösung am Point of Sale von know your stuff kombiniert und die User Experience weiter ausgebaut werden.

Zahlreiche führende Mode- und Textilunternehmen vertrauen bereits auf die Zusammenarbeit mit retraced – hier eine kleine Auswahl.

www.retraced.com

www.knowyourstuff.de



retraced, dein Partner für Transparenz und Nachhaltigkeit in der Modebranche

Eine Plattform für alle Mode- und Textilunternehmen für digitalisierte und eng verknüpfte Lieferketten, effizientes Management von Compliance Daten und vollständige Transparenz bis zum Rohmaterial.





Die Corona-Pandemie zwang viele Berufstätige, den Job von Zuhause aus zu erledigen. Das Home-Office wurde plötzlich zum ganz normalen Arbeitsplatz. Neben verschiedenen Vorteilen wurden aber auch Nachteile bekannt. Hier wurde "bNear" aktiv.

Wir alle schätzen die Flexibilität des remote Arbeitens und das Zuhause als neuen Arbeitsplatz. Die Schattenseite der New-Work-Medaille ist jedoch geprägt durch fehlendes soziales Miteinander. An der Tagesordnung sind Kommunikation ausschließlich über Termine oder Telefonate sowie hohe Fluktuationen durch geringes Teamgefühl und nicht zuletzt die Vereinsamung im Homeoffice.

Die Vision

Beschleunigung des weltweiten Übergangs zu einer integrativen, auf den Menschen ausgerichteten digitalen Zusammenarbeit.



Das erste virtuelle Office in Microsoft Teams

In Analogie zum „echten“ Büro schafft bNear in einer räumlichen Umgebung neue Orte für effizientere Zusammenarbeit, zufällige Begegnungen, spontane Interaktionen und informellen Austausch – und fördert so Informationsversorgung, Teamgefühl und Motivation. Durch die Integration in Microsoft Teams ist die Lösung einfach zu installieren, skalieren und auch in großen Organisationen ohne Datenschutzbedenken innerhalb weniger Minuten einsatzbereit.

700.000,-- EUR Pre-Seed Finanzierung

Das Kölner Startup bNear, erhielt im September 2022 eine Pre-Seed Finanzierung in Höhe von 700.000 Euro. Zu den Investoren gehören unter anderem Business Angels aus dem DACH-Raum, C-Level-Executives sowie als strategischen Investor Flossbach von Storch. bNear adressiert mit seinem virtuellen Office die Probleme von Teams, die remote oder an verschiedenen Orten arbeiten. Die Lösung ist voll in Microsoft Teams integriert. Mithilfe des Investments wird das junge Software-Startup sein Entwickler-Team weiter ausbauen sowie den Markteintritt in Deutschland durchführen.

Das im März 2022 von Martin Lang, Fritz Fried, Sascha Theismann und Malte Hendricks gegründete Startup ist, nach der erfolgreichen Aufnahme ins globale Startup-Programm von Microsoft auf Wachstumskurs. Zum Team gehören New Work Coaches, Unternehmensberater und Digitalexperten.

www.bNear.io

www.linkedin.com/company/bnear-io



Change-Makers. Action-Takers.

SIVENTUS ist eine dynamisch wachsende Unternehmensberatung mit Fokus auf ebenso wirksamer wie verantwortungsvoller Transformation für nachhaltigen Unternehmenserfolg. Wir unterstützen Sie branchenübergreifend bei der Integration akquirierter Unternehmen sowie bei der Optimierung von Prozessen, Kosten und ganzen Organisationen.

Unser professionelles Change Management bindet Ihre Mitarbeiter aktiv in den Veränderungsprozess ein und sorgt im Rahmen unserer Academy für eine zielführende Weiterqualifikation. Unser ganzheitlicher Ansatz führt so zum Erreichen eines neuen Motivations- und Leistungsniveaus und ermöglicht eine spürbare Verbesserung der Unternehmenskultur.

Gemeinsam entfesseln wir das volle Potenzial Ihrer Organisation!

Marc Zöller, geschäftsführender Partner: „Gegründet haben wir Siventus Anfang 2020 mit dem Ziel, unseren Kunden eine völlig neue Beratungserfahrung zu bieten. Die Grundlage hierfür schafft die langjährige operative Erfahrung in namhaften Unternehmen, die alle Berater von SIVENTUS auszeichnet. Wir verbinden echte operative Expertise mit der erforderlichen Methodenkompetenz. Unsere Erfahrung, unser Umsetzungsfokus und unsere partnerschaftliche Herangehensweise sind Erfolgsgaranten bei Ihren kritischsten Projekten.“



MERGER EXCELLENCE

Wir unterstützen Sie im Rahmen der Post-Merger Integration dabei, Unternehmen erfolgreich zusammenzuführen, Komplexität zu reduzieren und die geplanten Synergieziele zeitnah zu erreichen.

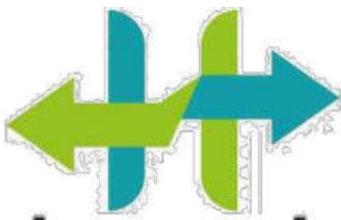
OPERATIONAL EXCELLENCE

Wir sorgen mit unserem ganzheitlichen Ansatz für größtmöglichen Mehrwert, indem wir Ihre Prozesse optimieren, Kosten senken sowie ganze Organisationen neu ausrichten.

PEOPLE EXCELLENCE

Wir binden Ihre Mitarbeiter aktiv in den Veränderungsprozess ein, qualifizieren sie zielführend weiter und ermöglichen eine spürbare Verbesserung der Unternehmenskultur.





hydroplace

Wasserstoffhandel leicht gemacht

Grüner Wasserstoff gilt als nachhaltige Energiequelle. Seine Herstellung ist umweltfreundlich, da hier ausschließlich Wind- oder Sonnenenergie eingesetzt wird. Der Markt ist noch schwierig, da ein großer Teil importiert werden muss. Ein dezentraler Markt wäre gut.

Die existierenden Verbraucher und Erzeuger von grünem Wasserstoff sind jedoch meist nicht an bestehende Ökosysteme angeschlossen. Hydroplace baut hier die notwendige Brücke: Mit unseren Produkten schaffen wir die Voraussetzungen für einen freien, dezentralen Markt für grünen Wasserstoff.

Brücke zum Markt

Hydroplace bietet eine Schnittstelle zwischen Produzenten und Verbrauchern. Auf der API-basierten Plattform können beide Parteien ihren jeweiligen Bedarf bzw. ihre jeweilige Abgabemenge eingeben. Die Plattform erstellt das perfekte Match, alle Echtzeitdaten wie lokale Nähe oder logistische Präferenzen werden berücksichtigt.

Aufgrund der Datenmenge, die sich sukzessive auf der Plattform ansammelt, wird das Matching laufend verfeinert. Dabei zahlen Verbraucher sowie Erzeuger nichts für die Nutzung des Portals, zu dem auch ein personalisiertes Dashboard gehört. Auch persönliche Beratung gehört zum Service.

Hydroplace – der Wasserstoffmarkt: lokal – nachhaltig – bedarfsorientiert – digital

Bei der Registrierung geben Erzeuger und Verbraucher ihre Daten, Bedarfe oder das Angebot ein – den Rest erledigt Hydroplace. Hydroplace vermittelt zwischen den Geschäftspartnern und organisiert die Logistik.

In der momentanen Aufbauphase konzentriert sich Hydroplace darauf, bestehende (Wasserstoff-) Netzwerke dazu aufzurufen, sich auf der Plattform digital abbilden zu lassen, um so ein umfassendes Netzwerk aufbauen zu können.

www.hydroplace.de



HYDROPLACE

extrazwei

Zwei Themen begegnen uns alltäglich: Stress und digitale Medien. Letztere gehören zu den stärksten Stressauslösern unserer Zeit. Damit die Nutzung digitaler Medien nicht zu Gesundheitsschäden führt, unterstützt extrazwei Unternehmen, Organisationen und Privatpersonen darin, gesund und produktiv mit digitalen Medien umzugehen.

▶ Der Verzicht auf digitale Medien (digital detox) ist in der heutigen Zeit keine wirklich gewinnbringende Lösung. Wir trainieren das steigende Stresslevel nachhaltig zu reduzieren. Mittels innovativer und praxisnaher Methoden können alle Vorteile der Digitalisierung voll ausgeschöpft und die mentale Gesundheit gestärkt werden.

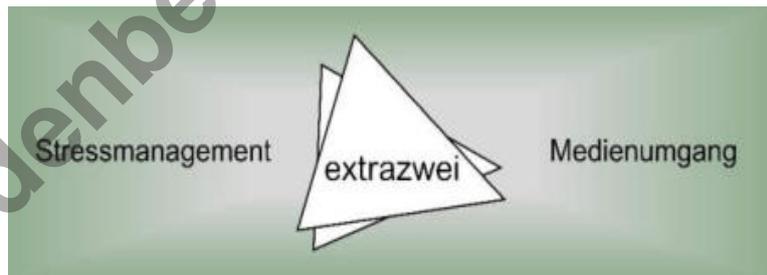
▶ In Workshops vermitteln wir Unternehmen, wie ein gesundes, digitales Arbeiten gelingt. Es geht um das Identifizieren und das Reduzieren von digitalem Stress im Arbeitsalltag. Unserer Arbeit liegt eine ganzheitliche Betrachtung von Stress zu Grunde, denn Pausen und Regeneration sind ebenso wichtig wie Zeitmanagement. Der Fokus liegt auf einer Stärkung der mentalen Gesundheit.

▶ Auch am Online-Programm „Gelassen digital“ kann jede Person teilnehmen und in einem von uns persönlich begleiteten Online-Kurs lernen, welchen Einfluss digitale Medien wie PC oder Smartphone auf das eigene Stresslevel haben. Dennoch kann man sie selbstbestimmt nutzen.

Unser ganzheitlicheres Konzept zielt auf eine produktive und alltagstaugliche Medien-nutzung. Unsere Programme sind sympathisch und einfühlsam, werden abwechslungsreich moderiert und zeichnen sie sich durch eine hohe Methodenvielfalt aus.

Auslöser von digitalem Stress gibt es viele, zum Beispiel ständige Erreich-barkeit oder Unterbrechung der Arbeit. Extrazwei zeigt, sich davon nicht tyrannisieren zu lassen.

▶ www.extrazwei.de



Schub für die Management-Performance

Bench-Learning

Die Leistungs-Qualität von Unternehmen ist entscheidend für nachhaltigen Erfolg und den Fortbestand des Unternehmens. Dabei ist sie von vielen Faktoren abhängig. Dies zu steuern ist Aufgabe des Managements. Man spricht von der Management-Performance, und eben die muss dementsprechend aktuell werden.



Wie kann die Management-Performance verbessert werden? Hier bieten sich – neben einer Beratung – Weiterbildungen an wie konventionelle Lernformen, aber auch alternative Formate wie etwa das vergleichende Lernen – Bench-Learning. Wir wollen im Folgenden unterschiedliche Formen des Bench-Learning aufzeigen und bewerten.

Lernen – wie geht das?

Eine Vielzahl an Lernformen basieren auf dem „Lehrer-Schüler-Prinzip“, hier der „Wissende“, dort der „Lernende“. Wir kennen das von Seminaren, Vorträgen, Lehrgängen sowie im weiteren Sinne auch bei Literatur-, Ton- und Video-Vermittlungen. Wenn man den Erfolg daran misst, wie die tatsächliche Nutzung oder Anwendung der gewonnen Erkenntnisse in der Praxis funktioniert, dann ist diese Form des Lernens nicht sonderlich ergiebig.

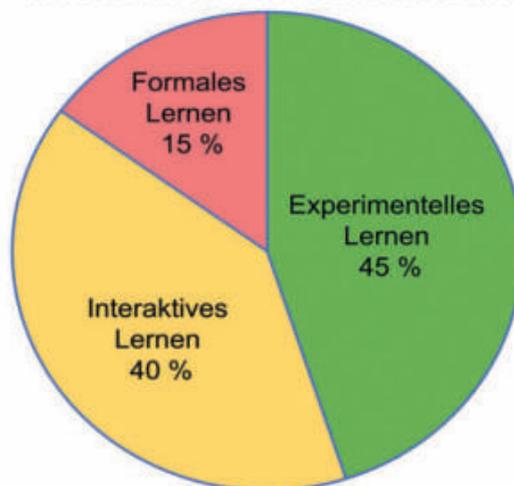
Ganz anders verhält es sich beim so genannten „experimentellen Lernen“. Gemäß der Methode „Versuch und Irrtum“ steht das direkte Handeln, die sofortige Umsetzung im Vordergrund. Die Transferwirksamkeit wird unmittelbar erlebt. Dieser Lernprozess erweist sich besonders nachhaltig, weil der Praxisbezug direkt sichtbar und das Erlebnis intensiv ist. Allerdings ist das experimentelle Lernen häufig recht aufwendig oder mühsam. Überdies ist es nicht immer das geeignete Mittel und bringt mitunter auch Risiken mit sich.

Vor diesem Hintergrund erfahren interaktive Lernformen immer mehr an Bedeutung, weil man sich selbst einbringen kann. Bekannte Formate sind Trainings, Workshops oder Camps. Beteiligen sich am interaktiven Lernen Personen aus unterschiedlichen Unternehmen spricht man auch von organisationsübergreifendem Lernen.

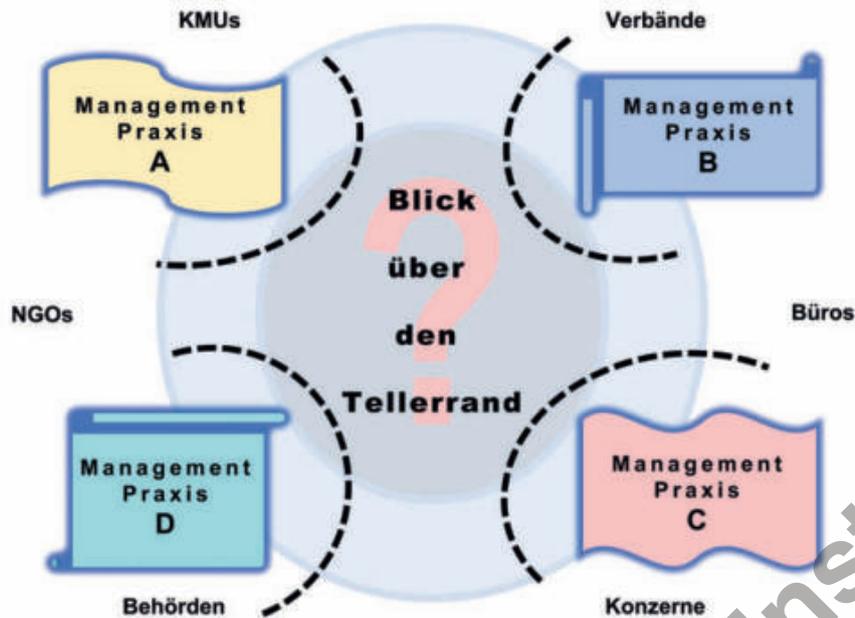
Lernen – organisations- und branchenübergreifend

Manager von Unternehmen verstehen sich eher als „Macher“; sie sehen sich nicht mehr so sehr im „Lernmodus“. Sie sind von ihrer eigenen Kompetenz überzeugt, sie erleben sich und ihr Unternehmen als singulär und möchten sich auch nicht gerne belehren lassen. Man lebt quasi im eigenen Kokon und lässt sich, wenn überhaupt, dann nur auf ausgewiesene „Gurus“ oder Experten ein. Die aber haben zuweilen selbst die Praxis aus den Augen verloren.

Wirksamkeit von Lernarten in Prozent



Bei fachlichen Themen wie etwa das Controlling, das Facility Management oder das Marketing entstehen in der jeweiligen Organisation eigene Welten. Auch beim Vertrieb, in der Produktion oder bei der Personalentwicklung ist dies zu beobachten.



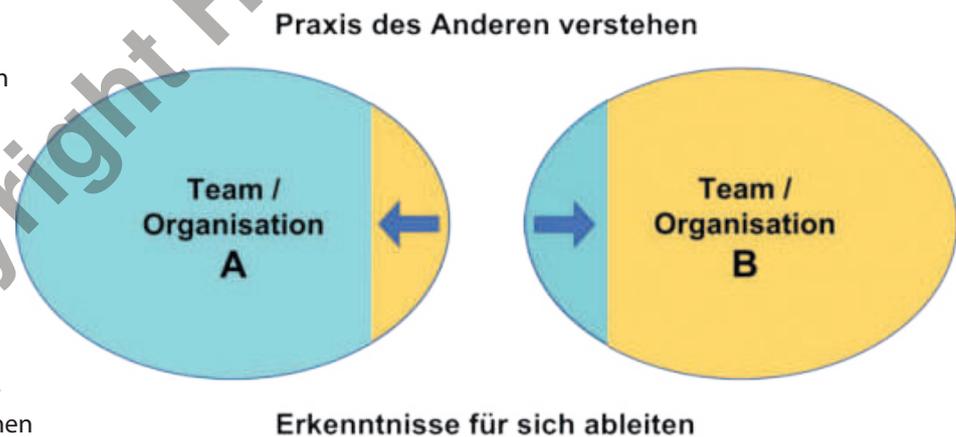
Subjektiv betrachtet kann etwas neu erscheinen, das an einem anderen Ort bereits bekannt ist. Die Management-Praxis ist sicherlich von Organisation zu Organisation, von Branche zu Branche unterschiedlich, was auch seine Gründe hat. Das schließt aber nicht aus, dass andere Methoden, Vorgehensweisen und Praktiken für die eigene Praxis hilfreich sein könnten und sich übertragen ließen. Dies erfordert den berühmten „Blick über den Tellerrand“.

1. Vergleichen und getrennt lernen: „Bench-Impuls“

Hier wird themenbezogen die Managementpraxis in anderen Unternehmen, Organisationen oder Branchen näher betrachtet, um daraus Anregungen für die Verbesserung der eigenen Praxis abzuleiten. Es geht dabei nicht um eine unreflektier-

Vergleichendes Lernen - „Bench-Learning“

Das vergleichende Lernen, auch als Bench-Learning bezeichnet, kann hier einen Beitrag leisten. Es versucht die geschilderten Barrieren zu überwinden, indem es besonders auf die Neugier des Menschen baut. Dies bedeutet andere Welten zu erleben, in sie einzutauchen, den Horizont zu erweitern – also zu lernen (nicht um ein weiteres Mal beraten zu werden!!).



Bei dieser Art der Weiterbildung tauschen sich Teams aus unterschiedlichen Organisationen, oder Branchen zu einem vorher bezeichneten Themenkreis aus. Ganz wesentlich ist hier der Verfremdungseffekt. Er hilft sich zu öffnen und sich auch mit dem „Fremden“ (vielleicht dem Wettbewerb ...) auseinanderzusetzen. Drei Formate des Bench-Learning bieten sich an:

te Übernahme von Konzepten oder Methoden. Das Ziel ist nicht ein direkter Vergleich und schon gar nicht eine Belehrung. Es geht beim Bench-Impuls vielmehr darum, sich auf die andere Praxis einzulassen, sie zu verstehen.

Wichtig ist, einen geeigneten Partner zu gewinnen, sich wechselseitig vor Ort zu besuchen, die jeweilige Praxis zu verstehen, um dann später Rückschlüsse für die Verbesserung der eigenen Praxis abzuleiten. Damit es hier nicht nur bei einem Erlebnis bleibt ist gerade Letzterem besondere Aufmerksamkeit zu widmen. Jedes Bench-Learning ist so gut wie die Umsetzung der Erkenntnisse, also die tatsächliche Realisierung der vorgenommenen Verbesserungs-Maßnahmen.

Lernen von Anderen:

- ❑ Sich in eine andere Welt, in einen anderen Kontext einlassen (unternehmens- und /oder branchenübergreifend)
- ❑ Das „Andere“, die andere Praxis verstehen und kennenlernen, die eigene Meinung zurückhalten
- ❑ Im Nachgang Schlussfolgerungen für die eigene Praxis ziehen, Maßnahmen ergreifen
- ❑ Voraussetzung: wechselseitiges Interesse und Vertrauen

Lernen von und mit Anderen:

- ❑ Sich in eine andere Welt, in einen anderen Kontext einlassen (unternehmens- und /oder branchenübergreifend)
- ❑ Das „Andere“, die andere Praxis verstehen und unmittelbar mit der eigenen vergleichen
- ❑ Beidseitige Schlussfolgerungen erörtern, bewerten und Maßnahmen ableiten
- ❑ Voraussetzung: wechselseitiges Interesse, kritikfähig Dialogbereitschaft und Vertrauen

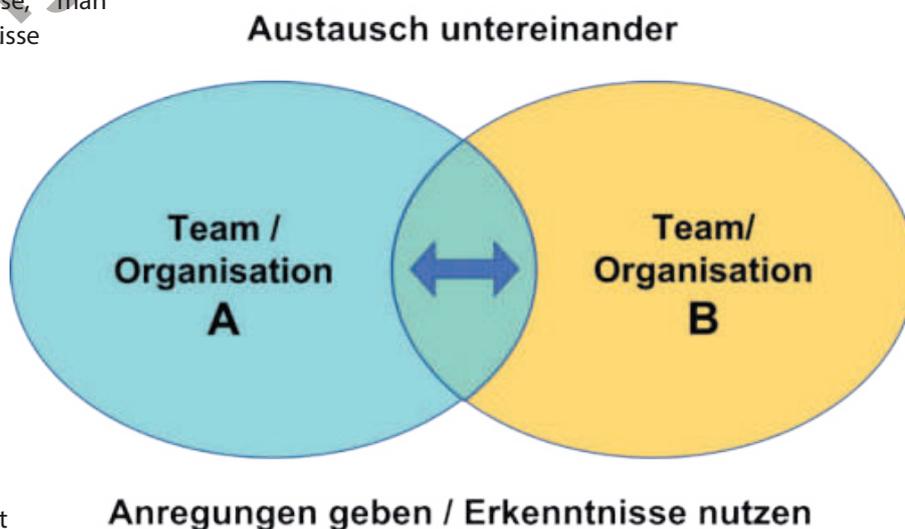
2. Vergleichen und gemeinsam lernen: „Bench-Dialog“

Ebenso wie beim „Bench-Impuls“ kommen die Partner unterschiedlicher Organisationen oder Unternehmen mit ähnlicher Aufgabenstellung zusammen und besuchen sich wechselseitig. Darüber hinaus geht es beim „Bench-Dialog“ aber auch darum, die Unterschiede gemeinsam zu erörtern. Man gibt sich gegenseitig Anregungen und Hinweise, man stellt die eigenen Erkenntnisse zur Diskussion. Inwieweit die ausgetauschten Empfehlungen oder Erkenntnisse dann aber vertieft werden bleibt – wie bei der „Bench-Impuls“ – dem jeweiligen Team vorbehalten. Problematisch wird es beim „Bench-Dialog“, wenn er in einen Disput mündet, der mehr bekehren als überzeugen will.

3. Vergleichen und wiederkehrend lernen: „Bench-Partnerschaft“

Bei einer Bench-Partnerschaft verständigen sich die Partner unterschiedlicher Organisationen auf ein dauerhaftes, in Intervallen erfolgendes Lernen. In zeitlichen Abständen werden die unterschiedlichen Praxi verglichen, mögliche Verbesserungsansätze diskutiert und Maßnahmen abgeleitet. Alle Aktivitäten dienen dem Ziel, die Managementkompetenz der Beteiligten zu stärken und einer neuen Qualität zuzuführen.

Eine solche Partnerschaft ist, wenn sie denn gelingt, sicherlich sehr konstruktiv und produktiv. Andererseits nutzt sie sich auch über die Dauer ab. Es ist also davon auszugehen, dass es keine „never ending story“ wird; es hat eben alles seine Zeit.



Zyklisch lernen von und mit Anderen:

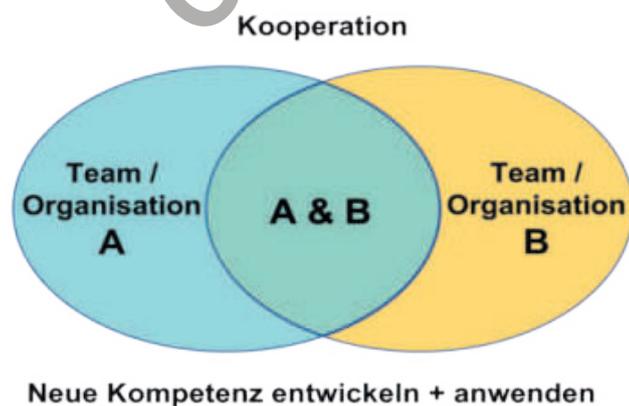
- ❑ Sich in eine andere Welt, in einen anderen Kontext einlassen (unternehmens- und/oder branchenübergreifend)
- ❑ Das „Anderer“, die andere Praxis verstehen und unmittelbar mit der eigenen vergleichen
- ❑ Beidseitige Schlussfolgerungen erörtern, bewerten und Maßnahmen ableiten
- ❑ Sich auf ein Format mit regelmäßigen Treffen verständigen
- ❑ Voraussetzung: Vertrauen, Interesse, Dialogbereitschaft, Kritikfähigkeit, Wille zur kontinuierlichen Verbesserung

Lernen als Erlebnis

Die Attraktivität des Bench-Learning beruht auf dem Lernerlebnis, der Horizonterweiterung, der Auseinandersetzung mit dem „Anderen“ sowie der wählbaren Intensität und Verbindlichkeit. Aus dem Vergleich entsteht die Animation; sie ist der Impulsgeber. Wenn über den Vergleich hinaus eine gemeinsame Entwicklung mit neuen Kompetenzen für beide Seiten entsteht, dann stellt sich eine kooperative Wertschöpfung ein.

Entscheidend für das Bench-Learning ist es, den geeigneten Partner zu finden. Es bedarf des Wunsches beider Seiten sich auf den möglichen Partner einzulassen. Dazu gehören das wechselseitige Interesse, die Bereitschaft sich ein Stück weit zu öffnen, Wissen zu teilen und eben ein Vertrauen in die Integrität des Gegenübers.

Insofern kommt dem Procedere der Annäherung beider Partner eine entscheidende Bedeutung zu. Hier bietet sich die Moderation durch eine neutrale Instanz an. Sie kann das Kennenlernen in die Wege leiten, Hilfestellungen bei der Handhabung leisten und die Aufmerksamkeit auf die erfolgreiche Umsetzung von vereinbarten Verbesserungen lenken.



Bench-Learning für bessere Management Performance

Beim **Bench Learning** lernen die Beteiligten in Bezug auf ein bestimmtes Thema voneinander, Gemeinsamkeiten und Unterschiede werden identifiziert, Best Practices werden herausgearbeitet. Das gemeinsame Lernen sowie die gemeinsame Erstellung von Neuem stehen im Mittelpunkt.

Bench Learning braucht ...

- ... Offenheit für Offenheit
- ... Dialogbereitschaft
- ... Kritikfähigkeit
- ... Vertrauen

Bench Learning liefert ...

- ... Erkenntnisse
- ... Kompetenzen
- ... Zukunft

Management Performance umfasst alle Prozesse, die der Steuerung und Kontrolle der Leistungen in einem Unternehmen dienen. Ziele sind eine kontinuierlichen Leistungsverbesserung, die Erhaltung der Wettbewerbsfähigkeit und nachhaltiges Wachstum. Dazu braucht es Werkzeuge, geeignete Prozesse (Unternehmensorganisation) und Know-how. Daher müssen sich sowohl die Mitarbeiter als auch das Management ständig mit der dieser Entwicklung vertraut machen und aktiv weiterbilden.



Matthias Hirzel
HLP Management Connex
www.hlp-connex.com

LAST CALL

Tech Tour NRW Green

Tech Tour NRW Green ist ein Programm, um Start-ups mit Sitz in der Region Nordrhein-Westfalen zu unterstützen, die technische Lösungen in den Bereichen Umwelt und Nachhaltigkeit entwickeln. Es geht um die Bereiche Energie, Werkstoffe, Bioökonomie, Mobilität & Transport und digitale Modelle. Die besten unter ihnen werden zu einem Pitch eingeladen, um Investoren zu finden. Das Halbfinale fand am 28. September in Köln statt, das Finale mit 30 teilnehmenden Startups steigt am 23. und 24. November in Essen.

www.techtour.com

Customer Relationship Management als unterschätzter Erfolgsfaktor von Startups

Kommunizierst Du noch oder hast Du schon eine CRM-Strategie?

Warum kommt von zehn Gründerunternehmen nur eines erfolgreich ins Ziel? Statt dem Markt, Banken oder Teammitgliedern die Schuld zu geben, lohnt sich ein Blick auf die Kommunikationsprozesse als Frühwarnsignale. Ein kollaboratives „CRM-System“ kann Startups helfen, Fehlentwicklungen schneller zu erkennen und gegenzusteuern.



Gefährliche Wachstumsschmerzen von Startups

Die Medien überschlugen sich mit Lobpreisungen. In der Garage des Startups schien das nächste Einhorn geboren zu sein. Geldgeber, Lieferanten und Berater standen Schlange, um wie die heiligen drei Könige Teil dieser Erfolgsstory zu werden. Nun musste schnell das Team wachsen, um den angepriesenen Prototypen rechtzeitig auf der Herbstmesse präsentieren zu können. Und plötzlich heißt es: Game over! Wie kann das passieren?

Fehlersuche im Maschinenraum der Kommunikation

Im Nachhinein ist man immer klüger. Nur wenige Menschen sind bereit, ihr persönliches Scheitern in einer „Fuckup Night“ vor Live-Publikum offen zu analysieren. Statt Fremdschämen bietet eine solche „Eingeweideschau“ tiefe Einblicke in die Spätfolgen suboptimaler Kommunikation. Wer nur von seiner Vision träumt, ohne für einen fahrbaren Untersatz in Form klarer Aufgabenteilungen und Verantwortlichkeiten zu sorgen, legt früh den Keim für sein zukünftiges Versagen. Spätestens mit steigenden Anforderungen der Stakeholder sollte die Kommunikationsinfrastruktur optimiert werden. Stattdessen erhöht sich oft nur die Anzahl der Meetings. Der Aufwand für Onboarding, Presseanfragen, Meldepflichten gegen-

Customer-Relationship-Management, kurz CRM, deutsch Kundenbeziehungsmanagement, bezeichnet alle Strategien und Maßnahmen zur Herstellung und Sicherung einer Kundenbindung. Es geht um ein konsequentes Verhalten eines Unternehmens seinen Kunden gegenüber und die systematische Ausgestaltung der Beziehungen zu Kunden.

über Behörden und eine Vielzahl an Abstimmungsgesprächen erzeugen ein Datenchaos, das alles lahmlegt.

Zum Schluss sind viele Gründer nur noch mit sich selbst und dem Einfangen von Doppelarbeiten und Fehlern beschäftigt. Mit jedem neuen Teammitglied müssen die Gründer in immer kürzeren Zeitabständen Fehler und Missverständnisse ausbaden. Ohne eine radikale Kurskorrektur führt das exponentielle Wachstum zum sicheren Schiffbruch.

Dilemma zwischen Wachstum und Sicherheit

Gründer sehen sich regelmäßig einem krassen Workload gegenüber. Doch wann wird Wachstum gefährlich? „Structure follows Strategy“ heißt dazu eine der Binsen-

KOMMUNIKATIONSPROBLEME VON STARTUPS

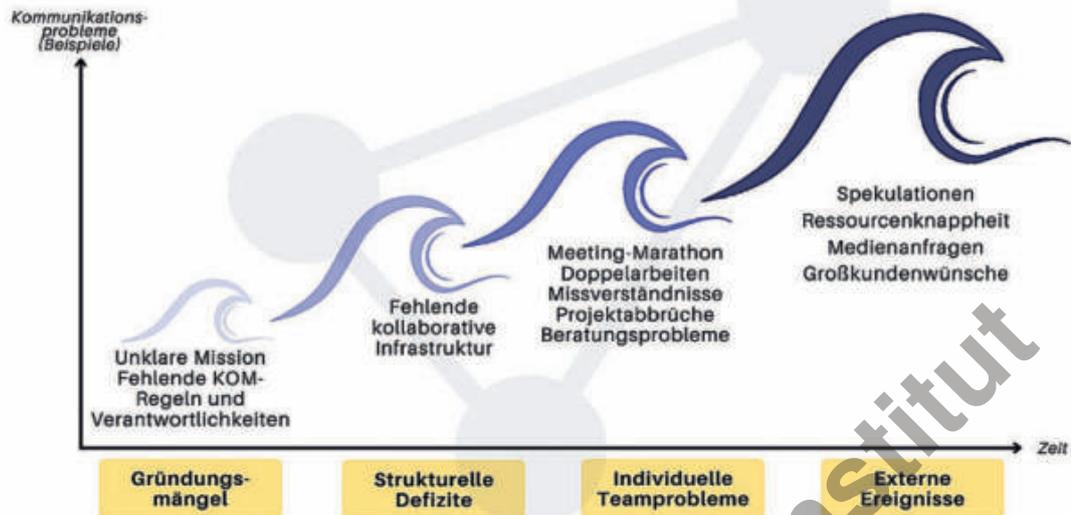


Abb. 1: Kommunikationsfehler der Vergangenheit potenzieren sich.

weisheiten aus der allgemeinen Managementtheorie zur Absicherung der eigenen Dynamik. Für Gründer ist dieser vage Tipp wenig hilfreich. Heinz Bettmann empfiehlt stattdessen in seinem interaktiven Praxisleitfaden „Existenzgründung“, dass sich Startups zunächst einmal der Komplexität alltäglicher Abläufe bewusst werden müssen. Allein zwischen dem ersten Anruf eines potenziellen Kunden und dessen finaler Rechnungsstellung fallen diverse Abläufe an, die exakt dokumentiert werden müssen. Darüber hinaus ergeben sich neue Workflows für das Team wie Produktion, Qualitätssicherung bis hin zur Klärung logistischer und finanzieller Fragen. Der Einwand an dieser Stelle lautet: Starre Strukturen und Kontrollmechanismen könnten den Wachstumsmotor des Start-ups abwürgen. Viele Gründungsideen wären ohne kreatives Chaos kaum denkbar. Wie also schaffen Startups den

Spagat zwischen Wachstum und nachhaltiger Absicherung von Werten?

Kommunikation von der Generation Z lernen - Wachstum durch Teilung

George Bernhard Shaw hat einmal gesagt: „Das größte Problem in der Kommunikation ist die Illusion, sie hätte stattgefunden.“ In unserer reizüberfluteten Gesellschaft erscheint uns Kommunikation selbstverständlich und trivial. Sinnerfüllte Kommunikation lebt aber nicht allein vom Versenden vieler Botschaften, sondern auch vom Fragen stellen und Zuhören. Statt sich also allein auf den Inhalt einer Information zu konzentrieren, rückt die Beziehung zu unserem Gegenüber in den Vordergrund.

Die medienaffine Generation Z macht es so manchem Silberrücken vor: Es reicht nicht, inflationär Beiträge bei Facebook, TikTok & Co zu posten. Die Inhalte müssen gedanklich mit anderen Menschen ge-

KREATIVES GRÜNDERCHAOS

PRO

- Gründersteam als Impulsgeber
- Flache Hierarchien
- Schnelle Entscheidungen
- Out-of-the-Box-Lösungen

CONTRA

- Hohe Fehlerquote
- Hoher Workload wegen Doppelarbeiten und zusätzlichen Lernkurven

VS

PRO

- Abteilungsübergreifende Projektarbeit
- Vermeidung von Doppelarbeiten
- Individuelle Kundenansprache
- Kollektives Firmengedächtnis

CONTRA

- Investition in IT notwendig
- Mögliche Akzeptanzprobleme im Team

SYSTEMATISCHE CRM-KULTUR

Abb. 2: Kreatives Chaos versus systematische CRM-Kultur

teilt und gemeinsam bzw. kollaborativ weiterentwickelt werden. Oder wie Gen Z sagen würde: Sie müssen „relatable“ sein.“ Erst dann entsteht etwas, das größer ist als die ursprüngliche Idee des Verfassers. Lässt sich dieser Medienansatz auch auf die Arbeitsweise von Gründungsteams übertragen?

Den Datentiger reiten

Startups sitzen auf einem gewaltigen Datenschatz. Jeder Kontakt mit Kunden und Stakeholdern, jede Mail, jeder Anruf erweitert das Wissen über den Markt. Vorausgesetzt, dass diese Daten systematisch erfasst und im Team geteilt werden. Andernfalls bleibt es das Herrschaftswissen einzelner Personen. Ein Problem, das wir in erster Linie aus Traditionsunternehmen kennen.

Demgegenüber setzt eine kollaborative CRM-Lösung automatisch auf eine Optimierung der Kundenbeziehungen durch Wissensteilung. Durch strukturierte Kommunikationsprozesse und Eingabemöglichkeiten lernen die Gründer, wer ihre Kunden sind und wie sie ticken. Die Entscheidung, das kreative Chaos mit einem CRM gemeinsam zu kanalisieren, kann dabei nicht früh genug getroffen werden. Damit verbunden ist ein richtungsweisender Impuls für die weitere Entwicklung der Unternehmenskultur eines Startups.

Am Anfang werden die meisten Gründerteams vermutlich auf Excel-Listen oder Outlook zurückgreifen, um ihre Projektarbeit zu synchronisieren. Je schneller das Volumen von Mails, Terminen und Dokumenten anschwillt, desto unzuverlässiger erscheinen diese Tools. Werden Kontaktlisten nicht regelmäßig gepflegt, kommt es zu gefährlichen Missverständnissen und Doppelarbeiten. Am Ende bleibt das Unternehmen auf einem chaotischen Datenfriedhof sitzen. Ein Grund mehr, vom ersten Tag an das eigene CRM als Wettbewerbsvorteil anzusehen. Investoren wird dies ebenfalls freuen, weil ein CRM als zusätzlicher virtueller Assistent der Nachweis für eine Professionalisierung von Marketing, Vertrieb und Service ist.

Radikale Einfachheit als CRM-Implementierungsstrategie

Der weltweite Markt für CRM-Software ist in den letzten Jahren immer größer geworden. Die Anbieter überschlagen sich mit Versprechen bis hin zum Einsatz künstlicher Intelligenz. Aber entspricht dies den typischen Anforderungen eines Startups? Bei der Fehlersuche gescheiterter Gründer haben wir bereits gesehen, dass ein Zuviel an Komplexität gravierende Folgen haben kann. Einfachheit ist daher das Gebot der Stunde, das sich im Idealfall wie ein roter Faden durch das Kundenkontaktmanagement zieht: Einfachheit beginnt mit einer intuitiven Benutzer-

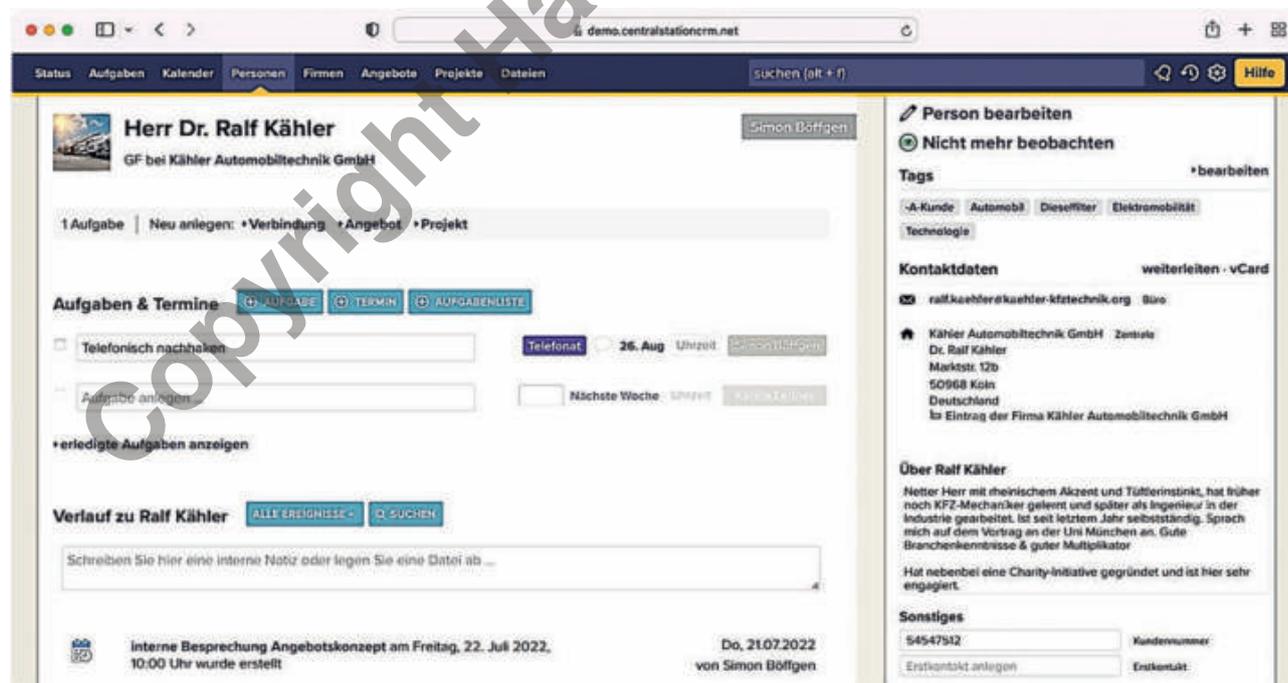


Abb. 3:

Das CRM muss sich den Bedürfnissen des Startups anpassen und nicht umgekehrt. Intuitive Benutzeroberfläche von CentralStationCRM

führung. Für mehrtägige Schulungen und dicke Benutzerhandbücher fehlt es schlicht an Zeit. Die Einrichtung der speziell für Startups und kleinen Teams entwickelten CRM-Software „CentralStationCRM“ dauert z.B. maximal 5 Minuten. Wie so etwas möglich ist? Durch die Fokussierung auf das Wesentliche! Die Marktforschung zeigt, dass Anwender von CRM-Software nur einen Bruchteil der zur Verfügung stehenden Funktionen nutzen. Dazu gehören primär eine gemeinsame Datenbank für die Verwaltung und Nachverfolgung der Kontakte, Termin- und Projektfunktionen. Damit lassen sich bereits 80 bis 90% aller Kommunikationsaufgaben in einem Startup steuern. Simple Filterfunktionen für Schlagworte helfen, um beispielsweise die geeignete Zielgruppe für eine Kampagne zu finden.

Einfachheit heißt für die CRM-Anwender in einem Startup aber auch, dass sie sich keine Gedanken darüber machen müssen, wer, wo, was und mit wem arbeitet. Insbesondere Gründer befinden sich oft im Remote-Modus und müssen zur Finanzierung ihres Unternehmens bezahlte Doppelarbeiten oder Nebenjobs annehmen. Damit verbunden ist eine asynchrone Arbeitsweise. Der Einsatz als mobile, cloudbasierte Anwendung auf allen erforderlichen Endgeräten sollte somit eine Selbstverständlichkeit sein. CRM als Software as a Service (SaaS) kommt ohne Wartung aus und unterstützt die Datensicherung. Der Verzicht auf komplexe Funktionen wie KI kann unter Umständen auch ein langfristiger Vorteil aus Sicht des Datenschutzes sein. Die EU verschärft laufend ihre Regeln für das unkontrollierte Sammeln von Profilen und Nutzerdaten. Sanktionen bei möglichen Verstößen kann sich ein Startup nicht leisten. So sollten nicht nur die CRM-Server in Deutschland stehen. Es muss auch sichergestellt sein, dass Google, Facebook & Co sensible Kundendaten nicht mitlesen. Startups sollten daher aufmerksam die AGBs und Datenschutzerklärungen ihrer CRM-Anbieter durchlesen.

System mit gelebter radikaler Einfachheit

Einfachheit muss sich bei unerwarteten Problemen bewähren. Hat ein User eine kritische Frage, benötigt er meist ad hoc eine Lösung. Immer mehr CRM-Anbieter antworten virtuell via Chatbot. Nicht alle Probleme lassen sich aber direkt beim Namen nennen. Die speziell für Startups und kleine Teams entwickelte Lösung CentralStationCRM setzt z.B. auf ein Serviceteam, in dem echte Menschen mit ihrer Expertise zur Seite stehen. Für diese gelebte, radikale Einfachheit wurde das Kölner Unternehmen mit dem Startup-Preis „Three Companies to Watch“ von Online Marketing Rockstars (OMR) ausgezeichnet.

Und sollte ein Startup hoffentlich erfolgreich skalieren und seine Anforderungen an ein CRM erweitern, dann können die bis dahin gesammelten Datenschätze in ein neues System exportiert werden. Unkomplizierte Verträge, kostenfreie Starterpakete und Preismodelle, die man jederzeit kündigen kann, erleichtern finanziell klammen Gründerteams die Entscheidung für eine Investition.

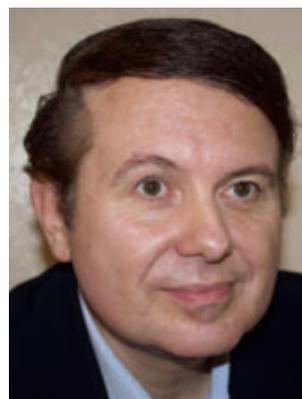
Last but not least steht die Einfachheit des CRM auch für Klimaschutz. Laut einer US-Studie emittiert das Training einer künstlichen Intelligenz fünf Mal so viel CO₂ wie ein Auto. Für Gründer lohnt es sich also doppelt, auf eine radikal einfache Lösung zu setzen. Umso mehr Freiheiten erzielt man dann für die Dinge, die wirklich wichtig sind im Leben.

Fazit

Kreatives Chaos ist ein Luxus, den sich kein Gründerteam auf Dauer leisten kann. Je eher mit Hilfe eines kollaborativen CRM-Systems die notwendigen Strukturen für eine professionelle Kommunikation geschaffen werden, desto weniger Schwachstellen werden sich langfristig in der Unternehmenskultur ansiedeln. Ansonsten bleibt für Gründer nur das Prinzip „Lernen durch Schmerz“.

Autorenprofil

Als Marketingstrategie hat Markus Lempa einen besonderen Blick auf Chancen, aber auch Risiken. Für 42he baut er mit Hilfe von CentralStationCRM Brücken in die Medien und zu Multiplikatoren.



Markus.Lempa@42he.com
<https://centralstationcrm.de>



Eine rege Kölner Startup-Szene präsentierte ihre Ideen

Startups auf dem Gründertag Köln 2022

Sie hatten eine gute, vielleicht die perfekte Idee, und so haben sie das neue Unternehmen gegründet. Beim Gründertag Köln 2022 durften sie dabei sein – als Aussteller, die ein erstes Mal ihr innovatives Produkt den Besuchern oder Interessenten vorstellen. Mit diesen Startups sollte man sich näher beschäftigen.

UnternehmerSTART Köln hatte wieder zum Gründertag Köln geladen. Nach zwei Jahren coronabedingtem digitalen Format konnten in diesem Jahr Besucher, Aussteller und Startups wieder „live“ dabei sein. Und der Zuspruch war wie aus früheren Jahren gewohnt groß. Über 450 Besucher tummelten sich im Ausstellungsbereich oder hörten sich die durchweg spannenden Vorträge an.

In den Vorträgen wurden nicht nur die klassischen Themen behandelt wie Businessplan, Finanzierung, Kapital-suche oder Rechts- und Steuerfragen. Auch aktuelle Themen wie Social Media oder Cybersicherheit standen auf dem Programm.

Um Startups umfassend bei der Existenzgründung zu unterstützen, haben sich viele Kölner Institutionen bereits 1984 in einem Netzwerk zusammengefunden. Zum Netzwerk gehören auch die regionalen Gründerzentren. Der

„UnternehmerSTART Köln e.V.“ organisiert mit dem Gründertag Köln jährlich die große Kölner Messe zum Thema Existenzgründung. Und jedes Jahr ist dies ein Stelldichein der Kölner Gründerszene.

Die Startups



Klickpedale auf dem Rennrad verbessern eindeutig die Effizienz und die Kontrolle. Außer einem sicheren Stand auf dem Rad kann dies vor allem bei nassem Wetter sehr hilfreich sein, denn mit Klickpedalen rutscht man nicht so leicht vom Pedal ab. Dadurch ist die Fußposition stets perfekt, Trittfrequenz und Kraftübertragung werden optimiert. Der innovative Klickpedal-Adapter von ClipClap verwandelt jeden beliebigen Freizeitschuh in einen professionellen Klickschuh.


LESS WASTE BOX

Müllreduzierung im eigenen Haushalt reichte diesem Startup nicht. Jetzt können auch Unternehmen den Büroalltag grüner gestalten. Der Kölner Fahrrad-Lieferservice für nachhaltigen Bürobedarf bringt alles klimaneutral und ohne Verpackungsmüll in wiederverwendbaren Boxen ins Haus. Zum Sortiment gehört alles – von Druckerpapier über Seife bis hin zu Kaffeebohnen – letztere natürlich fair gehandelt und aus regionalen Röstereien.


turtle moments

Das mitwachsende Fotoalbum per Abonnement. turtle moments steht für eine komplett neue Art Erinnerungen festzuhalten. Kein Moment geht verloren, kein Fotoalbum muss aufwendig gestaltet werden. Da die Fotosseiten jeden Monat kontinuierlich erstellt werden, sind die Erlebnisse noch präsent und man hat die Fotos meist direkt parat. Auch dank einer Auswahl an verschiedenen Layoutoptionen in der App ist eine Fotosseite in weniger als 2 Minuten erstellt.



Reges Treiben auf dem Gründertag


noho

Umweltfreundliche Reiniger, die wie Chemiekeulen putzen. Um 100ml eines ökologischen Badreinigers zu neutralisieren, so dass die Inhaltsstoffe den Lebewesen potentiell nicht mehr schaden, werden 42.000 Liter Wasser benötigt – das sind 280 Badewannen! Deshalb haben drei Freunde noho® gegründet – mit dem Ziel, saubere Gewässer zu schützen und zu bewahren. noho® liefert einen Badreiniger, der um den Faktor 350 (!) weniger Wasser zur Neutralisation benötigt.


tvist
Kommunikation für Changemaker

tvist macht Medien. Filme, Stoffe, Content – für und über Menschen, die unsere Welt positiv verändern wollen. Damit das gelingt, ist es wichtig, dass viele Menschen mitwirken und den Prozess unterstützen. Alle müssen verstehen, worum es geht. tvist unterstützt mit guter, klarer und effektiver Kommunikation in Film, Wort und Bild. Unter dem Label stadtfilm.de dreht tvist seit 2021 gezielt Filme über Städte und Stadtentwicklungsprojekte, zu meist im Auftrag von Stadtplanern in Verwaltungen oder freien Planungsbüros.

vrej

Ein exzellentes Netzwerk aus freien Mitarbeitern, Partnern und Experten unterstützt Startups bei allen Formaten. Startups erhalten von vrej komplette Brand-Pakete zum Festpreis. In diesen Brand-Paketen finden sich alle wichtigen Elemente – vom Markennamen über einem Logo und einem Mini-Corporate-Design bis hin zur Geschäftsausstattung. Und die wiederum besteht aus Visitenkarten, Briefpapier, einer Website und der Basisausstattung für Social Media-Kanäle.

PLASTIC2 BEANS

Schlürfen for a better world.

Das Kölner Startup hat sich zum Ziel gesetzt, Kunststoffrecycling in Äthiopien über einen Rohstoff-, Wissens- und Technologietransfer zu fördern. Dabei stehen Entwicklungszusammenarbeit und nachhaltiger Handel im Mittelpunkt. Jede Tasse Kaffee trägt dazu bei, Recycling in Äthiopien aufzubauen. Zusammen mit lokalen Partner:innen stärkt PLASTIC2BEANS durch High-End-Recyclingtechnologie und Know-How die Kreislaufwirtschaft in Äthiopien. Dabei bringen sie aus Äthiopien hochqualitativen Spezialitätenkaffee in die Welt.

socialbnb

Reisen muss sich ändern. Das Startup socialbnb glaubt an einen gerechteren Tourismus, der der jeweiligen lokalen Bevölkerung und der Region vor Ort zu Gute kommt.

Dafür ermöglichen sie Begegnungen zwischen Reisenden und inspirierenden Menschen, die vor Ort Gutes umsetzen. So schaffen sie einen Tourismus, von dem alle profitieren. Reisende sind aufgerufen, ein ökologisches oder soziales Projekt durch die Buchung bei socialbnb zu fördern.

digifährten

Der ständige Wandel im Online-Marketing-Geschäft mit seinen dynamischen Strukturen und den damit einhergehenden Herausforderungen erfordern eine lebhaftere Kreativität und die ständige Neudefinition des Erfindergeistes. Hier verfügen die digifährten über Erfahrungen und Expertise und können damit Unternehmen im Bereich des Online-Marketing voranbringen. Digifährten begleitet den Kunden auf seinem Weg durch die Welten von Suchmaschinenoptimierung und -werbung und den Raffinerheiten der heutigen Social Media Landschaften – hin zu nachhaltigem Wachstum.

warmgarten

Die innovativen Warmgarten Heiztische ermöglichen auch an kalten Tagen schöne und gemütliche Abende auf der Terrasse. Eine innovative Energiequelle erwärmt die Umgebungsluft und sorgen für ein wohliges Gefühl an den kälteempfindlichsten Körperregionen. Jeder Tisch kann individuell an- und ausgeschaltet werden und erwärmt innerhalb von 2-3 Sekunden den Gast am Tisch. Dabei nimmt das Tischgestelle aufgrund einer speziellen Legierung keine Hitze an. Eine Dimm-Funktion ermöglicht die Einstellung der individuell angenehmsten Wärme.



Diskussionsrunde beim Gründertag Köln 2022

Planst du eine

Unternehmens-
gründung?

Wir kennen **Schritt**

eins. *Und auch
alle weiteren.*

Markiert, was wichtig
für dein Business ist.

audi//oflow

Für den guten Flow ...



audioflow ist eine Full Service Podcast Agentur, die auf interne und externe Unternehmenskommunikation spezialisiert ist. Das Portfolio umfasst alles von der Strategieberatung über die Konzeption und (Post-) Produktion bis hin zur Distribution der Podcast-Formate. So entstehen individuelle und kreative Formate. Starter-Workshops für Unternehmen, welche ihr Podcast-Format selbst aufbauen möchten, ergänzen unseren Service ebenso wie die Professionalisierung bereits bestehender Formate.



Schon länger begleitete uns der Wunsch nach Selbstverwirklichung und selbständigem Arbeiten. Die Pandemie zwang dazu, viel Zeit zu Hause zu verbringen, und so reifte die Idee eines Unternehmensaufbaus.

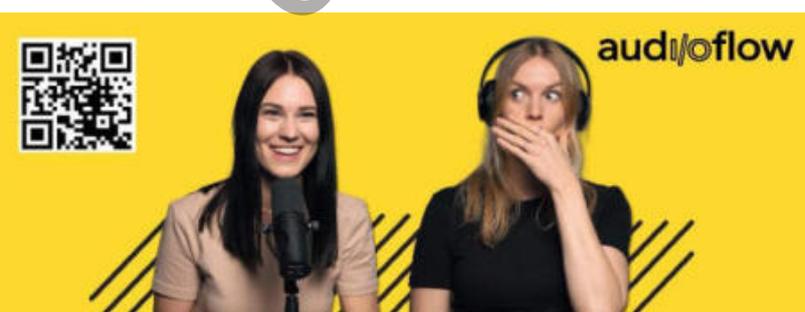
Der Name audioflow setzt sich aus den Worten „Audio“ = lat. „ich höre“ und „Flow“ = engl. „fließen“ zusammen. Einen guten „Flow“ kann man nicht nur in einer ausgeübten Tätigkeit erleben. Auch audiovisuelle Werke vermitteln einen angenehmen Flow, wenn Stimme, Betonung, Text, Aussprache und Melodie einwandfrei miteinander harmonisieren.

**DIE CORPORATE
PODCAST
AGENCY.**

Du sprichst ins Mikro.
Wir machen den Rest.



Genau hier liegt die Stärke von audioflow. So wird die Kommunikation der Unternehmen emotionalisiert, digitalisiert und modernisiert. Das wiederum bewirkt, dass die Botschaft bei der Zielgruppe ankommt. Und es bindet Mitarbeiter:innen an das Unternehmen.



audi//oflow

"HAT SIE NICHT GESAGT!"
PODCASTS, DIE IM KOPF BLEIBEN.



audioflow kann man buchen – für Events oder für das Überbringen einer Botschaft. Die Expert:innen von audioflow wissen: Die Mission will klar formuliert, das Netzwerk optimal gepflegt und die Reise zum Erfolg zielstrebig sein. audioflow: Die Podcast- und Audio-Love-Agency in der DACH-Region.

www.audio-flow.de

www.linkedin.com/company/audioflow/

kostbar

Willkommen in der Kostbar in Meinerzhagen. Sie möchten einen Eisbecher genießen, ein Stück Kuchen mit einem Milchkaffee verzehren? Oder in gemütlicher Atmosphäre einen besonderen Kaffee probieren? Vielleicht suchen Sie ein Geschenk?

Dies und mehr findet man im Ortsteil Valbert von Meinerzhagen. Zum „mehr“ gehört auch das Frühstücksangebot, das Wohnzimmerkonzert oder ein Kreativkurs, beispielsweise zum Binden von Blumenkränzen.

Das Café **kostbar** ist eben mehr als ein Café. Hier findet man Unterhaltung, Geschenke und Genuss. Da gibt es interessante Biersorten der Brauerei Dellmann's ebenso wie Produkte der Attendorner Senfmühle oder auch Küchenutensilien aus einer Kreativwerkstatt.

Unbedingt zu empfehlen ist der Kaffee aus eigener Röstung. Zum Frühstück gibt es regionale Produkte aus der Bäckerei Berghaus gleich nebenan.

Die Gründung konnte dank einer erfolgreichen Crowdfunding-Aktion im Herbst 2021 stattfinden. „Der Grundgedanke war, einen Ort der Begegnung zu schaffen, nicht nur für Menschen aus dem Ort. Wer selbst schöne Dinge herstellt und diese gerne verkaufen möchte, der kann bei uns einen Verkaufsstand mieten“, erklärt die Gründerin Carmen de Giorgi. Sie verwirklichte diesen Traum gemeinsam mit ihrem Mann Adrian.

kostbar – ein besonderer Ort. Gleich nebenan. Ein Treffpunkt zum Trinken, zum Essen, oder um ein Konzert zu genießen. Im romantischen Ortsteil Valbert von Meinerzhagen entstand dieser Ort der Begegnung. Und die vielen Menschen beim Sommerkonzert 2022 zeigten, dass dieses Konzept der beiden Gründer aufgeht.

www.facebook.com/KostbarValbert/

Carmen de Giorgi / caul@gmx.de.



Das Gründermagazin von morgen ist digital

RheinZeiger

Es war ein ganz normaler Spätsommertag im Jahr 2002 in Köln. Der Vorstand des „Vereins zur Förderung der rechtsrheinischen gewerblichen Wirtschaft Köln eV“ hatte mich zu einem Gespräch eingeladen. Der Verein war (und ist) Gesellschafter des Gründerzentrums RTZ in Köln. Seine Aufgabe war es, das RTZ bei der Förderung von Startups zu unterstützen. Also bat man mich, den Geschäftsführer des RTZ, um Vorschläge, welche Art von Unterstützung ich mir vorstellen könnte.

Nun ist es für Startups wichtig, gehört zu werden und zu hören. Also diskutierten wir viel über Kommunikation und Networking. Verschiedene Ideen wurden durchleuchtet. Am Ende konzentrierte sich das Gespräch immer mehr auf ein Networking-Event (Kalker Tafelrunde) und ein Gründermagazin. Gründermagazin – das war neu, so etwas gab es bisher kaum. Und die Gründung eines Magazins würden wir doch sicher leicht hinbekommen – wir kennen uns doch aus mit Gründung ... Also lautete der Beschluss, die Kalker Tafelrunde zu starten und „mal eben ein Magazin zu gründen“.

Alle waren motiviert, hatten viele Ideen. Aber Seiten in einem Magazin füllen ... Nun, bis zum Jahresende waren acht Seiten gefüllt. Und so ging im Januar 2003 die erste Ausgabe des „RheinZeiger“ in den Versand. In den Folgejahren war jede neue Ausgabe ein spannendes Unternehmen. Stoff gab es reichlich, das Magazin wuchs. Redaktion kann aber richtig Arbeit sein, und so blieb es bei zwei Ausgaben jährlich. Wir erhielten viele positive Resonanzen. Der RheinZeiger kam an, wurde gelesen und, tatsächlich, von vielen Leserinnen und Lesern gesammelt.



wenn man das Magazin gegründet und über all die Jahre weiterentwickelt hat. Nach meinem altersbedingten Ausscheiden aus dem RTZ ist der RheinZeiger mein Herzensprojekt geblieben. Daran wird sich wohl nichts ändern.

Aber: Das Portal rheinzeiger.de wird noch mehr ins Zentrum rücken, begleitet durch einen Newsletter, der dreibis viermal jährlich erscheint. Viele Menschen sagen mir, dass sie das „haptische Erleben“ behalten wollen trotz – oder gerade wegen – der fortschreitenden Digitalisierung. Andere lesen lieber digital und legen keinen Wert auf Papier. Wie auch immer: Wir liefern auch in Zukunft aktuelle Nachrichten aus der und für die Startup-Szene. Und die liest gerne auch digital.

Vielleicht wird die nächste Generation den RheinZeiger weiter auszubauen, denn auch morgen ist es wichtig, über und mit Startups zu reden. Das jedenfalls zeigen auch die Beiträge in dieser Ausgabe.

Wir vom RheinZeiger freuen uns auf Ihr Feedback.

www.rheinzeiger.de

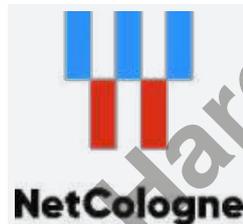


20 Jahre Kommunikation in der Startup-Szene

Existenzgründung – Zukunftstechnologien – Coaching – Biotechnik – Startup
Gründerökosystem Köln – Digitalisierung – Green Economy – Bioökonomie
Beratung – Businessplan – Innovations-, Technologie- und Gründerzentren
Wirtschaftsförderung – Kommunikation – Investition – Zukunft – Nachhaltigkeit

Diese und viele andere spannende Themen stehen für 20 Jahre Gründermagazin RheinZeiger. Themen, die uns in zahlreichen Gesprächen mit Startups und Unternehmen, mit Experten und Investoren, mit vielen Menschen bewegt haben. Themen, über die wir geschrieben haben. Themen, mit denen wir uns auch weiterhin im Portal beschäftigen wollen und werden.

Zahlreiche Freunde und Geschäftspartner haben den RheinZeiger durch Anzeigenschaltungen unterstützt. Dafür bedanken wir uns ganz herzlich bei:



www.rheinzeiger.de



EXISTENZGRÜNDUNG & ENTREPRENEURSHIP

Neues aus den Innovations-, Technologie- und Gründerzentren

Klausur BVIZ-Vorstand

Der Vorstand des Bundesverbandes der Innovations-, Technologie- und Gründerzentren (BVIZ) traf sich am 10. Juli 2022 zur zweitägigen Klausurtagung im Schloss Neuhardenberg. Bei strahlendem Sonnenschein trafen sich die Mitglieder des Vorstandes, die Ehrenvorstände und der Botschafter, um über strategische Fragen den Verband betreffend zu beraten. Die Themen reichten von der Außen- darstellung, das Marketing über die alltäglichen Aufgaben des Verbandes bis hin zur politischen Arbeit. Grundlage der Diskussionen war einmal mehr auch das Ergebnis der Mitgliederbefragung aus dem Frühjahr 2020.

Die Diskussion drehte sich unter anderem um die Fragen, für welche Aufgaben der Verband zuständig ist und ob der Verband hinreichend bekannt ist, insbesondere auch in der Politik. Der BVIZ wurde 1988 auf Initiative von 23 Managern der ersten deutschen Gründerzentren als „Arbeitsgemeinschaft Deutscher Technologie- und Gründerzentren“ (ADT) gegründet. Die Änderung des Namens erfolgte 2015. Der BVIZ vertritt heute die Interessen der zahlreichen Zentren in Deutschland und der dort ansässigen über 13.000 jungen Unternehmen und Startups.



Foto: BVIZ

BVIZ erneut mit positiver Bilanz

Der Verband publiziert jährlich die Bilanz seiner Arbeit und der Arbeit seiner Mitglieder. Die Zentren haben sich in der Krisensituation auch im Jahr 2021 als stabile Institutionen und hilfreiche Anlaufstellen für Gründer erwiesen. In den über 350 deutschen ITGZ stieg die Zahl der Neugründungen in 2021 wieder an. Insgesamt wurden in 2021 rund 4.830 Startups und Neugründungen betreut. Die große Mehrheit der Zentren erlebte nach eigener Aussage kaum Beeinträchtigungen im Gründungsgeschehen. Die von den Startups in den Zentren geschaffenen Arbeitsplätze legten sogar deutlich zu auf 92.190 in 2021.



BVIZ-Zentren im Zeitalter des globalen Strukturwandels

Unter diesem Motto fand vom 25. bis zum 27. September die Jahreskonferenz des BVIZ in Potsdam statt. Konferenzort war der Science Park Potsdam. Zahlreiche Geschäftsführer der Zentren in Deutschland waren dabei. Dr. Christina Quensel, Präsidentin des BVIZ, konnte auch den Oberbürgermeister der Landeshauptstadt Potsdam, Mike Schubert, begrüßen.

Die Teilnehmer konnten an zahlreichen Vorträgen und Diskussionsrunden teilnehmen. Die Themen reichten von Best Practices im Gründerökosystem über Zukunftsstrategien für Zentren in Strukturwandelgebieten bis hin zu der Frage, wie denn der Strukturwandel die Entwicklung von Stadt und Land verändert.

Natürlich gab es auch hinreichend viel Zeit und Gelegenheit für die Teilnehmer zum individuellen Networking. Dieser Erfahrungsaustausch mit Experten und Kollegen wird immer wieder von den Teilnehmern hoch eingeschätzt. Abgerundet wurde die Konferenz durch ein interessantes Besichtigungsprogramm am Sonntag.

www.innovationszentren.de

Kai Matthiesen, Judith Muster, Peter Laudenbach (Hrsg.)

Die Humanisierung der Organisation

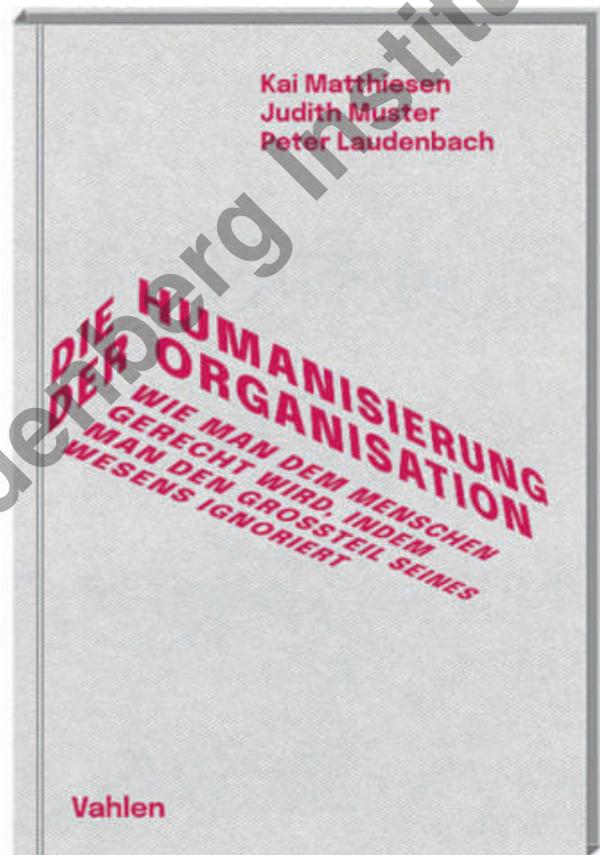
Wie man dem Menschen gerecht wird, indem man den Großteil seines Wesens ignoriert

Das Themenfeld ist uns nicht neu: Wir reden schon lange über Organisationen, über deren Lernprozesse und Veränderungen. Und über Führung und so etwas wie eine neue Definition von Führung. Über Führung redet dieses Buch auch. Wir haben diskutiert, warum Beschäftigte das Unternehmen verlassen und/oder wer denn in einem Unternehmen wen wertschätzen muss (oder sollte). Ganz offensichtlich hat sich bei dem uns bekannten Bild eines Unternehmens-Organigramms etwas geändert.

Der Titel dieses Buches verrät schon die Thematik, um die es geht. Beim Einstieg, also beim Lesen der Einleitung erlebt man unmittelbar etwas Überraschendes oder zumindest Ungewöhnliches. Hier werden zunächst Begriffe definiert. Da wird unterschieden in Menschen, Organisationen, deren Beschäftigte und deren „Mitglieder“. Interessant ist da die Frage, wie sich Menschen und Mitglieder unterscheiden. Und wie es denn funktioniert, dieses „Wechselspiel“ alle Beteiligten in den Unternehmen.

Das Buch redet hier tatsächlich von Spielen, die sich in Organisationen abspielen. Aber das Buch beschreibt auch, wie diese Wechselspiele funktionieren und stellt die jeweils Beteiligten näher vor. Je weiter man dieses Buch liest, desto öfter kommt man zu einem „Aha-Effekt“, gerät ins Schmunzeln oder auch in Nachdenklichkeit. Ist es nicht verrückt, wie Organisationen trotz oder wegen mehr oder weniger festgelegten Regeln funktionieren? Das Buch vergleicht diese Organisationen mit Theatern – Wertschöpfung auf der Bühne und im freien Spiel der Kräfte!?

Kennen Sie Ihre Beziehung zu „Ihrer“ Organisation? Dieses Buch hilft bei dieser Frage weiter – ebenso kurzweilig wie spannend. Man weiß nicht so recht, ob man das nun ernst nehmen muss oder darf oder ob es nicht eher eine Art Persiflage darstellt. Wie auch immer: Es ist Theorie und Praxis zugleich. Es macht Laune und motiviert umso mehr, seinem Arbeitsalltag nachzugehen. Nicht nur deshalb ist es unbedingt lesenswert!



UNSER BUCHTIPP

Noch diese Anmerkung: In dieser Ausgabe des RheinZeigers gibt es einen Reisebericht „Organisation im Fokus“. Das kann man gerne einmal neben dieses Buch legen ...

Kai Matthiesen, Judith Muster, Peter Laudenbach (Hrsg.)

Die Humanisierung der Organisation

Wie man dem Menschen gerecht wird,
indem man den Großteil seines Wesens ignoriert

Verlag Franz Vahlen GmbH

ISBN-13: 978-3-8006-6757-4

Hardcover (Leinen) gebunden,

256 Seiten, Format 12,2 x 20,4 cm

1. Auflage 2022,

24,90 EUR

Beitrag zur gesellschaftlichen Unternehmensverantwortung

Der Nachhaltigkeitsreport

Corporate Social Responsibility (CSR) beschreibt die gesellschaftliche Unternehmensverantwortung als (ursprünglich freiwilligen) Beitrag der Wirtschaft zu einer nachhaltigen Entwicklung. Durch die Ausweitung der verpflichtenden Nachhaltigkeitsberichterstattung durch die EU wird die Berichtspflicht in Zukunft, von heute rund 500 Konzernen und kapitalmarktorientierten Unternehmen, auf dann knapp 15.000 Mittelständler ausgedehnt.



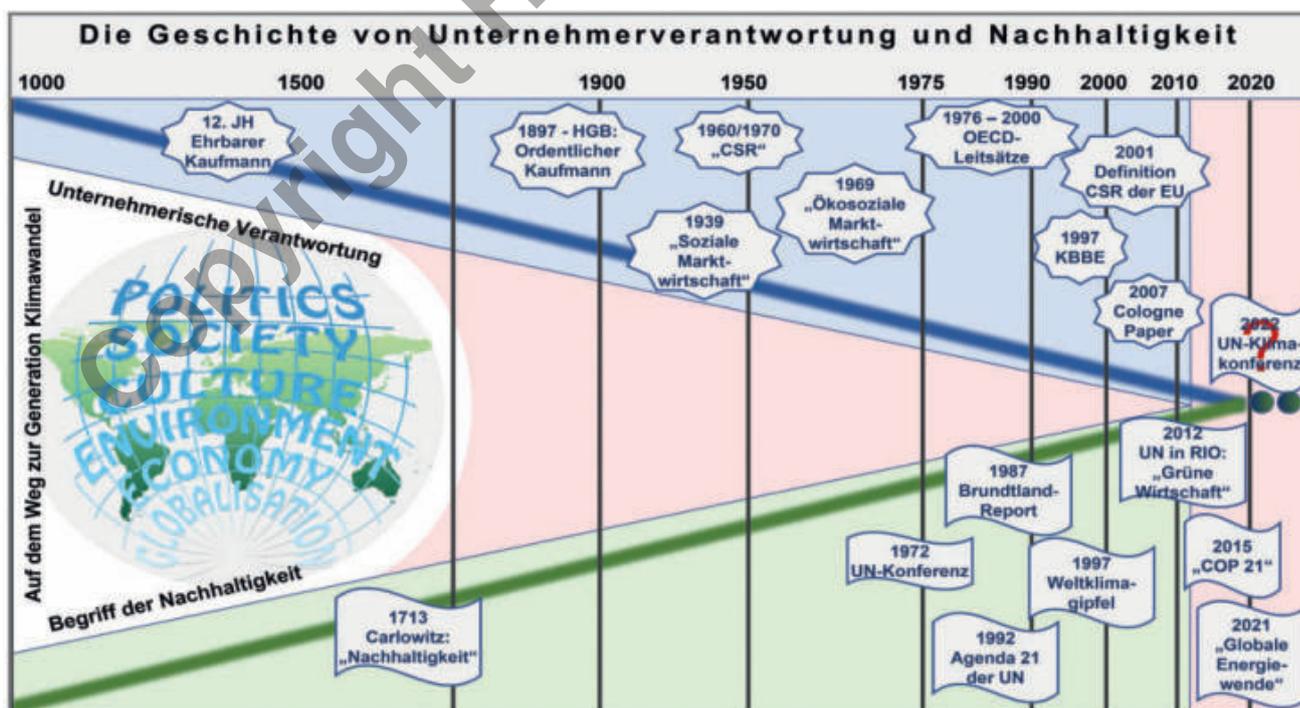
Die neuen Regelungen der EU sollten ursprünglich ab dem 01.01.2024 für das Geschäftsjahr 2023 gelten. Der Zeitplan scheint sich allerdings nach hinten zu verschieben; der Europäische Rat schlägt eine verzögerte Einführung vor. Die mittelständischen Unternehmen bekommen damit mehr Zeit, der nicht unerheblichen Berichterstattung nachzukommen.

Die folgende Grafik zeigt auf, wie lange wir uns als Gesellschaft und wirtschaftlich handelnde Unternehmen bereits mit der Thematik befassen und wie viele Meilensteine gesetzt wurden bis zur aktuellen Debatte. Dabei ist CSR eng verwoben mit den Prinzipien des Ehrbaren Kaufmanns, einem Wirtschaftsprinzip, welches auch heu-

te noch in den Satzungen der IHK's zu finden ist. CSR fokussiert nun die Anforderungen einer globalisierten und komplexer gewordenen Wirtschaft.

CSR neu definiert

Die EU-Kommission hat 2021 eine neue Definition für CSR in ihrem „Grünbuch“ veröffentlicht. Hierin wird sehr stark die Verantwortung von Unternehmen für ihre Auswirkungen auf die Gesellschaft betont. Auch die Einhaltung der geltenden Rechtsvorschriften und der zwischen Sozialpartnern bestehenden Tarifverträge wird eingefordert. Soziale, ökologische und ethische Menschenrechts- und Verbraucherbelange sollen in die Betriebsführung und in



Die historische Entwicklung von Unternehmerverantwortung und Nachhaltigkeit seit der Definition des „Ehrbaren Kaufmanns“ vor rund 1.000 Jahren

deren Kernstrategie integriert werden, was eine enge Zusammenarbeit mit allen Stakeholdern fordert.

Das Prinzip der Freiwilligkeit rückt hier zunehmend in den Hintergrund. Dies erzwingt die Befassung mit den Richtlinien und Verordnungen der Europäischen Union zur Nachhaltigkeitsberichterstattung.

Im Jahr 2014 startete die EU die nichtfinanzielle Berichtspflicht für Unternehmen. Im Jahr 2021 folgte dann durch die EU der Vorschlag für eine Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD), die die bisher geltende Non-financial Reporting Directive (NFRD) ersetzen soll. Der neue Richtlinienentwurf führt verbindliche europäische Berichtsstandards ein, die die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen fokussieren und die Ausrichtung der Unternehmensführung neben der Wirtschaftlichkeit um ökologische und ethische Aspekte ergänzt. Die nachfolgende Grafik zeigt die Inhalte der drei Säulen der nachhaltigen Unternehmensführung; sie verdeutlicht die Reichweite und auch Tragweite der Thematik.

In der zukünftigen Berichterstattung werden daher auch Informationen über Geschäftsverlauf und Ergebnissituation verlangt, in Berücksichtigung aller Stakeholder. Zu den notwendigen Berichtsinhalten gehören:

- Beschreibung von Strategie und Geschäftsmodell; Einschätzung der Chancen und Risiken in Bezug auf Nachhaltigkeitsbelange in allen drei Säulen.

Quelle: Europäische Kommission. (2011). Eine neue EU-Strategie (2011-14) für die soziale Verantwortung der Unternehmen (CSR).

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:52011DC0681&from=FR>

Grünbücher sollen auf europäischer Ebene Denkanstöße zu spezifischen Themen liefern. Sie richten sich hauptsächlich an interessierte Kreise, die damit zur Teilnahme an einem Prozess der Konsultation und Debatte auf der Grundlage der im Grünbuch enthaltenen Vorschläge aufgefordert werden.

- Ausrichtung des Unternehmens auf die Erreichung der deutschen/europäischen Klimaziele.
- Beschreibung der Ziele und Fortschrittsbericht der unternehmerischen Nachhaltigkeitsbelange.
- Beschreibung der Rollen der Verwaltungs- Geschäftsführungs- und Aufsichtsorgane in Bezug auf Nachhaltigkeit
- Darstellung der Wertschöpfungsketten, Produkte, Dienstleistungen, Geschäftsbeziehungen und Lieferketten mit der Kennzeichnung tatsächlicher und potenzieller nachteiliger Auswirkungen auf die Nachhaltigkeitsbelange.
- Offenlegung immaterieller Vermögenswerte einschließlich Informationen über intellektuelles, huma-



Darstellung in Anlehnung an: Dillerup / Stoi, 2016: Unternehmensführung Management & Leadership, Strategien, Werkzeuge, Praxis

nes und soziales Kapital sowie Beziehungs-Kapital.

- Nennung von Indikatoren, Kennzahlen und Verfahren zur Offenlegung der vorgenannten Themen.
- Angaben zu Internes Kontrollsystem (IKS) und Risikomanagement (RM)

Die Berichte sollen zukunftsorientierte und rückblickende Informationen sowie qualitative und quantitative Informationen enthalten. Sachverhalte sind als wesentlich einzustufen, wenn sie entweder für den Geschäftserfolg oder aus ökologischen oder sozialen Gesichtspunkten von Bedeutung sind. Neben den rein betriebswirtschaftlichen Aussagen sind auch Angaben zu den ethischen und gesellschaftlichen Aspekten erforderlich, wie bereits beschrieben. Beispielhaft genannt werden hier:

- **Diversity Management**
Chancengleichheit, Gleiches Entgelt, etc.
- **Gesundheitsmanagement & worklife balance**
Humane Arbeitsbedingungen, sichere Arbeitsplätze, gesunde Arbeitsumgebung, Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben.
- **Achtung der Menschenrechte**
Lieferketten

Taxonomie-Verordnung der Europäischen Kommission

Eine ganz wesentliche gesetzliche Veränderung ist die Taxonomie-Verordnung der Europäischen Kommission, die ab 2022 für Unternehmen, und seit 2021 bereits für Finanzakteure Gültigkeit hat. Hierin wird die Darstellung des Anteils ökologischer und sozialer Investitionen verlangt. Konkret bedeutet dies, dass Unternehmen ab 1. Januar 2022 in ihrer nichtfinanziellen Erklärung den Anteil an den Kennzahlen Umsatzerlöse, Investitionsausgaben und Betriebsausgaben angeben müssen, der mit ökologisch nachhaltigen Wirtschaftsaktivitäten im Sinne der EU-Taxonomie verbunden ist. Ferner werden weitere erläuternde und konkretisierende Ausführungen zu den drei Kennzahlen erwartet, wie beispielsweise Erläuterungen zur Ermittlung der taxonomiekonformen Aktivitäten und der Berechnungsmethodik der drei Kennzahlen. Damit entstehen wesentliche Parameter zur Beurteilung durch Investoren.

Betroffene Unternehmen und Termine

Der Richtlinien-Vorschlag zielt auf eine deutliche Ausweitung des Kreises der berichtspflichtigen Unternehmen ab. Nun sollen alle großen Unternehmen ab 250 Mitarbeitern im Jahresdurchschnitt, unabhängig von einer Kapitalmarktorientierung, berichten. Die weiteren Schwellen

für große Unternehmen liegen weiterhin bei einer Bilanzsumme von über 20 Millionen Euro und einem Umsatz von über 40 Millionen Euro. Zwei dieser drei Größenmerkmale müssen überschritten werden. (Berichterstattung der Daten für 2025 im Jahr 2026)

Auch alle kapitalmarktorientierten kleinen und mittleren Unternehmen, mit der Ausnahme von Kleinunternehmen (ab dem 01.01.2026) müssen berichten. Unternehmen gelten nach Richtlinie 2013/34/EU ab Überschreitung von zwei der drei Merkmale 1) 10 Beschäftigte, 2) 350.000 Euro Bilanzsumme und 3) 700.000 Euro Nettoumsatzerlöse als klein.

Fazit

Zuerst erscheint die Einführung eines Nachhaltigkeits-Reportings für den Mittelstand als weitere lästige Pflicht und Zeitfresser im behördlichen Dschungel. Zudem soll die neue EU-Verordnung auch eine Pflicht zur externen Prüfung der Nachhaltigkeitsinformationen einfordern. Mit geschicktem Einsatz und Nutzung der geforderten Inhalte und Kennzahlen in die Unternehmensstrategie und im Marketingplan wird aus der lästigen Pflicht aber auch sehr schnell ein Instrument, um sich erhebliche Wettbewerbsvorteile zu verschaffen.

Wichtig ist dabei, dass sich die Unternehmensleitung zu dieser Erkenntnis durchringt oder überzeugen lässt. Wichtig ist weiterhin, dass sie die Nachhaltigkeitsschwerpunkte in die (hoffentlich) vorhandenen strategischen Planungs- und Steuerungskomponenten integriert. Und sie organisatorisch neben der „Chefsache“ auch in den zukunftsorientierten Einheiten wie Planung/Controlling, F+E, Innovationsmanagement, Prozessmanagement oder dergleichen ansiedelt. Weniger zielführend wird eine Ansiedlung in Revision, Compliance oder Risikomanagement sein.

Nachhaltigkeit ist ein spannendes Thema, das sich deutlich ausweiten und uns lange nicht mehr loslassen wird.



Heike Lube, www.mindconcept-consulting.de
Herbert Zub, www.hlp-zub-associates.de

*Jetzt attraktive Fläche mieten:
Hagen-Campus, Gottfried-Hagen-Str. 20*

VON EINEM JUBILAR ZUM ANDEREN

Seit seiner Gründung vor 20 Jahren versorgt der RheinZeiger Gründer mit News aus der Startup-Szene. Auch die Erfolgsgeschichte der OSMAB Holding AG startete vor 20 Jahren.

Wir wünschen allen Gründern sowie dem Rheinzeiger weiterhin erfolgreiche Geschäfte.

Nachhaltige Ideen. Seit 20 Jahren.



Startups, Nachfolger und ihre kreativen Ideen

Das Weingut Spitz & Fils



Jedes Jahr im Juni führt mich der Weg ins Elsass. Das war in den letzten beiden Jahren (leider!) nicht so – Corona stand im Weg. Aber jetzt war es wieder soweit. Und wie immer wohne ich auf dem Weingut Spitz & Fils in Blienschwiller. Von hier aus geht es zur Messe „Mineral & GEM“ in St. Marie aux Mines. Und von hier aus lassen sich auch gute Weingüter besuchen – und die gibt es hier im Elsass reichlich.

Zu diesen Weingütern gehört auch das Weingut Spitz & Fils in Blienschwiller. Ich erfahre, dass der Sohn Marc nun die Nachfolge angetreten hat und das Weingut damit in die fünfte Generation führt. Und er präsentiert auch gleich zwei neue Weine, beides Naturweine.

Spitz & Fils ist ein Weingut mit Tradition und eine Winzerfamilie durch und durch. Schon der Großvater von Marc, eigentlich Finanzbeamter, hatte Wein angebaut. Auch der zweite Großvater, eigentlich Schuldirektor, betrieb nebenbei einen kleinen Weinberg. So ist das wohl im Elsass: Beruf ist Beruf, aber ohne Weinbau geht es nicht ...

Als Marc mir eine kleine Führung durch den Weinkeller gibt, zeigt er mir auch dort die historischen Spuren. An einem der Pfeiler finde ich die Zeichen EB 93 eingraviert – die Namenskürzel seines Urgroßvaters. Familie Spitz ist seit Jahr und Tag mit Engagement, Begeisterung und Leidenschaft in den Weinbergen unterwegs. Und jetzt wollen sie das Weingut als Bio-Weingut weiterführen – eine erste große Aufgabe für den Junior-Chef Marc.

Naturweine sind mir in den letzten Jahren des Öfteren begegnet. Und so bin ich gespannt, hier die neuen Weine „RED OX“ und „Avec sans“ zu verkosten. Diese Weine werden möglichst ohne Zusätze und ohne aufwändige oenologische Verfahren oder Eingriffe in die Gärung produziert. Voraussetzung ist eine entsprechende Bewirtschaftung der Weinberge, weshalb der ökologische Weinbau (Bio-Wein) als Voraussetzung für Naturwein angesehen wird. Das heißt für die Praxis: Handlese, Spontan-Vergärung in der Maische mit den dort natürlich vorkommenden Hefen, keine Schwefelung, kein Filtern.

RED OX ist ein Grauburgunder; die leuchtend rote Farbe des Weins fällt als erstes ins Auge. Der Wein zeigt in der Nase keine auffallenden Aromen, aber auf der Zunge ergänzt eine angenehme Mineralik die sehr breite Aromenvielfalt. Der zweite Naturwein, „Avec sans“, ist von helloranger Farbe, aber deutlich weniger leuchtend als RED OX. Dieser Wein ist das Ergebnis einer Mazeration von weißen Trauben der Rebsorte Silvaner, die von einer der ältesten Parzellen des Weingutes geerntet wurden.

Avec sans lässt sich gut als Aperitif oder zu hellem Fleisch und zu Käse genießen. Marc Spitz: „Ja, Naturweine sind etwas anderes: Diese Weine sind weniger lange lagerfähig. Aber vielleicht gelingt auch einmal die Entwicklung von Naturweinen, die man länger lagern kann“. Bei diesem Wein ist es sinnvoll, ihn vor dem Genuss zu dekantieren. Belüftet nimmt er eine deutlich kräftigere orange Farbe an.

Das Weingut ist mit 12 ha Anbaufläche kein sehr großes Weingut. Im Familienbetrieb ist man es gewohnt, alles mit professionellem Gerät, aber eben mit viel Handarbeit zu erledigen, wie beispielsweise die Weinlese. Und das ist durchaus gewollt, denn Handlese ist ein Markenzeichen dieses Winzers. Und chemische Mittel wurden bei Spitz & Fils schon immer weitestgehend vermieden. Man ist also bestens auf einen Bio-Anbau vorbereitet.

Die Umstellung auf Bioweine ist heute mehr als ein Trend. Diese Art des Weinbaus ist mit Mehrarbeit verbunden, und es müssen eine Reihe spezieller Regeln beachtet werden. So muss etwa ein hinreichender Abstand zu konventionellen Weingütern eingehalten werden. Marc Spitz: „Es ist gut, wenn benachbarte Weingüter auch auf Biobetrieb umstellen. Einer muss aber den Anfang machen. Nur wenn ein (erster) Tropfen ins Wasser fällt, breiten sich die Wellen aus.“

Bioweine haben in den letzten 20 Jahren deutlich an Qualität zugelegt, viele sind heute als sehr gute Weine bekannt. Marc: „Wenn alles wie geplant läuft, sind wir 2024 mit dem ersten Biowein auf dem Markt. Ich bin sicher, dass auch wir einen sehr guten Biowein erzeugen können.“

Noch bietet Spitz & Fils zumeist konventionelle Weine an. Zu den bekannten Weinen dieses Weingutes gehören neben den beschriebenen Naturweinen der Riesling Grand Cru Winzenberg, der Gewürztraminer Grand Cru Winzenberg, aber auch der Coup de Foudre, eine im Holzfass über 30 Monate gereifte Cuvée aus Auxerrois und Grauburgunder. Außerdem gibt es verschiedene Cremants, Obstbrände und Liköre sowie weitere regionale Produkte.



Alles dies macht einen Besuch in Blienschwiller lohnenswert. Madame Spitz hat geschmacklich sehr schön gestaltete Apartments anzubieten - natürlich mit wunderbarem Frühstück. Dabei sollte man nicht vergessen, dass das Elsass auch eine große Zahl von Sehenswürdigkeiten und eine interessante Küche zu bieten hat. Ein Besuch etwa im Restaurant „Le Pressoir de Bacchus“ in Blienschwiller ist absolut empfehlenswert.

www.vinsspitz.com



Über das aufregende Farbenspiel beim Wein

Rotwein, Weißwein, oder so ...

Mögen Sie Wein? Ich mag Wein. Sehr sogar. Ich bin ein Weinliebhaber, ein echter Weinfan könnte man sagen. Und als solcher kenne ich mich natürlich aus mit Wein. Ich weiß, dass Wein ein alkoholisches Getränk ist. Und ich weiß, dass es Rotwein gibt und Weißwein. Und Rosé. Ach ja, jetzt gibt es auch Orange-Wein. Die Weinwelt ist also richtig bunt – Wein trinken soll ja auch Spaß machen. Ich persönlich finde außerdem, dass Wein echt lecker schmeckt.



Es gibt also leckere Weine in verschiedenen Farben. Sind das eventuell unterschiedliche Weine? In jedem Fall dürfen Sie mit Recht fragen, woher diese verschiedenen Weine kommen, wie man sie herstellt. Dazu kann ich Ihnen zunächst einmal soviel verraten: Rotwein wird gar nicht aus roten Trauben gemacht, sondern aus blauen. Meistens zumindest. Logischerweise wird Weißwein auch nicht aus weißen Trauben gemacht, sondern aus grünen. Oder gelben. Apropos: Gibt es eigentlich weiße Trauben? Ach was, ist nicht so wichtig. Man kann Weißwein schließlich auch aus blauen Trauben machen. Selbst die Herstellung von rotem Wein aus Weißweinträuben ist möglich. Da ist es nur logisch, dass man Orange-Wein auch aus Weißweinträuben herstellt. Und der Rosé? Man könnte vermuten, dass hier Rotwein und Weißwein geschickt gemischt werden. Sie können es ja mal probieren.

Dabei fällt mir ein, dass ich nun fast den Rotling vergessen hätte. Sie sehen: Es kann anstrengend werden. Es hilft aber nichts, wir müssen darüber reden, wir sind hier nicht zum Spaß. Im übrigen hat auch hier das „sowohl-als-auch“ seine tiefe Bedeutung ... Alles ist möglich. Vielleicht kann man sogar seinen ganz persönlichen Wein kreieren lassen.



„My personal wine“ sollte doch in der heutigen digitalen Welt kein Problem sein, oder?

Sind Sie nun erstaunt? Mal ehrlich: Das waren jetzt schlicht logische Erkenntnisse. Bis auf die sicher berechnete Frage, warum eigentlich Weißwein gar nicht weiß ist. OK, wir



wollen es nicht komplizierter machen, als es schon ist. Wir können feststellen: Rotwein ist mehr oder weniger rot, Weißwein ist mehr oder weniger – sagen wir mal weißlich klar bis leicht gelblich, also mehr oder weniger hell. Das nennen wir denn einfach mal weiß. Soweit, so gut. Wir sind nun schon fast Experten.

Kommen wir nun zum Ernst der Sache. Woher kommt zum Beispiel der Rotwein? Die Antwort „Aus blauen Trauben“ ist fast richtig. Wenn wir nun einen Wein finden, der so richtig tief blau-rot ist, dann sind wir halbwegs zufrieden. Wir wissen aber: Rot und Rot ist noch lange nicht das gleiche – wir sind ja Experten und können das so sagen.



Auf jeden Fall klingt Rotwein besser als Blauwein, oder? Zur Theorie also nun auch die Praxis: Kaufen Sie sich blaue Trauben und pressen sie so schnell es geht den Saft raus. Ist der blau, sorry, rot? Nein. Er ist, wie hatten wir das genannt: Relativ hell, oder farblos (nicht unbedingt blass, aber ...).



Jetzt können Sie auf Winzer machen, kaufen sich Weinhefe und machen mit diesem relativ hellen Saft der blauen Trauben den Gärversuch. Ergebnis: Weißwein.

Also doch kein Experte?

Zur Erläuterung: Wenn Sie die Schalen mit der ausgepressten Flüssigkeit vergären, dann erhalten Sie (plötzlich), oh Wunder blauen, nein, roten Wein. Offensichtlich kommt die rote Farbe aus den Schalen. Wir sprechen hier von Maischegärung, also der Vergärung von Saft und Schalen. Wenn man übrigens mit blauen Trauben eine Maischegärung durchführt, aber die Flüssigkeit doch möglichst schnell wieder von den Schalen trennt, dann gewinnt man Rosé. Ein Rosé von derselben Rebsorte und derselben Lage nennt man Weißherbst ... Also einfach Rot- und Weißwein zu mischen, wäre dann doch etwas wenig professionell.



Aber Mischen geht auch. Jetzt kommen wir zum Rotling. Hier werden blaue und weiße Trauben vor der Gärung gemischt. Rotlinge sind durchaus bekannt. In Sachsen spricht man vom „Schieler“, in Baden von „Badisch Rotgold“ oder in Württemberg vom „Schillerwein“. Dies alles sind die kleinen, aber feinen Unterschiede. Man darf da nichts durcheinanderwerfen, alles ist klar geregelt. Ordnung muss sein.

Wir werden mehr und mehr zu Experten. Jetzt nehmen wir Weißweinträuben, zum Beispiel Grauburgunder oder, besser noch, Gewürztraminer. Wir pressen die Trauben ebenfalls aus und vergären die Schalen mitsamt Saft. Ergebnis: Rotwein.

Wir werden immer besser. Oder immer verwirrter? Nun ja, Weinbau ist offenbar nicht so ganz banal. Aber nun wollen wir

uns nicht zu sehr mit den Details der Weingewinnung beschäftigen. Schließlich sind da die Kellermeister, die Önologen, die richtigen Experten dafür. Wir interessieren uns hier mehr für die Farben. OK, schmecken sollte der Wein auch, aber das Farbenspiel ist doch wirklich interessant ...



Dazu gibt es jetzt noch eine Art Zugabe: Kennen Sie den Blauen Silvaner? Der ist bis zur Reife vom „grünen“ Silvaner kaum zu unterscheiden. Dann aber wird er dunkelrot, violett oder richtig blau. Wenn Sie nun glauben, der daraus gewonnene Wein sei rot, dann muss ich Sie enttäuschen. Dieser Wein ist goldig, vielleicht lachsfarben oder so farbig wie Zwiebelschalen. Nicht ganz logisch? Macht nichts, der Wein schmeckt fantastisch.

Fazit:

Sie sehen, alles ist relativ. Weißweine sind relativ weiß, Rotweine sind relativ rot. Alle Abstufungen sind drin und erlaubt. Sie können ja einmal ein Glas Weiß- oder Rotwein betrachten, indem Sie von der Seite, von oben oder von schräg unten durchschauen. Sehen Sie: Das meine ich mit relativ.

Wohlsein!

Ihr Otto von der Krypto



Netzwerk für Inclusive Entrepreneurship in Deutschland

Perspektive neuStart e.V.

Der private Sektor (Stiftungen und Unternehmen) hat in den letzten Jahren signifikante Mittel und Ressourcen in die Förderung von Gründungsunterstützung für Female Entrepreneurs und Newcomer Entrepreneurs investiert. Wirkungsanalysen zeigen einen nachhaltigen Erfolg dieser Maßnahmen. Der Bedarf an begleitender Beratung bei der Entwicklung eines Geschäftskonzeptes von Zielgruppen mit besonderen Herausforderungen bleibt jedoch sehr groß. Hier ist mehr Unterstützung nötig, unter anderem durch die Vermittlung von Systemwissen und das Öffnen von unternehmerischen Netzwerken.



Screenshot Webseite Perspektive neuStart

Der gemeinnützige Verein Perspektive neuStart e.V. unterstützt Menschen, die sozial, kulturell, geschlechtsspezifisch, wirtschaftlich, wegen ihres Alters oder aufgrund einer Behinderung im Erwerbsleben benachteiligt sind. Gezielte Qualifizierungsangebote sollen diesen Menschen die Möglichkeit eröffnen, beruflich selbstständig tätig zu werden. Der Verein verwirklicht seine Zwecke insbesondere durch:

- ❑ die Entwicklung und Durchführung von Informations- und Bildungsveranstaltungen (Seminare, Workshops, Projektwerkstätten)
- ❑ den Aufbau von Mentoren-Pools zur Weitergabe von beruflichem Erfahrungswissen
- ❑ die Vermittlung und Vergabe materieller Hilfe für Personen, die arbeitslos oder von Arbeitslosigkeit bedroht sind, auf Arbeitslosengeld II angewiesen sind oder in anderer Weise sozial, wirtschaftlich oder infolge einer Behinderung benachteiligt sind, um berufliche Perspektiven zu schaffen
- ❑ die Förderung des bürgerschaftlichen Engagements
- ❑ die Generierung von Know-how in Rahmen von Forschungsvorhaben

Für die Umsetzung der Vereinszwecke ist jede aktive Beteiligung willkommen. Mitglied kann jede natürliche Person werden, die im Verein oder einem von ihm geförderten Projekt aktiv mitarbeiten möchte. Fördermitglied kann jede natürliche oder juristische Person werden, die sich zwar nicht aktiv betätigen, jedoch die Ziele und den Zweck des Vereins fördern und unterstützen möchte.

Im Rahmen einer Online-Veranstaltung am 27. Juli 2022 wurden Arbeit und Ziele des Vereins vorgestellt. Die Initiatoren sind überzeugt, dass die Selbstständigkeit ein zusätzlicher Baustein der Arbeitsmarktintegration und damit zu allen weiteren Stufen sozialer Teilhabe von Geflüchteten ist. Gemeinsam möchten wir Erfolgsfaktoren der Gründungsunterstützung für Geflüchtete aufzeigen

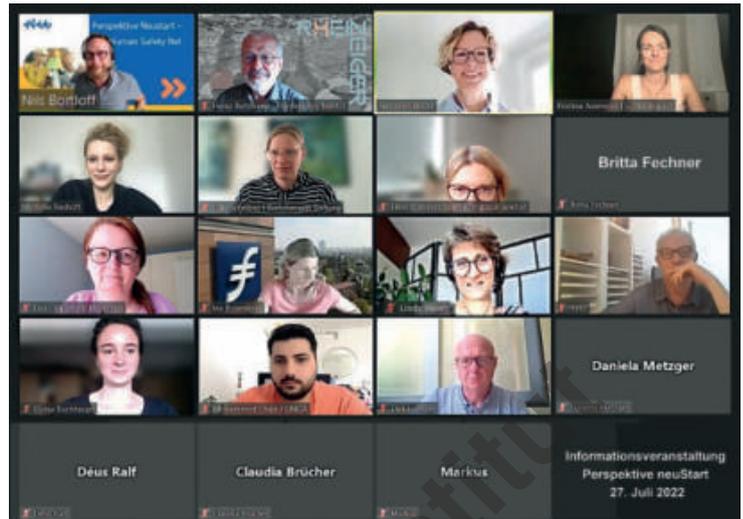
und Hemmnisse abbauen, um noch mehr Geflüchteten eine Perspektive in der Selbstständigkeit zu bieten.

Fortbildung für Gründungsberater*innen

Die Arbeit des Vereins ist durchaus anspruchsvoll. Newcomer Entrepreneurs und Female Entrepreneurs stehen vor besonderen Herausforderungen, wenn sie in Deutschland ein Unternehmen gründen. Berater*innen brauchen Skills zur sprachsensiblen Beratung, müssen verstehen, was es bedeutet, ein System nicht zu kennen, sind mit Diskriminierungserfahrungen der Gründer*innen konfrontiert und wollen gleichzeitig die großen Potentiale der Zielgruppen nutzbar machen. Damit diese besonderen Anforderungen an Gründungsberater*innen kompetent umgesetzt werden können, bietet Perspektive neuStart Kompaktkurse zur Qualifizierung an. Auch der Erwerb eines Zertifikates ist möglich.

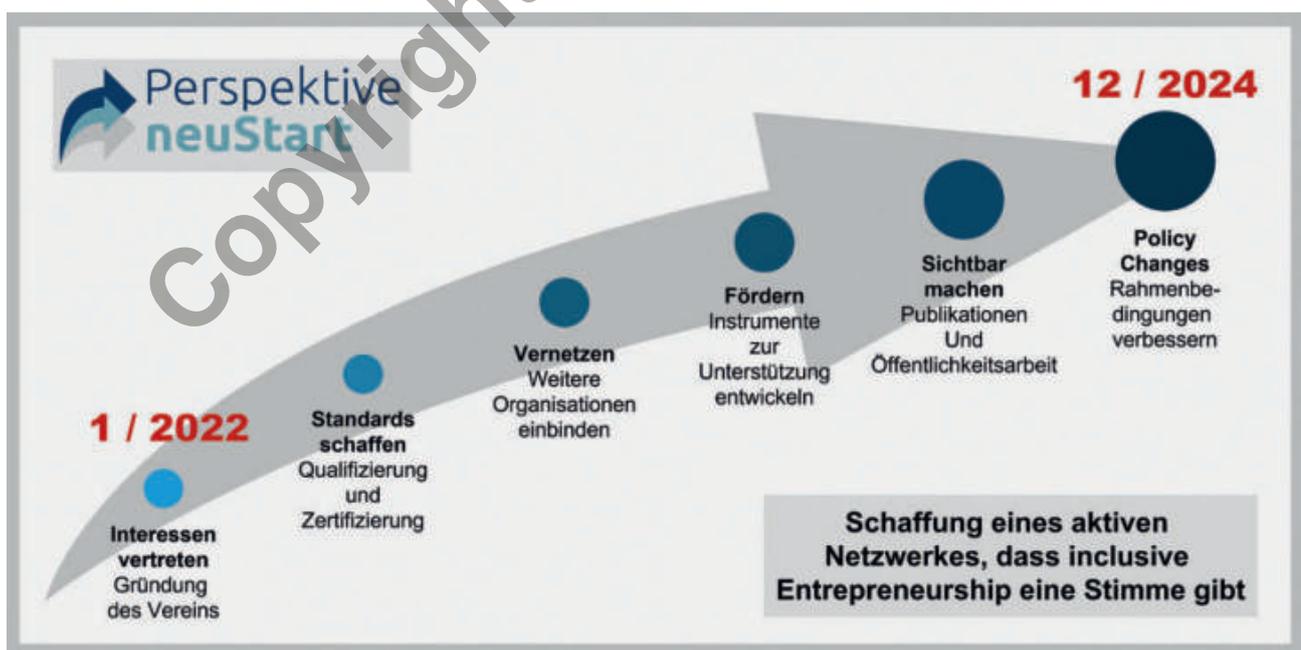
Inclusive Entrepreneurship Summit

Die Initiative „Perspektive neuStart“ soll am 14. November 2022 als Verein gegründet werden. Diese Gründung wird als „Inclusive Entrepreneurship Summit“ gestaltet. Ganz nach dem Motto Austausch, Diskussion, Inspiration und Sensibilisierung soll der Startschuss zur inklusiven Gestaltung des Gründungsgeschehens in Deutschland für Female und Newcomer Entrepreneurs gegeben werden. Das hybride Event findet von 14:00 bis 19:00 Uhr statt.



Inspirierende Newcomer und Female Entrepreneurs teilen ihre Hindernisse und teilweise holprigen Gründungsgeschichten mit den Anwesenden. Eine Round Table Diskussion mit Teilnehmenden aus der Politik, Multiplikatoren, Female und Newcomer Entrepreneurs wird die Herausforderungen aber auch Chancen des Gründens in Deutschland diskutieren. Dabei sollen Maßnahmen festgelegt werden, deren Umsetzung der Verein dann verfolgen möchte.

Mehr Informationen können per Mail angefragt werden: simonechlosta@kiz.de oder assenova@socialimpact.eu



Grafik: Perspektive neuStart e.V.

Kurzmeldungen & Events

Deutscher Startup Monitor 2022

Der Deutsche Startup Monitor erschien am 29. September 2022. In diesem Gemeinschaftsprojekt von Startup Verband und PricewaterhouseCoopers GmbH (PwC) werden jährlich über 2.000 Startups befragt. Ein Vorab-Report, publiziert durch den Startup Verband, beschreibt und diskutiert die aktuelle und zukünftige Geschäftslage der im Rahmen des Deutschen Startup Monitors 2022 befragten Startups. Und diese Beschreibung fällt eher düster aus. Vor dem Hintergrund der aktuellen Krisen wird das Geschäftsklima negativ bewertet.

Der Startup Monitor 2022 wird auf rheinzeiger.de unter „Aktuelles“ ausführlich vorgestellt und zum Download angeboten.



www.startupverband.de

Digital Gründen

Gründen in Deutschland wird einfacher. Seit dem 03. August 2022 können Unternehmen in Deutschland online gegründet werden – zumindest, wenn es sich um eine GmbH oder UG handelt und bestimmte Voraussetzungen erfüllt werden. Das zum 1. August in Kraft getretene Gesetz zur Umsetzung

der Digitalisierungsrichtlinie (DiRUG) entbindet Gründerinnen und Gründer von der Pflicht, persönlich beim Notar zu erscheinen. Stattdessen ist die Gründung seit heute in einem Video-Meeting möglich.

www.bnotk.de

Startup-Strategie der Bundesregierung

Seit knapp einem Jahr haben wir in Deutschland eine neue Regierung – die „Ampel“ hat Anfang Dezember 2021 ihren Job angetreten. Ein halbes Jahr später legte die neue Bundesregierung ihre „Startup-Strategie“ vor. Das Kabinett hat am 27. Juli 2022 die erste umfassende Startup-Strategie einer Bundesregierung beschlossen. Ziel der Strategie ist, die Start-up-Ökosysteme in Deutschland und Europa zu stärken. Nach dem Kabinettsbeschluss beginnt jetzt die Umsetzung der Maßnahmen, die in zehn Handlungsfelder aufge-

teilt sind. Wirtschaftsminister Habeck: „Startups ... sind junge innovative Unternehmen, die wachsen wollen. Sie entwickeln neue Ideen und treiben Innovationen voran. Startups pushen uns in Richtung Zukunft.“

Download der Strategie unter rheinzeiger.de (vgl. Seite 6).



German Startup Awards

Am 11. Mai 2023 verleiht der Startup-Verband zum 4. Mal die German Startup Awards an Newcomer und erfahrene Gründer, an visionäre Investoren und Impact Entrepreneur. Jetzt bleiben nur noch wenige Tage, um Vorschläge einzureichen. Wer soll



im Mai nächsten Jahres einen German Startup Award in den Händen halten? Nominiert werden können **bis zum 30. Oktober 2022** Top-Persönlichkeiten, die das deutsche Startup-Ökosystem so außergewöhnlich und großartig machen!

www.germanstartupawards.de/nominierung

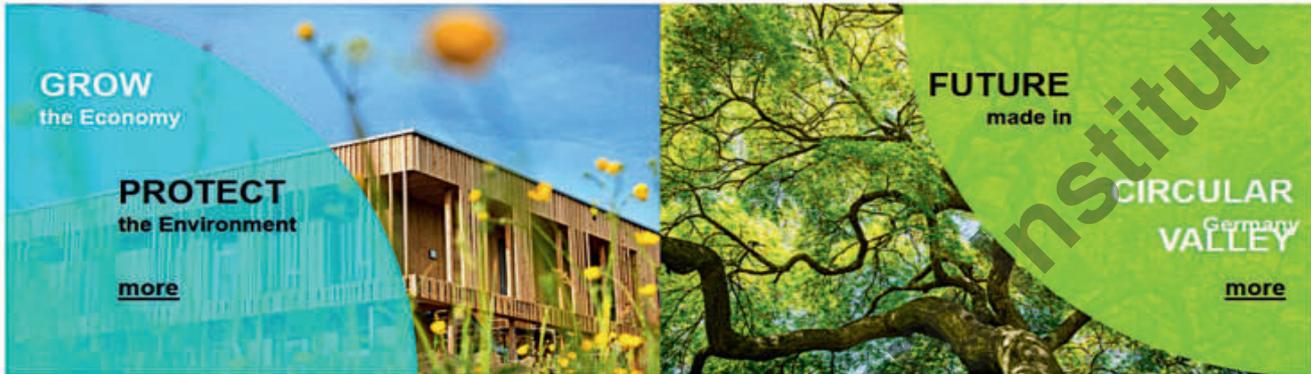
Forum am 18. November 2022 in Wuppertal

Circular Economy in Deutschland



The Idea

OF CIRCULAR VALUE CREATION



Screenshot Website Circular-Valley-Stiftung

600 Entscheiderinnen und Entscheider aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Zivilgesellschaft treffen sich am 18. November 2022 beim ersten Circular Valley® Forum. In der Historischen Stadthalle Wuppertal diskutieren sie über die großen Herausforderungen einer zirkulären Wirtschaftsweise – und die besten Ideen für den Weg dorthin. Im Zentrum steht die Frage, wie wir die Transformation von der linearen zur zirkulären Wirtschaftsweise schaffen. „Wir werden eine Menge spannende Antworten auf diese Fragen haben“, verspricht Dr. Carsten Gerhardt, Gründer der Circular Valley® Stiftung, die das Forum veranstaltet. Mit dabei sind unter anderem: Hendrik Wüst, Minister-

präsident von Nordrhein-Westfalen, Mona Neubaur, Ministerin für Wirtschaft, Industrie, Klimaschutz und Energie NRW, Oliver Krischer, Minister für Umwelt, Naturschutz und Verkehr NRW.

Die Circular-Valley-Stiftung wurde im Mai 2021 gegründet, um die weitere Rhein-Ruhr-Region zu einem Hotspot der globalen Kreislaufwirtschaft zu machen. Dazu soll auch ein Akzelerator aufgebaut werden, in dem Start-ups, etablierte Unternehmen aus der Region und die Wissenschaft neue Lösungen für Fragen des Ressourceneinsatzes entwickeln.

www.circular-valley.org

Wein-Seminar

„Ein wuchtiger, würziger Wein mit floralen Noten, kirschtig mineralischen Ansätzen und mit muskulösem holzigem Finale sowie einem animalisch rauchigen Abgang mit leicht disharmonischem Nachhall.“

Und, konnten Sie erkennen, um welchen Wein es sich handelt? Nein? Das Hardenberg Institut bereitet derzeit ein Wein-Seminar der besonderen Art vor. Wein ist seit Jahrtausenden ein beliebtes Heilmittel, ein berauscher Saft und vor allem ein schier unerschöpflicher Quell der Aromen. Der Dozent, **Jochen Ruthardt**, Winzer und Weinbau-Techniker aus Lauda-Königshofen, möchte mit den Teilnehmern einmal tief ins Glas schauen, um etwas herauszufinden über die Aromen, die Rebsorten, die Weinherstellung und vieles mehr.

Konrad Beikircher, Kabarettist und Weinliebhaber, wird seine Sicht der Dinge beisteuern und die „Lehren“ des Dozenten kommentieren. Veranstalter dieses Wein- und Sensorik-Seminars für Einsteiger und Fortgeschrittene Weinliebhaber ist das **Hardenberg Institut**. Das Seminar findet statt an einem Samstag im März 2023 und dauert von 14:00 bis 22:00 Uhr. Das Seminar richtet sich an alle Weinliebhaber und solche, die es werden wollen.

Interessenten melden sich bitte gerne jetzt schon unter info@rheinzeiger.de.

Zur Einstimmung: Siehe Seite 54





Deine Zukunft im Blick.

Denn bei uns steht deine Gründung im Fokus.

Als die Nr. 1 bei Gründungsfinanzierungen in Köln und Bonn begleiten wir dich mit einer passgenauen Finanzierung, einem großen Netzwerk und persönlicher Beratung.

Jetzt durchstarten!
skbn.de/gruendung



GRÜNDERCENTER
der Sparkasse KölnBonn