

Rheinzeiger

Innovationen und Perspektiven rechtsrheinisch

Köln, April 2008

KoKoN
entfaltet sich

Innovationen –
für die Praxis,
für den Weltraum

Websites –
Werbemedium und
virtuelle Helfer

Kreativität –
für Tüftler und
Innovatoren





Liebe Leser,

bereits im April 2006 habe ich an dieser Stelle geschrieben, dass zwei Tatsachen in Wirtschaft und Politik allgemein akzeptiert sind, nämlich dass zum einen die wirtschaftliche Gesundung in Deutschland nur gelingen wird, wenn Innovationskraft und Mittelstand durch eine breite Welle von nachhaltig stabilen Firmen-Neugründungen getragen werden und zum anderen, dass das enorme Potenzial an möglichen Existenzgründungen an den Hochschulen (noch) nicht ausgeschöpft wird.

In den beiden vergangenen Jahren ist an den Hochschulen in Köln viel getan worden, um Studierenden und Absolventen auf der einen Seite, aber auch dem wissenschaftlichen und nichtwissenschaftlichen Personal bis hin zum Hochschullehrer die Alternative Existenzgründung näher zu bringen.

Bereits seit 1999 werden durch das Hochschulgründernetz cologne über die Transfereinrichtungen der Universität zu Köln, der Fachhochschule Köln und der Deutschen Sporthochschule Köln Veranstaltungen zur Gründermotivation und -fortbildung angeboten. Seit Anfang 2008 betreibt das Hochschulgründernetz cologne das „Gründerbüro der Kölner Hochschulen“ und bietet dadurch – neben einer Intensivierung des Veranstaltungsangebots – nun auch die Möglichkeit für gezielte Beratung und Coaching von Gründern. Wir sind dem Bundeswirtschaftsministerium außerordentlich dankbar, dass es im Rahmen der EXIST-III-Förderung hierfür die notwendigen Mittel für drei Jahre bereit stellt. Neben dem Hochschulgründernetz cologne wird auch die an der Universität zu Köln neu gegründete CENSET gGmbH mit EXIST-III-Mitteln gefördert. CENSET zielt vor allem auf den 'scientific entrepreneur',

also den unternehmerisch denkenden Wissenschaftler. Gemeinsam bilden hgnc und CENSET das Koelner Kompetenznetz für technologieorientierte und wissensbasierte Existenzgründungen KoKoN.

Das Hochschulgründernetz cologne wird mit Rat und Tat sowie finanziell unterstützt durch die beiden Kölner Sparkassen, die regionalen Technologie- und Gründerzentren, die Stadt Köln und weitere Einrichtungen im Raum Köln. Es bietet dadurch Gründungsinteressierten neben Beratung und Schulung über die Gründerzentren auch eine gute Infrastruktur zum Unternehmensstart an. So ist das Rechtsrheinische Technologie- und Gründerzentrum RTZ in Köln-Kalk ein wichtiger Partner für gründungsinteressierte Hochschulmitglieder. Seit der Gründung des RTZ arbeitet die Universität zu Köln gerne mit diesem Zentrum zusammen, das vor allem auch Naturwissenschaftlern durch die besondere Labor-Infrastruktur Gründungschancen eröffnet.

Der globalisierte Wettbewerb erfordert weiterhin eine Auseinandersetzung mit der Wissensgesellschaft, damit innovative Produkte, Dienstleistungen und Verfahren zügig ihren Weg zur wirtschaftlichen Umsetzung am Markt finden. Die Universität zu Köln unterstützt nicht zuletzt deshalb alle Aktivitäten, die geeignet sind, Kommunikation und Kooperation zwischen Wissenschaft und Wirtschaft weiter zu entwickeln. Gemeinsam werden wir daher im Hochschulgründernetz cologne, bei CENSET und KoKoN die Bemühungen zur Gründermotivation und -schulung an den Hochschulen konsequent ausbauen, um auch so einen Beitrag zur Zukunftsfähigkeit der Region KölnBonn zu leisten.

Professor Dr. Axel Freimuth
Rektor der Universität zu Köln

23. April 2008, Universität zu Köln
Kick-off der Gründerübung hgnc-start-up
www.hgnc.de

IMPRESSUM

Herausgeber & Copyright



Rechtsrheinisches Technologie- und
Gründerzentrum Köln GmbH

Gottfried-Hagen-Str. 60-62; 51105 Köln; Telefon 02 21/839 11-0
Redaktion: Dr. Heinz Bettmann, Ilona Schulz
Gestaltung: dreisprung mediendesign; www.dreisprung.net

Autor: Christoph Wanko, freier Wissenschaftsjournalist, Köln; Fotos: Wanko

CECAD-Cologne geht an den Start



Auftakt für exzellente Altersforschung

Es kam dem Rektor der Universität zu Köln, Axel Freimuth, anfangs noch etwas schwer über die Lippen: „Cellular Stress Responses in Aging-Associated Diseases“, so ist die englische Bezeichnung für das neue Exzellenzcluster, das die Universität im Rahmen der bundesweiten Exzellenzinitiative errungen hat. Damit, so der Rektor, habe sich die Kölner Hochschule in der „Bundesliga der Universitäten“ etabliert. Köln sei mit seinem Forschungsschwerpunkt der Lebenswissenschaften jetzt europaweit konkurrenzfähig.

Ziel:

Spitzenstandort für Altersforschung

Ärzte und Forscher der Uniklinik Köln sowie Wissenschaftler der Universität zu Köln und des neuen Max-Planck-Instituts für die Biologie des Alterns werden unter dem Dach des CECAD die molekularen Mechanismen des Alterungsprozesses untersuchen. In einem ersten Schritt versuchen die Wissenschaftler herauszufinden, wie das Altern auf molekularer Ebene überhaupt funktioniert. Darüber ist bisher recht wenig bekannt. Auf Basis dieses Wissens sollen später einmal neue

Therapieansätze für die häufigsten Erkrankungen im Alter wie Diabetes mellitus, Arteriosklerose und Krebserkrankungen gefunden werden.

Ein Forschungsansatz:

Insulin als mögliche Alterssteuerung

Die Forscher vermuten beispielsweise, dass eine gewisse Form der Insulinresistenz Alzheimer begünstigen kann. Aus reinen Beobachtungsstudien von Fallzahlen weiß man bereits, dass Altersdiabetes und Alzheimer häufig miteinander einhergehen. Was bisher jedoch nicht beweist, dass zwischen beiden Erkrankungen ein kausaler Zusammenhang besteht oder dass beide Leiden auf einen identischen Defekt hinweisen. Aber: Wenn Insulin im Gehirn nicht mehr richtig wirken kann, also eine Insulinresistenz vorliegt, kommt es vermehrt zu Proteinablagerungen im Gehirn. Dadurch werden Nervenzellen zerstört, was zu beschleunigter Alterung des Gehirns

beiträgt und in einigen Fällen auch zum Ausbruch der Alzheimer-Krankheit führen kann.

Nachhaltige Finanzierung

Das Kölner Exzellenzcluster bekommt jährlich sechs Millionen Euro aus dem Topf der Exzellenzinitiative zur Förderung der universitären Spitzenforschung. Diese Förderung ist auf fünf Jahre angelegt und ermöglicht eine weitsichtige und nachhaltige Planung. Ein, wie Professor Jens Brüning bemerkte, „nicht alltägliches Vergnügen. Innovationsminister Professor Dr. Andreas Pinkwart konnte außerdem am Tag der Eröffnung des CECAD bekannt geben, dass vom Land zusätzlich elf Millionen Euro für Labore und andere Ausstattungen bereitgestellt werden. Daneben unterstützt das Land die Ansiedlung des neuen Max-Planck-Instituts für Altersforschung mit 30 Millionen Euro.



Rechtsrheinisches Technologie- und Gründerzentrum Köln GmbH

Hier haben Gründer
Zeit und Raum!



Gut beraten gründen
und sicher wachsen!

www.rtz.de



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

Foto: Shutterstock

Autorin: Silke Keul

DAMIT SICH EXISTENZGRÜNDER ENTPUPPEN

Die Akteure hinter KoKoN

Nur wenige Monate dauerte es, bis der Antrag zur finanziellen Förderung durch EXIST III beim Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) bewilligt und sich das Koelner Kompetenznetz für technologieorientierte und wissensbasierte Gründungen aus Hochschulen (KoKoN) entfalten konnte. Seit Oktober 2007 wird das Projekt in die Wirklichkeit umgesetzt. Doch was ist KoKoN? Hinter den fünf Buchstaben steckt mehr als ein Neuzusammenschluss von Gründungsexperten. Hier vereint sich das seit 1998 bestehende hochschulgründernetz cologne (hgnc) mit der aus dem Antrag heraus gegründeten „Center for Scientific Entrepreneurship and Transfer“ (CENSET).

Neues Kompetenzzentrum

Die Censet gemeinnützige GmbH

Aus der Notwendigkeit heraus, nachhaltige, organisatorische Strukturen sowie infrastrukturelle Hilfen zur Vorbereitung, Realisierung und Begleitung konkreter Gründungsvorhaben zu etablieren, wurde das CENSET gegründet. Seit Oktober 2007 leiten Dr. Richard C. Geibel und Christian Schmitt diese gemeinnützige GmbH als zentrale Koordinationsinstanz zwischen den Hochschulen, den regionalen außeruniversitären Forschungseinrichtungen der Helmholtz-Gemeinschaft und der Fraunhofer-Gesellschaft sowie Unternehmen, Vereinen und Verbänden der Region. Ihre Aufgabe ist es, Wissenschaftler und Professoren der Regionen verstärkt zu wissens- und technologiebasierten (Aus-)

Gründungen zu motivieren. Im Mittelpunkt steht hier speziell das Bild des Scientific Entrepreneur – eines unternehmerisch agierenden Wissenschaftlers. Mit Hilfe von CENSET soll darüber hinaus eine stärkere Kooperation zwischen Wissenschaft und Wirtschaft etabliert werden. Das neue Kompetenzzentrum zur Förderung von Existenzgründungen aus regionalen Hochschulen entstand mit Beginn des EXIST III-Projektes durch die Unterstützung des „BIFOA - Verein zur Förderung der Betriebswirtschaftslehre an der Universität zu Köln e.V.“



Gründerseminar im Januar 2008

1. Kölner Scientific Entrepreneurship Kongress

Als erstes Projekt von CENSET wurde gemeinsam mit der IHK zu Köln und Innovationsminister Prof. Dr. Andreas Pinkwart der 1. Kölner Scientific Entrepreneurship Kongress im November 2007 an

der Universität zu Köln durchgeführt. Dieser wurde von mehr als 200 Teilnehmer/innen aus Politik, Wissenschaft und Wirtschaft besucht. Im Rahmen des Kongresses wurde der 15. EXIST-Workshop angeboten, welcher sich thematisch explizit der Existenzgründung aus Hochschulen widmete. In diesem Rahmen wurde auch KoKoN, gemeinsam von CENSET und dem hgnc, vorgestellt.

Campus Entrepreneurship und Innovationsmanagement (CEIM)

Als weitere grundlegende Unterstützungsmaßnahme von CENSET befindet sich derzeit der Campus Entrepreneurship und Innovationsmanagement (CEIM) in Vorbereitung. Im CEIM erhalten Mitarbeiter regionaler Hochschulen und Unternehmen in einem interdisziplinären Umfeld von Experten aus der Wirtschaft und erfolgreichen Scientific Entrepreneuren einen Einblick in erlebte und persönlich referierte Best-Practices zu relevanten Fragen wie Unternehmensführung, Unternehmensnachfolge, Innovations- und Technologiemanagement oder auch Personalführung und Risikobewertung. Im Rahmen einer projektorientierten Weiterbildung arbeiten Doktoranden und Mitarbeitern regionaler Unternehmen darüber hinaus gemeinsam an einem Gründungs- oder Transferprojekt und absolvieren parallel ein mehrsemestriges Qualifizierungsstudium. Beide Veranstaltungsformen werden so konzipiert, dass sie ideal als Kontaktplattform zwischen Wissenschaftlern und regionalen Unternehmen dienen.

Dr. Richard C. Geibel
Christian Schmitt
 Geschäftsführer CENSET GmbH
 Pohligr. 1
 50969 Köln
 Tel: 0221 - 470 5321
 Fax: 0221 - 470 5383
 info@censet.eu
 http://censet.uni-koeln.de

Kay G. Balster
 Leiter des Gründerbüros
 der Kölner Hochschulen
 Universitätsstr. 45
 50923 Köln
 Tel: 0221 - 470 61 66
 Fax: 0221 - 470 52 79
 k.balster@verw.uni-koeln.de
 http://www.hgnc.de

Etablierte Gründerförderung ...

Das hochschulgründernetz cologne

Im Jahr 2008 feiert das hochschulgründernetz cologne (hgnc) seinen zehnten Geburtstag – und als Bestätigung der bisher geleisteten guten Arbeit die Expansion im Großprojekt KoKoN.

Rückblick: Das hgnc wurde 1998 mit Unterstützung des Landes Nordrhein-Westfalen von der Deutschen Sporthochschule Köln, der Fachhochschule und der Universität zu Köln mit der Zielsetzung ins Leben gerufen, Studierenden, dem akademischen Mittelbau, Professoren sowie Mitarbeiter/innen der Verwaltung die Alternative Unternehmensgründung aufzuzeigen. Mit modularen Seminaren, Workshops, Übungen und Businessplan-Wettbewerben schafften es die koordinierenden Technologietransferstellen der Hochschulen, mit fachkundigen Referenten Gründungs-Know-How zu vermitteln und Gründungsinteressierten den Anreiz zu geben, sich selbstständig zu machen. Nach Ablauf der Landesförderung übernahmen die Kreissparkasse Köln sowie die Sparkasse Köln/Bonn, die Stadt Köln und drei Technologiezentren der Region (RTZ, Start Hürth, Start Media Hürth, RBTZ Bergisch Gladbach) die Finanzierung des hgnc in einem public-private-partnership. So konnte das Angebot des hgnc auch für die Zukunft gesichert werden.

...ausgebaut durch EXIST III

Mit den Mitteln des Förderprogramms EXIST III lässt sich nun das etablierte Veranstaltungskonzept des hgnc noch weiter ausbauen. Ganz neu und eine deutliche strukturelle Verbesserung ist das Gründerbüro. Es ist zentraler Anlaufpunkt für Interessierte, die Fragen rund um das Gründen eines eigenen Unternehmens und

zum Thema Selbständigkeit haben. Kompetente Antworten gibt Kay G. Balster, der langjährige Erfahrungen im Bereich Existenzgründungsberatung für die Leitung des Büros mitbringt. Um den organisatorischen Aufwand der Veranstaltungsplanung, Beratung sowie Sponsorenbetreuung und den Kooperationsaufgaben mit dem neuen Partner CENSET gerecht zu werden, wird Kay G. Balster von zwei Studentischen Hilfskräften im Gründungsbüro sowie je einer an der Sporthochschule und Fachhochschule unterstützt. Inhaltlich gibt es künftig neben der direkten Beratung Ideenfindungsseminare, weitere Planspiele und die Möglichkeit, im virtuellen Business-Inkubator eines Technologie- und Gründerzentrums der Region (RTZ, Start Hürth, Start Media Hürth, RBTZ Bergisch Gladbach) das eigene Unternehmenshandlung zu testen.

Gemeinsames Ziel:

Entpuppen wie ein Schmetterling

Ähnlich wie in der Natur sollen aus diesem KoKoN viele erfolgreiche und für die Zukunft motivierte Junggründer/innen hervorgebracht werden. Seien es die Studierenden und Mitarbeiter/innen oder Professoren und Wissenschaftler. KoKoN macht vieles möglich – und das dank der Förderung zum Nulltarif. Hinter den Teilprojekten stehen zudem Partner und Sponsoren, die nicht nur für Beratungs- und Finanzierungsanfragen zur Verfügung stehen, sondern auch Büro- und Laborflächen für Gründer anbieten.

Wer noch das passende Know-how oder den Platz zum Gründen sucht, ist gerne dazu eingeladen, sich bei KoKoN Rat einzuholen. Und wer weiß, welcher schöne Schmetterling der Kölner Hochschulen sich als nächstes entpuppt?



**Damit Sie's wissen:
Wir baden mit Ihrer Frau.**

**Wasser für 1 Million Haushalte
in der Region.**

Da immer dabel.

RheinEnergie

INNOVATIONEN FÜR DEN MITTELSTAND

Nordrhein-Westfalen (NRW) beheimatet mehr als 1.600 Unternehmen aus dem Bereich Maschinen- und Anlagenbau. Mit 190.000 Mitarbeitern erwirtschafteten sie nach Angaben des hiesigen Verbandes der Deutschen Maschinen- und Anlagenbauer (VDMA) im vergangenen Jahr einen Umsatz von fast 37 Milliarden Euro.

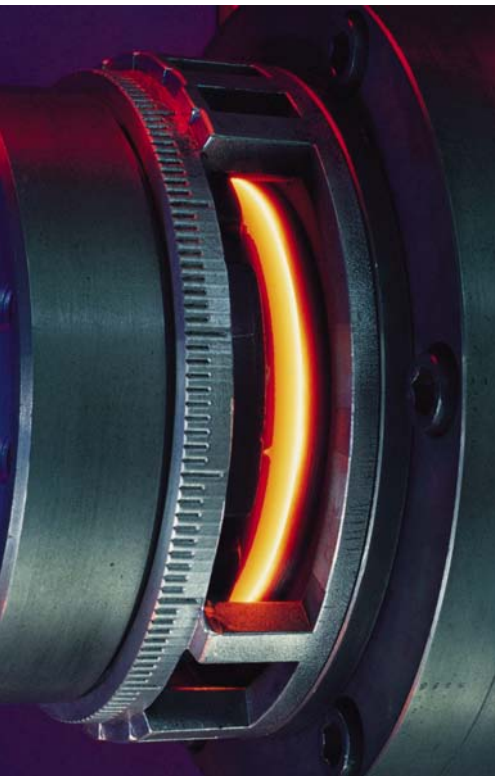
Das Siegel „Made in Northrhine-Westfalia“ steht weltweit hoch im Kurs. Dies belegt eine durchschnittliche Exportquote von 60 Prozent. Die Branche wird vor allem von KMUs, also Mittelständischen Unternehmen, geprägt. Etwa 70 Prozent der heimischen Firmen haben laut VDMA weniger als 100 Mitarbeiter.

Auf dem Weg zur Umsetzung zukunftsweisender Ideen entdecken immer mehr Mittelständler einen Vorzug ihres Heimatstandorts NRW. Zwischen Rhein, Ruhr und Weser gibt es nicht nur eine einzigartig dichte Hochschullandschaft, sondern vor allem auch engagierte Großforschungseinrichtungen. Das Deutsche Zentrum für Luft- und Raumfahrt (DLR) unterstützt die heimischen Unternehmen bei der Entwicklung neuer Produkte und Dienstleistungen.

Technologiemarketing im DLR

Das DLR verfügt mit seinen rund 5.600 Mitarbeitern an 13 Standorten in Deutschland über vielseitige Kompetenzen aus den Forschungsbereichen Luftfahrt, Raumfahrt, Energie und Verkehr. Damit ist es in den vergangenen Jahren zu einem bundesweit geschätzten Innovationspartner für den Mittelstand geworden. Als Bindeglied zwischen Forschung und Industrie übernimmt das Technologiemarketing des DLR die Rolle des Mittlers zwischen den Anforderungen und Interessen der Industrie einerseits und dem Know-how des DLR bei der Produktentwicklung andererseits. Das Ziel ist es, den Unternehmen bedarfsgerechte Lösungen für ihre aktuellen Fragestellungen anzubieten.

Die Bereiche, in denen das DLR über weitreichende Problemlösungskompetenz verfügt, sind wesentlich umfangreicher, als es von einem Forschungszentrum für Luft- und Raumfahrt zu erwarten ist. Die Spanne reicht von Kommunikationstechnik, kommerziellen Satellitenanwendungen, Verkehrsführungs- und Leitsysteme über Robotik, Mechatronik, optische Systeme, Verbrennungstechnik, Simulationsverfahren, Akustik und Hochleistungswerkstoffe wie beispielsweise faserverstärkte Metalle, Keramik und Kunststoffe, Leichtmetalle oder umweltfreundliche Gusskerne bis hin zur Brennstoffzelle, der Auslegung und Qualifizierung von fokussierenden Solarsystemen oder weiteren Themen der Energieumwandlung.



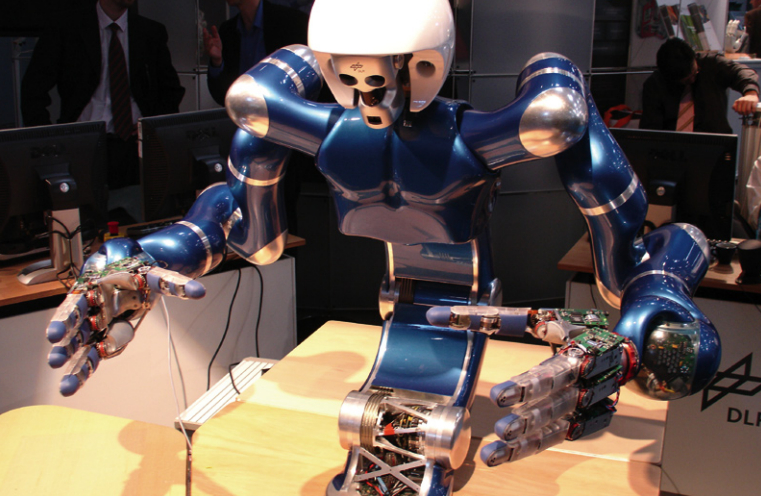
Bremsscheibe aus Faserkeramik

Ihr Ansprechpartner beim
DLR-Technologiemarketing
für NRW ist:

Deutsches Zentrum für
Luft- und Raumfahrt e. V.
Technologiemarketing
Hr. Jochen Krampe

Linder Höhe, 51147 Köln
Tel.: 02203/601-36 65
Fax: 02203/69 5-689

tm.kp@dlr.de
www.dlr.de/Technologiemarketing



Leichtbauroboter Justin

Unterwegs in wichtiger Mission

Das DLR hat schon früh den Bedarf der Industrie nach einem verlässlichen und qualifizierten Partner bei der Entwicklung neuer Produkte und Dienstleistungen erkannt und einen eigenen Bereich für Technologiemarketing und -transfer aufgebaut. Heute können die Mitarbeiter des DLR-Technologiemarketing auf viele erfolgreiche Kooperationen mit der Industrie zurückblicken.

Um langfristig erfolgreich am Markt bestehen zu können, sind viele Unternehmen auf Innovationen angewiesen. Neben den Chancen, die sich durch neue Produkte ergeben, gibt es auch Risiken. Das Technologiemarketing des DLR bietet verschiedene Kooperationsmodelle für die Zusammenarbeit mit Unternehmen an, sogenannte Chance- /Risikopartnerschaften. Eines haben alle Modelle gemeinsam: Beide Partner teilen sowohl die Risiken als auch den gemeinsamen Erfolg. Für solche gemeinsamen Projekte steht dem DLR ein eigens dafür eingerichteter Fonds zur Verfügung.

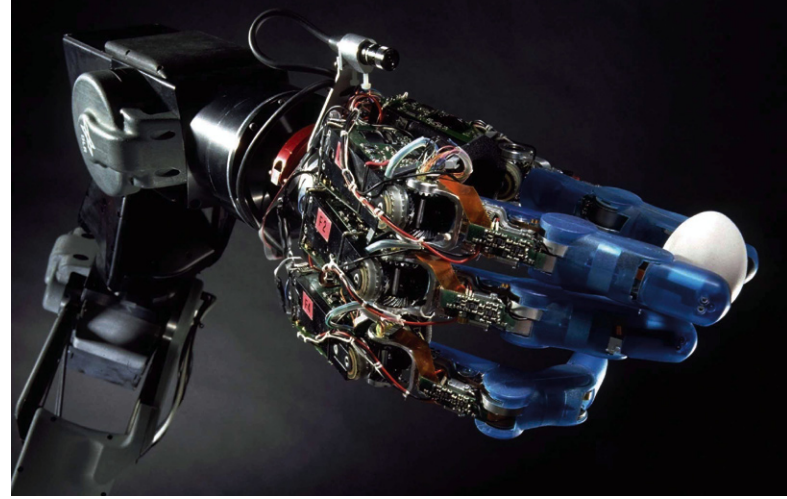
Ein vom DLR in Zusammenarbeit mit Wirtschaftsforschern entwickeltes und von der Industrie anerkanntes Werkzeug wird zur Bewertung von Projektideen und Neuentwicklungen in Hinsicht auf Innovationspotenzial und Marktchancen eingesetzt. Zusätzliche Eckpfeiler eines erfolgreichen Technologiemarketings sind konsequente Marktbeobachtung und Recherchen. Denn es kommt eben auch darauf an, die richtigen Dinge zur richtigen Zeit zu entwickeln und auf den Markt zu bringen.

Deshalb unterstützt das DLR Technologiemarketing auch die Neugründung von Unternehmen auf Basis von DLR Technologien. Die Belegung vorderer Plätze bei Gründerwettbewerben und die allgemeine Anerkennung in der Gründerszene spiegeln den Erfolg des DLR Technologiemarketings wieder.

Kompetenzen für industrielle Wertschöpfungsketten

Das DLR kann auf eine ganze Reihe erfolgreicher Praxisbeispiele verweisen. Ähnlich wie bei Astronauten ermöglicht die Telemedizin ärztliche Diagnosen und Behandlungen über weite Distanzen. Klinische Studien des DLR besitzen weltweites Renommee.

Als ähnlich spektakulär erwies sich die Konzeption eines Leichtbauroboters, der inzwischen herkömmliche Industrieroboter



Die 4-Finger-Hand

hinsichtlich Leistung und Flexibilität weit in den Schatten stellt. So zeichnet sich die 4-Finger-Hand des DLR durch einmalige Fertigkeiten aus. Das perfekte Zusammenspiel von 13 aktiven Gelenken, 100 Sensoren sowie mehr als 1.000 mechanischen und elektronischen Komponenten machen den Robotergrifer zu einem Wunderwerk intelligenter Technik.

Ein schnellschaltendes Kugelventil, vor Jahren für eine Raumfahrtmission gebaut, wurde zusammen mit einem Mittelständler zum marktreifen Serienprodukt weiterentwickelt und sichert heute Arbeitsplätze durch den nötigen technologischen Vorsprung vor der Konkurrenz aus Billiglohnländern.

Die hochauflösenden Kameras, die schon Bilder vom Mars und dem Saturnmond Titan zur Erde gesendet haben, kommen mittlerweile auch einem irdischen Zweck zugute: Auf mehr als 150 Türmen in den neuen Bundesländern melden sie schnell und zuverlässig Waldbrände aus großer Entfernung und ermöglichen deren rasche Bekämpfung.

Bemerkenswerte Fortschritte gibt es ebenfalls in der Brennstoffzellentechnik. Das autarke, selbstgesteuerte „Fahrerlose Transport-System“, das „Flughafen-Vorfeldfahrzeug“ oder das Hybridfahrzeug HyLite sind Meilensteine auf dem Weg zu modernen, Ressourcen schonenden und emissionsarmen Antriebssystemen.

Diese und eine Fülle anderer Produkte wurden unter Einbindung innovationsfreudiger, meist mittelständischer, Unternehmen erfolgreich entwickelt und in den Markt gebracht.

Die Zusammenarbeit zwischen DLR und Wirtschaft zahlt sich über eine Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit der Industrie und der Sicherung vorhandener beziehungsweise Schaffung neuer Arbeitsplätze für beide Seiten aus. Das DLR hat sich als kompetenter Partner der Wirtschaft für Innovationen etabliert. Besonders Mittelständler nutzen die Erfahrung des DLR und den einfachen Zugang zu modernen Laboreinrichtungen. „So schnell und preiswert hätten wir das in derart hochwertiger Qualität niemals selber entwickeln können“, so Herr Heil, Geschäftsführer der GSR Ventiltechnik GmbH Vlotho.

Entdecken Sie das DLR als erfolgreichen Partner – von der Analyse künftiger Märkte bis zur erfolgreichen Produkteinführung.

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

Websites* sind immer und überall. (Teil 1)

Für Unternehmen sind Internetauftritte längst mehr als nur ein Werbemedium.

Das Internet avanciert mit einer nationalen Flächendeckung von nahezu 100 Prozent zum wichtigsten Kommunikationsmedium überhaupt. Entsprechend hat es auch an Bedeutung für die Unternehmenskommunikation gewonnen. Mit verhältnismäßig geringem finanziellen Einsatz kann der Kundenservice verbessert und großflächig geworben werden – das macht Websites als Kommunikations- und Werbemedium so interessant. Außerdem kann mit Websites viel Zeit und Geld gespart werden.

Das echte Potential wird bislang jedoch selten genutzt. Das liegt vor allem daran, dass es schwierig ist auf dem Stand der Dinge zu bleiben, Trends zu sehen und zu beurteilen. Websites sind so individuell und unterschiedlich wie die Unternehmen und Menschen, die sie betreiben. Websites sind Spiegelbild und interaktive Visitenkarte zugleich. Erfahrungsgemäß informieren sich potentielle Kunden erst im Internet und besuchen dann erst das Unternehmen. Daraus folgt, dass eine Website nur so gut ist, wie sie konzeptionell, inhaltlich, optisch und natürlich finanziell zum Unternehmen passt. Denn für den ersten Eindruck gibt es keine zweite Chance.

Die passende Website zum Unternehmen

Ein frei gewähltes Beispiel: heute. Das Feinschmecker-Restaurant von Luigi präsentiert auf seiner Internetseite neben der Adresse und Telefonnummer seine Öffnungszeiten, ein paar Bildimpressionen, Kritiken und eventuell einen Auszug aus der Speisekarte. Soll erfüllt – mehr muss gar nicht sein.

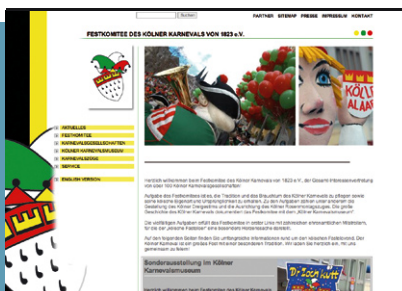
In zwei Jahren. Die Gäste sind begeistert von Luigis Spezialitäten und würden gerne mehr über das Geheimnis des Kochens erfahren. Luigi entschließt sich, Kochkurse anzubieten und seine Räumlichkeiten für Veranstaltungen zur Verfügung zu stellen. Diese Maßnahme möchte er gerne online kommunizieren.

Je nach Art und Umfang dieser neuen unternehmerischen Maßnahmen soll nun neben den Terminen und Konditionen auch eine Online-Kursreservierung möglich sein.

In diesem Zusammenhang lohnt es sich, direkt die Texte, Bilder und Optik zu überprüfen, die Technik zu hinterfragen und eventuell auch eine Online-Tischreservierung anzubieten.

Neben dem Image, das Luigi auf diese Weise online aufbaut, wird er auch für andere Kundenkreise interessant. Durch die Online-Reservierung schafft er Komfort für sich, da er nicht telefonisch erreichbar sein muss – und zugleich Komfort für den Kunden, denn dieser kann sein Anliegen direkt im ersten Anlauf erledigen. Zeitersparnis, Kundenbindung und Neukundengewinnung werden durch diesen Schritt möglich.

In fünf Jahren. Das Restaurant ist permanent ausgebucht. Luigi kann sich vor Anfragen nicht retten. Er beschließt, sein Konzept als Franchise-System anzubieten. Jetzt wird's interessant: Neben seinen Kunden, die mit dem Internetangebot bereits gut betreut sind, hat er nun einen neuen Nutzerkreis, der sich für sein Restaurant und seine Website interessiert – die neuen potentiellen Geschäftspartner. Nun gibt es mehrere Möglichkeiten zu reagieren – alles neu und anders, ausbauen oder umbauen. Luigi kennt sich zwar in seinem Metier bestens aus, surft selbst viel im Internet und weiß, was ihm gefällt. Aber zu entscheiden, was für ihn wann der beste Weg im Internet ist – das ist für ihn genauso schwierig wie sich einen schmerzenden Zahn selbst zu ziehen. Zudem ist er Koch und kein Internetspezialist.



Mit passenden Lösungen kommt die Motivation ganz allein und dann ist fast alles möglich.

Ein schönes Beispiel aus der Praxis: Bei der Website des Festkomitee des Kölner Karneval

von 1823 e.V. ist es gerade in der Session von größter Bedeutung aktuelle Inhalte abzubilden. Da alle Inhalte von Ehrenamtlern erstellt werden, war eine wesentliche Anforderung an den Internetauftritt, dass mehrere Redakteure ortsunabhängig und parallel Inhalte komfortabel eingeben können. Deshalb ist die Site mit dem ContentManagementSystem Typo 3 programmiert worden. Die Redakteure wurden in dem Programm geschult und haben innerhalb kürzester Zeit die Seiten eigenständig erstellt.

Braucht man wirklich Internetspezialisten?

Ja, denn die Anforderungen an eine Website werden immer komplexer – sowohl vom Unternehmer, als auch vom Benutzer und vor allem durch das Internet selbst. Das Web ist lebendig – so lebendig, wie die Menschen, die es bedienen. Und da es jederzeit und überall von jedermann bedient werden kann, ergibt sich eine rasante Entwicklung. Die findet oft versteckt statt. Es haben sich Standards entwickelt, neue Techniken etabliert – die Erwartungen von den Nutzern und dem Internet selbst sind hoch. Es braucht viel Erfahrung, um effizient und zielgerichtet einen Webauftritt zu planen, konzipieren, gestalten und realisieren. Deshalb ist es ratsam, einen kompetenten Berater – meist sind



* „Website“ ist die Bezeichnung für einen kompletten Internetauftritt. Sie setzt sich aus einzelnen Webseiten zusammen.

das Agenturen – zu suchen. Man spart mittelfristig nicht nur Zeit und Geld, sondern gewinnt neue Erkenntnisse und erfährt andere Blickwinkel.

Kreative Ideen sind nur ein Aspekt.

Kreative Ideen sind wichtig, aber nicht alles. Der Berater sollte auch unternehmerische Qualitäten haben. Suchen Sie jemanden, der zu Ihnen passt – persönlich und fachlich. Ein Internetprojekt dauert und Sie müssen viel und eng zusammenarbeiten – da muss das Gefühl stimmen. Genauso wichtig ist die fachliche Qualifikation. Erfahrung mit großen und kleinen Internetprojekten und idealerweise mit klassischer Werbung sollte nachweisbar sein. Sehen Sie sich die Referenzen genau an, denn sie sagen oft mehr als Worte.

Auch wenn Ihr Unternehmen bereits einen Internetauftritt besitzt, sollten Sie ihn regelmäßig auf Herz und Nieren zu prüfen. Allzu schnell schleichen sich im Alltag Ungenauigkeiten ein oder der Auftritt kommt in die Jahre und passt nicht mehr richtig zum Unternehmen und dessen Anforderungen und Möglichkeiten. Selbst kleine Änderungen können große Wirkung zu erzielen.

Eine Website ist keine One-(Wo)Man-Show!

Je größer das Unternehmen, desto größer das Potential. Vor allem bei der Website ist der Erfolg stark von den Mitarbeitern, die damit direkt und indirekt arbeiten, abhängig. Dieser Faktor wird oft unterschätzt. Ein Internetauftritt

Ein Tipp: Das Konzept ist das Kernstück zu Beginn des Internetprojekts. Je genauer es ist, desto effizienter und zielgerichteter ist der weitere Ablauf. Planen Sie Zeit ein, um richtige Entscheidungen zu treffen, sich beraten zu lassen sowie Kosten und Nutzen im Auge zu behalten.

hat Auswirkungen in viele Unternehmensbereiche und kann deutliche Kosten- und Zeiteinsparungen ermöglichen. Suchen Sie sich die richtigen Mitarbeiter aus den verschiedenen Unternehmensbereichen aus und beziehen Sie sie in den konzeptionellen Prozess mit ein. So können die richtigen Weichen gestellt werden, um im späteren Betrieb der Website effizient zu arbeiten. Nehmen wir noch einmal das Beispiel von Luigi: Er spart durch den Internetauftritt Telefonate und kann Kunden Tageszeiten unabhängig betreuen. Bei seinem Franchiseprojekt vermeidet er durch entsprechende Inhalte auf der Seite Nachfragen. Mit guten Formularen lässt er viele Routinen online laufen. Er kann beispielsweise Informationen für seine Geschäftspartner online bereitstellen, ohne auf E-Mails oder Mailings zurückgreifen zu müssen, Diskussionsforen einrichten, einen Blog etablieren um die Kommunikation zu intensivieren.

Die Möglichkeiten sind vielfältig und stehen immer in direktem Zusammenhang mit den Zeit- und Kostenstellen der Mitarbeiter. Ganz abgesehen vom Faktor Motivation – der wirkt sich viel weiter aus als nur in einer „News“ auf Ihrer Seite.

Websites leben. 24 Stunden. Weltweit.

Wir machen die Welt ein wenig bunter.

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

KPLTEAM

Medien, Druck und Werbeatelier GmbH

im Zentrum von Siegburg

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

KREATIVITÄT MANAGEN⁽²⁾

INNOVATIONSMANAGEMENT

Wie Unternehmen ein innovatives Betriebsklima fördern können und welche die wichtigsten Herausforderungen des betrieblichen Innovationsmanagements sind, lesen Sie im folgenden Beitrag.

Eine innovative Unternehmenskultur und streng auf Effizienz getrimmte Prozesse widersprechen sich. Beides macht jedoch den Erfolg von Unternehmen aus.

Am Beispiel des Unternehmens 3M, das sich 2004 noch auf Platz 1 der Rangliste innovativer Unternehmen befand, wird dies deutlich. McNerney, 2001 als neuer CEO berufen, strukturierte die bisher eher chaotischen Prozesse um, reduzierte Personal und führte flächendeckend das strenge Qualitätsmanagement Six Sigma ein. Mit diesen Maßnahmen konnte er die Margen von 17 Prozent auf 23 Prozent steigern, bewirkte aber gleichzeitig ein Absinken auf der Innovationsrangliste auf Platz 7.

Lösungen für diesen Konflikt – nicht perfekt – sind hier zwei zu nennen:

1. Für größere Unternehmen, weil es hohe Kapazitäten benötigt: Auslagerung von F&E Venture-Teams, die fernab von den Regeln der Organisationen den nötigen Freiraum zum Tüfteln

erhalten und vom Unternehmen mit Ressourcen versorgt werden. Problematisch ist diese strikte Trennung, weil die stete Kommunikation mit den kundennahen Abteilungen, Marketing und Vertrieb kaum zu gewährleisten ist und so die Gefahr besteht, am Kunden vorbei zu entwickeln. Ebenso schwierig kann die spätere Reintegration sein.

2. Für kleinere Unternehmen, die keine Mitarbeiter für Venture-Teams entbehren können: Innovation muss ein fester Bestandteil der Unternehmenstätigkeit werden. Während für eine hohe Effizienz der Routine-Abläufe gesorgt wird, können die entstehenden Freiräume für Innovation genutzt werden. Vernetzung mit anderen Unternehmen oder Organisationen sowie das zeitweise Einbeziehen externer Kräfte fördern die nötige Offenheit nach Außen. Hier darf nicht vergessen werden, dass auch die eigenen Strukturen und Regeln sich an ständige Veränderungen anpassen müssen. Dies erfordert von den Mitarbeitern eine hohe Konzentration, weil jeder einzelne zwischen den Polen

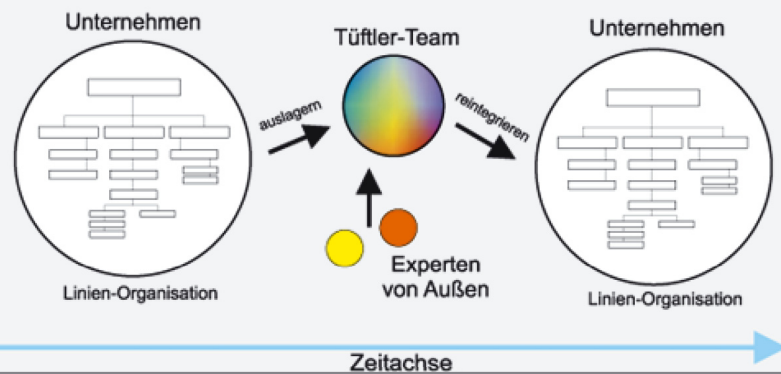
IDEO

Um das Seifenkistenrennen zu gewinnen, musste das Problem gelöst werden, dass der Wagen anfangs ein leichtes Anschieben ermöglicht, aber während der Abfahrt schwer sein musste, um eine hohe Geschwindigkeit zu erreichen. Auch das zweite „Sand Hill Challenge“- Seifenkistenrennen gewann das Unternehmen „Ideo“.

Was stellt Ideo her, wenn sie gerade keine Seifenkisten konstruieren? Das Unternehmen mit dem Hauptsitz in Silicon Valley entwickelte zum Beispiel eine Computer-Maus für Apple, den Palm V, die N-Gage-Spieleplattform für Nokia, die erste kindgerechte Zahnbürste für Oral B, die „Twist N Go“ Becherflasche für Pepsi Cola und vieles mehr. In den flexiblen Büroräumen von Ideo, die wegen ihrer oft eigenwilligen Gestaltung gerne von Besuchern besichtigt werden, arbeiten keine Teams, sondern sogenannte „HotGroups“. Eine „HotGroup“ ist vergleichbar mit einem Freundeskreis, der sich in den Kopf gesetzt hat, ein Seifenkistenrennen zu gewinnen. Alle Mitglieder verfolgen mit Leidenschaft ein ehrgeiziges Ziel. Da ist keine Zeit für Animositäten und die Andersartigkeit der unterschiedlichen Fachkompetenzen gilt als Bereicherung. Inspiration kann man in der mobilen Tech-Box finden, in der sich im Laufe der Zeit viele interessante technische Kleinteile angesammelt haben oder man stöbert in der gut bestückten Ideo-Bibliothek. Was sich im Innern des Unternehmens nicht finden lässt, wird von Außen geholt. Manchmal unternimmt die gesamte „HotGroup“ eine Expedition. Und natürlich wird jedes beendete Projekt gebühlich gefeiert. **Es brodelt bei Ideo.**

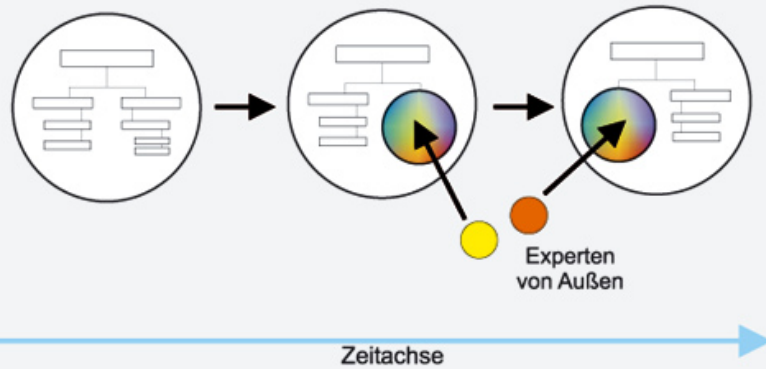


Ausgelagerte "Tüftler"-Teams



balancieren muss, das Unternehmen sich in einem ständigen Wandlungsprozess befindet, aber gleichzeitig verlässliche Rahmen-Strukturen bieten muss. Die hohen Anforderungen an jeden Mitarbeiter in einer innovativen Unternehmenskultur lassen sich nicht beseitigen, aber durch bewährte Methoden bewältigen. Die Strukturen sollten transparent sein und der Informationsfluss vorbildlich. Nur engagierte Mitarbeiter, deren Mitdenken gefragt ist, entfalten Kreativität. Zur Unterstützung der Teamdynamik sollten die Stärken des Einzelnen als Teil des Teams gefördert werden und Raum zum Experimentieren, also auch Fehlertoleranz, gegeben sein. Eine klar kommunizierte Mission darf nicht fehlen. Dem Management wird eine hohe Souveränität abverlangt. Es muss zum jeweils richtigem Zeitpunkt klare Regeln und Grenzen setzen oder Selbstregulierung und Selbstbestimmung der Mitarbeiter zulassen.

Integrierte Innovationstätigkeit



Im Zentrum des Erfolgs

Quelle der Inspiration

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

Multifunktionsräume

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

Guter Raum für Wachstum

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

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

BioCampus Cologne

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

Member of
biopartners cologne

Gründerportale

Virtuelle Helfer

www.existenzgruender.de

Das Gründerportal des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie (BMWi) schickt Interessierte Schritt für Schritt in die Selbständigkeit. Checklisten, Planungshilfen und nützliche Werkzeuge helfen dabei. In der Gründungswerkstatt bietet das BMWi unter anderem ein Online-Training an, in dem die Nutzer auf unterhaltsame Weise ihr unternehmerisches Know-how trainieren können. Das nötige Wissen, um einen fundierten Businessplan erstellen zu können, vermittelt der „Businessplaner online“: Neben zahlreichen Hintergrundinfos und Downloads hilft ein Onlineprogramm bei der Erstellung des eigenen Konzepts. In der Mediathek finden sich TV-Beiträge und Podcasts, im Lexikon alle relevanten Begriffe von A bis Z. Persönliche Fragen beantworten darüber hinaus zahlreiche Experten.

Neben zahlreichen Hintergrundinfos und Downloads hilft ein Onlineprogramm bei der Erstellung des eigenen Konzepts. In der Mediathek finden sich TV-Beiträge und Podcasts, im Lexikon alle relevanten Begriffe von A bis Z. Persönliche Fragen beantworten darüber hinaus zahlreiche Experten.

www.foerderland.de

Förderland versteht sich als unabhängiges Informations- und Nachrichtenportal für Gründer und Unternehmer. Die Website bietet umfangreiche Nutzwertinformationen, zahlreiche Fachbeiträge und (Video-)Interviews mit Gründern und Experten. Kolumnen und ein gut besuchtes Forum runden den Internetauftritt ab.

www.enable.de

Im Herbst 2007 hat die Financial Times Deutschland (FTD) die Online-Version der monatlichen Beilage Enable ins Leben gerufen. Mit dem Portal präsentiert die FTD Fallstudien, Benchmark-Studien, Managementtrends und Erfahrungsberichte für Existenzgründer und Unternehmer. So schildern beispielsweise die fünf Gewinner des FTD-Gründerwettbewerbs „enable2start“ in einem täglichen Blog ihre Erfahrungen als Entrepreneure. Der neue Gründermarktplatz gibt Gründern und Jungunternehmern die Möglichkeit, ihre unternehmerischen Vorhaben vorzustellen und Geschäftskontakte zu knüpfen.

Zwischen der Idee und dem eigenen Unternehmen liegt meist ein weiter Weg. Ein schlüssiges Konzept, ein fundierter Business-Plan und die Klärung von Finanzierungsfragen sind nur einige Meilensteine, die ein Existenzgründer bewältigen muss.

Im Internet gibt es zahlreiche Anlaufstellen, die potentiellen Unternehmern kompetent zur Seite stehen. RheinZeiger stellt die wichtigsten Portale für Gründer und Jungunternehmer vor.

www.gruendermagazin.com

Gründer Magazin Online richtet sich an Unternehmer in der Startphase. Auf dem Portal finden sich in erster Linie Nachrichten für Existenzgründer und Jungunternehmer. Einen weiteren Schwerpunkt bilden Businesskonzepte – vor allem im Bereich Franchise – sowie Geschäftsideen. Eine umfangreiche Datenbank hält eine Marktübersicht über betriebliche Software mit Herstellerinformationen und Bezugsquellen bereit.

www.existxchange.de

existXchange ist ein Netzwerk von und für Existenzgründer, in dem in erster Linie Wissen und Erfahrungen ausgetauscht werden können. „Kollektive Kompetenz“ schreibt sich existXchange auf die Fahnen. Ähnlich wie bei der freien Enzyklopädie Wikipedia werden die Inhalte maßgeblich von den Nutzern mitgestaltet. Darüber hinaus vermitteln Fachbeiträge Informationen rund um die Selbstständigkeit.

www.impulse-gruenderzeit.de

Das Gründerportal des Unternehmermagazins impulse ist präsentiert neben aktuellen Geschäftsideen und einer Franchise-Datenbank eine umfangreiche redaktionelle Berichterstattung: Geschichten über erfolgreiche Start-ups machen Appetit auf den Einstieg ins Unternehmertum, Nutzwert aus Jungunternehmer-Sicht erleichtert Gründern das Tagesgeschäft. Wissen kompakt bietet der Gründer-Fahrplan mit den 45 wichtigsten Schritten vom Geschäftskonzept bis zum Start des eigenen Unternehmens.

www.gruenderstadt.de

Die Gründerstadt beinhaltet zahlreiche kommentierte Web-Infos mit Angeboten für Existenzgründer und mehr als 12000 Adressen von Banken, IHKS, Institutionen, Behörden und vielen mehr. In der Community treffen Gründungswillige Gleichgesinnte, die Gründergalerie stellt Menschen vor, die den Schritt in die Selbständigkeit bereits erfolgreich gemeistert haben. Mit den Guides bündelt die Gründerstadt Informationen zu Themenbereichen wie Rechtsformen, Messen und Software.



Technologieunternehmen im RTZ



Die Consulimus AG – die innovative Unternehmensberatung

Die 2005 gegründete **Consulimus AG** ist das erste, professionell geführte Unternehmen für Beratungsdienstleistungen in Deutschland, das auf den hauptsächlichen Einsatz von Studenten setzt. Das Konzept der Consulimus AG bietet durch den Einsatz von Studenten die Möglichkeit, die neuesten Methoden und innovativen Ansätze in die Zukunftsplanung von Unternehmen einfließen zu lassen. Hierbei profitieren die Kunden von der erheblichen Kostensenkung durch den Einsatz von Studenten, ohne dass dabei auf Qualität verzichtet werden muss.

Neben klassischen Beratungsprojekten deckt die Consulimus AG insbesondere die Gebiete der Marktforschung oder allgemein der Datenbeschaffung, Datenaufbereitung und Datenanalyse ab. Projekte im Bereich der Kunden- und Mitarbeiterbefragung, Marktanalysen und (Online-)Marketing zählen zu den Kernkompetenzen des Unternehmens.

Kontakt Andreas Abbing
 Telefon 0221/ 222 62 29
 Telefax 0221/ 222 62 25
 E-Mail info@consulimus.de
 Web www.consulimus.de

Nice City Tours

Herzlich willkommen in Köln –
 Nice City Tours zeigt Ihnen die Stadt

Nice City Tours erbringt professionelle Stadtführungen in Köln. Wir sind auf internationale Geschäftsdelegationen und Belegschaftsgruppen spezialisiert. Wenn Sie etwa Kunden zu einem hochwertigen Besichtigungsprogramm in Köln einladen möchten oder einen Betriebsausflug planen, dann sind wir der richtige Partner für Sie. Zu unseren Programmen gehören die spannende Dom- und Altstadtführung, die lustige Brauhaus-Tour mit Bierprobe und die komfortable Busrundfahrt mit Panoramablick auf Köln. Alle Führungen sind mit Rheinrundfahrten kombinierbar und werden in vielen Fremdsprachen erbracht. Auch individuelle Kombinationen und Programme nach Maß sind möglich. Wir beraten Sie gerne.

Kontakt Dipl.-Kfm. (FH) Achim Wagner
 Telefon 0221-99 22-414
 Telefax 0221-99 22-415
 E-Mail tours@nicecity.de
 Web www.nicecitytours.de



Gemeinsam fit bleiben!

United Runners ist ein junges Unternehmen aus Köln in der Gründungsphase. United Runners bietet laufbegeisterten Menschen einen individuellen Trainingsplan per Internet. Dieser Trainingsplan wird ergänzt durch eine passende Ernährungsberatung und Anleitungen zur richtigen Gymnastik sowie Kräftigungstraining. Bei Bedarf wird dem Läufer auch ein ausgebildeter Trainer vermittelt. Das Training richtet sich ganz nach den persönlichen Bedürfnissen: Will ich einen Marathon laufen, einfach nur abnehmen oder suche ich einen Ausgleich zum stressigen Job?

Unterstützt wird der Freizeitläufer durch das Internetportal www.UnitedRunners.net, in dem sich Laufstrecken, ein persönliches Trainingstagebuch, Veranstaltungskalender und Trainingsgruppen finden.

United Runners besteht aus einem Team von Leistungssportlern und ausgebildeten Trainern, Sportwissenschaftlern, Ernährungsberatern und Softwareentwicklern. Die Gründung wurde 2007 gefördert durch das Programm EXIST-SEED (heute: Gründerstipendium) des BMWI und des Europäischen Sozialfonds.

United Runners Kontakt: Lars Haferkamp E-Mail: Lars.Haferkamp@uni-koeln.de

Web: www.unitedrunners.net



Foto: Shutterstock

Ideenland für Gründer

Auf der vierten START-Messe mit den 9. Bremer Gründungstagen dreht sich alles um die Themen Existenzgründung, Franchising und junge Unternehmen. Die Messe bietet eine Vielzahl von Anregungen und Ideen, wie man erfolgreich ein Unternehmen gründet und führt. Tipps aus der Praxis, Beispiele erfolgreicher Gründungen sowie Vorträge von Experten zu Themen wie „Wie finanziere ich meine Gründung richtig?“ oder „Marketing für Existenzgründer/-innen“ helfen angehenden Unternehmern bei ihren ersten Schritten. Die START Bremen findet am 11. und 12. April 2008 statt. Wer nicht im Norden lebt, kann auch die START-Messen in Nürnberg (4./5. Juli 2008) und Essen (17./18. Oktober 2008) besuchen.

www.start-messe.de

Patentschutz wird günstiger

Am 1. Mai 2008 tritt das so genannte Londoner Protokoll in Kraft. Danach müssen Unternehmer künftig weniger Geld für Übersetzungen bezahlen: Die beteiligten europäischen Staaten haben sich weitgehend darauf geeinigt, dass Schutzrechte nicht mehr in die jeweilige Landessprache übersetzt werden müssen. Besonders kleine und mittlere Unternehmen werden davon profitieren. Das Übereinkommen setzt darüber hinaus Mittel frei, die für zusätzliche Forschung und Entwicklung zur Verfügung stehen, was wiederum den Wirtschaftsstandort Europa stärkt und nicht zuletzt auch in Deutschland Arbeitsplätze sichern hilft.

BüroHaus auf dem hagen_campus in Köln



Guter Raum für Wachstum

Effektive Büro- und Arbeitswelten

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

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

Flexible Teilbarkeit bietet effiziente Nutzflächen auf allen Ebenen.

Weitere Objekte auf Anfrage.

BüroHaus
auf dem hagen_campus

 **RheinEstate**
Room to move

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

© www.commercial-calls.com

APRIL

13. bis 15. April 2008, Karlsruhe Frühjahrsagung des ADT Bundesverbandes Deutscher Innovations-, Technologie- und Gründerzentren e. V. in der Technologiefabrik Karlsruhe; www.adt-online.de
25. April 2008, Frankfurt Abgabeschluss für Phase 2 im Businessplan-Wettbewerb Science4Life; www.science4life.de.
28. April 2008, Köln Abgabeschluss für den NUK-Businessplan-Wettbewerb – Stufe 3; www.n-u-k.de.
28. und 29. April 2008, Köln gründerkomet – Workshop und Podiumsdiskussion für Gründer aus der Hochschule; www.hgnc.de oder www.gruenderzeit.de

JUNI

17. bis 20. Juni 2008, San Diego Bio 2008 – die große Biotechnik-Partnering-Messe in San Diego; das RTZ ist über den BioCampus Cologne mit vertreten.
20. Juni 2008, Köln 12. Kölner Trade Fair an der Universität zu Köln.
24. Juni 2008, Köln Abschlussveranstaltung zum NUK-Businessplan-Wettbewerb 2008 in Köln mit Prämierung der Sieger. Nur für geladene Gäste; www.n-u-k.de.
17. Juni 2008, Frankfurt Abschlussprämierung des Businessplan-Wettbewerbs Science4Life.

AUGUST

29. August 2008; IHK Köln Gründer- und Nachfolgetag 2008
Veranstalter ist der Kooperationsverbund Unternehmerstart Köln e.V.
Das RTZ ist mit einem eigenen Stand vertreten.

AUSBLICK

7. – 9. Oktober 2008, Hannover BioTechnica 2008 und parallel die European BioPerspectives 2008
Internationale Fachmesse und wissenschaftlicher Kongress für Biotechnik – in Hannover.
Die Region Köln wird durch BioCologne und den BioCampus Cologne – und mit ihnen im Verbund das RTZ – vertreten.

NETCOLOGNE FÜR BUSINESSKUNDEN



**„AUSFALLSICHERE GLASFASERANBINDUNG?
HABEN WIR. WIR KÖNNEN UNS
SCHLIESSLICH KEINE FEHLER ERLAUBEN.“**

Michael Barvoos, Vorsitzender der Geschäftsführung der Flughafen Köln/Bonn GmbH

Sicherheit hat oberste Priorität beim Flughafen Köln/Bonn. Das gilt nicht nur für die schnelle, redundante 100 Mbit/s Internetanbindung, die perfekt gegen unerlaubte Zugriffe von außen geschützt ist. Sondern auch für die 2.500 Telefonschlüsse, über die jeden Monat rund 240.000 Gesprächsminuten reibungslos geführt werden.

NetCologne – Sprache, Daten, Internet.

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

