

RheinZeiger

Innovationen, Perspektiven und Impulse aus Köln

Köln | Oktober 2010 | Ausgabe 16 | www.rheinzeiger.de

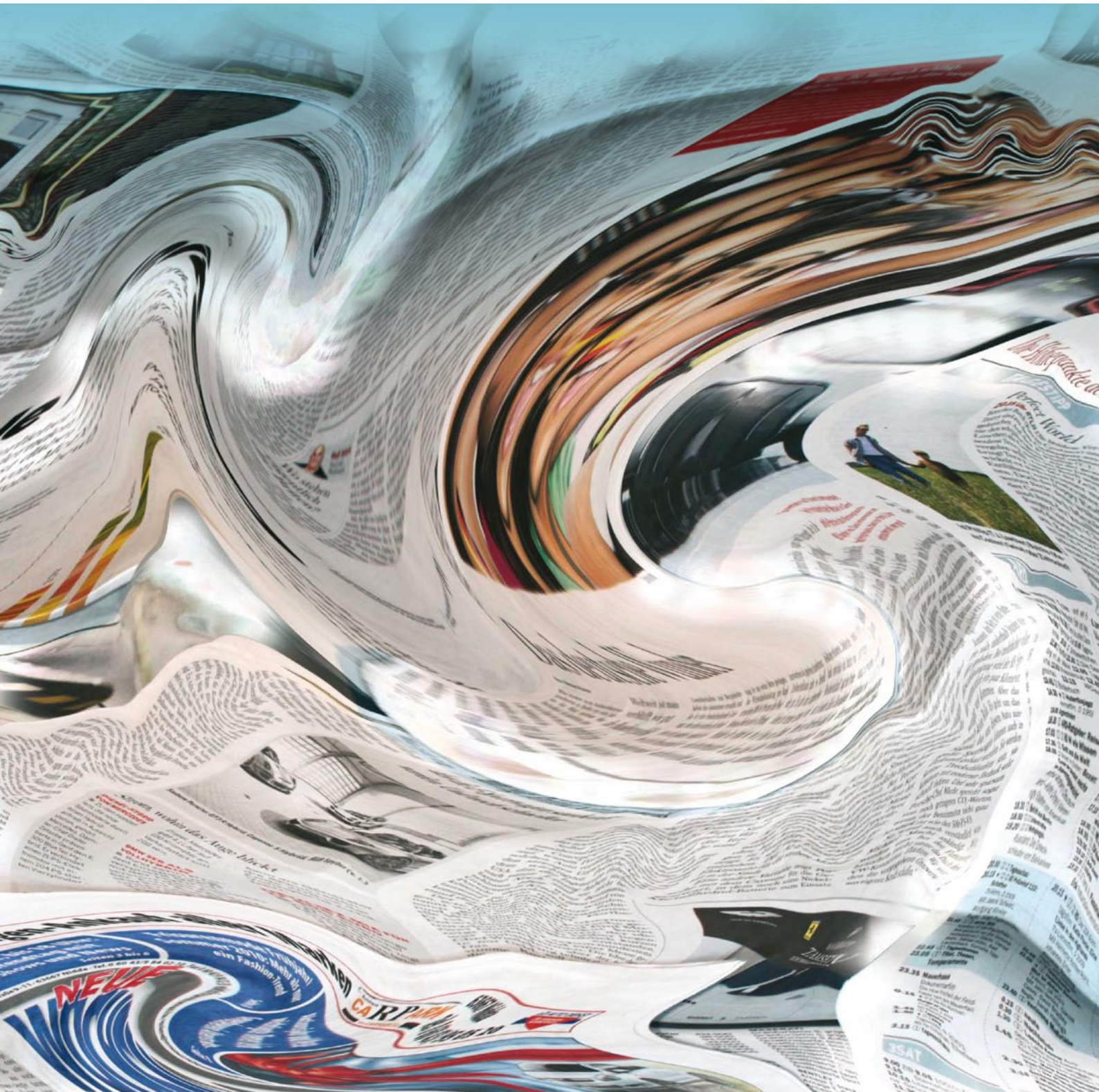
News aus Köln innovativ:

Trends aus Deutschlands Technologieschmieden

Gründungs-Highlights aus Köln

Recht global: **Die Europa-GmbH**

Beikirchers 1. Argument für Köln



Veranstaltungen Oktober 2010 – Juni 2011

5. – 7. Oktober 2010

Biotechnica 2010 in Hannover

Der Branchentreff für Biotechnologie und Life Sciences. BioCologne und das RTZ sind dabei – und junge Biotechnik-Unternehmen dürfen uns begleiten
www.biocologne.de und www.biotechnica.de

15. Oktober 2010

Praxis-Seminar Businessplan

An der Universität zu Köln startet das Praxis-Seminar zum Businessplan mit der Entwicklung von Unternehmenskonzepten und einem Businessplan-Wettbewerb.
www.hgnc.de oder www.professionalcenter.uni-koeln.de

18. Oktober 2010

Grundlagen der Existenzgründung

An der Universität zu Köln startet die Vorlesung, in der Experten aus der Wirtschaft den interessierten Studierenden alle gründungsrelevanten Themen näher bringen.
www.hgnc.de oder www.professionalcenter.uni-koeln.de

19. – 21. Oktober 2010

IT-Security Messe it-sa

Messe, Fachveranstaltungen und Foren zum Thema IT-Security in Nürnberg www.it-sa.de

20. – 22. Oktober 2010

G-Forum

Die interdisziplinäre Jahreskonferenz zur Gründungsforschung im Komett in Köln
www.gforum2010.de

27. Oktober 2010

ScieCon NRW 2010 in Bochum

Firmenkontaktmesse, die jungen Biowissenschaftlern und Medizinern die Möglichkeit bietet, Kontakte zu Biotech-Unternehmen, Pharmaindustrie und Medizintechnikunternehmen zu knüpfen.
www.sciecon.bts-ev.de

29. – 30. Oktober 2010

Innovativer Start-Up-Treff

Gründer und Experten treffen sich zum „Idea Lab! 2010“ an der WHU – Otto Beisheim School of Management.
www.idea-lab.org

9. November 2010

Auftaktveranstaltung zum 14. NUK-Businessplan-Wettbewerb in Köln

Interessierte können sich auf dieser Homepage registrieren:
www.neuesunternehmertum.de

11. – 12. November 2010

QUERDENKER-Kongress 2010

Thema „vernetzt.nachhaltig.anders – Interdisziplinäre Denkräume für Ideen und Innovationen in dynamischen Märkten“ bei der BMW Group in München
www.querdenker.de

15. – 21. November 2010

Gründerwoche in Deutschland

In der Global Entrepreneurship Week 2010 finden in mehr als 80 Ländern tausende von Aktionen und Events zum Thema Unternehmertum statt.
www.gruenderwoche.de

16. November 2010

Berufsoption Unternehmer/in

Veranstaltungen an allen Hochschulen in Nordrhein-Westfalen für das Unternehmertum, auch an der Universität zu Köln.
<http://www.berufsoption-unternehmer.de/>

15. – 17. November 2010

BIO-Europe 2010 in München

Die Partnering-Konferenz für die internationale Biotechnologie-Szene. www.ebdgroup.com/bioeurope

17. – 20. November 2010

MEDICA 2010

Die internationale Fachmesse mit Kongress – das „Weltforum der Medizin“ in der Messe Düsseldorf
www.medica.de

November/Dezember 2010

11. Baesweiler BioTec-Meeting Im Internationalen Technologie- und Service-Center Baesweiler

Näheres und genauer Termin: www.its-center.de

25. – 26. Mai 2011

Deutsche Biotechnologietage in München

Der AK der BioRegionen Deutschlands und Bio Deutschland laden ein zum Forum der deutschen Biotech-Branche www.biotechnologietage.de

21. – 22. Juni 2011

Kongress PerMediCon 2011 zur personalisierten Medizin in der koelnmesse

Auch BIO.NRW und BioCologne sind dort vertreten
www.permedicon.de

26. – 30. Juni 2011

BIO 2011 in Washington

Der Biotechnik-Standort Köln wird vertreten durch den BioCampus Cologne
<http://convention.bio.org>



Liebe RheinZeiger-Leser

Ein neuer RheinZeiger ist da, frisch, modern, besser – aber auch sehr gehaltvoll. Ich persönlich freue mich über ein hoffentlich gelungenes und unterhaltsames Werk.

Köln ist ein großer Standort für Wissenschaft und Wissenstransfer, sei es über die Ausbildung der Experten von Morgen an einer der zahllosen Hochschulen, sei es über die Gründung neuer Unternehmen, gerade aus dem so genannten wissensintensiven Bereich. In Köln gibt es eine intensive Kooperation zwischen Wissenschaft und Wirtschaft, an der FH Köln vielleicht stärker als an der Universität zu Köln, aber sicher am stärksten im Life-Science-Bereich. Hier ist seit mehr als zehn Jahren das „hochschulgründernetz cologne“ damit beschäftigt, den Gedanken des Unternehmertums unter den Studierenden und Beschäftigten der Kölner Hochschulen zu verbreiten. Vieles wurde erreicht. So ist Köln eine der fünf führenden Regionen in Deutschland, was die Vergabe von EXIST-Gründerstipendien betrifft. Hier kann und muss Vieles noch optimiert werden; wichtig sind Synergien aller Beteiligten und das gemeinsame Eintreten für das Unternehmertum.

Das „hochschulgründernetz cologne“ ist hier ein positives Beispiel. Es wird dabei insbesondere auch getragen von Technologie- und Gründerzentren in der Region Köln. Diese Zentren leisten in besonderer Weise ihren Beitrag zur Schaffung neuer Unternehmen im Bereich der Zukunftstechnologien. Und der Beitrag der deutschen Innovationszentren insgesamt zur Stärkung der Wirtschaft und des Unternehmertums ist beeindruckend. Aktuell sind in den 350 Zentren in Deutschland über 100.000 Menschen beschäftigt.

Dies zeigt, was das RTZ in Köln so bekannt gemacht hat: Gründung nachhaltig erfolgreicher Technologieunternehmen, Schaffung tausender zukunftsorientierter Arbeitsplätze, qualifizierte Beratung von Gründern (das RTZ beispielsweise wurde Testsieger bei Stiftung Warentest).

Die vier Zentren aus Gummersbach, Hürth, Bergisch Gladbach und Köln wollen nachlegen; sie gewannen im Wettbewerb „Gründung.NRW“, und nun suchen und trainieren sie die „High Potentials“ der Region. Networking im Verbund führt eben auch zum Erfolg. Sicher, ein bisschen Glück und der Geist der Kölner Region gehören auch dazu. Das weiß auch Konrad Beikircher. Er erklärt auf seine Weise, warum sich kreative Gründer in Köln niederlassen sollen.

Viel Spaß aber auch!

Dr. Heinz Bettmann | Geschäftsführer des RTZ

Inhalt

- 4 **Erfolgsstory für Deutschland**
Mit Innovations-, Technologie- und Gründerzentren zu Hochleistungen
- 6 **Vom Campus ins Unternehmen**
Das hochschulgründernetz cologne stellt sich vor
- 7 **hgnc start-up**
Die Preisträger der Gründerübung 2010
- 8 **Neue Unternehmen braucht die Welt**
Die internationale Gründerwoche 2010 kommt auch nach Köln
- 9 **BioCologne**
Biotechnologie in der Region Köln-Bonn
- 10 **Argumente für den Standort Köln**
Wie Konrad Beikircher 17 Millionen Menschen im Umkreis von 100 km um Köln beschreibt
- 14 **NUK: Neues Unternehmertum Rheinland**
Kostenloses Coaching und Networking beim Businessplan-Wettbewerb
- 15 **Siegertypen**
Technologiezentren fördern die High Potentials der Region Köln
- 16 **Studium Unternehmertum**
Mit Vorlesungen und Seminaren zur Existenzgründung
- 20 **Die „Europa-GmbH“**
Kommt die neue Rechtsform für mittelständische Unternehmen?
- 23 **AIESEC**
Das Angebot der Studenteninitiative für international tätige Unternehmen

Kurzmeldungen: 12–13 und 18–19

Impressum

Herausgeber RTZ Köln GmbH in Kooperation mit vfw Köln rechtsrheinisch
Gottfried-Hagen-Str. 60-62, / 51105 Köln / Tel. 0221 839110 / info@rtz.de / www.rheinzeiger.de

Erscheinungsweise zweimal jährlich / kostenfrei

Anzeigen Ilona Schulz / ilona.schulz@rheinzeiger.de / Tel. 0221 839110
Dr. Heinz Bettmann / heinz.bettmann@rheinzeiger.de / www.rheinzeiger.de/mediainformation

Chefredaktion (verantwortlich) Dr. Heinz Bettmann

Redaktion | Text Dr. Heinz Bettmann, Anika Bever

Illustration Svetlana Kilian

Cartoon Catprint Media GmbH

Fotos RBTZ Bergisch Gladbach; GTC Gummersbach; RTZ Köln; St@rt Hürth; Dr. Heinz Bettmann; gruenderwoche; Konrad Beikircher; Verlag Ariston; NUK e. V.; AIESEC Köln; pixelio.de: Michael Bürke, Florian Meyer, Margot Kessler, Kretamaris, Harald-Wanetschka

Gestaltung DesignBüro Blümling / mail@bluemlingdesign.de

Druck Krahe Druck GmbH, Unkel / www.krahe-druck.de



Die Technologie- und Gründerzentren in Deutschland

Gemeinsam zu Hochleistungen

Technologie- und Gründerzentren vereinen Forschende, Entwickler und Produzenten in kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) unter einem Dach. Sie fördern den Wissenstransfer und die Netzwerkbildung, geben Unterstützung bei administrativen und verwaltenden Geschäftsaufgaben und begleiten die Gründung und das Wachsen junger innovativer Unternehmen.

Eine Erfolgsstory für Deutschland

Von der Innovations- und Produktivitätskraft der Unternehmen und deren Anstrengungen in Forschung und Entwicklung hängt es ab, wie wirtschaftliche Krisensituationen schnell überwunden, wie der Ressourceneinsatz und die Entlastung unserer Umwelt verbessert und wie die Lebensqualität in Deutschland und Europa weiter erhöht werden können. Nur hohe Investitionen in Forschung, Entwicklung und in die stetige Aus- und Weiterbildung von Mitarbeitern sowie eine effiziente Zusammenarbeit von Unternehmen und wissenschaftlichen Einrichtungen können die nachhaltige Innovationsfähigkeit und damit die Zukunft Europas sichern. Eine entscheidende Rolle spielt hier auch die Umsetzung wissenschaftlicher Erkenntnisse in neue Produkte und fortschrittliche Herstellungsverfahren über den Wechsel von Wissenschaftlern hin zu Unternehmern und Technologen.

Hier bieten die heute in Deutschland rund 350 Technologie- und Gründerzentren, Branchen- und Kompetenzzentren – zusammenfassend „Innovationszentren“ genannt – wesentliche Unterstützung. Denn „gemeinsam“ geht es bekanntlich besser.

Für die Absolventen der Universitäten und Hochschulen wie auch für wissenschaftliche Mitarbeiter von Instituten oder Großunternehmen ist der tägliche Austausch mit Gleichgesinnten, die Verfügbarkeit von aktuellsten Informationen und neuesten Forschungs- und Entwicklungsmitteln von größter Bedeutung. Wenn es darum geht, Forschungsergebnisse, Ideen und Visionen in unternehmerischer Weise umzusetzen, können und dürfen diese

Grundlagen nicht aufgegeben werden. Wer seine Idee umsetzen und ein Unternehmen gründen möchte, sieht sich jedoch von einer Vielzahl formaler Prozesse des Unternehmensalltags eingenommen, die vom ehemaligen Forschungsumfeld und oft auch von der eigentlichen Innovation ablenken. Unternehmerische Verantwortung tragen muss gelernt werden, es sind tiefe Einsichten in die Arbeit aller am Unternehmen Beteiligten erforderlich, um einen vertrauensvollen und wertschätzenden Umgang der Jungunternehmer untereinander aber auch zwischen Beratern, betriebswirtschaftliche orientierten Mitarbeitern und Finanziers zu ermöglichen.

Zeit und Raum für Gründer

Gerade in der Phase der Unternehmensgründung kann hier die betriebswirtschaftliche Beratung der Innovationszentren helfen. Sie vermittelt den Zugang zu geeigneten Förderinstrumenten beim Unternehmensaufbau und unterstützt bei der Erstellung eines Unternehmens- und Finanzierungs-konzeptes. Viele der Innovationszentren unterhalten für diese Phase sogenannte Gründerzimmer, in denen die Ideen geschmiedet werden können ohne dass für den zukünftigen Unternehmer ein wirtschaftliches Risiko entsteht. Oft können zu diesem frühen Unternehmenszeitpunkt noch die wissenschaftlichen Einrichtungen, Labore und Anlagen nahe liegender Institute und Universitäten genutzt werden. Später bieten die Innovationszentren qualitativ hochwertige Mietflächen mit ausgezeichneter technischer Infrastruktur zu günstigen und sehr variablen Bedingungen an. Ziel ist hier die Förderung von Unternehmensgründung



und -wachstum über die Bereitstellung von passgenauen Räumlichkeiten mit der Option einer flexiblen und kleinteiligen Erweiterung oder Verkleinerung der Mietflächen. So werden in Innovationszentren üblicherweise einzelne Räume ohne die in der freien Wirtschaft üblichen Vertragsbindungen vermietet.

Innerhalb der Innovationszentren entsteht eine eigene Community, bereit jeden Unternehmer aufzunehmen und sich über die wissenschaftliche wie auch wirtschaftliche Entwicklungen auszutauschen.

Kreativität und neue Technologien

Der Mix macht's. Die Nähe zu Unternehmen und wissenschaftlichen Einrichtungen der eigenen Branche bzw. Fachrichtung sowie zu Unternehmen anderer Fachbereiche fördert die Kreativität und Sensibilität im Umgang mit der eigenen Idee. Verfügbare Beratung im rechtlichen, patent- sowie steuerrechtlichen Bereich wie auch in Fragen der Markterschließung, Finanzierung und Personalförderung oder die Vermittlung dieser Leistungen runden das Angebot der Innovationszentren ab.

Sobald ein Unternehmen erste Stabilität erlangt hat, kann es die Unterstützung der Zentren bei der Suche nach Kooperationen in Anspruch nehmen. Viele Entwicklungen lassen sich nur im Verbund verschiedener Unternehmen oft verschiedener Fachrichtungen realisieren. Hier unterstützen einige Innovationszentren die entstehenden Netzwerke aktiv mit einem Netzwerkmanagement.

Die Orientierung der Innovationszentren auf eine optimale Unterstützung derer, die Ihre Ideen wirtschaftlich in neuen Technologien oder Produkten umsetzen möchten, erfordert ein breites Spektrum an Einzelleistungen. Wo sie nicht vom Zentrum selbst angeboten werden können, stehen Partner in Wirtschaft, Wissenschaft und regionaler Wirtschaftsförderung zur Verfügung. Innovationszentren sind damit selbst Bestandteil regionaler Netzwerke der Wirtschaftsstrukturentwicklung. Für den Betrieb der Zentren erwirtschaften diese die erforderlichen Mittel mit den ihnen anvertrauten Immobilien in der Regel selbst und sind somit hocheffiziente Wirtschaftsförderinstrumente.

Die ersten Innovationszentren gingen in Deutschland vor gut 25 Jahren mit der Aufgabe an den Start, regionale wirtschaftliche Krisengebiete, entstanden durch den Rückgang von Bergbau, Stahlindustrie und Schiffsbau, wieder zu produktiven Regionen wachsen zu lassen und neue Arbeitsplätze zu schaffen. Innerhalb der ersten zehn Jahre entstanden so 138 Zentren mit ca. 3.300 angesiedelten Unternehmen an. In den neuen Bundesländern sahen sich viele Wissenschaftler und Entwickler der staatlichen Akademien und der Forschungseinrichtungen der Großbetriebe mit dem Zerfall der DDR-Strukturen von der Arbeitslosigkeit bedroht. Oftmals wurden lediglich die Produktionsstätten in Betrieb gehalten, angegliederte Bereiche aufgelöst.

So kam dem Aufbau der Innovationszentren in den neuen Bundesländern die besondere Aufgabe zu, Akademiker der DDR als Unternehmer in der neuen Bundesrepublik zu begleiten und so das dort vorhandene Wissen in innovative Entwicklungen und neue Arbeitsplätze zu lenken. Heute sind in den über 350 Innovationszentren in Deutschland mehr als 13.000 Unternehmen und über 100.000 Arbeitsplätzen angesiedelt. Entstanden sind weiterhin 6.000 Spin-offs mit über 46.000 Mitarbeitern. Zusätzlich ist die gleiche Anzahl von Arbeitsplätzen in den vor- und nachgelagerten Wertschöpfungsketten von den Unternehmen der Innovationszentren abhängig. Die Einkommenseffekte für diese Erwerbstätigen belaufen sich auf 5,7 Milliarden Euro. Die jährliche Bruttowertschöpfung der Unternehmen in den Zentren wird mit 10,9 Milliarden Euro errechnet. Die geschätzten Fiskaleffekte aus den verschiedensten Steuerarten belaufen sich auf rund 2 Milliarden Euro. ■

Technologie- und Gründerzentren in der Region Köln (v. l. n. r.): RBTZ Bergisch Gladbach, GTC Gummersbach, RTZ Köln, St@rt Hürth.



ADT Bundesverband Deutscher Innovations-, Technologie- und Gründerzentren e. V.

Daten, Grafik und Textaussagen aus „Innovationszentren in Deutschland 2010/2011“

www.adt-online.de

Gründen aus der Hochschule

Das hochschulgründernetz cologne (hgnc) stellt sich vor

Sechs Kölner Hochschulen haben sich zusammen gefunden, um gemeinsam mit den Gründerzentren den Studierenden und Absolventen Unterstützung zur eigenen Existenzgründung anzubieten. Inzwischen ist dieses Netzwerk über 10 Jahre aktiv, hat zahlreiche Gründungen aus der Hochschule begleitet und betreibt seit nunmehr drei Jahren ein eigenes Gründerbüro auf dem Campus.

Das hgnc ist Netzwerk und Marktplatz zugleich. Hier werden Unternehmen gegründet, Kontakte geknüpft, Angebote und Nachfragen ausgetauscht – hier lebt eine aktive Community den Entrepreneurgedanken.

Das hgnc bietet ein umfangreiches Programm

Im Gründerbüro des hgnc können Interessierte sich umfassend beraten lassen, Seminare und Workshops besuchen, Unterstützung für die Erstellung eines Businessplans anfragen. Über das hgnc kann das begehrte EXIST-Gründerstipendium beantragt werden. Und seit nunmehr über einem Jahr gibt es durch die Kooperation mit dem Professional Center der Universität auch so etwas wie das „Studium Unternehmertum“. Im Rahmen des Studium Integrale werden den Studierenden in jedem Semester sowohl die Vorlesung „Grundlagen der Existenzgründung“ als auch die Gründerübung „Praxis-Seminar Businessplan“ angeboten. Und dafür gibt es sogar „credit points“.

Know-how per Klick I: Der interaktive Online-Workshop von Impulse

Sie haben eine Idee und wollen ein Unternehmen gründen – aber es fehlt noch das eine oder andere Know-how zum Start? Dann hilft der Existenzgründungs-Workshop des Magazins impulse-gründerzeit auf die Sprünge. Gemein-

sam mit dem hochschulgründernetz cologne hat impulse-gründerzeit einen Internetkurs entwickelt, der in verschiedenen Lektionen fit macht für das eigene Unternehmen.

<http://www.impulse-gruenderzeit.de/gruenderzeit/interaktiv/Know-how-per-Klick/1004623.html>

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

Know-how per Klick II: das neue hgnc-portal

Die neue Internetseite des hochschulgründernetzes cologne wurde soeben freigeschaltet. Dieses neue Portal bietet Information und Kommunikation gleichzeitig, ist quasi Portal mit Informationen, Terminkalender und Forum. Wer sich umfassend über die Arbeit des hgnc informieren möchte, ist hier genau richtig. Und wer Know-how zu bestimmten Fragen des Unternehmertums sucht, kann sich hier direkt zu entsprechenden Veranstaltungen anmelden.

Kontakt zum hgnc

Das Gründerbüro in Köln unterstützt Gründerinnen und Gründer bei der Entwicklung und Präsentation ihrer Geschäftsidee. Hier erhalten Sie nützliche Informationen über Förderprogramme, Markt- und Wettbewerbsanalysen sowie über die Möglichkeit gesponsorte Büro- und Laborräume zur Existenzgründung zu nutzen. Darüber hinaus plant und organisiert das Gründerbüro die Veranstaltungen und Weiterbildungsmaßnahmen zum Thema „Selbstständigkeit aus der Hochschule“.

Leiter des hgnc-Gründerbüros: Torsten Ziegler,
Universitätsstraße 45, 50931 Köln, Tel. 0221 / 470 61 66,
info@hochschulgruendernetz-cologne.de, www.hgnc.de



Die Partner im hgnc

Hochschulen	Gründerzentren	Institutionen
Universität zu Köln	RTZ Köln GmbH	Sparkasse KölnBonn
Fachhochschule Köln	RBTZ Bergisch Gladbach	Kreissparkasse Köln
Sporthochschule Köln	St@rt Hürth	NUK Rheinland
Hochschule Fresenius	Start Media Hürth	Stadt Köln
Rheinische Fachhochschule		
Cologne Business School		



hgnc-start-up-Gewinner Lukas Schaefer mit Seminar kolleg/innen sowie Dozent Dr. Heinz Bettmann.

hgnc-start-up 2010

Die Preisträger der Gründerübung „hgnc-start-up“ 2010

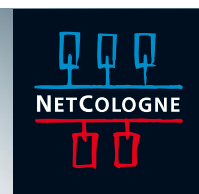
Lukas Schaefer ist 24 Jahre jung und Student der Betriebswirtschaftslehre an der Universität zu Köln. In diesem Sommer macht er seinen Bachelorabschluss und anschließend einen Master in Business Administration anstreben. Lukas Schaefer hat bereits in mehreren Tourismusbetrieben im Ausland (u. a. in Mosambik, Südafrika und Frankreich) gearbeitet und im Jahr 2008 ein Unternehmen für die Erstellung von Marketingkonzepten gegründet. Zu seinen Kunden zählen u. a. auch zwei Tourismusunternehmen: ein auf Frankreich-Reisen spezialisierter Online-Anbieter sowie ein Backpacker-Hostel am Kölner Hauptbahnhof. Durch die Aufträge seiner Kunden konnte Lukas Schaefer umfangreiche

Erfahrungen als Unternehmer sammeln. Im Rahmen der Gründerübung konkretisierte er das Konzept „IRLAND PUR“, das er zusammen mit seinem irischen Geschäftspartner Sean Burke umsetzen möchte. Und mit genau diesem Konzept entschied er den Businessplan-Wettbewerb im Rahmen der „hgnc-start-up-Gründerübung 2010“ für sich. Mit dem Preisgeld in Höhe von 1.000 Euro steht eine erste Erkundungstour durch Irland mit aufregenden Erlebnistouren nichts mehr im Wege. Außer dem Preisgeld gab es auch in diesem Jahr wieder die Siegerurkunde und – erstmals – den „hgnc-start-up-Award 2010“.

An der hgnc-start-up-Gründerübung nahmen in diesem Semester zahlreiche Studierende

Kölner Hochschulen teil. In der Jurysitzung am 19. Juli 2010 präsentierten sieben Teams ihre Unternehmenskonzepte. Die Übung findet ab sofort in jedem Semester statt. ■

Nähere Informationen zu dem „Praxis-Seminar Businessplan“ finden sich auf der Internetseite des Professional Centers der Universität zu Köln (www.professionalcenter.uni-koeln.de) oder auf der Seite des hochschulgründernetz cologne (www.hgnc.de) – oder auf der Seite 16 in diesem RheinZeiger.



WIR KÖNNEN HIER.

UNSERE PROJEKTLÖSUNGEN – SO INDIVIDUELL WIE SIE.

Vertrauen Sie den Experten, wenn es um Sprache, Daten und Internet geht: Mit den Spezialisten unserer Systemberatung entwickeln wir seit vielen Jahren maßgeschneiderte Kommunikationslösungen – kompetent, perfekt geplant und ganz individuell. Nutzen Sie diese Erfahrung für Ihren Erfolg!

Gemeinsam zu Ihrer maßgeschneiderten Lösung:

- **Systemberatung:** Ein Expertenteam betreut Ihr Projekt technisch und fachlich von A-Z
- **Implementation Team:** Spezielle Support-Mitarbeiter sorgen für einen optimal koordinierten und reibungslosen Ablauf

Infos: 0800-2222-550 oder www.netcologne.de

Neue Unternehmen braucht die Welt

Die Entrepreneurship Week 2010 kommt

Die „Global Entrepreneurship Week 2010“ ist eine jährlich stattfindende weltweite Aktionswoche zu Gründung und Unternehmertum. Dabei soll der Unternehmergeist junger Menschen geweckt werden. Es geht darum, Kreativität, Innovationen und Impulse zu fördern. Networking, das Miteinander als Menschen, die etwas unternehmen, soll belebt und unterstützt werden. Diese „Gründerwoche 2010“ findet weltweit in der Woche vom 15. bis 21. November 2010 statt. In über 80 Ländern gibt es tausende Aktionen und Events.



Gründerwoche Deutschland

15.–21. November 2010

www.gruenderwoche.de

Jugendliche und junge Erwachsene, die ein Unternehmen gründen möchten, finden zahlreiche Angebote: über Ideenworkshops, Chats oder Beratungsangebote bis hin zu Events zum gegenseitigen Kennenlernen. Hier kann man seinen Wissenshorizont erweitern, lernen, wie Unternehmer

„ticken“ und was überhaupt „Unternehmergeist“ ist, aber auch Kontakte knüpfen, Workshops und Seminare besuchen, seine eigene Gründung ganz konkret voranbringen.

Konkrete Angebote sind beispielsweise:

- Beratung und Seminare zur Ideenfindung
- Telefonhotline oder Vier-Augen-Gespräche
- Workshops zu Marketing und Vertrieb
- Vorlesungen zu „Gründung aus der Hochschule“
- Gründer-Chats im Internet
- Veranstaltung zu Finanzierung und Fördermittel
- Veranstaltungen zu Gründung, Franchise oder Nachfolge
- Gründertage, Infomessen und Planspiele

Auch in Köln und in vielen anderen Orten in Nordrhein-Westfalen gibt es eine Reihe von Veranstaltungen.

Aus dem Grußwort des Bundesministers für Wirtschaft und Technologie, Rainer Brüderle MdB, zur Gründerwoche: „Liebe Leserin, lieber Leser, (...) Gründerinnen und Gründer sind für eine dynamische Entwicklung unserer Wirtschaft unverzichtbar. Sie nehmen eine Schlüsselrolle für die Wettbewerbsfähigkeit unserer Volkswirtschaft ein. Wir brauchen Menschen, die den Mut haben, sich mit viel versprechenden Ideen, innovativen Produkten oder exzellenten Dienstleistungen selbständig zu machen. (...)“ ■

Das RTZ ist offizieller Partner der
Gründerwoche Deutschland 2010.

Am 18. November gibt es im
Zentrum eine Veranstaltung zum
Thema Gründung in der Praxis.

Nähere Informationen:

www.gruenderwoche.de



BioCologne

Biotechnik mit Perspektiven

BioCologne setzt sich seit über zehn Jahren für die Förderung der Biowissenschaften und der Biotechnologien in der Region Köln-Bonn ein. Neben der Arbeit vor Ort ist der Verein vielfach vernetzt – in Deutschland und der Welt, aber eben auch mit seinen direkten Nachbarn.

So ist BioCologne mit sechs anderen Regionen vernetzt, die sich zusammengefunden haben im BIO.NRW e. V., und die über dieses Netzwerk eng mit der Geschäftsstelle BIO.NRW, dem Cluster Biotechnologie Nordrhein-Westfalen, kooperieren. Gemeinsam mit ihnen präsentiert sich BioCologne auch in diesem Jahr wieder auf der BioTechnica in Hannover. Am Gemeinschaftsstand des Landes Nordrhein-Westfalen werden die besonderen Kompetenzen der Bioregionen dargestellt. Und da hat NRW viel zu bieten:

Dieses Land, im Herzen von Europa, ist wirtschaftlich auf Spitzenplätzen zuhause. Ein Viertel aller ausländischen Investitionen konzentriert sich hier. Auch deshalb ist NRW im Bundesvergleich an erster Stelle beim Exportvolumen. International tätige kleine und mittelständische Unternehmen sowie Start-Ups finden sich in NRW, genauso wie die Big Player, gerade auch global tätige Chemie-, Biotechnik- und Pharmaunternehmen. Kein Wunder, schließlich bieten sich hier auf überschaubarem Raum alle nötigen Ressourcen und Erfahrungen. Und, nicht zu vergessen, Netzwerke wie BioCologne, bei denen Unterstützung und Vernetzung nur zwei von vielen Vorteilen sind.



BioCologne unterstützt den Technologietransfer und Existenzgründungen, fördert den Wissenstransfer über seine Initiative MyBioCareer, vermittelt Finanzierungslösungen über sein Netzwerk von Banken und Investoren. Aber das Netzwerk fördert auch die Entwicklung der Region Köln-Bonn zu einem internationalen Biotechnik-Standort. So vermittelt es Biotechnik-Gründern Synergien und internationale Kooperationen. BioCologne repräsentiert den Standort Köln-Bonn in nationalen Arbeitskreisen, bei internationalen Messen und Kongressen, fördert und intensiviert erfolgreiche Kontakte zwischen Wissenschaft und Wirtschaft. ■

BioCologne e. V.
Gottfried-Hagen-Str. 60-62
51105 Köln
contact@biocologne.de
www.biocologne.de





Verbindungen schaffen

Sie finden uns auf der Biotechnica 2010:
Halle 9, Stand E / 16

BioCologne verbindet Menschen, Ideen und Wissen, sowie Wissenschaft und Wirtschaft. Das Netzwerk engagiert sich aktiv in den Bioregionen Deutschlands und Europas.

www.biocologne.de

11 Argumente für den Standort Köln

17 Millionen Menschen im Umkreis von 100 km um Köln stehen für Marktnähe und Kundenpotential

So lautet das erste der elf offiziellen Argumente der Domstadt für den Standort Köln. Es ist ein blendend gutes Argument, braucht allerdings ein Info-Upgrade, um das mal neudeutsch zu sagen, denn die 17 Millionen zählen nicht viel, wenn einer nicht weiß, was das für Millionen sind. Und das muss einer wissen, wenn er was verkaufen will.

Nehmen wir nun als Eckpunkte dieses 100-km-Kreises (Sie sehen: die Quadratur des Kreises ist im Rheinland längst gelöst!) Dorsten, Aachen, Siegen, Koblenz, dann haben wir sie schon alle drin, die das rheinische Universum ausmachen und eines steht dabei fest: unterschiedlicher können die gar nicht sein. Es sind da Rheinländer, Westfalen, Sauerländer, Siegerländer und als Sonder-Spezies: Düsseldorfer. Wenn wir jetzt noch rechtsrheinisch und linksrheinisch als die Dimension berücksichtigen, welche die Welt in Gut und Böse teilt (vergessen Sie bitte nicht: die Kölner sind schon in der Fronleichnamspzession marschiert, da haben die Düsseldorfer noch die Missionare gefressen!), dann ahnen wir so langsam, mit was für unglaublichen Unterschieden zwischen den einzelnen Völkern wir es hier zu tun haben.

Im einzelnen:

Der Westfale. Hier gilt generell: er ist der natürliche Feind des Rheinländers. Dafür kann er nix, er hat aber auch nie was dagegen unternommen. Der Westfale – egal ob in Paderborn oder in Münster – ist im Gegensatz zum Rheinländer extrem positions- bzw. ortsstabil. Egal, wo Du ihn hinstellst – er bleibt da stehen. Das heißt aber auch: er ist erreichbar, er ist adressierbar, ihm kann zugestellt werden, er ist das, was Drückerkolonnen remittendenresistent nen-

nen und die müssen es ja wissen. Das heißt: was du ihm schickst, kommt an und er behält es auch noch. Weil der Westfale obendrein exportresistent ist – wie kann auch jemand, dem der Gedanke, sich selbst fort zu bewegen, fremd ist, auf den Gedanken kommen, etwas von sich weg zu geben! – ist er der ideale Kunde, egal wofür, Hauptsache, es wird ihm geschickt. Weil Köln weit genug von Westfalen entfernt ist, um von dieser Mobilitätslethargie angesteckt zu werden, ist die Domstadt der ideale Standort für alle Firmen, deren Geschäft der Export nach Westfalen ist: sei es der Export von Ideen oder der von Waren. Eines aber muß man dabei heutzutage immer im Auge haben: wer sich nicht gerne bewegt ist der ideale Internet-Junkie. So sitzt der sparsame Westfale im Licht des Flatscreens da und surft 24 Stunden am Tach, während Trecker und Vieh vom wieseligen Polen versorgt werden. Das ist die Chance: Karton über Karton rüberschicken und immer vor die Tür knallen! Bis er schnallt, dass da was gekommen ist, ist die Rückgabefrist verstrichen und man kann ihm die Kohle online abzocken. Man könnte auch – aber das nur als kleine, nicht ungefährliche Geschäftsidee – einen Deal mit dem jeweiligen Polen machen, dass der das Zeug verscherbelt, dann rechnet sich die Ware doppelt.

Sauerland ist da schon der schwierigere Fall: der Sauerländer ist bodenständig und bibelfest. Er ist so was wie der Bayer Nordrhein-Westfalens und zwar der aus dem bayerischen Wald. Ginge es nach ihm, wäre der Vatikan in Meschede, Heinrich Lübke ewiger Bundespräsident und Franz Müntefering deutscher Kaiser. Der Sauerländer trifft den Nagel immer auf den Kopf – und zwar von beiden Seiten. Er vermehrt sich nicht etwa – was ihm oft nachgesagt wird – ausschließlich im berühmten Sauerland-Stern, das kann er sich gar nicht leisten, der ist wirklich nur rheinischen Kegelvereinen vorbehalten und zwar männlichen wie weiblichen, nein, er vermehrt sich dahinter: angeregt vom Treiben der freizügigen Ausländerinnen und Ausländer fallen dann die Geschlechter hinter dem Sauerlandstern übereinander her dass es eine Freude ist, aber das steht hier nicht zur Diskussion. Weiter zu wirtschaftlichen Aspekten: er ist ethnozentrisch. Er kauft nur Sauerländern

11 Argumente für den Standort Köln

... ist der Titel eines Flyers der Stadt Köln von Oktober 2009.

Das erste Argument ist dort wie folgt beschrieben:

17 Millionen Menschen im Umkreis von 100 km um Köln stehen für Marktnähe und Kundenpotential. Köln ist mit einer Million Einwohnern die viertgrößte Stadt und die drittgrößte Industrieregion in Deutschland und liegt im Zentrum eines vielversprechenden Absatzmarktes im europäischen Maßstab. Im Umkreis von 250 Kilometern erreichen Unternehmer bereits 45 Millionen potenzielle Kunden. Köln begrüßt Unternehmer aus aller Welt mit Weltoffenheit in der Bevölkerung und Behörden, die ihre Sprache sprechen. Die Domstadt empfiehlt sich als Drehscheibe für die Märkte Europas.



was ab. Er ist somit extrem import-inkompatibel, was geschäftliche Konsequenzen hat: du solltest sauerländische Partner haben, wenn du ihm überhaupt was verkaufen willst. Nun hat man die nicht immer bei der Hand. Dann musst du aber zumindest einen sauerländischen Absender haben, wenn du ihm was schicken willst und das hat dazu geführt, dass sich in Arnshagen, dem Tor zum ‚Land der tausend Berge‘, dem Sauerland, eine Briefkastenfirma an die andere reiht. Nicht umsonst spricht man von Arnshagen als dem Liechtenstein Nordrhein-Westfalens. Hier trifft sich, wer mit dem Sauerländer ins Geschäft kommen will. Also: Briefkasten kaufen (Obi hat da günstige Angebote), 2 Dübel, 2 Schrauben, 1 Schraubenzieher, 1 Namensschild (gibt's alles bei manchen Obis als „Sauerland-Set“ mit fertigen Firmennamen), einen Mann deines Vertrauens nach Arnshagen schicken, Briefkasten an die nächste Wand dübeln, fertig ist die Laube. Es gibt keinen anderen Weg, mit dem Sauerländer ins Geschäft zu kommen. Hast du aber den Briefkasten installiert, dann kann es losgehen: der Sauerländer hat Geld und ist dann auch kaufwillig.

Der Siegerländer fällt als Kunde leider aus: ihm kann keiner was verkaufen. Er hasst materielle Güter, ist evangelisch fundamentalistisch orientiert, verliert seine ganze Zeit damit, das Rollen des R richtig zu praktizieren (bitte alles mit rollendem err aussprechen!) und kauft höchstens, falls er katholisch ist, Ablässe, die ihm das Fegefeuer ersparen. Dieser Markt ist allerdings fest in der Hand unseres Erzbistums und ich glaube nicht, dass der Generalvikar, Herr Schwaderlapp, für auch nur keuscheste Deals ansprechbar ist. Mit dem Siegerland hat man also den klassischen Fall vor sich: Du bist von Köln aus zwar in knapp einer Stunde im Siegerland, aber was sollst du in knapp einer Stunde im Siegerland?

Kommen wir noch kurz zu **Düsseldorf**, weil auch da eigene Regeln gelten. Der Düsseldorfer hat höfische Vergangenheit, das bedeutet: er zeigt sich gerne in bester Figur, er

hat Sinn für Luxus, er gibt sich gerne weltläufig – alles typische Konsumenten-Attribute. Man kann das in den Satz zusammenfassen: „Der Düsseldorfer kauft für das Geld, das er nicht hat, Klamotten, die er nicht braucht, um damit Menschen zu imponieren, die er noch nicht mal kennt!“ Damit hast du die Ingredienzien, die den Düsseldorfer als solchen zum idealen Kunden machen. Sag ihm, dass das, was Du hast, angesagt ist, dann kannst du ihm alles verkloppen. Nur eines darfst du ihm nie sagen: dass das, was er kauft, aus Köln kommt. Der Rest im Umkreis von Köln verhält sich die wie Kölner auch: unberechenbar, unkalkulierbar, chaotisch, aber immer liebenswert. Das wären die wichtigsten Infos, quasi Basis-Infos, zur Ergänzung des 1. offiziellen Arguments der Stadt Köln für junge Unternehmer, Firmengründer, Kreative, die sich in Köln niederlassen wollen. VIEL GLÜCK ABER AUCH! ■



Konrad Beikircher stammt aus Südtirol und lebt seit 1965 im Rheinland. Nach seinem Studium der Musikwissenschaft, Psychologie und Philosophie in Bonn war er zwischen 1971 und 1986 als Gefängnispsychologe in der Jugendvollzugsanstalt Siegburg tätig. Seitdem arbeitet er als freiberuflicher Kabarettist, Komponist, Radio- und Fernsehmoderator, Autor von Kinderliteratur und Hörspielen, Komponisten-Porträts und Opernlibretti, Sprecher von Hörbüchern, Moderator von Klassikkonzerten und natürlich Musiker. Und er schreibt für den RheinZeiger.



Wer mehr von Herrn Beikircher lesen möchte, wie wäre es mit dem Buch „Wer weiß, wofür et jot es“?

www.beikircher.de

Der Glücksweg Kommen Sie endlich da an, wo Sie hinwollen

Nahezu täglich rede ich mit jungen Menschen über die Gründung eines neuen Unternehmens. Da wird viel über die so genannten Hard Skills diskutiert wie Fachwissen, Berufserfahrung oder betriebswirtschaftliche Dinge. Die meisten dieser Gründer zeigen Ehrgeiz und Entschlossenheit, schließlich erfordert der Aufbau eines Unternehmens auch das volle Engagement. Da sind zumindest anfangs die Tage schon mal ein wenig länger als normalerweise. Oft wird das bekannte Zitat gebracht: Als Selbstständiger arbeitet man halt selbst und ständig. Oder ist da etwas dran? Ist der Zweck der Übung, ausschließlich zum Wohle des Unternehmens den Alltag zu gestalten?



Der Glücksweg

*Kommen Sie endlich da an,
wo Sie hinwollen*

*Claudia Christ und Bernhard Fenn
Verlag Ariston, München
ISBN-13: 978-3424200263
19,95 Euro*

Und schon sind wir bei der Frage der Work-Life-Balance angekommen. Unternehmer suchen schließlich auch den „privaten“ Erfolg, die Erfüllung; auch sie möchten glücklich sein. Nur: Hier ist guter Rat teuer? Was ist der Weg ins Glück? Reicht dazu der Erfolg des Unternehmens? Wie lässt sich beruflicher und privater Erfolg erreichen? Alle reden heute von der Bedeutung der Soft Skills, dem Wissen um den Umgang mit (anderen) Menschen. Gehört dazu nicht auch der Umgang mit sich selbst?

Sie möchten das Buch lesen?

Ein Exemplar des Buches „Der Glücksweg“ wird unter den Lesern verlost, die uns bis zum 31. Dezember 2010 schreiben. Jeder Absender eines Leserbriefes zu diesem RheinZeiger 16 nimmt an der Verlosung teil.

Die Antwort habe ich in diesem Buch gefunden. Die wichtigste Erkenntnis zunächst ist die, dass auch Glück erlernbar ist. Man muss sich aber darum kümmern, und zwar jeder für sein eigenes Glück, für seinen persönlichen Glückstyp.

Nur: Welcher Glückstyp bin ich? Und wie kann ich mich dann „kümmern“? Wie finde ich meine Orientierung? Auch hier liefert das Buch die Antworten. In ihrer ebenso praktischen wie inspirierenden Anleitung zum Glücklichen zeigen Claudia Christ und Bernhard Fenn, wie jeder seine ganz persönliche Glücksbalance finden kann.

Das Buch ist da ganz praktisch. Jeder kann seinen persönlichen Typ, seinen „Glückstyp“, herausfinden. Hier werden praktische Anleitungen zur Analyse des eigenen Glückstyps ebenso geliefert wie Selbstlernkurse und Anleitungen zur eigenen Orientierung, zur Findung des persönlichen Glücksweges und zur Sicherstellung der persönlichen Glücksbalance. Das Buch theoretisiert nicht, philosophiert nicht über die Seele oder das Denken des Menschen. Dieses Buch ist ganz nahe beim Leser, seinem persönlichen Alltag, seinen ureigensten privaten und beruflichen Situationen. Die Tests und Checklisten helfen auf einfache Weise sein Leben und sein Glück zu finden und zu gestalten.

Jetzt wird es machbar, den Erfolg eines neu gegründeten Unternehmens ebenso sicherzustellen wie die ganz private Erfüllung, den privaten Glücksweg zu finden.

Ach ja, welcher Glückstyp bin ich denn nun? Dazu gehe ich doch gleich mal auf die Internetseite www.christ-fenn.de, denn dort gibt es einen Test, wie ich meinen ganz persönlichen Typ finden kann. Und dann kehre ich zurück zum Buch. Es lohnt sich. ■

Warum wir seit 5 Jahren an uns glauben

Wir sind die Generation, die mit dem Internet aufgewachsen ist und sowohl die Stärken als auch die Schwächen in diesem Bereich am besten kennt. Die virtuelle Kommunikation haben wir zu unserem Steckenpferd gemacht. Diese umfasst: Beratung, Konzeption, Kreation sowie die Realisierung von Internet- und CRC-Projekten aber auch die klassische Print-Kommunikation gehört zu unserem Repertoire. Zu unseren Kunden gehören unter anderem mittelständische Unternehmen, Industrie und Politiker.

Wir kommen aus verschiedenen Bereichen der Kommunikationsbranche und bündeln alle Erfahrungen von altbewährten bis neuen Medien in der illustratics GmbH. Unser Team arbeitet gemeinsam für den Erfolg, glaubt an sein Können und seine Stärken. Trotz der Schnelligkeit in unserer Branche, pflegen und schätzen wir unseren bestehenden Kundenstamm und legen immer ein Augenmerk auf dessen Wachstum.

Wir können Werbung nicht neu erfinden, aber wir können neue Zeichen setzen!

illustratics

illustratics GmbH Agentur für virtuelle Kommunikation

Gottfried-Hagen-Straße 60-62, 51105 Köln, Telefon: 0221 - 57 08 11 - 0, Fax: - 10

www.illustratics.com, post@illustratics.com

Businessplan Wettbewerb Medizinwirtschaft 2010 gestartet



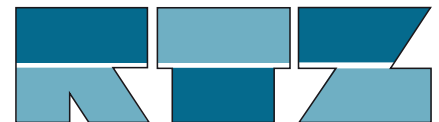
Beim „Businessplan Wettbewerb Medizinwirtschaft 2010“ ist es jetzt amtlich: 167 Teilnehmer in insgesamt 104 Projekten beteiligen sich am aktuellen Durchgang – ein neuer Rekord. Noch nie, seit der Wettbewerb im Herbst 2006 zum ersten Mal durchgeführt wurde, war die Beteiligung so hoch. Aus ganz Deutschland und sogar aus der Schweiz, Spanien und England kommen die Teilnehmer.

Mit Hilfe eines umfangreichen Qualifizierungsprogramms und der intensiven Betreuung von speziell für den Wettbewerb akkreditierten Experten wollen sie ihren Businessplan erarbeiten. Rund 50 Prozent der Teilnehmer kommen aus Nordrhein Westfalen. Hier liegt auch der Fokus des Wettbewerbs, der vom Land Nordrhein-Westfalen und der Europäischen Union gefördert wird.

*Kontakt: Startbahn MedEcon Ruhr GmbH
Lindenallee 55, 45127 Essen, www.startbahn-ruhr.de*

Rechtsrheinisches Technologie- und Gründerzentrum Köln GmbH

Hier haben Gründer
Zeit und Raum!



Gut beraten gründen und sicher wachsen!

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

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

NUK unterstützt Gründer und Jungunternehmer

Kostenloses Coaching und Networking



Sind NUK für die vielfältige Förderung dankbar: die ergobag-Gründer, Sieger des 13. NUK-Businessplan-Wettbewerbs (v. l.: Oliver Steinki, Juliaan Cazin, Florian Michajlezko, Sven-Oliver Pink)

NUK – Neues Unternehmertum Rheinland e.V. – unterstützt Existenzgründer aller Branchen auf vielfältige Weise: Von November bis Juni richtet der Verband im Rahmen seines Businessplan-Wettbewerbs über vierzig Veranstaltungen aus. Das Spektrum umfasst Coaching-Abende mit individuellen Beratungsgesprächen, Workshops, Vorträgen sowie Networkingevents. So versorgt NUK die Nachwuchsunternehmer mit gründungsrelevantem Know-how und bietet ihnen gleichzeitig die Möglichkeit sich ein Netzwerk aufzubauen. Das Geschäftskonzept der Gründer wird zudem in drei Wettbewerbsstufen von jeweils zwei Experten

sich bewährt: Nicht umsonst gehört der jährliche NUK-Businessplan-Wettbewerb zu den wichtigsten und teilnehmerstärksten Initiativen zur Förderung von Existenzgründern in Deutschland.

NUK – Neues Unternehmertum Rheinland e.V. – lässt die Existenzgründer und Nachwuchsunternehmer auch nach dem Wettbewerb nicht allein: Mit dem NUK-Alumni-Club eröffnet der Verband erfolgreichen Nachwuchsunternehmern der Region einen Zugang zu seinem Wissenskapital und Kontaktpool. Seit Herbst 2010 gibt es für diese Zielgruppe ein weiteres Angebot, welches über das Coaching im Rahmen des Businessplan-Wettbewerbs hinausgeht: das NUK-Mentoring. „NUK-Experten mit langjähriger praktischer Unternehmererfahrung betreuen hierbei als Mentoren ausgewählte, vielversprechende Gründer und Jungunternehmer, die sogenannten Mentees, individuell in der schwierigen Start- und Wachstumsphase“, erläutert NUK-Projektleiter Daniel Tsubaki. Das Programm ist jeweils auf drei bis sechs Monate angelegt und beinhaltet unter anderem Workshops und Vortragsveranstaltungen. „Wer an dieser neuen NUK-Förderung interessiert ist, kann sich bei uns ab sofort bewerben“, so Tsubaki. ■

Der 14. NUK-Businessplan-Wettbewerb beginnt am 9. November 2010.

Gründungsinteressierte können sich ab sofort auf der Verbandshomepage unverbindlich registrieren, um über alle NUK-Angebote informiert zu werden.

geprüft und mit schriftlichem Feedback versehen. Über 30 renommierte Unternehmen und Institutionen sowie mehr als 200 Coaches und Gutachter aus Wirtschaft und Wissenschaft ermöglichen es NUK e.V. mit ihrem ehrenamtlichen Engagement alle Leistungen kostenlos anzubieten.

Davon profitierten auch die Kölner Gründer von ergobag. Im Wettbewerb 2010 erreichten sie mit ihrem Businessplan zu einem ergonomischen Schulranzen den mit 10.000 Euro Siegesprämie dotierten ersten Platz. Das NUK-Konzept hat



Die Wissenskapitalgeber

Weitere Informationen, alle Termine und Online-Registrierung auf neuesunternehmertum.de

Sieger suchen Siegertypen

Technologiezentren fördern High Potentials

Der Start ist vielsprechend: der Gewinn beim Wettbewerb „Gründung.NRW“. Vier Technologiezentren aus Bergisch Gladbach, Gummersbach, Hürth und Köln reichten ein gemeinsames Projekt-konzept zur „Förderung und Gründung Technologie-orientierter Unternehmen“ ein. Neu ist die Konzentration auf sogenannte High Potentials – besonders erfolgversprechende Unternehmungen.

Die Jury des landesweiten Wettbewerbs überzeugten sie auf jeden Fall. Der erste Lohn ist die Finanzierung des Projektes in Höhe von über 400.000 Euro für die nächsten drei Jahre. Mit Hilfe der Finanzierung aus dem EU-NRW Ziel 2-Programm EFRE (Regionale Wettbewerbsfähigkeit und Beschäftigung 2007-2013) gehen die vier Technologiezentren jetzt neue Wege bei der Beratung von und beim Coaching für Gründer, mit „Technologieorientierte Unternehmen im Rheinland – High Potentials“ (ToUR HiPos).

Die gängige Gründungsberatung bewertet im Wesentlichen die Geschäftsidee. Vernachlässigt wird häufig, dass zu einer erfolgreichen Gründung auch ein erfolgreicher Gründer gehört. ToUR HiPos beginnt mit einer erweiterten Perspektive: Es wird mindestens genauso viel Aufmerksamkeit der Unternehmerpersönlichkeit und dessen Motiven gewidmet wie der formalen Ausgestaltung des Businessplans. Wie im Leistungssport gibt es dabei, nach Analyse der Stärken und Schwächen, ein spezielles und individuelles Coaching für die Firmengründer. „Wir versprechen uns davon schnellere und vor allem nachhaltigere Unternehmen“, so Dr. Heinz Bettmann, Geschäftsführer im Rechtsrheinischen Technologie- und Gründerzentrum Köln (RTZ).

Vorbilder Elite-Universitäten und Leistungssport

„Was motiviert den Menschen zu Höchstleistungen?“ Diese Frage steht am Anfang des Projekts „Technologie orientierte Unternehmen im Rheinland – High Potentials“ (ToUR HiPos). Susanne Roll, Geschäftsführerin des Technologie- und Gründerzentrums Gummersbach (GTC), beobachtete schon länger, wie in anderen Bereichen besondere Talente gefördert werden, ob im Leistungssport oder auch beim amerikanischen Modell von Wirtschaftsförderung mit einer sehr intensiven Begleitung. Gemeinsam mit ihren drei Kollegen aus Bergisch Gladbach, Hürth und Köln konzipierte sie „ToUR HiPos“, die Suche und Förderung herausragender Ideen und Menschen. Schon diese aktive Suche solcher Talente an Hochschulen und in Unternehmen ist eine Aufgabe, die die normalen Ressourcen von Wirtschaftsförderern und Technologiezentren überschreitet.



HiPo gesucht

Sie sind oder betrachten Sie als Unternehmertyp? Sie haben eine gute, innovative Idee zur Gründung eines Unternehmens? Sie haben das auch in einem Businessplan formuliert – oder Sie arbeiten daran?

Sie suchen aber Unterstützung, Beratung, Coaching, oder einfach ein Gespräch? Sie würden auch in einem bahnbrechenden Projekt zur innovativen Gründerförderung mitmachen?

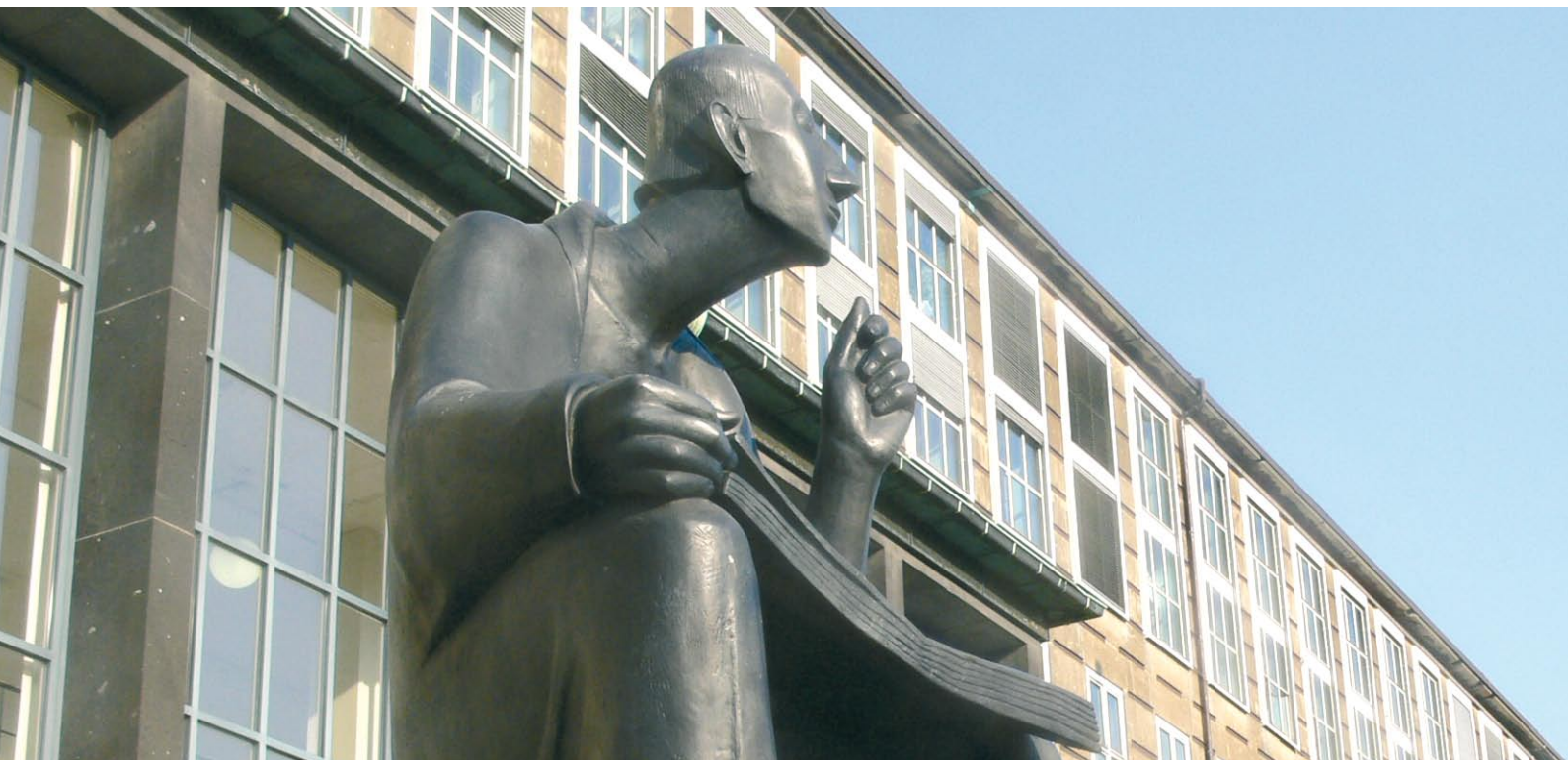
Dann würden wir gerne mit Ihnen reden. Vielleicht schreiben Sie uns eine Mail? heinz.bettmann@rtz.de

Gefördert durch **Ziel2.NRW**
Regionale Wettbewerbsfähigkeit und Beschäftigung



Der Ablauf bei ToUR HiPos ist strukturiert: In einem eigens entwickelten IT-gestützten Rating werden die Innovation, Fähigkeiten und Kenntnisse, Unternehmerpersönlichkeit, Motivationsfaktoren und Handlungskompetenzen analysiert. Mit diesem System trainierte zum Beispiel der Gewichtheber Matthias Steiner vor seinem Olympiasieg. Die herausragenden Projekte, bezeichnet als „Gazellen-gründungen“, kommen schließlich in den Genuss einer besonders engen Begleitung mit Coaching und Persönlichkeitstrainings. Extra dafür haben sich mehrere Mitarbeiter der Technologiezentren zu Human-Excellence-Coaches ausbilden lassen. Diese Coaches suchen Partner für die jungen Unternehmen, passend zu deren Persönlichkeitsstruktur. So können Schwächen gezielt aufgefangen und das Wachstum der Start-Ups beschleunigt werden.

Insgesamt sollen in den vier Technologiezentren circa 150 High Potentials identifiziert werden und die Persönlichkeitsanalyse nach Reiss durchlaufen. Der Erfolg dieses ganzheitlichen Ansatzes wird über die gesamte Projektzeit kontrolliert und ausgewertet. „Unser Ziel ist es, dieses System in den nächsten drei Jahren zu testen und weiter zu entwickeln, so dass wir es am Ende allen Wirtschaftsförderern und Technologiezentren in NRW zur Verfügung stellen können“, so Dr. Heinz Bettmann. Dann könnte ein neues Modell der „Inkubation“ entstehen, von dem ganz NRW profitiert – mit mehr Innovationen, Gründungen und Wachstum. ■



Studium Unternehmertum

Das Angebot des Professional Centers der Universität zu Köln

Vorlesung „Grundlagen der Existenzgründung“

Jetzt kann man in Köln Unternehmertum studieren: Der Dozent Dr. Heinz Bettmann, Geschäftsführer des RTZ in Köln, sowie weitere Experten aus der Praxis sprechen in dieser Vorlesung über alle gründungsrelevante Themen. Grundkenntnisse zu Gründung und Aufbau eines Unternehmens sollen ebenso vermittelt werden wie unternehmerisches Denken und Handeln oder der Umgang mit den vielfältigen Fragen des unternehmerischen Alltags.

Die Initiatoren:

ProfessionalCenter der Universität zu Köln: www.professionalcenter.uni-koeln.de

hochschulgründernetz cologne (hgnc): www.hgnc.de

RTZ Köln GmbH: www.rtz.de



**PROFESSIONALCENTER
DER UNIVERSITÄT ZU KÖLN**

Die Vorlesung läuft mit zwei Semesterwochenstunden und schließt mit einer Klausur ab. Bachelor-Studierende haben die Möglichkeit, für die erfolgreiche Teilnahme an diesem Seminar im Rahmen des Studium Integrale 3 CP zu erwerben. Der Kurs wird von folgenden Fakultäten im Studium Integrale anerkannt:

- Wirtschafts und Sozialwissenschaftliche Fakultät
- Rechtswissenschaftliche Fakultät
- Philosophische Fakultät
- Mathematisch-Naturwissenschaftliche Fakultät
- Humanwissenschaftliche Fakultät

Übung „Praxis-Seminar Businessplan“

Im Praxis-Seminar Businessplan werden umfassende Kenntnisse zur Erstellung eines Businessplans im Rahmen praktischer Übungen vermittelt. Aufbauend auf die Vorlesung „Grundlagen der Existenzgründung“ werden verschiedene Themen aus den Bereichen der Hard und Soft Skills vertieft. Ziel ist die praktische Ausarbeitung eines Businessplans. Die Teilnehmer arbeiten parallel zu den Seminarstunden allein oder im Team einen Businessplan für ein eigenes Gründungsvorhaben aus. Die Unternehmenskonzepte werden am Ende des Seminars einer Jury präsentiert; das beste Konzept wird prämiert. ■

Themen der Vorlesung

Unternehmertum, Familienunternehmen, INTES-Prinzip, Gründungsstrategien, Businessplan, Hard und Soft Skills, Finanzplanung, Fördermöglichkeiten, Gesellschaftsformen, Rechts- und Vertragsfragen, Patent- und Markenschutz, Unternehmensorganisation, Personal- und Teammanagement, Markt- und Branchenanalyse. Marketingkonzept, Rhetorik und Präsentation, Controlling und Krisenmanagement, Netzwerke und Businessclubs, und andere Themen.

Themen des Praxis-Seminars

Kreativität und Ideenfindung, Geschäftsmodell, Markt- und Branchenanalyse, Marketing und Marketingkonzept, Rhetorik und Kommunikation, Präsentation, Organisation und Teammanagement, Finanz- und Liquiditätsplanung, Verhandlungsführung, Businessplan-Gestaltung, Elevator-Pitches.

Zum Seminar gehört Einzel- und Gruppenarbeit. Es ist ein Businessplan zu entwickeln, der am Ende einer Jury präsentiert wird. Der beste Businessplan wird mit einem Geldpreis honoriert.

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. 0221/272219-191
www.rhein-estate.de

Das Geheimnis erfolgreicher Firmen

Ich muss zugeben – es fällt mir sehr schwer einen Ratgeber für Management-Strategien aus dem Bücherregal zu nehmen und noch schwerer so ein Werk von der ersten bis zur letzten Seite durchzulesen. Offen gesagt – das war bis zu diesem Sommer auch noch nicht geschehen. Wenn das Buch in der englischen Version auch noch den sperrigen Titel „The E-Myth Revisited“ (der deutsche Titel „Das Geheimnis erfolgreicher Firmen“ ist eher nichtssagend) trägt und das Cover der Taschenbuchausgabe billig und reißerisch zugleich aussieht, brauchte es in meinem Fall schon eine dringende Empfehlung, um überhaupt einen Blick zu riskieren.

Glücklicherweise habe ich einer solchen Empfehlung vertraut, und ich gebe sie hiermit an alle Wirtschafts-literatur-Skeptiker und -Gelangweilten weiter.

Das Geheimnis erfolgreicher Firmen
 Michel E. Gerber
 Englischer Titel: „The E-Myth Revisited“

175 Seiten, ACCORD Unternehmensentwicklungsgesellschaft mbH, Gänserndorf (Österreich), ISBN 3-9501518-0-X
 27 Euro



Michael E. Gerber schafft es, den Leser an einem elementaren Punkt abzuholen – dem Traum von der Selbständigkeit. Und zwar in seiner ursprünglichen Form. Haben nicht alle Unternehmer und Unternehmerinnen (!) am Anfang von wirklicher Unabhängigkeit, ja von Freiheit und Wohlstand, geträumt? Haben nicht alle ihr geplantes Unternehmen stetig wachsen und gedeihen sehen? Und wollten nicht alle irgendwann die Schar ihrer emsigen Mitarbeiter aus der Rolle des Patriarchen – oder der Patriarchin – beobachten und sanft aber bestimmt anleiten?

Sarah, die unglückliche und überforderte Kleinunternehmerin, der Michael Gerber in unterhaltsamer Weise erst seine eigene Leidens- und Erfolgsgeschichte erzählt und sie dann zu den richtigen und wichtigen Fragen leitet, hatte diese Träume. Aber sie hatte auch das von Michael Gerber so verblüffend nachvollziehbar beschriebene Grundproblem – sie war die Praktikerin. Und Praktiker, oder auch Fachleute, neigen automatisch dazu IM und nicht AM Unternehmen zu arbeiten. Dadurch wird, laut Michael Gerber, die Chance vertan, ein skalierbares und wertgenerierendes System zu entwickeln.

Diese und einige andere Mechanismen werden von Gerber so treffend beschrieben, dass man das Buch immer wieder sinken lässt, um innerlich zuzustimmen. Aber der Autor liefert mit „The E-Myth Revisited“ noch einiges mehr. Zum Beispiel die Antwort auf die Frage, warum eigentlich alle Unternehmen als Franchise (zumindest) geplant werden sollten. Oder dass das Unternehmertum stetige Demut und Lernbereitschaft erfordert.

Treffende Analysen, verblüffende Perspektiven und konkrete Konzepte in sehr unterhaltsamer Form dargebracht – das Buch ist seinen geringen Kaufpreis wert und sollte nach dem Lesen gleich weitergereicht werden. Natürlich tragen US-Autoren für unser Verständnis gelegentlich etwas dick auf. Da macht auch Gerber keine Ausnahme. Aber unter dem Strich bleibt ein mitreißendes Buch, das zur Pflichtlektüre von Gründern und Unternehmern gehören sollte. ■

Endlich zieht mal eine Agentur andere Seiten auf!

ARTEFACTUR
Atelier für vollendete Kommunikation

Artefactur Atelier für vollendete Kommunikation
 Paul van Hemmen, Telefon: 0221 169 447-29, Fax -30
 info@artefactor.com, www.artefactor.com

2009 Leben ein und machten die Artefactur innerhalb kürzester Zeit zu einer anerkannten Adresse für hochwertige Unternehmenskommunikation.

„Unsere Kunden schätzen besonders, dass wir stets nach dem Ziel fragen, anstatt die angefragten Maßnahmen einfach umzusetzen. Oft entstehen daraus neue Sichtweisen und Möglichkeiten für unsere Kunden. Dann kombinieren wir unser Fachwissen mit hohem kreativen Output und einer Prise Geschäftsgeheimnis – das macht uns zu einer zuverlässigen und flexiblen Nachwuchsagentur.“ Das Ergebnis sind außergewöhnlich ansprechende Webseiten, Imagebroschüren, Flyer, Folder, Unternehmenslogos, Geschäftspapiere, Slogans, Unternehmens-texte, Werbefriefe, Kundenkarten und Corporate Identities.

Professionelles Webdesign, gute Werbetexte und aussagekräftiges Corporate Design ist das Hauptaufgabefeld der Artefactur.

Der angehende Medienwissenschaftler Paul van Hemmen und der Werbetexter Stephan Bresser hauchten der Artefactur im Jahre



Martin Möller-Wettingfeld (geb. 1966) ist derzeit am Aufbau eines Franchise-Systems für den Beratungsmarkt beteiligt. Nach verschiedenen Management-Positionen war er beim IT-Startup Transresult an der Entwicklung einer Web-Branchenlösung für die Franchise-Wirtschaft beteiligt. Von 2009 bis 2010 führte er eine CMS- und Online-Marketing-Lösung beim Schokoladenmuseum Köln ein und leitete die Bereiche Marketing und PR. Jetzt wird er gemeinsam mit Wolfgang Kierdorf Unternehmer im RTZ.

Innovativer Start-Up-Treff

Schon zum zehnten Mal treffen sich Gründer, junge Unternehmer sowie Experten aus allen Fachrichtungen zum „Idea Lab! 2010“.

Der jährliche große Gründerkongress an der WHU – Otto Beisheim School of Management findet in diesem Jahr am 29. und 30. Oktober 2010 in Vallendar statt.

Das diesjährige Motto lautet „And what's in your garage?“

In verschiedenen Workshops werden die Erfolgsfaktoren aus den Branchen E-Commerce, Umwelt, Essen & Trinken und anderen diskutiert. Insbesondere beschäftigt die Teilnehmer die Frage, ob und wie US-amerikanische Erfolgsgründungen auch auf Europa übertragbar sind.



Die Tickets kosten für Studenten 40 Euro. Junge Gründer, deren Firma noch kein Jahr alt ist, zahlen 99 Euro, die restlichen Besucher 249 Euro.

29. und 30. Oktober 2010 in Vallendar

Nähere Informationen und Anmeldung unter www.idea-lab.org

Berufsoption Unternehmer/in

Nordrhein-Westfalens Hochschulen werben bei den Studierenden für den Wechsel in den Chefsessel.

Von September bis November lernen gründungsinteressierte Wissenschaftler und Studenten erfolgreiche Gründer, Gründerdozenten und regionale Business Angels kennen. Sie erfahren beispielsweise, welche Unterstützungsangebote die Hochschulen angehenden Firmenchefs bieten, wie ein Start-up am besten geplant wird und welche lokalen Ansprechpartner hilfreich sein können. Geplant sind Stationen in allen nordrhein-westfälischen Wirtschaftsregionen, beispielsweise auch in Köln.



16. November 2010, 16 bis 20 Uhr, Universität zu Köln

Veranstalter: *hochschulgründernetz cologne/hgnc-Gründerbüro der Kölner Hochschulen*

Schwerpunkt: *Social Media Monitoring/Gründungschancen im Bereich intelligenter Webanalyse – Kurzvorträge, Best practice/Unterstützung durch die Hochschule, moderierte Diskussion.*

Nähere Informationen: <http://www.berufsoption-unternehmer.de>

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

Neue Rechtsform

Auf dem Weg zur „Europa-GmbH“

Neue Rechtsform für den grenzüberschreitend tätigen Mittelstand geht auf die Zielgerade

Nach langen Jahren relativer Ruhe tut sich in den letzten zehn Jahren einiges im Bereich des Gesellschaftsrechts. Dabei haben die meisten Entwicklungen einen europarechtlichen Hintergrund: Seit 2004 etwa steht Unternehmen, deren Geschäftsaktivitäten sich über mehrere europäische Länder erstrecken, die Rechtsform der Europäischen Aktiengesellschaft (*Societas Europaea* - SE, im Volksmund auch als „Europa-AG“ bezeichnet) zur Verfügung. Nach anfänglichem Zögern sind mittlerweile einige bekannte Unternehmen als SE konstituiert, so etwa MAN, Allianz, BASF oder die Porsche Automobil Holding.

Für kleinere und mittlere Unternehmen (KMU) ist die Rechtsform einer Aktiengesellschaft jedoch in den meisten Fällen mit zu hohen Eingangsschwellen verbunden (die SE erfordert ein Mindestkapital von 120.000 Euro) und im Handling zu komplex. Die Europäische Union steht nun aber kurz davor, auch für die grenzüberschreitend tätigen KMUs eine Rechtsform bereitzustellen, die nicht im Recht eines der Mitgliedsstaaten verwurzelt ist, sondern v.a. auf europäischen Rechtsakten beruht. Dies ist die Europäische Privatgesellschaft (*Societas Privata Europaea* - SPE, umgangssprachlich als „Europa-GmbH“ bezeichnet).

Europäisches Gesellschaftsrecht: Markt der Möglichkeiten

Schon in den letzten Jahren hatte das Europarecht auch für KMUs neue Möglichkeiten geschaffen: Durch eine Reihe von Urteilen des Europäischen Gerichtshof, deren Namen (etwa *Centros* – *Überseering* – *Inspire Art*) durch die Presse gingen, wurde für deutsche Unternehmer die Möglichkeit eröffnet, trotz faktischem Verwaltungssitz in Deutschland in einer ausländischen Rechtsform tätig zu werden. Dabei rückte, nicht zuletzt durch den Werbeaufwand, den interessierte Dienstleister betrieben, die englische *Limited* in den Mittelpunkt des Interesses. Manch deutscher Klein- und Kleinstunternehmer, der den Schutz einer gesellschaftsrechtlichen Haftungsbeschränkung suchte, aber nicht in der Lage war, die bisherige Mindestkapitalisierung der GmbH durch ein Stammkapital von 25.000 Euro aufzubringen, erwarb oder gründete daher in den letzten Jahren eine *Limited*, bei der ein nominales Stammkapital von einem einzigen Pfund ausreicht. Ein erheblicher Anteil dieser Gesellschaften scheiterte aber schon bald; eine Studie kam etwa zu dem Ergebnis, dass nach 18 Monaten bereits 90 Prozent der in Deutschland neu eingetragenen *Limiteds* wieder gelöscht waren. Verständlicherweise fehlt es daher vielen Geschäftspartnern am Vertrauen in ausländische Rechtsformen.

Der Run auf die *Limited* und die Furcht, die GmbH könne im europäischen Wettbewerb der Gesellschaftsformen den Kürzeren ziehen, bewegte aber auch den deutschen Gesetzgeber dazu, Kleinstbetrieben das Privileg der begrenzten Haftung zu gewähren, ohne dass sie von Anfang an ein hohes Stammkapital aufbringen müssen: Zwar blieb es bei der GmbH beim Mindestkapital vom 25.000 Euro, doch schuf das GmbH-Gesetz die Unternehmergesellschaft (haftungsbeschränkt) als Sonderform der GmbH. Der Unternehmer ist hier schon bei einem Mindestkapital von einem Euro dabei, wenn auch Beschränkungen von Ausschüttungen gelten, die den allmählichen Aufbau eines ausreichenden Haftkapitals fördern sollen.

Europäische Privatgesellschaft als Fördermaßnahme für KMUs

Nun schickt sich die Europäische Union an, eine weitere Gesellschaftsform in das Rennen zu schicken. Die SPE soll die vergleichbaren Kapitalgesellschaften nach nationalem Recht, etwa die deutsche GmbH oder die englische



Dr. Martin Schulte LL.M.

(Univ. of California, Berkeley)

Rechtsanwalt und Attorney-at-Law (NY),

Partner im Kölner Büro der internationalen

Anwaltskanzlei DLA Piper





Limited nicht ersetzen, sondern sie steht zukünftig als europarechtliche Konkurrenz neben den nationalen Gesellschaftsformen.

Ziel ihrer Einführung ist die Förderung der Tätigkeit von KMUs im europäischen Binnenmarkt. Nach Untersuchungen des Instituts für Mittelstandsforschung sind 98 Prozent aller exportierenden deutschen Unternehmen dem Mittelstand zuzuordnen. Dabei gehen mehr als 60 Prozent der deutschen Exporte in andere EU-Staaten. Da aber das Exportvolumen von KMUs oft vergleichsweise gering ist, fallen die administrativen Kosten, die mit der Gründung einer ausländischen Tochtergesellschaft verbunden sind, stark ins Gewicht. Da ausländische Gesellschaftsformen oft immer noch mit Misstrauen betrachtet werden, müssen sich deutsche KMUs, die oft in Form einer GmbH tätig werden, entscheiden, ob sie bspw. in Frankreich eine *s.à r.l.* oder in Polen eine *sp. z o.o.* gründen und betreiben wollen. Dabei fallen schnell fünfstellige Anwalts- und Notarshonorare. Der Verband deutscher Maschinen- und Anlagenbauer meint, solche Kosten könnten um 80 Prozent gesenkt werden, wenn sich der Mittelstand europaweit einer einheitlichen Rechtsform bedienen könnte. Umfragen zeigen, dass sich 60 Prozent der deutschen Unternehmen vorstellen können, ihre Tochterunternehmen in anderen EU-Ländern als SPE zu führen.

Diesem Bedürfnis wollte die Europäische Kommission nachkommen und hat im Jahre 2008 nach ausführlichen Diskussionen mit KMUs im Rahmen des *Small Business Act*

einen Entwurf für ein Statut für die Europäische Privatgesellschaft vorgelegt. Ziel der Kommission war es dabei, bereits zum 1. Juli 2010 die SPE allgemein für den europäischen Mittelstand verfügbar zu machen. Nachdem das Europäische Parlament zahlreiche Änderungsvorschläge einbrachte und auch einige Mitgliedsstaaten verschiedene Punkte kritisierten, hofft man nun darauf, dass die belgische EU-Ratspräsidentschaft das Projekt im zweiten Halbjahr 2010 vorantreibt.

Preisgünstige Gründung im Schnellverfahren fraglich

Die Kommission möchte es Gründern ermöglichen, die SPE schnell oder unaufwendig zu errichten. Zu diesem Zwecke sollen Mustersatzungen angeboten werden, die – anders als heute bei der GmbH – nicht der notariellen Beurkundung bedürfen, sondern nur (einstufig) vom Registergericht überprüft werden sollen. Das Europäische Parlament hingegen möchte den einzelnen Staaten die Möglichkeit geben, die Gründungskontrolle zweistufig auszugestalten, so dass neben dem Registergericht auch ein Notar mit der SPE-Gründung zu befassen wäre. Dieser Änderungswunsch, hinter dem die rege Lobby der Notare verschiedener EU-Staaten stehen dürfte, würde nicht nur die Kosten einer Gründung erhöhen, sondern auch die Einheitlichkeit der Rechtsform der SPE als europäische Rechtsform konterkarieren. Man käme zu einer Situation, in der für die „deutsche SPE“ andere Grundsätze gälten als bei der „englischen SPE“.

Mindestkapital umstritten

Die Kommission hatte in ihrem Entwurf ein Mindestkapital von einem symbolischen Euro ausreichen lassen. Demgegenüber möchte das Parlament unter bestimmten Umständen 8.000 Euro als Stammkapital fordern. Auch dies würde die Gründung einer SPE für weitere Kreise der Kleinstunternehmen wesentlich erschweren. Wie die Europäische Kommission treffend in der Begründung ihres Vorschlages ausgeführt hat, ist der Kapitalbedarf bei Unternehmen unterschiedlicher Branchen sehr unterschiedlich; außerdem hat der Cashflow oder Bürgschaften des Unternehmers selbst oder ihm nahestehender Personen in der Praxis eine weitaus größere Bedeutung für den Gläubigerschutz als die Anforderung an das Mindestkapital.

Nachweis grenzüberschreitender Tätigkeit

Während der Entwurf der Kommission – anders als bei der SE als der „großen Schwester“ – auf den Nachweis grenzüberschreitender Tätigkeit als Gründungsvoraussetzung



Und auch das noch:

Dieses Gründerteam hat seine Gesellschaftsform schon gefunden ...

verzichtet, soll die SPE nach dem Wunsch des Europäischen Parlaments einen Nachweis grenzüberschreitender Tätigkeit erbringen, wobei auch eine beabsichtigte Geschäftstätigkeit im Ausland ausreichen soll.

Zankapfel Mitbestimmung

Der erste Entwurf eines SPE-Statuts sah vor, dass grundsätzlich zur Arbeitnehmermitbestimmung die Regeln desjenigen Staates gelten sollen, in dem die SPE ihren Sitz hat, wobei der Sitz innerhalb der EU frei gewählt werden kann. Nur bei einer Sitzverlegung sollte die Einschränkung gelten, dass sich das Unternehmen nicht durch Wegzug dem bisher bestehenden höheren Grad an Mitbestimmung entziehen kann. Das EU-Parlament sowie insbesondere Mitgliedsstaaten wie Deutschland und Österreich bestehen hingegen auf einem stärkeren Schutz der in ihren nationalen Rechten verankerten Mitbestimmung der Arbeitnehmer auf Unternehmensebene.

Fazit

Die SPE wird es in der Zukunft dem deutschen Mittelstand ermöglichen, kostengünstiger in anderen Mitgliedsstaaten der Europäischen Union aufzutreten. Dies kann dadurch geschehen, dass sie eine beispielsweise in Deutschland ansässige SPE durch Niederlassungen im europäischen Ausland tätig werden lässt oder auch dadurch, dass sie im Ausland weitere SPEs gründet, die aber rechtlich den gleichen Regeln folgen wie das Unternehmen an der Konzernspitze.

Daher ist zu hoffen, dass die verbleibenden Kontroversen bald in den europäischen Gremien ausgeräumt werden, ohne dass Formelkompromisse geschmiedet werden, die die Einheitlichkeit der neuen Rechtsform untergraben.

Wir werden zu gegebener Zeit über den Fortgang des Gesetzgebungsverfahrens berichten und dann auch detailliert die Einsatzmöglichkeiten der neuen Rechtsform beschreiben. ■

hgnc
Chef sein und Ideen verwirklichen!

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

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

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

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

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

exIST
 Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie

ESF
 Europäischer Sozialfonds für Deutschland

KoKoN

Infos zu den Veranstaltungen des hgnc:
www.hgnc.de

AIESEC

Internationale Vernetzung von Studenten und Unternehmen

AIESEC ist die weltweit größte Studentenorganisation mit rund 50.000 Mitgliedern in 110 Ländern. Seit ihrer Gründung 1948 verfolgt die Organisation ein klares Ziel: Die Ausbildung von verantwortungsbewussten jungen Führungspersönlichkeiten, die heute und in ihren zukünftigen Positionen einen Beitrag zur positiven Gestaltung der Gesellschaft leisten.

So versetzt AIESEC rund um den Globus Studierende und Unternehmen in Bewegung. Die internationale Plattform bietet Studierenden weltweit jährlich 10.000 intensive Auslandserfahrungen, über 8.000 herausfordernde Führungsaufgaben und die Möglichkeit, bereits während des Studiums ein weltumspannendes Netzwerk zu anderen Studierenden, Young Professionals, Unternehmen und Organisationen zu knüpfen.

Das Lokalkomitee in Köln gehört neben Hamburg, München und Karlsruhe zu den größten Standorten in Deutschland. Rund 70 Studenten engagieren sich ehrenamtlich, um erste Führungserfahrung zu sammeln, ein Auslandspraktikum zu machen und ein internationales Netzwerk aufzubauen. Aber was genau macht AIESEC eigentlich?

Global exchange program

Die Kernkompetenz ist der internationale Praktikantenaustausch. Wir ermöglichen sowohl den Studenten als auch den Unternehmen einen möglichst unkomplizierten und reibungslosen Ablauf bei der Organisation von Auslandspraktika. Zunächst wird ein individuelles Anforderungsprofil für die ausgeschriebene Praktikumsstelle erstellt. Anschließend werden die Bewerbungen von AIESECern gesichtet und das Unternehmen kann aus drei bis fünf besten Kandidaten seinen Wunschpraktikanten auswählen. Darüber hinaus kümmert sich AIESEC sowohl um das nötige Visum als auch um die Arbeitserlaubnis, organisiert eine Unterkunft, holt den Praktikanten vom Bahnhof oder Flughafen ab und steht für die gesamte Dauer des Praktikums beratend zur Seite. So wird sichergestellt, dass der Praktikant sich gleich vom ersten Tag an in Köln wohl fühlt und sich schnell in seine neue Umgebung einlebt.

Workshop-Tag

In jedem Semester veranstaltet AIESEC Workshops, die den Studierenden für relevante Fähigkeiten und Kompetenzen für ihre Zukunft vermitteln. Die Bandbreite der Themen reicht dabei vom Bewerbungsscheck über das Assessmentcenter-Training bis hin zu Rhetorik- und Präsentationstechnik-Seminaren. Mitwirkende Unternehmen stellen für bestimmte Themen Referenten zur Verfügung und AIESEC



organisiert die Räumlichkeiten und kümmert sich um die Werbung und die Auswahl der teilnehmenden Studenten. Diese Veranstaltungen bieten den beteiligten Unternehmen einen sehr engen Kontakt zu einer ausgewählten Gruppe von Studierenden sowie zu aktuellen Führungskräften von AIESEC.

Firmenkontaktgespräch (FKG)

Einmal im Jahr findet das FKG statt und bildet einen Brückenschlag zwischen Theorie und Praxis. Die Veranstaltung setzt sich aus vier Modulen zusammen: Zunächst finden so genannte Round-Table-Gespräche statt, bei denen kleine Gruppen von rund 10 Studenten mit Unternehmensvertretern über ein aktuelles und gesellschaftsrelevantes DachtHEMA diskutieren. Anschließend können sich die Studenten im Rahmen des Firmenforums über die anwesenden Unternehmen informieren und erste Kontakte knüpfen. Hier haben die Unternehmen die Möglichkeit, Einzelgespräche für examensnahe Studenten anzubieten. Das vierte Modul bilden die Workshops, in denen sich Unternehmen mit einer kleinen Gruppe von engagierten Studenten intensiv über aktuelle Themen aus Wirtschaft und Gesellschaft austauschen können. AIESEC übernimmt dabei den Bewerbungsprozess und die Terminkoordination.

*AIESEC und die Kölner
Lichter 2009:
20 internationale
Praktikanten zu Gast
in Köln.*



Weitere Informationen
und Kontaktdaten gibt es
auf www.aiesec-koeln.de



Zuverlässigkeit für den Mittelstand. Gut für Köln und Bonn.



Jeder zweite Unternehmer aus Köln und Bonn vertraut auf uns und unsere Leistungen. Und das aus gutem Grund: Als ausgezeichnete Mittelstandsbank unterstützen wir die heimische Wirtschaft durch zuverlässige Kreditvergabe – gerade in gesamtwirtschaftlich schwierigen Zeiten. Ob es darum geht, die Bilanzstruktur zu optimieren, Risiken zu minimieren oder Investitionen und Betriebsmittel zu finanzieren – wir kennen Ihren spezifischen Finanzierungs- und Betreuungsbedarf. Sprechen Sie mit unseren Gewerbe- und Firmenkundenberatern. **Sparkasse. Gut für Köln und Bonn.**