

Rheinzeiger

Innovationen, Perspektiven und Impulse aus Köln

Köln | Oktober 2014 | Ausgabe 24 | www.rheinzeiger.de

Visionen für Köln

Netzwerke Basis für den Gründungserfolg

Life Science 10 Jahre BioRiver

Köln Beikirchers Sicht von Lage und Logistik

Positionierung Zielgruppe gesucht



Veranstaltungen Oktober 2014 – April 2015

7. – 9. Oktober 2014

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

9. Oktober 2014

Celebrating Innovation Event der German Silicon Valley Accelerator in Düsseldorf.

germanaccelerator.com/celebrating-innovation/

10. – 11. Oktober 2014

Innovativer Start-Up-Treff Gründer und Experten treffen sich zum „Idea Lab! 2014“ an der WHU – Otto Beisheim School of Management. www.idea-lab.org

15. Oktober 2014

ScieCon NRW 2014, Bochum Firmenkontaktmesse, die jungen Biowissenschaftlern und Mediziner die Möglichkeit bietet, Kontakte zu Biotechnik-Unternehmen, Pharmaindustrie und Medizintechnikunternehmen zu knüpfen. www.sciecon.bts-ev.de

17. – 18. Oktober 2014

Deutscher Gründer- und Unternehmertage deGUT in Berlin Auf dem Gelände des Flughafens Berlin-Tempelhof treffen sich junge Unternehmen und Institutionen zum Austausch. www.degut.de

29. Oktober 2014

Auftaktveranstaltung zum 18. NUK-Businessplan-Wettbewerb in Köln im KOMED-Saal Interessierte können sich auf der Homepage registrieren. www.neuesunternehmertum.de

3. – 5. November 2014

BIO-Europe 2014 in Frankfurt Die Partnering-Konferenz für die internationale Biotechnologie-Szene in der Messe Frankfurt, Portalhaus. <http://tinyurl.com/ebdgroupe>

12. – 15. November 2014

MEDICA 2014 Die internationale Fachmesse mit Kongress – das „Weltforum der Medizin“ in der Messe Düsseldorf. www.medica.de

13. – 14. November 2014

G-Forum Jahreskonferenz Die interdisziplinäre Jahreskonferenz zur Gründungsforschung, dieses Jahr in Oldenburg. www.gforum2014.de

17. – 22. November 2014

Gründerwoche in Deutschland In der Global Entrepreneurship Week 2014 finden in mehr als 80 Ländern tausende von Aktionen und Events zum Thema Unternehmertum statt. www.gruenderwoche.de

20. November 2014

Startupcon 1. Forum zur Existenzgründung von Business-on.de in Leverkusen. startupcon@business-on.de

20. November 2014

Gründerwoche Deutschland im RTZ „Business Model You“ – Der kostenlose Trainingstag zur persönlichen Variante des Businessmodells CANVAS. www.rtz.de

21. November 2014

14. Baesweiler BioTec-Meeting Im Internationalen Technologie- und Service-Center Baesweiler. www.its-center.de

21. – 22. November 2014

DIE INITIALE 2014 Eine Existenzgründermesse mit Informationen, Tipps, Produkten und Dienstleistungen rund um alle Themen aus den Fachrichtungen Gründen, Wachstumsstrategie, Franchise sowie Übernahme und Unternehmensnachfolge. www.die-initiale.de

25. – 26. November 2014

QUERDENKER-Kongress 2014 Innovative Denkfabriken, intelligente Netzwerke und mobile Technologien neu denken. Kongresshalle München. www.querdenker.de

4. Dezember 2014

Traditioneller Glühwein-Empfang im RTZ Networking mit Adventsstimmung. Start um 16:00 Uhr. Anmeldung erforderlich. www.rtz.de

Ausblick 2015

15. Februar 2015

Karneval: Große Sonntagsitzung der Karnevalsgesellschaft „Die Große von 1823“ Um 20:00 Uhr im Gürzenich Festsaal. Kartenanfragen an das RTZ www.dgv-1823.de

13. und 14. April 2015

Kick-off zum 1. Kölner KleinKunstPreis. Der Sieger dieser öffentlichen Vorausscheidung beim RTZ präsentiert seine Comedy-Show zu den Lebenswissenschaften am 21. April 2015 auf dem BioCampus Cologne. www.koeler-kleinkunstpreis.de

22. – 23. April 2015

Deutsche Biotechnologietage 2015 in Köln Der Arbeitskreis der BioRegionen Deutschland und Bio Deutschland laden ein zum Forum der deutschen Biotechnik-Branche. www.biotechnologietage.de

9. Juni 2015

FirmenKontaktGespräch (FKG) im Marriott Hotel, Köln. <http://tinyurl.com/Aiesec-FKG>



Liebe RheinZeiger-Leser

Welche Zukunft wollen wir in die Welt bringen? Diese Frage hörte ich am 13. Juni 2014 aus dem Munde von Bundespräsident a.D. Prof. Dr. Horst Köhler, als er bei der 40-Jahr-Feier der GLS-Bank in Bochum die Festrede hielt. Vor 40 Jahren also wurde die GLS-Bank gegründet. Es war wohl eine neue Bank, eine andere Bank, eine Bank mit einer „guten“ Antwort auf die eben gestellte Frage? Horst Köhler redete vom „Banking at its best“, ohne die GLS-Bank zu meinen, aber um darüber zu reden, was denn „Banking at its best“ eigentlich ist. Und was die Kriterien denn sein könnten. Kriterien für „best“. Ist es der Preis? Der Preis für Kredite oder der „Preis“ für Sparguthaben? Welche Sichtweise ist die richtige?

Ich hätte nur zu gerne den Businessplan dieser Bank gelesen. Ich lese ständig Businesspläne und suche nach ... ja, wonach suche ich eigentlich? Ich rede immer über tolle Ideen, etwas, was diese Welt noch nicht gesehen hat. Ich suche das Alleinstellungsmerkmal, wohl wissend: Wohin die Gründerin - oder der Gründer - auch kommt, es ist schon einer da. Soll er trotzdem ...? Ich suche nach der Marktnische, die sich jemand ausgesucht hat. Ja, und ich hinterfrage die Ziele, die sich die Gründerin - oder der Gründer; ach, lassen wir das - gestellt hat.

Ich führe mit diesen Gründerpersonen unzählige Gespräche. Wir diskutieren über die Idee, den Markt, den Kunden. Ach ja, der Kunde. Es sind die Kunden, die dafür gesorgt haben, dass die GLS-Bank in diesem Jahr das 40-jährige Jubiläum feiern konnte. Oder? Horst Köhler sprach davon, dass die Kunden sich früher ihre Bank u. a. über den Preis gesucht haben. Heute sind sie immer öfter „wählerisch“. Also nicht nur Preis. Was aber dann? Was sind die Entscheidungskriterien der Kunden? Was lässt sie die eine oder die andere Bank wählen? Was ist „Banking at its best“? Die GLS-Bank muss wohl mehr als nur gute Preise geboten haben.

Nun gut: Sie wurde gegründet und hat sich hervorragend entwickelt. Die Idee der Gründer, wie immer sie im Businessplan – wenn es den gegeben hat – beschrieben wurde, sie hat gezogen. Diese Idee war gut. Sie ist immer noch gut, denn die GLS-Bank entwickelt sich positiv weiter. Worüber will ich hier reden: Founding at its best? Ja, das wäre es doch. Ich frage doch immer wieder die Gründer, warum sie eigentlich gründen wollen. Ich meine, welche Philosophie sie dabei verfolgen, welche Vision sie haben, welchen Beitrag sie für diese Welt leisten wollen. Oder wollen sie einfach (nur) Geld verdienen, das Unternehmen teuer machen und dann für möglichst viel Geld verkaufen. Ist das Founding at its best?

Kennen Sie das Zitat: „Diese Welt entwickelt sich so, wie wir sie gestalten“? Wie wollen wir diese, unsere Welt gestalten? Welche Zukunft wollen wir in die Welt bringen? Reden wir hier nicht auch über Verantwortung, über Achtsamkeit, über globale Gerechtigkeit, über Kultur? Wir alle, Sie, Ihre Kunden haben Träume, Ideen, Visionen. Wir leben – für diese eine Welt. Ist da nicht „Founding at its best“ auch eine gute Philosophie? In diesem Sinne.

Ihr Heinz Bettmann | Geschäftsführer des RTZ

Impressum

Herausgeber RTZ Köln GmbH in Kooperation mit vfw Köln rechtsrheinisch
Gottfried-Hagen-Str. 60-62 / 51105 Köln / Telefon +49 (0) 221 83 91 10, info@rtz.de / www.rheinzeiger.de

Erscheinungsweise zweimal jährlich / kostenfrei und online unter www.rheinzeiger.de

Anzeigen Ilona Schulz / ilona.schulz@rheinzeiger.de / Telefon +49 (0) 221 83 91 10
Dr. Heinz Bettmann / heinz.bettmann@rheinzeiger.de / www.rheinzeiger.de/mediainformation

Chefredaktion (verantwortlich) Dr. Heinz Bettmann

Redaktion | Text Dr. Heinz Bettmann, Gaby Frebel, Ilona Schulz

Fotos, Cartoons, Grafiken Urhebervermerk am jeweiligen Motiv; Rest: Dr. Heinz Bettmann, Gaby Frebel, Ilona Schulz
Gestaltung DesignBüro Blümling, Köln / mail@bluemlingdesign.de

Druck Medienhaus Plump, Rheinbreitbach, www.mhp-print.de

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

Inhalt

- 4 **Community I**
Bilanz und Netzwerke des RTZ
- 6 **Netzwerke für den Erfolg**
Artur Grzesiek über Networking bei Gründern
- 8 **30 Jahre USK**
Gründer- und Nachfolgetag in der IHK
- 10 **10 Jahre BioRiver**
Biotechnik im Rheinland
- 12 **Argumente für Köln**
Konrad Beikircher zu Lage & Logistik
- 16 **BCC international**
Hochkarätige Ereignisse auf dem BioCampus Cologne
- 18 **Innovationen**
Startups im RTZ und in Köln
- 20 **Erfolgsgeschichten**
Digitale echte Postkarten und 3D-Drucker für alle
- 24 **Kalker Tafelrunde**
Networking privatissime morgens um halb neun
- 26 **Zutaten für den Erfolg**
Zielgruppe, Nische und Preis finden
- 28 **Das kann ich besser**
Qualitätsmanagement – Teil V
- 30 **Erfolgsgeschichte**
40 Jahre GLS-Bank
- 34 **Community II**
Technologie-Kompetenz im RTZ
- 36 **Geld für Gründer**
Idee sucht Investor
- 37 **CANVAS**
Das persönliche Geschäftsmodell
- 38 **Innovationsmanagement**
Ein Leitbild entwickeln

Netzwerker, Denker und Strategen

Reges Treiben im RTZ

Es ist irgendein Donnerstag, morgens halb zehn in Köln. Die Sonne scheint an diesem Tag im Frühjahr, und ich sitze im Büro im RTZ, beschäftigt mit den Vorbereitungen für ein Beratungsgespräch mit einem Gründerteam. Eine typische Situation. Immer wieder kommen Gründer, präsentieren voller Stolz und mit erwartungsvollen Blicken ihre Idee. „Die“ Idee, wie die meisten von ihnen finden. Und nicht selten gibt ihnen der sich später einstellende Erfolg Recht. Aber zunächst wollen sie meine Meinung hören.

Es ist ihnen wichtig, darüber zu reden. Über die Idee, deren Machbarkeit und Markttauglichkeit, den Markt, die Kunden, die Finanzplanung, und so Vieles mehr. Sie alle wissen: es ist wichtig, über das Vorhaben zu reden. Mit Experten, mit potenziellen Kunden, mit Coaches, mit Menschen.

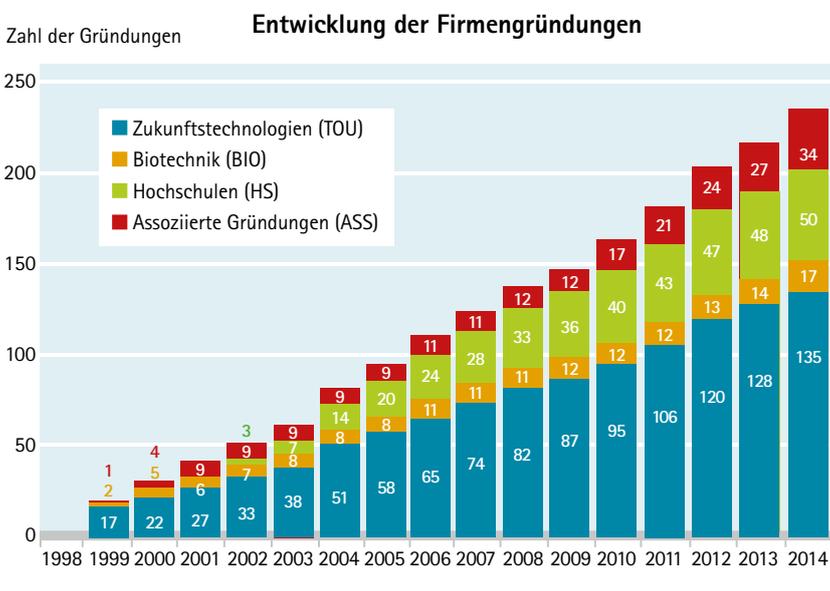
Diese Menschen bringen Unternehmergeist mit, und das ist eine gute Grundlage. Es ist absolut spannend, mit diesem Menschen zu reden. Die Begeisterung zu sehen, die sie mit ihrer Idee verbinden, den Mut, den sie bestätigt wissen wollen, die Leidenschaft, mit der sie den Weg ins Unternehmertum gehen wollen.

Diese Gründer wissen, dass die Arbeit nach dem Gespräch erst richtig los geht. Sie nehmen dankbar das Skript mit, in dem sie nachlesen können, wie sie den Businessplan am besten aufbauen und wie sie die Finanzplanung erstellen können. Sie wollen ihre Vision von einem erfolgreichen Unternehmen zu Papier bringen, die – hoffentlich gute – Entwicklung ihres Unternehmens schon einmal in Gedanken durchspielen. Und dann möchten sie dazu gehören, zur Community der Macher im RTZ, zum Netzwerk der Technologieunternehmen in Köln. Denn diese Gründer wissen: Bei Technologieunternehmen in Zentren wie dem RTZ liegt die Überlebensquote bei über 95 Prozent.



Der Platanenhof des RTZ

Bis heute mieteten über 230 neue Unternehmen Räume im RTZ als ihren ersten Standort an und haben inzwischen über 1.500 Arbeitsplätze geschaffen. Viele dieser Unternehmen haben mittlerweile einen neuen Standort gefunden – an anderer Stelle in Köln. Einige wenige wurden überaus lukrativ verkauft. Hier ist das Biotechnik-Unternehmen Amaxa ein Beispiel; es ist heute unter dem Namen Lonza Cologne auf dem BioCampus Cologne in Köln-Bocklemünd angesiedelt. Alle diese Unternehmen haben weitere Existenzen gesichert, zahlreiche Arbeitsplätze im Umfeld geschaffen.



Das RTZ unterstützt Gründer im technologieorientierten Bereich. Dazu gehören Gründer aus den Bereich der Zukunftstechnologien (Software, Design, IT, etc.; TOU) der Biotechnik (BIO), Gründungen aus Hochschulen (HS) sowie Gründer im Vorbereitungsstadium und Gründer, die nicht im RTZ angesiedelt sind („asoziierte“, ASS).

Netzwerker, Denker und Strategen

Netzwerke nicht nur in Köln

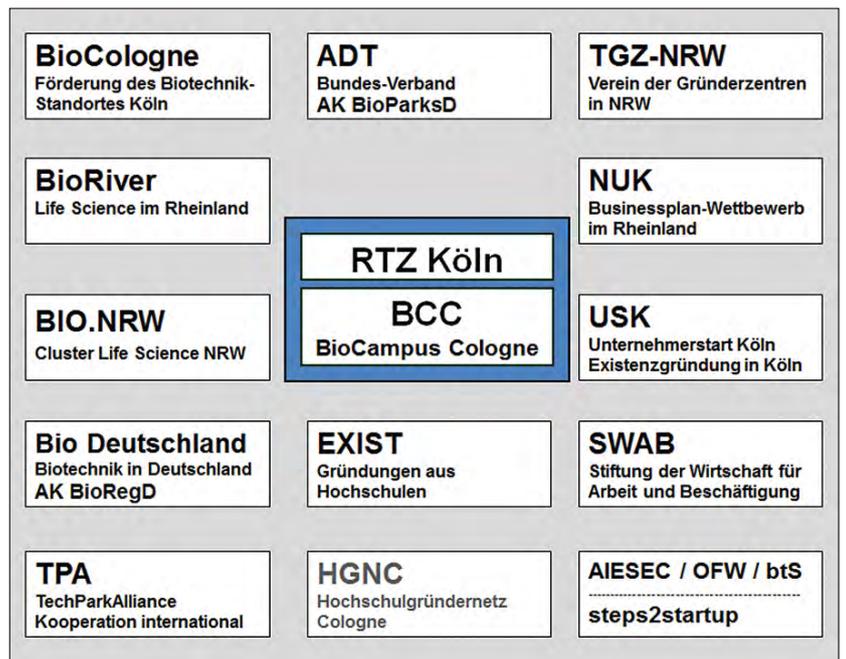
Das RTZ unterstützt Gründer und ihr Bestreben, Mitglied in Netzwerken zu sein und ist auch selbst Mitglied in zahlreichen Netzwerken. Zu den Partnern gehören Spezialisten für Gründungsthemen ebenso wie Kollegen in anderen Innovationszentren oder Geschäftspartner in Verbänden. Bei unserer Arbeit in Köln hilft uns unter anderem die Zusammenarbeit mit NUK, dem Neuen Unternehmertum Rheinland oder dem Unternehmerstart Köln. So schaffen wir die Erfolgsbasis für Technologieunternehmen in dieser Metropole.

Diese Netzwerke helfen bei Fragen zur Gründung, bei der Vermittlung von Geschäftspartnern oder den Gründern im RTZ persönlich. Sie dienen zur Vermarktung des Technologiestandortes Köln ebenso wie zur Vermarktung der technologischen Kompetenzen der Unternehmen in Köln allgemein oder speziell im RTZ. In diesen Netzwerken gibt es den Erfahrungsaustausch der Gründer, der Gründerberater, der Wirtschaftsförderer oder auch der Lobbyisten in der Politik.

In Sachen Life Science ist die Kooperation mit dem Bio-Campus Cologne (BCC) sehr hilfreich. Sowohl der BCC als auch das RTZ engagieren sich in Arbeitsgemeinschaften der Bioparks, der Bioregionen in NRW und der ganzen Republik. Dieser Zusammenarbeit ist es zu verdanken, dass wir im Jahr 2015 in Köln Ausrichter für eine große Biotechnik-Tagung sind, den jährlich stattfindenden Deutschen Biotechnologietagen. Wir erwarten über 800 Wissenschaftler und Unternehmer aus ganz Europa. Und dies bedeutet für die Technologieunternehmen in Köln eine große Chance zur internationalen Vernetzung.

Die Vernetzung des RTZ geht inzwischen über die Grenzen Deutschlands hinaus. So pflegen wir Kontakte etwa über die TechParkAllianz, die vom RTZ mitgegründet wurde und ihren Sitz in Girona hat. Wir pflegen aber auch den Aus-

tausch mit anderen Biopark-Netzwerken, etwa in Österreich – das Treffen fand im Juli dieses Jahres in Wien statt – oder auch in der Schweiz, wo wir im August 2014 mit den Parks in Zürich zusammentrafen.



Warum eCommerce? Es gibt immer öfter Fabrikverkäufe ...



Networking

Erfolgskomponente in der Gründungsförderung

Networking ist in – Netzwerke spielen oft eine nicht zu unterschätzende Rolle bei der Entwicklung von Initiativen, Branchen, Unternehmen und Geschäftsbeziehungen. Es ist en vogue, auf diese Weise Informationen zu sammeln, Erfahrungen zu teilen, Allianzen zu schmieden. Von den Impulsen, Anstößen und Aussichten, die durch Vernetzung und Networking generiert werden, können vor allem auch junge Unternehmen profitieren.

Interview mit Artur Grzesiek, Vorsitzender des Vorstandes der Sparkasse KölnBonn.



Artur Grzesiek, Vorstandsvorsitzender der Sparkasse KölnBonn

Herr Grzesiek, wenn es heute um die Förderung von Startups und jungen Unternehmern geht, dann redet jeder sofort von Netzwerkarbeit. Betrachten Sie persönlich denn Networking als Erfolgskomponente oder nur als Modeerscheinung?

Grzesiek: Von unseren Gründungsberatern höre ich immer wieder, dass eine Existenzgründung ein Multi-Tasking-Job ist, der vom Gründer kaum alleine in qualitativ erforderlichem Maße bewältigt werden kann. Und der Aufbau der jungen Unternehmen findet in allen Branchen statt, mit den unterschiedlichsten Geschäftszwecken und mit vielfältigen Unternehmenskonzepten. Um hier jedes Einzelvorhaben noch erfolgreicher flankieren zu können, braucht es viele helfende Hände verschiedenster Professi-

onen. Und da macht es Sinn, spezialisierte Gründungsberater in Netzwerken zu organisieren und bedarfsorientiert einzusetzen. Netzwerke sind für mich unverzichtbare Werkzeuge, wenn es darum geht, Existenzgründer wirkungsvoll und umfassend zu unterstützen. Als die Sparkasse vor 30 Jahren gemeinsam mit der IHK Köln und der Kölner Bank den "Unternehmerstart Köln" initiierte und als Verein mit weiteren Partnern gründete, haben wir bereits die gleiche Zielsetzung verfolgt. Nur sprach man damals nicht von Networking, sondern von Zusammenarbeit, und wir setzten keine Coaches ein, sondern Lotsen.

Wenn Sie sich mit der Sparkasse KölnBonn in Netzwerken engagieren, ist dann unter dem Aspekt der Arbeitsteilung für Sie die Anzahl der Partner von Bedeutung?

Grzesiek: Das hängt sicherlich von der Zielsetzung ab. Weitgespannte Aufgaben erfordern häufig auch viele Unterstützer, aber noch wichtiger wäre mir in jedem Fall die Qualität unserer Mitstreiter. Nehmen Sie zum Beispiel den "NUK Rheinland e.V.", den wir mit Partnern 1997 gegründet haben. "NUK" richtet die jährlichen Businessplan-Wettbewerbe aus und bietet ein breites Angebot an Informations- und Beratungsleistungen. Ein großer Trägerkreis und über 200 ehrenamtliche Coaches, Gutachter und Referenten stellen sich hier in den Dienst zahlreicher Gründungsinteressierter mit ihren vielschichtigen Fragen, Anforderungen, Aufgaben und Problemen. Das Konzept ist so erfolgreich, dass es von Köln ausgehend heute auch in Bonn, Düsseldorf und Aachen umgesetzt wird.

Können Sie sich denn im Rahmen Ihrer Netzwerkarbeit auch um spezielle Zielgruppen kümmern?

Grzesiek: Wenn Sie einmal nur alleine an das Stichwort Buchführung denken, dann werden Sie mir zustimmen, dass da ein gründungsinteressierter Handwerksmeister gegenüber einem naturwissenschaftlichen Hochschulabsolventen im Vorteil sein dürfte. Dass dann unsere Netzwerkarbeit eine

andere Ausrichtung haben muss, liegt auf der Hand. Ein gutes Beispiel hierfür ist das "HGNC Hochschulgründernetz Cologne". Hier steht die Zielgruppe der technologie- und wissensbasierten Existenzgründer aus dem Hochschulbereich im Fokus. Gemeinsam mit mehreren Kölner Universitäten, der Kreissparkasse Köln, dem RTZ und weiteren regionalen Technologie- und Gründerzentren haben wir über zehn Jahre lang die Gründungsförderung im Hochschulbereich maßgeblich unterstützt. Unsere Arbeit hat das Gründungsthema dort platziert und mündete schließlich in der Errichtung eines Gründerbüros an der Universität zu Köln und in der Institutionalisierung des "HGNC" als Verein.

Dann hängt vieles also auch von der Art und der Qualität der Netzwerkpartner ab?

Grzesiek: Wissen Sie, die Effizienz eines Netzwerkes wird letztlich von der Intention, der Profession und dem Engagement der mitwirkenden Partner bestimmt. Und manchmal kann auch eine bloße bilaterale Kooperation sehr zielführend sein. So beschäftigen wir uns seit geraumer Zeit explizit auch mit dem Thema Gründung aus der Arbeitslosigkeit, das durch die damalige Einführung der Ich-AG noch an Brisanz gewann. Durch eine enge Zusammenarbeit mit der Agentur für Arbeit Köln führen wir seit einer Reihe von Jahren ein Projekt zur Qualifizierung von arbeitslosen Fach- und Führungskräften mit Blick auf eine angestrebte Existenzgründung durch. Im diesjährigen noch laufenden Projekt "Start im Team 2014" in Trägerschaft des Jobcenters Köln entwickeln die Teilnehmer Unternehmenskonzepte und werden bei der Umsetzung der Geschäftsmodelle begleitet.

Die Sparkasse KölnBonn ist ja, wie der Name schon sagt, sowohl in Köln als auch in Bonn tätig. Unterscheidet sich diesbezüglich auch Ihre Netzwerkarbeit?

Grzesiek: Es gibt übergreifende, regionale Aktivitäten, wie beispielsweise unsere Mitwirkung im "Region Köln/Bonn e.V.", wo es um die Zusammenarbeit zur Standort- und Wirtschaftsförderung geht. Auch bei "NUK" arbeiten wir in einem übergeordneten Zusammenhang. Daneben gibt es sicherlich auch standortspezifische Zielsetzungen und Projekte der regional unterschiedlichen Partner. So organisieren wir mit einem Partnerkreis in Köln jährlich eine große Gründermesse oder haben uns in Zusammenhang mit der Ausprägung des Biotechnikstandortes Köln im Netzwerk "BioCologne" engagiert. Mit den "BioPartners Cologne" hatten wir sogar ein eigenes Netzwerk zur Bereitstellung von Standort-, Beratungs- und Finanzierungsangeboten kreiert. In Bonn fördern wir in Partnerschaft die Gründerszene mit unterschiedlichen Projekten unter dem Label "BonnProfits" oder wirken mit im "Netzwerk Unternehmensnachfolge" und bei "40Plus", einem Netzwerk für ältere Gründer.

Was hat denn nun die Sparkasse KölnBonn konkret davon, sich in Netzwerken zu engagieren?

Grzesiek: Insbesondere die Sparkassen sind ja durch den öffentlichen Auftrag gehalten, den Mittelstand zu fördern und sich auch um seinen Nachwuchs zu kümmern. Wenn wir also mit dafür sorgen, dass vitale Netzwerke optimale Hilfestellungen und Unterstützungsleistungen erbringen, verbessern wir damit die Startchancen für die Existenzgründer und jungen Unternehmen. Das ist für uns insofern auch im eigenen Interesse wichtig, da wir im Regelfall ja am Ende der Vorbereitungskette stehen, nämlich wenn es um die Finanzierung geht. Und wenn schließlich alle gut gearbeitet haben, wird ein Vorhaben rund, was wiederum die Finanzierung erleichtert.

Sind Sie also gewissermaßen abhängig von guter Netzwerkarbeit?

Grzesiek: Netzwerke helfen mit ihrer Unterstützungsarbeit, Gründungsvorhaben zu optimieren. Aber nicht alle Existenzgründer nutzen die angebotenen Hilfestellungen. Trotz aller Finanzierungsrisiken üben wir uns deswegen aber nicht in vornehmer Zurückhaltung, was unsere Zahlen belegen. Wir haben im vergangenen Jahr in unseren GründerCentern in Köln und Bonn 175 Existenzgründungsvorhaben mit speziellen Finanzierungskonzepten und meist unter Einbeziehung öffentlicher Fördermittel unterstützt, übrigens 20 Prozent mehr als 2012. Und wir haben Darlehen über 17 Millionen Euro an junge Unternehmen vergeben, die in der Anlauf- und Aufbauphase von unseren spezialisierten Gründungsberatern betreut werden. Das Gründungsfinanzierungsgeschäft ist sicherlich nicht risikofrei, aber wir betreiben es mit Profession und Engagement auch mit Blick auf unser Networking sehr erfolgreich und zukunftsorientiert.

Vielen Dank für das Gespräch.



Spendenaufruf

Stiftung Stadtgedächtnis vor großen Aufgaben

Am 19. August 2014 besuchten die Stifter die in Bau befindliche U-Bahn-Strecke und die Einsturzstelle des Historischen Archivs. Ein beeindruckender Termin für die Teilnehmer, der einmal mehr die große Aufgabe der Stiftung deutlich machte. Immer wieder werden Spenden gesammelt, wie beim HRS BusinessRun Cologne am 21. August.

www.stiftung-stadtgedaechtnis.de



Der Vorstand des USK:
Norbert Günnewig,
Sparkasse KölnBonn,
Alexander Höckle, IHK
Köln, Joachim Junker,
Kölner Bank eG

USK Unternehmerstart Köln e.V.

30 Jahre erfolgreich in der Gründerförderung

Sich selbständig zu machen, erfordert schon eine gehörige Portion an Mut und Selbstbewußtsein, ist man doch von heute auf morgen auf sich selbst gestellt und plötzlich alleine verantwortlich. Eine gute Geschäftsidee, eine solide fachliche Ausbildung und vielleicht auch eine hinlängliche Berufserfahrung helfen da schon weiter.



Norbert Günnewig
Vorstand USK Unter-
nehmerstart Köln e.V.
und zuständig für die
Wirtschaftsförderung bei
der Sparkasse KölnBonn

Aber es gibt schon eine ganze Reihe von artfremden Anforderungen und Aufgaben, die dem Gründer das Leben erschweren und für Defizite im Gründungskonzept sorgen. Und die werden dann spätestens im Gespräch mit dem finanzierenden Kreditinstitut schonungslos aufgedeckt.

So kam es wohl nicht von ungefähr, dass die Sparkasse KölnBonn (damals noch Stadtparkasse Köln) gemeinsam mit der Kölner Bank eG und der Industrie- und Handelskammer zu Köln eine Initiative startete, um Existenzgründern durch eine wirkungsvolle Unterstützung in der Vorbereitungs- und Umsetzungszeit unter die Arme zu greifen. Zusammen mit weiteren institutionellen Partnern aus Gewerbe, Handel und Handwerk wurde 1984 der „Unternehmerstart Köln e.V.“ gegründet unter dem Motto „Lotsen helfen Jungunternehmern“. Und das war die Idee: pensionierte Fach- und Führungskräfte aus der Wirtschaft wie auch Senior-Unternehmer sollten in ehrenamtlicher Tätigkeit ihre Kenntnis und Berufserfahrung den Existenzgründern zur Verfügung stellen. Organisiert in Form einer Lotsentätigkeit sollten Informationen und Praktiken in direkter Zusammenarbeit vermittelt werden.

Allein das Thema Informationsbeschaffung war 1984, also in einer Zeit noch ohne Internet, schon eine Herausforderung. Die Nachfrage war so enorm, dass der Verein schon bald eine Geschäftsstelle einrichten und Personal beschäftigen musste, um die organisatorischen Anforderungen bewältigen zu können. Schon bald waren über 50 ange-

worbene Lotsen im Einsatz und mussten koordiniert werden. Um neben den Einzelberatungen auch eine öffentliche Möglichkeit der Informationsbereitstellung bieten zu können, wurde Ende der 80er Jahre der erste „Gründertag Köln“ als Infomesse veranstaltet.

Aber die Entwicklung des Internets und die Möglichkeiten der modernen Informations- und Kommunikationstechniken haben auch die Rahmenbedingungen in der Gründerszene verändert. Weitere Netzwerke mit Fach- oder Branchenfokus entstanden und auch das Gründungsgeschehen verlief dynamisch in Gestalt innovativer Geschäftsmöglichkeiten in neu entstandenen Technikbereichen. Der „USK Unternehmerstart Köln e.V.“ als wohl ältestes Gründernetzwerk in der Region hat sein Angebot natürlich den Anforderungen der Zeit angepasst. Heute werden zwar keine Lotsen mehr eingesetzt, aber seine Infomesse „Gründer- und Nachfolgetag Köln“ wird jährlich von mehreren Hundert Gründungsinteressierten besucht. So findet eine 30jährige Initiative auch heute noch Anerkennung und Bestätigung und leistet erfolgreich einen wichtigen Beitrag zur Unterstützung vieler mutiger Existenzgründer in der Region. 

USK

Unternehmer**START** Köln e.v.

www.unternehmerstart-koeln.de

FirmenKontaktGespräch

Your Vision. Your Opportunities. Your Chance.

Am Dienstag, den 9. Juni 2015, wird im Marriott Hotel in Köln das nächste FirmenKontaktGespräch (FKG) stattfinden.

Namhafte Firmen aus den unterschiedlichsten Branchen nutzen dieses seit vielen Jahren, um mit interessierten Studenten in Kontakt zu kommen. Die Studenten wiederum haben die Möglichkeit, potenzielle Arbeitgeber für Jobs und Praktika kennen zu lernen, ohne den üblichen Weg der schriftlichen Bewerbung gehen zu müssen.

Auf dieser „Messe der Chancen und Möglichkeiten“ lernt man sich in einer angenehmen und persönlichen Atmosphäre kennen, tauscht Informationen aus, knüpft Kontakte und führt erste Einzelgespräche.

Zudem gibt es ein Dachthema, welches die Studierenden in Round-Table-Gesprächen mit den Unternehmensver-

tretern diskutieren können. Diese bieten zudem Raum für persönliche Fragen seitens der Studierenden.

Das FKG ist eine der größten Campus-Recruiting-Messen für alle Studienrichtungen mit Focus auf Wirtschaftswissenschaften.



AIESEC Köln
Gustavstr. 6, 50937 Köln,
Tel.: + 49 (0) 221 13 94 115
www.aiesec-koeln.de



Das nächste FKG findet am 9. Juni 2015 im Marriott in Köln statt.

Nähere Informationen gibt es hier:
<http://tinyurl.com/Aiesec-FKG>

Bei Interesse melden Sie sich unter fkg.koeln@aiesec.de

GREIFEN SIE JETZT NACH DEN STERNEN ...

... MIT ZUKUNFTSSICHEREN LÖSUNGEN FÜR IHR BUSINESS.

Direkt hier in der Region gehen wir seit 20 Jahren als leuchtendes Beispiel voran: **Mit schnellem Internet, modernen Telefonlösungen und unserem Premium-Service für Businesskunden.**

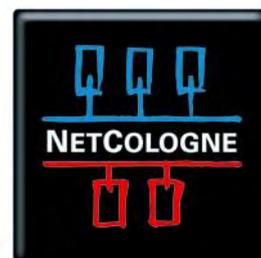
Wir sind für Sie da und machen Ihr Unternehmen mit IP-basierten Lösungen fit für die Zukunft. Ob mit unserer serverbasierten Telefonanlage Hosted PBX oder unseren Glasfaserdirektanbindungen mit bis zu 10 Gbit/s:

Mit Lösungen von NetCologne sparen Sie schon jetzt kostbare Zeit und Geld.



Nutzen Sie unsere 20-jährige Erfahrung:
Machen Sie Ihre Telekommunikation zukunftssicher!
Infos: 0800 2222-550 oder netcologne.de/business

WEIL UNS VIEL VERBINDET



Der Branchenverband BioRiver feiert Jubiläum

10 Jahre für die Biotechnologie

Seit seiner Gründung am 30. Juni 2004 engagiert sich der Branchenverband BioRiver – Life Science im Rheinland e. V. für die Biotechnologieunternehmen der Region um die Städte Köln, Düsseldorf, Bonn und Aachen. In den zehn Jahren unseres Bestehens haben wir die Entwicklung ungezählter Firmen begleitet. Gleichgeblieben ist das wichtigste Ziel des Verbandes, passende Rahmenbedingungen für die positive Entwicklung der Biotechnologiebranche zu schaffen.



*Dr. Frauke Hangen,
Geschäftsführerin*

*BioRiver – Life Science
im Rheinland e. V.*

*Merowinger Platz 1a
40225 Düsseldorf
Tel.: + 49 (0) 211 360 0610
info@bioriver.de
www.bioriver.de*

Ein wichtiger Parameter ist der enge Austausch zwischen Wissenschaft und Unternehmen. Als besonderer Erfolg unserer Vereinsarbeit werden darum die regelmäßig stattfindenden Netzwerktreffen und Fachtagungen geschätzt. Der erste BioRiver Kongress fand bereits vor der Vereinsgründung 2003 statt, und das 33. Netzwerktreffen in Düsseldorf steht im September 2014 unmittelbar bevor.

Weiter ist der Zugang zu Kapital für die forschungsintensive Branche ein kritischer Faktor. Hier wirkt BioRiver unterstützend und als Vermittler zu Business Angels. Das sind erfahrene Manager, die jungen Gründern mit finanzieller Beteiligung und Rat zur Seite stehen.

2008 war BioRiver Teil eines Konsortiums für die Neugestaltung der Biotechnologieförderung auf Bundeslandebene. Gemeinsam mit unseren Partnern erhielten wir den Zuschlag. Das entworfene Konzept betrifft zum Beispiel Fördermittel für die biotechnologische Forschung und Entwicklung. Jetzt, im September 2014, wird die Ausschreibung zum zweiten Mal nach 2011 wiederholt. Und BioRiver wird sich wiederum in den Wettbewerb einbringen.

Die kritische Öffentlichkeit und Politiker sind wichtige Mitspieler in der Entwicklung der Schlüsselbranche Biotechnologie. Zum ersten Mal, und vermittelt durch den BioRiver-Vorstand, nimmt in diesem Jahr Qiagen an der „Langen Nacht der Industrie“ teil und präsentiert seine Produktion den Besuchern. Dazu mehr weiter unten im Text.

BioRiver-Life Science im Rheinland e.V. wurde durch seine Gründer bewusst politisch unabhängig gestaltet. Der Vereinsvorsitz liegt darum in den Händen erfahrener Biotech-

Unternehmer. Das Tagesgeschäft wird durch die Geschäftsstelle geleistet. Im Folgenden stellen wir aktuelle Projekte für Biotech-Netzwerker, für die Öffentlichkeit und für politische Entscheidungsträger aus dem Herbst 2014 vor.

Einladung ins Netzwerk

Unter dem Titel „BioRiver meets“ laden wir regelmäßig zum Netzwerktreffen ein. Die Veranstaltungen ermöglichen jedem interessierten Branchenpartner den Zugang zu Unternehmen und Wissenschaftlern der Region. Düsseldorf ist im September zum 33. Mal Gastgeber. Das Programm im Technologiezentrum Düsseldorf besteht stets aus 3 Vorträgen aus Unternehmen und Universität und wird durch anschließenden Austausch bei kalten Getränken und Imbiss abgerundet. Bei regelmäßig 60 bis zu 100 Teilnehmern sind seit 2004 rund 1500 Interessierte der Einladung zum Netzwerktreffen gefolgt. Einmal jährlich öffnet ein Unternehmen oder eine Forschungseinrichtung seine Türen und zeigt vor Ort spannende Forschung und innovative Entwicklung. Unter „BioRiver meets Bio-Cologne“ stellen sich Wissenschaftler und Biotech-Unternehmer aus Köln der Branche vor.

Neugierig auf Biotechnologie

Begleitend zu einer medizinischen Behandlung werden Sie als Patient durch den Arzt oder im Krankenhaus diagnostisch untersucht. Die Fragen, die geklärt werden sollen, heißen „Was fehlt Ihnen?“, „Welche Behandlung und welches Medikament ist geeignet?“ und: „Schlägt die Therapie an?“ Immer häufiger wird bei einem neuen Arzneimittel die Diagnostik parallel zum Medikament entwickelt. Die gemeinsame Entwicklung funktioniert insbesondere bei Mitteln zur Behandlung schwerwiegender Erkrankungen. Experten sprechen bei der Co-Entwicklung von „Companion Diagnostic“. Und damit von einem zentralen Geschäftsfeld des Unternehmens Qiagen. Das größte deutsche Biotechnologieunternehmen mit Sitz in Hilden öffnet im Rahmen der „Langen Nacht der Industrie“ zum ersten Mal seine Türen. Am 23. Oktober kann die Öffentlichkeit in die Produktion der Qiagen schauen.



Dr. Frauke Hangen im Gespräch mit Michael Kahnert, BioDeutschland und Dr. Marion Kronabel, European Association for Pharma Biotechnology

Experten stehen zur Beantwortung der Besucherfragen bereit. Weitere Partner der Veranstaltung im Themenkreis Biotechnologie und Life Sciences sind Henkel und Bayer CropScience. Das zweitgrößte Biotech-Unternehmen in Deutschland, Miltenyi Biotec in Bergisch Gladbach, ist schon wiederholt Partner der Kölner „Nacht der Technik“ gewesen, die am 12. Juni 2015 das nächste Mal stattfindet. In der Langen Nacht der Industrie und der Nacht der Technik sind die IHKs in Düsseldorf und Köln wichtige Partner. Sie stellen die Verbindung zwischen dem Branchenverband BioRiver-Life Science im Rheinland e.V. und der Öffentlichkeit her.

Für politische Mandatsträger

Biotechnologie ist heute in vielen Lebensbereichen im Einsatz. Gesundheit und Ernährung sind dabei noch die gängigeren Einsatzgebiete. Viele weitere Bereiche von der Ökonomie und Ökologie, von der Produktion bis zu nachwachsenden Rohstoffen, werden von den molekularbiologischen Ansätzen berührt und verändert. Im deutschlandweiten und europäischen Vergleich ist Nordrhein-Westfalen einer der führenden Standorte für diesen hochtechnologischen Industriezweig. Damit das so bleibt braucht es insbesondere die Unterstützung durch Politik und Öffentlichkeit, um die Stärken der Biotechnologie voll zu entfalten. Seit wenigen Jahren gibt es die bundesweite Initiative Biotech inside, die sich an unsere politischen Entscheidungsträger richtet. Das Potential der Schlüsseltechnologie Biotechnologie soll sichtbar gemacht werden. Und es geht um den Fingerzeig auf schwierige Gesetzeskonstellationen,

zum Beispiel das Steuerrecht bei Forschungsaufgaben. Am 23. September lädt BioRiver-Life Science im Rheinland e.V. gemeinsam mit seinen Kooperationspartnern zu einem parlamentarischen Frühstück für Bundestagsabgeordnete aus Nordrhein-Westfalen in Berlin ein. Das Thema der Veranstaltung wird sein „Den Herausforderungen unserer Zeit begegnen – Biotechnologie als Schlüsseltechnologie in NRW“. *(Textabschnitte aus: AK Bioregio)*

Weitere Informationen finden Sie hier:

- BioRiver-Life Science im Rheinland e.V.: www.bioriver.de
- Lange Nacht der Industrie: <http://www.langenachtderindustrie.de/standorte/rhein-ruhr/region.html>
- Nacht der Technik <http://www.nacht-der-technik.de/>
- Biotech inside <http://www.biodeutschland.org/biotechinside.html>



Klausurtagung in Schloss Velen, Münsterland

Biotechnische Innovationen bringen Vorteile für viele Branchen

Am 11. und 12. September 2014 traf sich der Arbeitskreis der Deutschen Bioregionen zu einer Klausurtagung in Schloss Velen im Münsterland, auch Vertreter von BioRiver und BioCologne waren dabei. Auf der Tagesordnung standen Fragen zu Innovationen aus der Biotechnik und die damit verbundenen Chancen für die Gesellschaft allgemein und den Menschen im Speziellen. Gastgeber BIO.NRW stellte den Stand der Vorbereitungen für die Deutschen Biotechnologietage 2015 in Köln vor. www.biodeutschland.org/ak-bioregio.html

11 Argumente für den Standort Köln

Top Lage und perfekte Logistik ...

... sind Markenzeichen für Köln. Drei internationale Flughäfen sind von der Kölner Innenstadt in weniger als einer Stunde Fahrzeit erreichbar – Köln/Bonn, Düsseldorf und Frankfurt. Der Flughafen Köln/Bonn ist zentraler Standort der Günstig-Airlines in Deutschland. Allein Germanwings fliegt von Köln aus 40 Ziele in ganz Europa an. UPS und FedEx garantieren mit ihren Drehkreuzen den effizienten Umschlag von Luftfracht. Köln ist auch ein europäischer Eisenbahnknotenpunkt. Internationale Hochgeschwindigkeitsstrecken verbinden Amsterdam, Brüssel, London und Paris in kürzester Zeit mit Köln.

Na, das sind ja wieder mal mächtige Worte, meine Herrschaften, die erinnern doch stark an Stoibers Glanzleistung 2002 mit den berühmten zehn Minuten. Zur vergnüglichen Erinnerung hier nochmal im (wirklichen und tatsächlichen) Wortlaut:

„Äh, Wenn Sie ... äh ...
vom Hauptbahnhof in München ...
mit zehn Minuten ...
ohne dass Sie am Flughafen noch einchecken müssen
.... dann starten Sie im Grunde genommen am Flughafen...
am Hauptbahnhof in München starten Sie ihren Flug ...
zehn Minuten ...
schauen Sie sich mal die großen Flughäfen an ...
wenn Sie in ...
Heathrow, in London oder ...
sonst wo, meine servr ...
Dsch ...
Dsch ...
Charles de Gaulle ... äh ...
in Frankreich oder in ... äh ...
in ...
in ...
in ... äh...
in äh ...
Rom, wenn Sie sich mal die Entfernungen ansehen,
wenn Sie in Frankfurt sich ansehen ...
dann werden Sie feststellen, dass zehn Minuten ...
Sie jederzeit locker in Frankfurt brauchen um ihr Gate
zu finden ...
und wenn Sie vom Flug-... äh ...
v- v- v- vom Hauptbahnhof starten. Sie steigen in den

Hauptbahnhof ein, Sie fahren mit dem Transrapid in
zehn Minuten an den Flughafen in ...
an den Flughafen Franz-Josef-Strauß, dann starten Sie
praktisch hier am Hauptbahnhof in München ...
Das bedeutet natürlich dass der Hauptbahnhof ...
im Grunde genommen näher an Bayern ...
an die bayerischen Städte heranwächst weil das ja klar
ist, weil aus dem Hauptbahnhof viele Linien aus Bayern
zusammenlaufen.“

Und jetzt übersetzen Sie das alles mal für Köln und die
Strecke von Köln nach Wahn zum Flughafen, der ja Licht-
jahre näher an uns' Stadt liegt wie das Erdinger Moos an
München. Wir müssen bei diesem grandiosen Leitsatz für
Köln aber einiges berücksichtigen. KEIN KÖLNER FÄHRT
FREIWILLIG JEMALS NACH DÜSSELDORF! Und sollte er mal
wirklich von Düsseldorf aus fliegen müssen, dann nähert
er sich dem in weitem Bogen von Norden her, also: Köln –
Olpe – Dortmund – Münster – Wesel – Duisburg – Düssel-
dorf – Lohhausen. Und dafür brauchst Du locker deine vier
Stunden, wenn ich mit berücksichtige, dass zur Zeit NRW
eine einzige Baustelle ist, weil in den 60er Jahren die Bau-
unternehmer den Landschaftsverband über'n Tisch gezo-
gen haben aber sowas von Hallo! Im Moment simmer ja
dran, die ganzen Verbrechen, welche die BauMafia in den
60ern begangen hat, auszubaden und das heißt: Geld, was
der Säckel her gibt, Brücken sanieren, das keiner ins Was-
ser fällt und vor allen Dingen heißt das: Stau, Stau, Stau!
So wie die uns damals über den Tisch gezogen haben, sind
die Tangenziali der Mafia in Italien Lego-Spiele!

Aber dann über die maroden Bananenrepubliken meckern,
dat hammer jään! Also kurze Verbindungswege nach
Düsseldorf, das kann man schon mal vergessen.

Nun ist ja aber auch die Einbindung von Frankfurt ange-
sprochen. Wozu ich nur sagen kann: sicher, ICE – meist
jeiht dat flügg; knapp ein Stündchen von Kölle und du bist
in Frankfurt. Nur: Frankfurt ist Richtung Süden.

11 Argumente für den Standort Köln ...

... ist der Titel eines Flyers der Stadt Köln von Oktober 2009. Konrad Beikircher nimmt Stellung zum 2. Argument!



© Harm Bengen / Catprint Media GmbH

Und Richtung Süden fährt der Kölner nur, wenn es um Urlaub oder Oktoberfest in München geht, und zu dem fährt er auch nicht mehr hin, weil er in der Südstadt ja sein eigenes Kölsches Oktoberfest hat. Also Frankfurt? Nee, dat wüßt ich ewwer. Nur um aus Köln wegzufiegen extra nach Frankfurt fahren? NIEMALS! Ich meine: was für ein Aufwand, oder? So was geht ja gar nicht. Dann schon lieber mit dem Thalys nach Brüssel jücken, dort erst mal lecker essen und dann weiter nach Amsterdam und von Schiphol dann nach Düsseldorf fliegen, falls das sein müsste, oder eben in die Welt, wo der Kölsche sowieso zu Hause ist.

Und wo wir grad bei Düsseldorf sind, schnell ein Klassiker:

Krankenhaus in Köln. Der Flur vor dem Kreißsaal. Nervös sitzen drei werdende Väter herum, stehen ab und an auf, laufen aufgeregert hin und her, setzen sich wieder, das übliche Bild. Die drei Männer sind: ein Kölner, ein Düsseldorfer, ein Senegalese. Sie wissen: ihre Frauen leiden, sie wissen, jede Geburt ist ein Risiko, sie hoffen, dass alles gut geht. Da geht die Tür zum Kreißsaal auf, die Hebamme steht da, Schweißperlen auf der Stirn, sie hat ihr Bestes getan und sagt: "Et hätt all jot jejange. Nur: uns sin die Pänz e bißje durcheneer jerode. Mir wissen nit mieh, welcher Säugling zu welchem Vatter jehürt. Et Best es: Ihr kütt erin und entscheidet sellevs, welcher Panz dä Ühre es!". Die drei Väter hören das und stürmen in den Kreißsaal: der Senegalese, der Düsseldorfer, der Kölsche. Und da liegen sie, die drei Neugeborenen: zwei weiße und ein schwarzes. Der Kölsche geht nun zielstrebig auf das schwarze Baby zu, nimmt es auf den Arm und herzt es. Da sagt die Hebamme zu ihm: "Junger Mann, dat kann doch niemals Ühre Panz sin!", worauf der Kölsche antwortet: "Dat weiß ich och. Ewwer dat es der einzigste Weg, sicher zu sin, dat minge Panz nit us Düsseldorf is!"

Verzeihung, zurück zum Thema: wozu braucht eine Stadt, die sich selbst genug ist, schnelle Verbindungen in die Welt? Völliger Kappes. Das mag die Imis interessieren, vor allem diejenigen, die schnell aus Köln wieder raus wollen, aber den nativen Kölschen interessiert das nicht. Und da simmer beim Kern dieses Leitsatzes, weil der nämlich am kölschen Lebensgefühl vollkommen vorbeigeht: schnelle Verbindung in die Welt soll ein Vorteil sein? Das übersetzt der Kölner natürlich mit „Fott us Kölle un dat esu flügg wie möchlich - NIEMALS! Ich bin ne Kölsche un ich bleib in Kölle, dat es doch klor!“

Es muss aus kölscher Sicht so sein, dass es nicht schnell genug NACH Köln gehen kann und zwar aus allen Richtungen. Da hat die Stadt sich bei diesem Leitsatz aber so wat von vertan. Lieber Stadtrat, lieber Oberbürgermeister: sofort, ich meine: SOFORT! korrigieren. Es kann nur darum gehen, aus Rom, Toronto, Bergen oder Wladiwostok so direkt wie möglich nach Köln zu kommen und dazu darf kein Mittel zu teuer sein. Wollt ich nur angemerkt haben und Ihnen noch einen schönen Tach in Kölle! 



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.

www.beikircher.de

Konrad Beikircher

Er ist nicht unbedingt der Jubiläumstyp, es sei denn, das Jubiläum ist irgendwie schräg. Leinwandhochzeit heißt das, wenn eine Ehe 35 Jahre gehalten hat. Und genau so lange steht Beikircher auf der Bühne, genauer: seit dem 28. März 1978. Und das muss mal nachvollzogen und dokumentiert werden. Also hat er das Beste aus diesen 35 Jahren zusammengetragen. Aber Konrad Beikircher kann auch anders. Sein neues Programm „bin völlig meiner Meinung“ startet am 10. Januar 2015. Wo? In Köln natürlich. Im Senftöpfchen – wo sonst. Konrad Beikircher: „Also ich bin es leid: Du gehst durchs Leben und fragst Du einen, ist es immer dasselbe: die einen sagen so, die anderen sagen so. Damit ist jetzt Schluss! Ich nehme keine Rücksichten mehr, ich bin völlig meiner Meinung.“



Wer „Das Beste aus 35 Jahren“ zu Hause hören möchte: Bitte schön – die CD gibt es hier: [CD im Handel oder bei ROOFMUSIC, www.roofmusic.de](#)
 ISBN 978-3-86484-018-0, 19,99 Euro.
 Auch in anderen Städten gibt es Vorstellungen. Tourdaten finden Sie hier: [www.beikircher.de](#)

Der Besuch seiner Auftritte lohnt sich

Hier eine kleine Auswahl aus seinen Tournee-Programmen – mehr findet man unter [www.beikircher.de](#)

Das Beste aus 35 Jahren

| | | | | |
|--------------|-----------------|-------------------|-------|--------------|
| Lohmar | Jabachhalle | 25. Oktober 2014 | 20:00 | 02246 15351 |
| Frankfurt | DIE KÄS | 1. November 2014 | 20:00 | 069 550736 |
| Meinerzhagen | Stadthalle | 6. November 2014 | 20:00 | 02354 27 62 |
| Mainz | Frankfurter Hof | 13. November 2014 | 20:00 | 06131 211500 |

bin völlig meiner Meinung

| | | | | | |
|------------|----------|---------------|-------------------------|-------|---------------|
| Köln | Premiere | Senftöpfchen | 10. Januar 2015 | 20:15 | 0221 258 1058 |
| | | Senftöpfchen | 11. bis 14. Januar 2015 | 20:15 | 0221 258 1058 |
| Wuppertal | | LCB Haus der | 17. Januar 2015 | 20:00 | 0202 425546 |
| | | Jugend Barmen | | | |
| Düsseldorf | | Savoy Theater | 7. Februar 2015 | 20:00 | 0211 3770 |

High Potential Companies braucht das Land

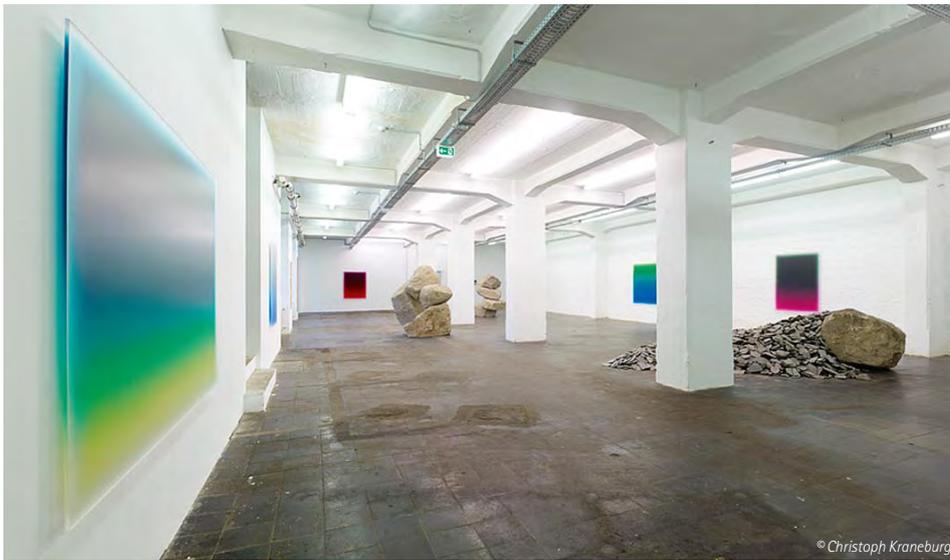
Sie sind oder betrachten sich als Unternehmertyp? Sie haben eine wirklich gute, innovative Idee zur Gründung eines Unternehmens? Sie haben das auch in einem Businessplan formuliert – oder Sie arbeiten gerade genau daran?

Sie suchen Unterstützung, Beratung, Coaching oder einfach das Gespräch? Sie würden in einem bahnbrechenden Projekt zur innovativen Gründerförderung mitmachen und sich in Ihren 16 Lebensmotiven analysieren oder fördern lassen?

Wir können das und würden gerne mit Ihnen reden. Vielleicht besuchen Sie uns auf: [www.rtz.de](#)



Rechtsrheinisches Technologie- und GründerZentrum Köln GmbH



© Christoph Kraneburg



© Gilbert Flöck

Links: Ausstellungshalle mit Werken von Thomas Deyle und Josef Wolf und rechts: Lichtinstallation von Gilbert Flöck auf dem Dach

Netzwerk für Künstler und andere kreative Menschen

KunstWerk stellt sich vor

Was im Jahr 1995 in Köln Deutz mit der Gründung des Atelierhauses „Kunstschalter e.V.“ begann, hat sich heute zu Deutschlands größtem selbstverwalteten Künstlerhaus, dem „KunstWerk Köln e.V.“, entwickelt.

Auf dem Industriegelände der ehemaligen Kölnischen Gummifädenfabrik, deren Gebäude größtenteils in den 20er Jahren errichtet wurden, zogen in den 90er Jahren Gewerbebetriebe sowie Kunst- und Kulturschaffende ein. Heute beherbergt das Gelände nahe den Messehallen nicht nur die Wirkungsstätte des KunstWerk e.V., sondern ein einzigartiges Netzwerk aus Künstlern, Handwerkern und Gewerbetreibenden.

Das Ziel des Vereins KunstWerk Köln e.V. – der im kommenden Jahr sein 20jähriges Jubiläum mit einem Sommerfest, verschiedenen Workshops und Veranstaltungen feiert – ist die Förderung von Kunst und Kultur, gegeben durch die Möglichkeit professionellen bildenden Künstlern und Musikern kostengünstige Ateliers und Proberäume anzubieten. Anlässlich des bevorstehenden Jubiläums wird der Förderkreis des KunstWerk Köln e.V. außerdem einen Kunstpreis mit angegliederter Ausstellung ausschreiben, die sich in die kontinuierlich stattfindenden Wechselausstellungen, Musikveranstaltungen (MusikWerk, Raummusik), Lesungen und weitere Events einreicht. Die 300 Quadratmeter Ausstellungsfläche sowie der gleich große Veranstaltungskeller bieten für Kunst und Kultur auf kontinuierlich hohem Niveau ausreichend Platz. Lokale wie auch internationale Projekte und Kooperationen, bekannte DJs, Musiker und Performer waren bereits im Kunstwerk zu

sehen und geben stetig kreative Impulse für neue Aktionen und Ideen. Eine tragende Rolle beim Ausstellungsprogramm spielt zunehmend die Vernetzung und Zusammenarbeit mit KuratorInnen, zum Beispiel bei Ausstellungen mit den Künstlern Markus Karstieß, Matthias Lahme, Viktoria Wehrmeister oder Katja Davar/Nikolaus Gansterer. Nicht nur künstlerische Positionen aus dem Kunstwerk werden regelmäßig gezeigt, sondern auch Internationale Kooperationen wie Sarah Baker, Andy Hsu und Matthieu Ronsse.

Im KunstWerk arbeiten über 150 Künstler, Designer, Architekten, Musiker und Kunsthandwerker in 80 Ateliers, 15 Musikstudios und verschiedenen Werkstätten Tür an Tür. Neben den „Offenen Ateliers“ im September öffnen sich die Ateliers und Proberäume für das interessierte Publikum anlässlich der „Museumsnacht Köln“ (8. November 2014, 19.00 bis 3.00 Uhr), die ergänzt wird durch die gleichzeitig zu sehende Ausstellung von Antonia Low/Tommy Stöckel sowie ein breit gefächertes Musikprogramm.



Kunstwerk Köln e.V.

Deutz-Mülheimer-Str. 127
51063 Köln

Tel.: +49 (0) 221 880 07 67

Fax: +49 (0) 221 820 29 50

info@kunstwerk-koeln.de

www.kunstwerk-koeln.de

**Förderkreis: Freunde
des KunstWerk Köln e.V.**

c/o Dr. Henriette Madaus

Am Wildwechsel 32

51109 Köln

info@FKWkoeln.de

Kooperationen: Nacht der Museen in Köln,
Mülheimer Nacht, Expedition Colonia, c/o Pop,
Offene Ateliers

News vom BioCampus Cologne

Next Level Integration GmbH auf Expansionskurs



BioCampus Cologne –
Sitz von Next Level
Integration und Ayoxxa

In einer dritten Ausbaustufe sollen bei der Next Level Integration GmbH, dem Software-Entwickler für die Energiewirtschaft auf dem BioCampus Cologne (BCC), Arbeitsplätze für dann insgesamt 150 Mitarbeiter geschaffen werden.

Die gute Anbindung und Infrastruktur auf dem BioCampus sind für Dr. Stefan Klose, Geschäftsführer der Next Level Integration ideal. „Wir feiern sogar unser Sommerfest auf dem Campus“, freut sich Klose über die umfassenden Möglichkeiten des BCC. Die nachhaltige, partnerschaft-

liche Zusammenarbeit mit der Stadt Köln ist ein weiterer Grund, sich langfristig an den Standort zu binden. „Köln als attraktive Metropole ist für uns der ideale Standort, die richtigen Mitarbeiter zu finden und unsere Kontakte und gemeinsame Projekte mit den Hochschulen auszubauen“, so Christian Mülder, der als Geschäftsführer für die Entwicklungsleitung und Personalthemen zuständig ist.

Auch Ute Berg, Dezernentin für Wirtschaft und Liegenschaften der Stadt Köln und Geschäftsführerin des BCC, freut sich über die dynamische Entwicklung von Next Level Integration: „Das innovative Unternehmen passt hervorragend in das Zukunftskonzept für den BioCampus Cologne.“ Neben dem weiterhin bestehenden Schwerpunkt Biotechnologie sollen zukünftig verstärkt auch Unternehmen anderer wissenschaftlicher Bereiche wie IKT, Medizintechnik oder Cleantech auf dem Campus angesiedelt werden.

Next Level Integration stellt zudem den Vorstandsvorsitzenden der Zukunftsinitiative „Smart Nation e. V.“, deren gebündelte Kompetenzen zum Gelingen der Energiewende beitragen. „Hier hat sich der Standort Köln gegen Brüssel und Berlin durchgesetzt“, erklärt Dr. Stefan Klose, der auch stolz berichtet, dass die Schwesterfirma Next Level International, die ebenfalls wie der Smart Nation e. V. im BCC beheimatet ist, im Mai die erste Niederlassung in Osteuropa eröffnet hat.



www.next-level-integration.com

Student Convention von BIO.NRW



Am 13. und 14. Juni 2014 fand im Borussia-Park in Mönchengladbach der 5. BIO.NRW PhD Student Convention Doktoranden-Kongress statt. Dabei hatte auch Andre van Hall, Prokurist des BioCampus Cologne (2. v. r.) Gelegenheit, gemeinsam mit anderen Vertretern aus der Branche über die Themen Gründung und Berufsstart in Start-Ups zu berichten.

V.l.n.r.: BIO.NRW Clustermanager

Dr. Bernward Garthoff,

Dr. Thomas Schweins (Qiagen),

Steffi Nerius (Speerwurf-Weltmeisterin),

Andre van Hall,

Dr. Henning Steinhagen (Grünenthal)

AYOXXA Biosystems gewinnt neue Investoren

Ende Juni 2014 hat das international operierende Biotechnik-Unternehmen AYOXXA Biosystems GmbH mit Sitz auf dem BioCampus Cologne ihre Serie B-Finanzierungsrunde in Höhe von neun Mio. Euro abgeschlossen. Alle bereits vorhandenen Investoren (High-Tech Gründerfonds, KfW, NRW.BANK, Wellington Partners Venture Capital und private Investoren) sowie die b-to-v Partner, Creathor Venture und HR Ventures nehmen an der neuen Finanzierungsrunde teil. Darüber hinaus wurden private Investoren aus USA und Europa gefunden, darunter AYOXXA Mitarbeiter und zwei Firmengründer der Qiagen.

Gemäß der Firmenstrategie zur Vermarktung der neuen „In-Situ EncodedBead Array“ (IEBA) Technologie, werden die Finanzmittel sowohl für die Erweiterung der Produktionskapazität der AYOXXA Biochips verwendet als auch zur Vorbereitung auf die Kommerzialisierung. Dieser wichtige Schritt in der Firmenentwicklung kommt in einer neuen Corporate Identity (CI) zum Ausdruck: www.ayoxxa.com.

„Ich freue mich, dass wir unsere Finanzierungsrunde im aktuell schwierigen Marktumfeld so erfolgreich abschließen konnten. Es wird eine immer größere Herausforderung,

Finanzmittel für junge Biotechnik-Unternehmen zu finden,“ kommentiert Dr. Andreas Schmidt, Geschäftsführer der AYOXXA. „Neben der Finanzierung wird AYOXXA auch vom wachsenden Expertennetzwerk im Bereich der Schlüsseltechnologien profitieren. Dies wird die Kommerzialisierung unserer IEBA-Technologie in naher Zukunft entscheidend vorantreiben“, ergänzt er.

„Die neue AYOXXA Technologie eröffnet eine neue Dimension in der Proteinforschung. Die patentierte Multiplexplattform lässt sich sehr einfach in bestehende Laborabläufe integrieren. Ich sehe ein großes Potenzial für diesen Ansatz in der Proteinanalyse“, ergänzt Prof. Detlev Riesner, einer der Qiagen-Gründer und neuer AYOXXA-Investor.

Für den BioCampus Cologne stellt die AYOXXA ein Paradebeispiel für die hervorragende Entwicklung innovativer Unternehmen der Biotechnologie dar. „Genau diese Art von wissensbasierten Unternehmen wollen wir auf dem BioCampus ansiedeln, um so einen bedeutenden Beitrag für die Zukunftssicherung der Wirtschaft in der Region Köln zu leisten“, freut sich Andre van Hall, Prokurist des BCC, über den Erfolg der AYOXXA. 

Workshop zur Translation

Am 23. Juni 2014 fand im CECAD-Gebäude auf dem Gelände der Universität zu Köln der Workshop „CECAD Campus meets BioCampus Cologne“ statt.

Die Veranstaltung bot Wissenschaftlern aus dem CECAD sowie Vertretern der auf dem BCC ansässigen Unternehmen die Gelegenheit sich zu präsentieren und Interessen auszutauschen. Der Workshop ist Teil einer gemeinsamen Strategie zur Stärkung des Technologietransfers und der Translation in der Humanmedizin zwischen den beteiligten Einrichtungen.

Im Rahmen einer Podiumsdiskussion betonte Ute Berg, Wirtschaftsdezernentin der Stadt Köln und Geschäftsführerin des BCC, die Bedeutung des CECAD für den Forschungsstandort Köln. Prof. Edgar Schömig, Vorstandsvorsitzender und Ärztlicher Direktor der Universitätsklinik Köln, stellte die Bedeutung der translationalen Forschung für den Universitätscampus im Speziellen und der Region Köln im Allgemeinen dar. Großen Raum nahmen die Präsentationen von Wissenschaftlern des CECAD auf der einen und Vertretern von Biotechnik-Unternehmen des BCC auf der anderen Seite ein. Hierdurch sollte jeweils ein Überblick über die Betätigungsfelder der beiden Einrichtungen gegeben und eine Basis für den späteren Austausch



Prof. Dr. Bernhard Schermer (CECAD) und Ute Berg (BCC) im Gespräch über den Forschungsstandort Köln

in persönlichen Gesprächen gelegt werden. Beim abschließenden Imbiss bei herrlichem Sommerwetter und beschwingter Musik gab es ausreichend Gelegenheit für die Teilnehmer, über die Ergebnisse des Networkings und mögliche Kooperation zwischen Wissenschaft und Wirtschaft zu diskutieren.

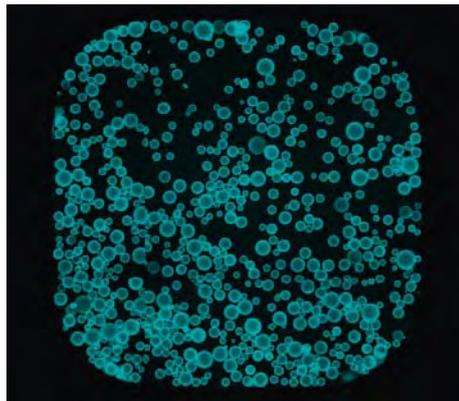
Für das kommende Jahr ist eine Wiederauflage dieser erfolgreichen Transfer-Veranstaltung geplant, dann auf dem BioCampus Cologne. 

Immunoassays in 3D Mikrotiterplatten

PAIA BIOTECH

Das Ziel der PAIA Biotech GmbH ist die Vereinfachung von Immunoassays für die Quantifizierung von Antikörpern und Proteinen. Hierfür hat die PAIA Biotech einen neuen technologischen Ansatz entwickelt, der die Vorteile der Verwendung von funktionalisierten Partikeln mit sensitiver Fluoreszenzdetektion in speziell 3D-strukturierten Mikrotiterplatten kombiniert.

Daraus ergibt sich eine Reihe von Vorteilen für den Kunden. Die Testdauer wird erheblich verkürzt, es werden nur geringe Mengen an Probe benötigt und es sind nur wenige manuelle Arbeitsschritte durchzuführen. Die PAIA-Assays eignen sich daher hervorragend für Anwendungen, in denen viele Proben im Hochdurchsatzverfahren, z. B. auf den Gehalt an Antikörpern, getestet werden müssen.



PAIA BIOTECH GmbH

Geschäftsführer:
Dr. Sebastian Giehring

Gottfried-Hagen-Straße 60-62
51105 Köln

Tel.: +49 (0) 221 16862380
info@paiabio.com
www.paiabio.com

Fluoreszierende Partikel
im PAIA-Assay

Im RTZ Köln entwickeln die Mitarbeiter der PAIA Biotech Assay-Kits, die durch verschiedene Kombinationen von Partikeln und Fluoreszenzmarkern speziell auf die Anforderungen der Kunden in der Pharma- und Biotechnologieindustrie abgestimmt werden. Die ersten PAIA-Assays zielen dabei insbesondere auf Anwendungen in der biotechnologischen Prozessentwicklung und Produktion.

HCMV-Impfstoff zum Schutz im Mutterleib vor Organschäden

CAP-CMV

CAP-CMV GmbH entwickelt einen Impfstoff zur Prävention von Infektionen mit dem humanen Cytomegalievirus (HCMV). Dieses Virus ist in der Öffentlichkeit kaum bekannt, die Fachwelt achtet in den letzten zehn Jahren mehr und mehr darauf; es ist weit verbreitet, 50 bis 70 Prozent der erwachsenen Bevölkerung trägt es in sich. HCMV wird nur in besonderen Situationen zur Bedrohung: im Mutterleib, während der Entwicklung des Kindes, in einer Zeit in der dessen Immunsystem noch nicht voll ausgeprägt ist, und nach Organ- oder Knochenmarkstransplantationen. Dann kann es beim Embryo zu schweren Organschäden wie Taubheit, Blindheit, oder geistiger Behinderung kommen, beim Transplantationspatienten zu Organversagen.



CAP-CMV GmbH

Geschäftsführer:
Dr. Albrecht Läufer

Gottfried-Hagen-Straße 62
51105 Köln

Tel.: + 49 (0) 221 99 57 26 01
Fax: + 49 (0) 221 46 02 80 1

laeuffer@cap-cmv.de
www.cap-cmv.de

Die Entwicklung eines Impfstoffes gegen Erkrankungen verursacht durch Infektion mit Cytomegalovirus zählt zu den Topprioritäten!

Diesen Schädigungen vorzubeugen hat sich CAP-CMV zum Ziel gesetzt, mit einer idealen Kombination eines hervorragenden Impfstoffkandidaten, den „dense bodies“, und einem dafür geeigneten Produktionssystem, der CAP-Zelllinie. Die CAP Zelle wurde von der CEVEC GmbH entwickelt, aus der die CAP-CMV GmbH 2013 ausgegründet wurde.

Willkommen bei MELEMA Pharma



MELEMA Pharma GmbH, gegründet 2013, ist ein privates biopharmazeutisches Unternehmen, das Naturstoffe zur immuntherapeutischen Behandlung von Krebs und zur Aktivierung des Immunsystems entwickelt.

Bei dem führenden Produkt, ME-503 (Aviscuminum), handelt es sich um ein rekombinantes Protein, mit dem verschiedene klinische Phase I Studien und kürzlich eine vielversprechende Phase II Studie in Patienten mit refraktärem metastasierenden Melanom (Stage IV) abgeschlossen werden konnten. In dieser Phase II Prüfung zeigte sich eine bedeutsame klinische Aktivität für ME-503, die einer Standardtherapie in einer historischen Kontrollgruppe deutlich überlegen war.

MELEMA Pharma wird das Potential von ME-503 als Immuntherapeutikum in dieser und weiteren Indikationen breit ausschöpfen. Momentan wird eine weitere multizentrische, multinationale klinische Studie bei Patienten mit fortgeschrittenem Melanom vorbereitet. Gerade um hier die klinische Entwicklung zu beschleunigen, ist das Unternehmen an Partnerschaften interessiert.

Melema Pharma GmbH

Forschung und Entwicklung

Geschäftsführer:

Prof. Dr. Hans Lentzen

Olaf R. Schneider

Nattermannallee 1

50859 Köln

Tel.: +49 (0) 221 47448 400

Fax: +49 (0) 221 47448 150

Sitz der Gesellschaft:

Rothenbaumchaussee 54

20148 Hamburg

Die Kölner Life Science – Standorte

BioCampus Cologne



Rechtsrheinisches Technologie- und
Gründerzentrum Köln GmbH

Zwei 1. Adressen für aufstrebende Biotech-Unternehmen

Die leistungsstarken Partner bieten attraktive Büro- und Laborflächen, umfangreichen Service, aktive Netzwerke und vieles mehr ...

www.biocampuscologne.de
www.rtz.de





Die Erfolgsgeschichte von EchtPost

Digitale Kommunikation auf echten Postkarten

„Wie bitte?“ fragt es aus dem Gesicht des ungläubigen Postbeamten. Erneut fordert die Gründerin 600 Briefmarken à 45 Cent. Der Beamte erwidert: „Dann habe ich Sie also doch richtig verstanden. So viele habe ich den ganzen Monat noch nicht verkauft.“ Eine Momentaufnahme im neuen Unternehmerleben von Anne Buch.



EchtPost

Anne Buch
 Nohlstr. 40, 50733 Köln
 Tel.: + 49 (0) 221 168 15 97
anne.buch@echtpost.de
www.echtpost.de
www.facebook.de/echtpost

Cooler Idee, sagen die Einen. Gibt's doch schon, die Anderen. Oder: Wer schreibt schon Postkarten? SMS oder Mail geht doch viel schneller – und kostet quasi nichts. Ja, stimmt. Aber was gefällt Ihnen besser: Eine Mail auf dem Bildschirm in Einheitsschrift und ohne wirkliche persönliche Note oder eine Postkarte im Postkasten, persönlich von einem Absender auf den Weg gebracht, mit Briefmarke und Stempel, und mit schönem Motiv auf der Vorderseite, ganz abgestellt auf den Empfänger?

Mag sein, das gibt es schon – ein Online-Portal, über das Postkarten per Post verschickt werden und das somit die Verbindung von analoger und digitaler Kommunikation bedeutet. Fakt ist: So wie EchtPost macht es keiner: Neue exklusive Postkartenmotive, eine überzeugende Qualität und eine klar definierte Zielgruppe.

Im Oktober 2013 liefen die letzten Vorbereitungen. Dann startete EchtPost, das neue Unternehmen. Die Gründerin: Anne Buch, 33 Jahre, studierte Publizistin, gebürtige Kölnerin, Mutter eines zweijährigen Sohnes.

Anne Buch war immer davon überzeugt. Also nahm sie 2012/2013 am Businessplan-Wettbewerb von NUK Neues Unternehmertum Rheinland teil. Sie nahm an den Coaching-Abenden teil und ließ sich von Dr. Heinz Bettmann, Geschäftsführer der RTZ Köln GmbH, beraten.

Von ihm ließ sie sich mittels der Reiss Profile Analyse coachen. Schließlich folgte der erfolgreiche Antrag auf einen ERP-Gründerkredit, und so stand der Freischaltung der Online-Plattform am 18. November 2013 nichts mehr im Wege.

EchtPost richtet sich an die Generation, die mit Brieffreunden und Wählscheibe am Telefon aufgewachsen ist, heute aber fast ausschließlich digital kommuniziert – während beim Gedanken an einen vollen Briefkasten nostalgische Gefühle aufkommen. Anne Buch ist überzeugt: Die Kommunikationsgewohnheiten dieser Generation kann man mit EchtPost verändern.

Der Erfolg gibt Anne Buch Recht: Kurz nach Erscheinen eines Presse-Artikels über EchtPost kam die erste Bestellung, gefolgt von 120 weiteren innerhalb von 24 Stunden. Ein Start, wie man ihn sich besser nicht wünschen kann. Kunden bestellen von überall in der Welt. Mit Hochdruck werden durch Designer und Illustratoren neue Postkartenmotive entwickelt. Und immer war es wichtig mit Menschen zu reden, sich über weitere Schritte in Netzwerken auszutauschen. Es war harte Arbeit, nicht nur beim Kauf von Briefmarken. Aber es macht Spaß. Immer noch. Eines ist sicher: Echte Post aus dem Internet im Postkasten zu finden – das kommt an.



Die Erfolgsgeschichte von iRapid

3D-Drucker made in Germany

Sie hätten gerne Ihre eigene Büste, möglichst in Farbe, als Briefbeschwerer auf Ihrem Schreibtisch? Kein Problem: Seit wenigen Jahren sind 3D-Drucker auf dem Markt. Damit werden dreidimensionale Werkstücke aus verschiedenen Materialien Schicht für Schicht computergesteuert und sehr detailgetreu aufgebaut. Die Werkstücke können auch bewegliche Teile enthalten oder so komplex sein, dass sie mit herkömmlichen Methoden gar nicht herstellbar sind. iRapid ist der erste deutsche Hersteller von Personal 3D Printern in Deutschland, der 3D-Drucker in Fertigbauweise herstellt.



*Dipl.-Ing. Hakan Okka,
Maschinenbau-ingenieur
und Mirjana Jovanovic,
technische Zeichnerin und
Bürokauffrau*

Das Unternehmen wurde 2011 von Dipl.-Ing. Hakan Okka und Mirjana Jovanovic in Köln gegründet. Ihre Mission: ein Gerät, mit dem jeder spontan dreidimensionale Teile für den eigenen Bedarf produzieren kann. Um das zu erreichen, haben die beiden Inhaber den Stand der maschinellen Fertigungstechnik konsequent auf die Erfordernisse eines Computer-Arbeitsplatzes übertragen, ohne Abstriche bei der Funktionalität machen zu müssen. Die 3D-Printer werden in Deutschland hergestellt – echte Qualität „made in Germany“.

Hakan Okka ist diplomierte Maschinenbauingenieur und langjähriger Prototypenentwickler in der Industrie. Als technischer Geschäftsführer ist er für die Produktentwicklung und Geräteherstellung verantwortlich.

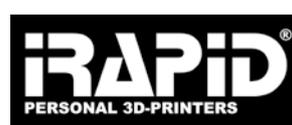
Mirjana Jovanovic, technische Zeichnerin und Bürokauffrau, ist kaufmännische Geschäftsführerin der iRapid GmbH und kümmert sich um Organisation, Personal und Marketing.

2013 lancierte iRapid das neue 3D-Druckermodell BLACK, das optisch, haptisch und funktional einem klassischen Desktop-Printer entspricht und zugleich wesentlich größere Objekte herstellen kann. Die Markteinführung des 3D-Printers BLACK am 1. September 2013 hat dem Hersteller iRapid eine überraschend hohe Nachfrage beschert.

„Das Einfarb-Modell BLACK ist mittlerweile fester Bestandteil des Sortiments in über 100 Filialen von Saturn und MediaMarkt, bei OTTO und Amazon online erhältlich“, sagt Mirjana Jovanovic, als kaufmännische Geschäftsführerin für das Marketing verantwortlich. Live zu besichtigen waren die beiden Modelle auf den Technik-Trend-Tagen vom 29. September bis 4. Oktober 2014 in Sindelfingen.

2014 präsentiert iRapid Deutschlands ersten Zweifarb-3D-Drucker. WHITE heißt das neue Modell des Kölner 3D-Printer-Herstellers iRapid, das mit zwei Düsen arbeitet und Objekte herstellen kann, in denen zwei Farben ineinandergreifen. Das Gerät ist mit einem grafikfähigen Display ausgestattet und unterstützt zweifarbige Eingabedateien. Das Design des Printers ist ganz in Weiß gehalten und im Vergleich zum BLACK noch heller ausgeleuchtet.

Seit August 2014 bietet iRapid gemeinsam mit Dipl.-Ing. Ronald Littwin, dem führenden 3D-Software-Experten für Repetier Host nun auch Schulungen und Tagesseminare für Anwender im RTZ an.



iRapid GmbH

Gottfried-Hagen-Straße 60-62, 51105 Köln

Tel.: +49 (0) 221 16 80 49 0

info@irapid.de, www.irapid.de

Buchvorstellung



Wer bin ich, wenn ich online bin ...

... ist der Titel eines Buches von Nicholas Carr. Die Vorstellung des Buches beginnt mit der Feststellung, dass der Hammer unsere körperlichen Fähigkeiten verstärkt. Und das Internet? Die Frage ist berechtigt, speziell in Zeiten der Online-Netzwerke und des Online-Marketings. Wieviel Zeit verbringen wir täglich am Computer? Wie und wobei hilft uns das Internet? Was geben wir, etwa bei Facebook, an Informationen über uns preis – und warum? Wie kommunizieren wir online? Was alles können wir mit dem „Werkzeug Internet“ erreichen? Hat dies Auswirkungen auf unser Denken? Das Lesen eines solchen Buches ist sicher nicht von Nachteil, lohnt es sich doch, darüber nachzudenken, ob und wie sich unser Denken und Handeln durch das Internet verändert.

Näheres im Buch: Karl Blessing Verlag, München, ISBN: 978-3-89667-428-9

Das Kölsche Grundgesetz



Der RheinZeiger ist ein Magazin aus Köln. Und da gilt bekanntlich das „Kölsche Grundgesetz“. Viele kennen es, andere weniger. Wir möchten es erklären – auch für „Imis und Fremde“. Ach ja: Imis – das ist die liebevolle Bezeichnung für Menschen, die nicht zu den „original-Kölnern“ gehören. Und für die gilt das Kölsche Grundgesetz natürlich auch. Erste Übersetzung und Erklärung von §§ 1 und 8 dieses einzig wahren Grundgesetzes konnten Sie ja bereits in den letzten RheinZeiger Ausgaben finden. Hier werden nun §§ 9, 10 und 11 vorgestellt.

§ 9: Wat sull dä Quatsch?

Naja, **immer** und **alles** Richtig machen ... – das fällt selbst den rheinischsten aller Rheinländer schwer. Gut, wenn da immer mindestens ein Kritiker seinen Senf gefragt oder ungefragt dazu steuert und die Situation so trocken und treffend kommentiert: „**was machst Du da, was soll das?**“

§10: Dringste eine met?

Zwar nicht oft, aber es kommt vor, dass der Kölner in einen Streit gerät. Dann wird die eigene Ansicht mit Herz und Verstand vertreten und heiß diskutiert. Dabei kommt es dann auch gelegentlich vor, dass einem die Gäule durchgehen. Nachdem der Dampf abgelassen ist, folgt stante pede das Versöhnungsangebot „dingste eine met?“. Diese angenehme Aufforderung kann durchaus auch fallen, wenn man alleine und verlassen an der Theke in einer der zahlreichen Kneipen steht. „**Trink' ein Kölsch* mit – alles wird gut.**“

§11: Do laachs do dich kapott!

Der Kölner ist ja bekanntlich ausgestattet mit außerordentlich viel Sinn für Humor – weswegen ja in Kölle auch der Karneval wohnt. Selbst die Regierung stellt das gerne immer mal wieder unter Beweis. So kam es zum Beispiel im „Bierkutscher Urteil“ Amtsgericht Köln, Urteil vom 2. Oktober 1984, AZ. 226 V 356/84 zu folgendem Orientierungssatz: Zurecht zieht die derzeitige Bundesregierung die Einführung eines Abgas-Katalysators für Pferde nicht in Erwägung. Sie hätte ökologisch wie ernährungspolitisch nur das unerwünschte Ergebnis, daß unsere Spatzen noch mehr als bisher auf manche warme Mahlzeit verzichten müssten. **Ob jetzt ernst gemeint, oder vor Ironie tiefend ... „da lachst Du bis die Tränen fließen“.**

Jitz weißt do Bescheid – du bes Kölle!!!

* Kölsch: Traditionsgetränk und Grundnahrungsmittel. Helles, obergärig gebrautes Bier nach dem Reinheitsgebot von 23. April 1516

Rechtsrheinisches Technologie- und Gründerzentrum Köln GmbH

Hier haben Gründer
Zeit und Raum!



Gut beraten gründen und
sicher wachsen!

Geschäftsidee! Und nun?

- ein ruhiger Ort fürs Konzept?
- ein Schreibtisch als Kurzzeitbüro?
- ein Coach mit den richtigen Tipps und Kontakten?
- ein paar Gleichgesinnte zum Diskutieren?
- für ein paar Wochen oder Monate?
- zu einer Monatspauschale ab 50 Euro?

Das alles bietet das RTZ!

AS

office Das Start-Angebot
für clevere Gründer
mit Plan!

www.rtz.de

RTZ Köln GmbH
Gottfried-Hagen-Str. 60-62
51105 Köln
Telefon +49 (0) 221 / 83 911 0
E-Mail info@rtz.de



Neues Unternehmertum Rheinland zeichnet die besten Businesspläne aus Feuer löschen und Musik genießen

Nein, die Siegerkonzepte waren nicht so harmlos wie die Überschrift vermuten lässt. Bei der Abschlussveranstaltung zum NUK-Businessplan-Wettbewerb 2013/2014 am 11. Juni in der Wolkenburg in Köln hatten die angehenden Unternehmensgründer wirklich Hochkarätiges zu bieten: Die Jury hatte die Sieger aus 54 Businessplänen ausgewählt.

Eine Revolution in der Kopfhörertechnologie, eine ökologische Lösung für Löschschäume sowie eine App zur Datenerfassung via Smartphone-Kamera: Die Siegerteams aus Köln und Aachen überzeugten mit wirklichen Innovationen und exzellenten Businessplänen. Und NRW-Wirtschaftsminister Garrelt Duin ließ es sich nicht nehmen, die Sieger persönlich auszuzeichnen. Er rief dazu auf, ein Unternehmerbild der Zukunft zu prägen.

Platz 1 und 10.000 Euro für Eco-AFFF

Die Gründer von Eco-AFFF kommen aus der Chemie und haben einen ganz besonderen Löschschaum entwickelt. Dessen Vorteil gegenüber herkömmlichen, meist fluorhaltigen, Löschschäumen zeichnet sich durch deutlich bessere Umweltverträglichkeit aus.

Platz 2 und 5.000 Euro für KLANG:technologies

KLANG:technologies entwickelt und vertreibt eine 3D Audio Technologie für Kopfhörer. Was 3D Bilder für das Auge sind, ist 3D Sound für das Ohr. Die Technologie wurde in mehrjähriger Forschungsarbeit entwickelt und bietet eine bisher unerreichte Soundqualität.

Platz 3 und 2.500 Euro für Pixolus

Das Gründerteam von Pixolus hat eine Bilderkennungssoftware für Smartphones entwickelt. Diese werden so zu mobilen Eingabegeräten, die Informationen wie Zählerstände oder Überweisungen per Kamera erfassen und direkt in digitalisierter Form verwenden können.

Für die Sieger und auch alle anderen Teilnehmer des 17. Wettbewerbs geht die Arbeit nun erst richtig los. Mit Hilfe der Coaches und Gutachter konnten sie ihre Businesspläne optimieren. Nun steht die Gründung an, nun soll das Unternehmen an den Markt geführt werden. Aber auch für den dann so wichtigen Austausch in Netzwerken hat NUK etwas zu bieten: Den NUK-Alumni-Club.

Mit dem Jahrestreffen des NUK-Alumni-Clubs im September hat NUK die Sommerpause beendet. Nun steht der neue Wettbewerb kurz bevor: Im Oktober startet das Programm für den 18. NUK-Businessplan-Wettbewerb – Kick-off in Köln ist am 29. Oktober 2014 im KOMED-Saal im Mediapark.





Frühstück – morgens um halb neun in Kalk

Kalker Tafelrunde

Es ist eine Art Meeting „old & new economy“. Es ist ein Frühstück von Unternehmerinnen und Unternehmern privatissime. Es ist Erfahrungsaustausch und Suche nach Synergien. Es ist das Miteinander „unter 4 Augen“. Es ist die Kalker Tafelrunde. Sie tagte im RTZ am 12. Februar (dazu hatten wir im RheinZeiger 23 berichtet), 21. Mai und am 27. August. Und sie tagt wieder am 19. November.

„Gute Noten, ein lückenloser Lebenslauf und ein systemkonformes Benehmen“, das wird auch heute noch von den Führungskräften großer Unternehmen erwartet. Ein Garant für Erfolg sei dies jedoch nicht, versicherte Mark Linnamägi von Linnamägi Executive Search in der Kalker Tafelrunde am 21. Mai. Das Thema lautete: Moderne Mitarbeiter-Führung.

„Führung“ ist komplex, nicht selten unterscheiden sich Theorie und Praxis sehr voneinander. Die Teilnehmer der Kalker Tafelrunde interessierten sich insbesondere für den Blick in die Praxis. Welches Führungsverhalten wird erwartet und welches führt zum Erfolg? Mark Linnamägi berichtete von den Anforderungen, die seine Kunden an ihre zukünftigen Führungskräfte stellen und welche Ratschläge er seinen Kunden mit auf den Weg gibt. Oft sind mutige Entscheidungen zu treffen. Der unkonventionelle Kandidat, der bereits ein eigenes Unternehmen gegründet hat und möglicherweise sogar gescheitert ist, habe mit Sicherheit mehr gelernt als jemand, der sich solchen Schwierigkeiten im Leben noch gar nicht stellen musste.

Auch wenn man in Deutschland solchen Lebensläufen eher skeptisch gegenüber steht, sind doch immer mehr Kreativität und unternehmerisches Denken gefragt. Moderne Führung sucht Visionen, Kompetenz und Führungsqualität. Die Persönlichkeit ist gefragt, mit ihren fachlichen

und emotionalen Fähigkeiten. Videos dazu über Steve Jobs und Steve Balmer verdeutlichten dies. Im Anschluss an den Impulsvortrag nutzen die Anwesenden die Methode der „kollegialen Beratung“ um eigene (Führungs-)Themen zu beleuchten und von den Erfahrungen der anderen Teilnehmenden zu profitieren.

Am 27. August präsentierte Dr. Rolf Fischer die breite Palette der Forschung und Entwicklung beim DLR. Das DLR forscht für die Zukunft, entwickelt hochinnovative Lösungen für hochkarätige Fragestellungen in den Bereichen Raumfahrt, Verkehr, Energie, Gesundheit und Sicherheit. Fast 8.000 Menschen arbeiten an 16 Standorten. Vielen ist das DLR bekannt als FuE-Einrichtung für die Raumfahrt – auch wenn heute viele Autofahrer bereits ein Navigationsgerät nutzen. Züge auf eingleisigen Strecken vermeiden Kollisionen mit vom DLR entwickelten Warngeräten. Und Bremssysteme aus dem Hause DLR gehören heute bei vielen Autos zur Serienausstattung.

Nichts für Gründer? Doch! Rolf Fischer gab der Kalker Tafelrunde einen Einblick in die vielfältigen Kooperationsmöglichkeiten beim DLR. Innovationen im Bereich der Zukunftstechnologien werden gesucht – wie bei den Gründern im RTZ. Eine spannende Welt, auch für Gründer, auch für Synergien. Die „B2B-Gespräche“ nach dem Frühstück zogen sich noch lange hin ...

Können Sie Wein? WEINTETT – das etwas andere Quartett

Lieben Sie Wein? Sicher kennen Sie dann die Rebsorten dieser Welt und deren Anbauggebiete. Sie können zu all diesen Weinen die Aromenbilder beschreiben und erklären, Sie beeindrucken Ihre Gäste durch die richtige Weinwahl je nach Gericht und können so ganz nebenbei verlauten lassen, was denn die teuerste Flasche gerade dieser Rebsorte im Handel kostet.

Gut, das alles wäre zu schön, um wahr zu sein. Aber wie kann man dieses Wissen erwerben und wie kann man immer bei Bedarf mal eben nachsehen, was man über einen Wein wissen möchte? Hier gibt es eine ganz einfache und gleichzeitig geniale Lösung: WEINTETT. Mit diesem Spiel können Sie nicht nur Appetit auf Wein bekommen. Sie können Vielfalt erleben, spielerisch genießen und – wenn Sie mögen – Ihre Gäste gleich auch noch mit dem nötigen Weinkenntnissen versorgen.

Das Spiel wurde an der Hochschule Geisenheim, „DER“ Weinbauschmiede weltweit, entwickelt. Es bietet verschiedene Spielvarianten, für Anfänger, Fortgeschrittene und Könner.



WEINTETT

Christian Weiß
Jessica Schönfeld

Rüdesheimer Str. 16
65366 Geisenheim
Tel.: + 49 (0) 172 290 60 79
c.weiss@weintett.de
j.schoenfeld@weintett.de

Nähere Informationen
und einen Link zum
Rebsortenlexikon gibt es
unter www.weintett.de



Das Quartett „WEINTETT“ hilft:

- Als Geburtstagsgeschenk in einer edlen Metalldose
- Als Nachsachlagewerk für die Lieblingsrebsorte und die Aromenbilder
- Als Hilfestellung bei der richtigen Weinauswahl
- Als Spiel in geselliger Runde – für Anfänger und Könner
- Als Vermittler für Spaß und Lust auf Wein

Unser RTZ-Sommerfest 2014

Es hat schon wieder geklappt, das Sommerfest auf einen Sommertag zu legen. Und das ist mit Planung von langer Hand gar nicht so einfach, bei den Wetterverhältnissen hierzulande. Aber, wie gesagt, wir hatten Glück.

Hausmeister Stier wurde wieder zum Grillmeister – es gab reichlich Fleisch, Fisch und Gemüse. Unsere Hausgemeinschaft steuerte leckere Salate und Beilagen zum Buffet bei und das Kölsch floss ...Viele Mieter gesellten sich noch spontan zum essen, trinken und networken dazu. Und so ging ein schöner Sommertag Stunden später satt, sitt und zufrieden zu Ende.



„sitt“ wurde von der Dudenredaktion 1999 ausgewählt als Pendant zu „satt“ und bedeutet „nicht (mehr) durstig“.



Diese Zutaten beflügeln Ihr Unternehmen – Teil I

Positionierung: Zielgruppe – Nische – Preis

An wen denken Sie, wenn Sie an ein Papiertaschentuch denken? Wer fällt Ihnen ein, wenn das Wort Suchmaschine erwähnt wird? Im Bruchteil einer einzigen Sekunde werden viele von Ihnen vielleicht spontan und ohne bewusstes Nachdenken an TEMPO und Google gedacht haben – zwei bekannte Beispiele für eine erfolgreiche (Marken)-Positionierung. Und genau darum geht es auch im ersten Teil unserer fünfteiligen Mini-Serie „Chefsache“: die erfolgreiche Positionierung Ihres Unternehmens.



Jürgen Hoffmann

LIFE'S COOL
Training, Coaching & Mehr
www.lifescool.de

Der erste und vielleicht wichtigste Schritt für eine erfolgreiche Positionierung im B2C-Bereich liegt in einer **konkreten Zielgruppenbestimmung**. Denn nur, wenn Sie wissen, für wen Ihr Angebot bestimmt ist, können Sie auch bestimmen, wo und wie Sie Ihre Kunden erfolgreich ansprechen können. Ein wichtiges Hilfsmittel bei der konkreten Zielgruppenbestimmung und deren anschließender Ansprache bieten unter anderem die Sinus-Milieus.

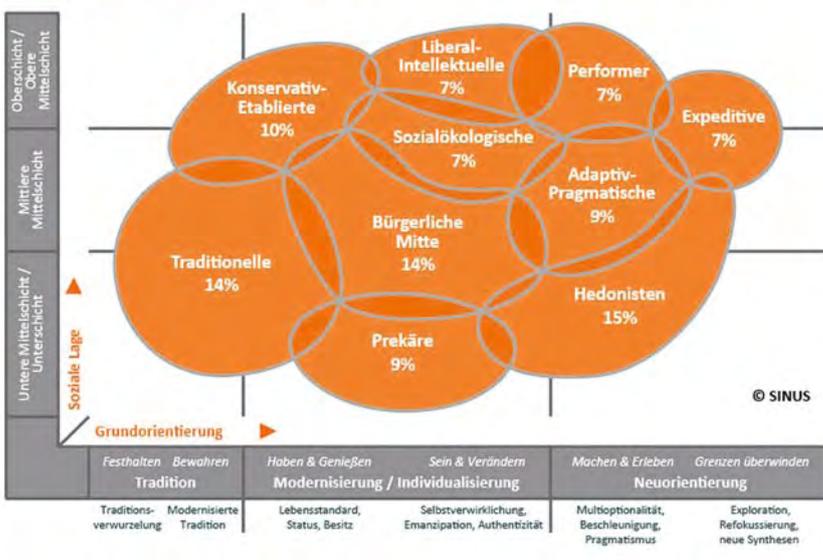
Der große Vorteil der Sinus-Milieus (www.sinus-institut.de) liegt vor allem darin, dass sie Zielgruppen definiert, die es wirklich gibt. Denn es ist ein Modell, das Menschen nach ihren Lebensauffassungen und Lebensweisen gruppiert und ihnen so ein „Gesicht“ verleiht. Entscheiden Sie sich beispielsweise dafür, die konservativ/etablierte Elite mit Ihrem Angebot bedienen zu wollen, werden Sie mehr Erfolg haben, wenn Sie Ihre Kommunikation mit Verben wie sicher, beständig und werthaltig versehen. Entscheiden

Sie sich hingegen dafür, die Performer bedienen zu wollen, ist die erfolgreiche Kundenansprache wieder eine andere. Hier greifen z.B. eher Verben wie schnell, innovativ und praktisch. Aber nicht nur die Wortwahl unterscheidet sich je nach gewählter Zielgruppe, sondern auch die Bildsprache ist eine andere. Während bei den Traditionalisten beispielsweise der „röhrende Hirsch“ durchaus noch an der Wohnzimmerwand vorkommt, identifizieren sich Hedonisten eher mit einem skandinavischen Möbelhaus. Noch immer gehen viel zu viele Unternehmen hin und widmen ihrer eigenen Bildsprache deutlich zu wenig Aufmerksamkeit, denn wie schon der Volksmund sagt: „ein Bild sagt mehr als 1.000 Worte“. Bedenken Sie als Unternehmer deshalb diesen Umstand und achten Sie auf eine für die Zielgruppe stimmige Bildsprache.

Einen weiteren Positionierungsansatz liefert die **Nischenstrategie**, denn die meisten Produkte und Dienstleistungen werden immer austauschbarer. Viele der sogenannten „Hidden Champions“ – allgemein eher unbekannte Weltmarktführer wie KRÜGER oder auch Tetra Pak haben ihren Erfolg einer konsequenten Nischenstrategie zu verdanken. (siehe auch Hidden Champions des 21. Jahrhunderts: Die Erfolgsstrategien unbekannter Weltmarktführer von Hermann Simon, Campus Verlag 2007). Nun sind Nischenstrategien nicht nur für kommende Weltmarktführer interessant, sondern auch für jeden noch so kleinen Handwerksbetrieb. Nehmen wir zur Verdeutlichung einen Handwerker, den es in jeder Stadt und Gemeinde gibt, den Garten- und Landschaftsbaubetrieb.

Im Prinzip kennt jeder auf den ersten Blick das Angebot eines solchen Unternehmers: Garten-Anlage und -Pflege. Bundesweit gibt es 16.452 Handwerksbetriebe – es herrscht also reger Wettbewerb und dem Verbraucher fällt es schwer, die Angebote unterscheiden zu können. Nun bieten fast alle GalaBau-Betriebe auch einen „Gartenbeleuchtungsservice“ an – häufig in Kooperation mit einem Elektriker. Ein GalaBau-Betrieb in Bergisch Gladbach nutzt eben

Die Sinus-Milieus® in Deutschland





diesen Service bewusst zur Nischenpositionierung, denn er wirbt nicht mit „günstiger Baumschnitt“ oder „verlässlicher Service“, sondern mit der konkreten Botschaft: „Wir bringen Licht in Ihren Garten!“. Auf diese Weise hat er sich erfolgreich vom Wettbewerb abgegrenzt und gleichzeitig eine Nische innerhalb einer langjährig bestehenden Branche besetzen können.

Eine dritte Positionierungsmöglichkeit bietet die **Preisstrategie**. Wie kaum ein anderes Unternehmen, hat das Handelsunternehmen ALDI unter Beweis gestellt, dass Gewinn nicht immer eine Frage von hohen Preisen sein muss.

Gerade Gründerunternehmen verfallen deshalb leider schnell der Annahme, dass auch ihr Markteintritt viel leichter fällt, wenn sie den Wettbewerb nur deutlich genug unterbieten. Dies ist eine sehr gefährliche Strategie, denn der Kunde antizipiert günstige Preise inzwischen fast sofort. Hinzu kommt, dass preissensible Kunden keine treuen Kunden sind. Sie folgen stets dem günstigsten Angebot. Die wichtigste Regel hier lautet, dass die Preise der Zielgruppe angepasst sein müssen. Wenn zum Beispiel die bürgerliche Mitte Ihr Zielpublikum ist, dürfen Sie weder der teuerste, noch der günstigste Anbieter sein. Diese Zielgruppe erwartet von Ihnen ökologisch und ökonomisch vereinbare Angebote. Dafür zahlt man gerne auch 15 bis 20 Prozent mehr, denn durch das akzeptieren dieses „Aufpreises“ gegenüber Billigangeboten demonstriert „Otto-Normalverbraucher“ sein Verantwortungsgefühl gegenüber der Gesellschaft. Dies erklärt zum Beispiel auch den anhaltenden Boom der Bio-Angebote.

Der Bauch kauft – der Kopf rechtfertigt. Das ist eine allgemeine, dabei aber sehr genaue Beschreibung von Kaufmotivation. Dieses Wissen machen sich Unternehmer zu eigen, die sich nicht über ein Produkt oder eine Dienstleistung positionieren, sondern als **Problemlöser** auftreten. Ein Fliesenlegerbetrieb könnte zum Beispiel durch eine entsprechende Bild- und Textsprache bewusst das Gefühl bewerben, welches man hat, wenn man den Tag in einem „Wohlfühlbad“ beginnt. In diesem Fall ändert sich die Bedarfssituation des Kunden fast unmittelbar. Nun fragt er sich nicht mehr: „Brauche ich ein neues Bad?“, sondern kommt vielmehr in den Zustand, das bessere Gefühl haben zu wollen und das ist eine deutlich höhere – und auch preisunsensiblere – Kaufmotivation.

Sobald Sie es geschafft haben, den Kundennutzen, den Sie und Ihr Unternehmen Ihren Kunden bieten wollen, klar zu definieren, ist es nur noch ein kurzer Weg, Bild- und Textsprache Ihrer Kommunikation gezielt auf die Unterstützung erwünschter Emotionen hin zu optimieren. 

Empfehlenswerte Literatur zum Thema Positionierung:

EKS – Erfolg durch Spezialisierung, Malik, Friedrich, Seiwert, GABAL-Verlag

Positionierung – das erfolgreichste Marketing auf unserem Planeten, Peter Sawtschenko, GABAL-Verlag

In unserem nächsten Beitrag widmen wir uns dem Thema eines erfolgreichen Markenaufbaus und zeigen, dass und vor allem wie wirklich jedes Unternehmen in der Lage ist, eine unverwechselbare Marke werden zu können.



Der Rolshover Hof,
Sitz der DIALOG GmbH

Das kann ich besser – Teil V

Qualität muss man leben

Stellen Sie sich vor, Sie reisen mit Ihrer Familie im vollgepackten Kombi durch den Bayrischen Wald. Die Sonne scheint, die Landschaft ist wildromantisch, die Kinder geben einigermäßen Frieden – und plötzlich macht es „PENG“ und nichts geht mehr!

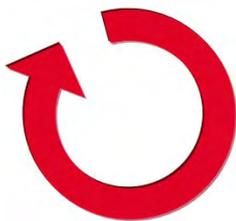
Der PDCA Kreis

- standardisiertes Briefing
- Kick-off-meeting
- Projektplan (Inhalte, Prozesse, Zeitplanung)

plan
Design/Redesign

act
Optimierung

- Maßnahmen Matrix
- Qualitätsbericht
- Qualitätsindexdatei



check
Kontrolle

- Projekt-Review (intern und extern)
- Review-meeting
- Maßnahmen Matrix
- Qualitätsbericht

do
Produktion

- Mystery calls
- automatische Kundenzufriedenheitsbefragung
- Call management system
- Side-by-side coaching
- Textcoaching
- Wissenstests
- 4-Augen Prinzip

Der PDCA-Zyklus beschreibt einen vierphasigen Problemlösungsprozess, wie er in der Qualitätssicherung zur Anwendung kommt.

Das ist schlecht. Nun haben Sie aber von Ihrem Autohersteller eine Notrufnummer bekommen – exakt für solche Fälle. Das ist gut! Sie rufen diese Nummer an und sofort meldet sich eine angenehme Stimme, die tatsächlich Anteil nimmt an Ihrem Schicksal. Die weiß, wo es die nächste Werkstatt gibt und die sich direkt darum kümmert, dass der Notdienst zu Ihnen kommt, um Ihr Auto wieder fit zu machen. Und Sie dann später sogar noch einmal anruft und fragt, ob alles gut gegangen ist.

Das ist Qualität.

Die beschriebene Situation ist ein typischer Anlass, das Unternehmen Dialog einzuschalten, welches im Auftrag etwa des Autoherstellers den Kunden behilflich ist. Sei es in solchen Notsituationen, sei es im Falle einer Reklamation. Bei Dialog hat man schon sehr früh gewusst, dass Qualität auch bei dieser Aufgabe der Schlüssel zum Erfolg sein wird. Angefangen hat es Ende der Neunziger mit der Zertifizierung nach ISO-Richtlinien. Heute lebt Dialog „Business Excellence“, ein umfassendes Qualitätsverständnis, bei dem immer gefragt wird: Wie geht es besser und einfacher? Daran orientiert, werden alle Abläufe kontinuierlich verbessert und Ziele gesetzt. Alle Beteiligten werden dabei einbezogen: Auftraggeber, Mitarbeiter, Kooperationspartner – kurz alle, die Qualität erzeugen. Ein gutes Beispiel für Qualitätsmanagement. Denn: Menschen machen Fehler und Fehler lieben den Zufall. Und man kommt ihnen nur mit Systematik auf die Schliche. Kein Zufall ist es deshalb,

wenn wie bei Dialog die Mitarbeiter, die für Qualitätssicherung verantwortlich sind, praktisch jedes Leistungsdetail systematisiert haben. Sie suchen nach der Ursache des Fehlers, lernen daraus und sorgen so dafür, dass er sich nicht wiederholt.

Qualitätsmanagement darf nur ein Ziel haben: Kunden begeistern!

Und das erreicht man nur, wenn die Kundenberater ihr Wissen schnell abrufen und verbindliche Aussagen treffen können. Der Kunde will und braucht einen Gesprächspartner mit Fach-Know-how und Lösungskompetenz, er will die ehrliche Hilfsbereitschaft erkennen. Sind die Kundenberater mit diesen Kompetenzen ausgestattet, steigt zudem eine wichtige Kerngröße: die Erstlösungsquote. Gute Erreichbarkeit ist eine weitere Voraussetzung für Zufriedenheit, die nur mit viel Disziplin, flexibler Mitarbeiterplanung und hoher Belastbarkeit der Mitarbeiter zu erzielen ist. Und natürlich immer noch sehr wichtig: Einfühlungsvermögen und Verständnis für die Situation des Kunden. Diese Komponenten mögen eher zu den „weichen“ zählen, aber für die Zufriedenheit des Kunden sind sie nach wie vor von grundlegender Bedeutung. Denn nur mit einem ausgeprägten Customer-Care-Verhalten, dem dann noch das überraschende Zuckerstückchen folgt (nennen wir es doch einen „unerwarteten Mehrwert“), begeistert man Kunden. Um diesen hohen Anspruch zu erfüllen, muss er gemessen werden, und zwar systematisch, um nichts dem Zufall zu überlassen: mit Mystery-Calls, Kundenzufriedenheitsbefragungen, über Call-Management-Systeme und andere

standortübergreifende Qualitätssicherungs-Tools – außerdem über die kontinuierliche Verbesserung aller Leistungen, über die Suche nach Fehlern, die noch gar nicht aufgetreten sind...(Sie erinnern sich an den Artikel in RheinZeiger 21?).

KISS (keep it short and simple)

Es gäbe sicherlich noch eine Menge mehr aufzuzählen, aber wir fassen uns lieber kurz und meinen: Das ist doch auch eine schöne Qualität. Die Abbildung spricht für sich und zeigt: QM ist eine Daueraufgabe.

Der Begriff „Call Center“ trifft es nicht – „Service Center für Rund-um-Kundenbetreuung“ schon eher. Jäger + Schmitter DIALOG schafft den Spagat zwischen „qualitätsbewusstem altem Hase“ und „modernem Dienstleister mit Gespür für Trends“. Seit 25 Jahren gestalten die Kölner Dialoge zwischen Auftraggeber und deren Kunden mit einem Ziel – Kundenbindung!

Das Geschäft von DIALOG

Die Jäger + Schmitter DIALOG GmbH aus Köln ist mit ihrem Angebot seit 1989 insbesondere auf Kundenbetreuung und -zufriedenheit spezialisiert. Mit individuellen und auf die Unternehmen maßgeschneiderten Konzepten kommuniziert DIALOG mit Anrufern, Briefschreibern und Usern im Internet. Das Unternehmen ist einer der Premium-Anbieter unter Deutschlands Call-Centern und gilt unter anderem als führender Dienstleister speziell für die Automobilbranche sowie für erklärungsintensive und emotionale Produkte.



*Ulrike Pollmann,
Geschäftsführerin*

DIALOG
DIENSTEAMKUNDEN

*Jäger + Schmitter
DIALOG GmbH*

*Rolshover Straße 524–526
51105 Köln*

Tel.: +49 (0) 221 98 39 0

Fax: +49 (0) 221 98 39 19 99

dialog@jsdialog.com

www.jsdialog.com

Der HDI Rundum-Schutz für Young Professionals.

HDI

Das ist Versicherung.

Erfolgreiche junge Berufstätige wünschen sich Unabhängigkeit in ihren Entscheidungen und Sicherheit im Leben. Die zielgerichteten Versicherungs- und Vorsorgelösungen von HDI schützen das, was Sie sich schon aufgebaut haben und was Sie in Zukunft noch erreichen werden.

Fragen Sie doch einfach Michael Barabanovski:

HDI Hauptvertretung
Michael Barabanovski
Finanzfachwirt

An der Schanz 1
50735 Köln
Telefon +49 221 144 2784
Telefax +49 511 645-1154593
Mobil +49 177 8412877
michael.barabanovski@hdi.de



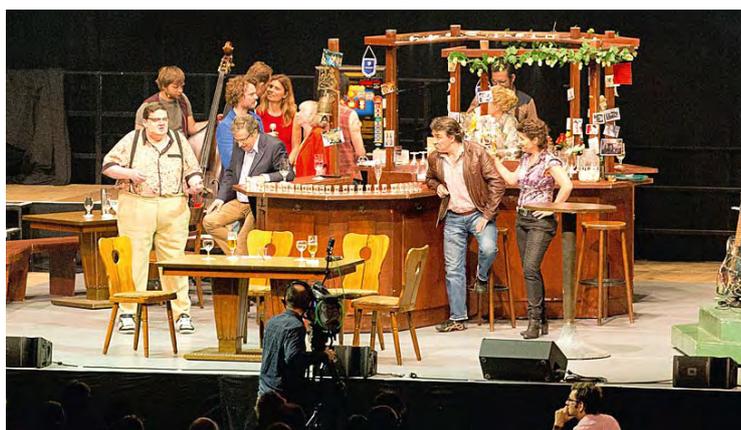
Geschichten, die Zukunft schreiben

40 Jahre GLS-Bank

Über 4.500 Mitglieder, Kunden und Gäste hatten sich am 13. und 14. Juni 2014 in Bochum im RuhrCongress zur Jahresversammlung der GLS Bank eingefunden. Diese Jahresversammlung stand ganz im Zeichen des 40. Geburtstags der ersten sozial-ökologischen Universalbank der Welt.

Einer Bank, die Impulse geben will, mit einer anderen, bestehenden Art des Wirtschaftens die Welt nachhaltig zu gestalten. Die Besucher erwartete ein buntes Programm – Comedy ebenso wie Talkrunden („Wirtschaft neu denken“, mit Prof. Dr. Götz Werner) oder Festansprachen (Prof. Dr. Horst Köhler: „Banking at its best“).

Am 11. März des Jahres 1974 wurde die GLS Gemeinschaftsbank e. G. ins Genossenschaftsregister eingetragen. Im Jahr 2014 blickt die GLS-Bank also auf eine 40jährige Erfolgsgeschichte zurück. In dieser Zeit ging es stets darum, sozial, ökologisch und ökonomisch nachhaltige Bankgeschäfte auf globaler Ebene voranzutreiben. Und so wollte man auch diese Geburtstagsfeier dazu nutzen, nicht nur auf die vergangenen Erfolge zu blicken, sondern gemeinsam über eine andere Art des Wirtschaftens nachzudenken. Zu den Gastrednern gehören dementsprechend neben vielen weiteren Gästen Horst Köhler, Norbert Lammert, Sarah Wiener und Ursula Sladek.



Unter dem Motto „Geschichten, die Zukunft schreiben“ beleuchtete die Bank spannende Initiativen, Unternehmen und Projekte, tauchte ein in aktuelle und historische Ereignisse und kam mit interessanten Menschen und Weggefährten ins Gespräch. Gründer wie der Eisbar-Betreiber Kevin Kuhn, Ursula Sladek, Mitbegründerin der Elektrizitätswerke Schönau (EWS) und Sarah Wiener, Unternehmerin und Gründerin der Sarah Wiener Stiftung erzählten Ihre Erfolgsgeschichten.

Aber die Feier sollte auch unterhaltsam sein. Und so durften die Besucher Kabarett mit Georg Schramm oder Ausschnitte aus dem Theaterstück „Bochum“, aufgeführt durch das Ensemble des Schauspielhauses Bochum, ebenso genießen wie den Auftritt der Kölner a-cappella-Gruppe Wise Guys. Ein beeindruckendes Programm, so beeindruckend wie die Erfolgsgeschichte dieser Gründung vor 40 Jahren.

Auftritt des Ensembles des Schauspielhauses Bochum (oben) und der Kölner A-cappella-Gruppe Wise Guys bei der 40-Jahr-Feier der GLS-Bank.

4 RTZ-Unternehmen beim Treffen von Old & New Economy

Best of Both Berlin 2014

Es ist der 13. Mai 2014. In der Ausstellungshalle des COSMOS Berlin haben sie alle ihre Stände aufgebaut. Viele Gründer sind hier, junge Technologieunternehmen und einige große Unternehmen – eben die sogenannte Old Economy. Alle hoffen sie auf Gespräche miteinander. Die „New Economy“, eben die Gründer und jungen Technologieunternehmen, suchen den Investor, den Geldgeber, damit der Aufbau des Unternehmens gelingt. Die „Old Economy“ jene großen Unternehmen, suchen interessante Ideen, engagierte junge Gründer, die Gewinn bringende Kooperationen versprechen.



„Best of Both“ ist die europäische Leitveranstaltung für die branchenübergreifende Präsentation ausgesuchter, innovativer und sogenannter „disruptiver“ Geschäftsmodelle und bietet eine bisher in Europa einzigartige Struktur zur Vernetzung von Innovations-Pionieren der internationalen Startup-Szene und Entscheidern aus der Wirtschaft. 2014 fand diese Best of Both in Berlin zum zweiten Mal statt und brachte Top Executives etablierter Unternehmen mit Entrepreneuren aus mehr als 20 Ländern und über alle Branchen hinweg zusammen. Mit Keynotes, Workshops, Startup Pitches, einer großen Ausstellung und der informellen Abendveranstaltung Night of Game Changer bot die Best of Both wieder zahlreiche Möglichkeiten zum Netzwerken und zu Geschäftsanbahnungen.

Am 13. und 14. Mai 2014 war es wieder soweit: Die Best of Both als geschlossene Veranstaltung öffnete sich akkreditierten Top Executives und Corporate Ventures sowie Gründern und innovativen Startups. Die Startups können sich im Pitch präsentieren, in der Ausstellung ihre Produkte vorzeigen oder einfach als Fachbesucher teilnehmen.

Das RTZ war dabei – ebenfalls mit einem Ausstellungsstand. Wir begleiteten vier unserer jungen Technologieunternehmen zu diesem Treffen und boten ihnen so

den direkten Kontakt zu potenziellen Investoren oder Geschäftspartnern. Mit dabei waren csc unitools, urmote, Jinvator und Thermicon – allesamt durch das RTZ betreute Gründer.

Das 3. branchenübergreifende Spitzentreffen der deutschen Industrie mit Startups und jungen High Tech Firmen aus mehr als 20 Ländern wird im April 2015 stattfinden. Beantragen Sie jetzt als einer der ersten Fachbesucher Ihre Akkreditierung.



www.bestofbothberlin.com

Die Gründer von Thermicon, Okan Kaya, und urmote, Thomas Mausbauch und Matthias May, mit dem Geschäftsführer der RTZ Köln GmbH, Dr. Heinz Bettmann (v.l.n.r.)



Erweiterte Finanzierungsrunde

CryoTherapeutics schließt erweiterte Finanzierungsrunde ab

Die CryoTherapeutics GmbH, Entwickler eines neuen Kryotherapiesystems zur Behandlung koronarer Herzerkrankungen mit Sitz im RTZ, hat im Mai 2014 eine erweiterte Finanzierungsrunde über 6,5 Millionen Euro abgeschlossen. Als Investor ist auch Rainer Christine beteiligt, der 1999 im RTZ das Biotechnik-Unternehmen Amaxa gestartet hatte.

www.cryotherapeutics.com

Aktivitäten der Netzwerke im Bereich der Biotechnologie

Köln – Hauptstadt der Biotechnik

Die Biotechnik als eine der Schlüsseltechnologien ist ein wichtiger Motor für Innovationen, insbesondere im Bereich der Medizin. In der Region Köln hat diese Disziplin ab Mitte der neunziger Jahre zu zahlreichen Unternehmensgründungen geführt. Und im Jahre 2015 wird Köln so etwas wie die Hauptstadt der Biotechnologie.

Die Gründung des Rechtsrheinischen Technologie- und Gründerzentrums RTZ Köln GmbH gab dieser Entwicklung neuen Schub. In der Folge kam es 1999 zur Gründung des Netzwerkes BioCologne, im Jahre 2002 wurde der BioCampus Cologne aus der Taufe gehoben. Im Jahre 2004 wurden der Verband BioRiver, Life Science im Rheinland, und der bundesweite Branchenverband BIO Deutschland gegründet.

BIO Deutschland hat sich zum Ziel gesetzt, die Entwicklung dieses innovativen Wirtschaftszweiges auf Basis der modernen Biowissenschaften zu unterstützen und zu fördern. Der Verband, der mittlerweile über 300 Mitglieder zählt, hat sein Jubiläum im September gefeiert. So trafen sich

zahlreiche Bundestagsabgeordnete auf Einladung durch den Verband am 22. September 2014 zu einem parlamentarischen Abend im Käfer Restaurant auf dem Dach des Reichstags und diskutierten über Projekte der Zukunft. Am Morgen des 23. September 2014 fand auf Einladung des Landesclusters BIO.NRW in der NRW-Landesvertretung in Berlin ein Parlamentarisches Frühstück statt.

Köln ist immer wieder Treffpunkt für Vertreter aus dem Bereich Lebenswissenschaften aus Wirtschaft und Wissenschaft. So gab es im Jahre 2004 die große Bio-Partnering-Messe BioEurope in Köln. Im Jahr 2007 fanden sich über 2.000 Besucher beim Kongress „BioPerspektives“ in der KölnMesse ein. In 2011 wurde der Kongress „Personalisierte Medizin Convention (PerMediCon) ins Leben gerufen. Hier treffen sich einmal jährlich Experten aus dem Bereich Gesundheitswirtschaft zum Erfahrungsaustausch.

„1. Kölner KleinKunstPreis“

In Verbindung mit den Deutschen Biotechnologietagen 2015 wird es im April in Köln ein ganz besonderes Ereignis geben.

Am 21. April 2015 fällt auf dem Bio-Campus Cologne der Startschuss zum „1. Kölner KleinKunstPreis“. Künstlerinnen und Künstler haben jedes Jahr die Möglichkeit, in einem unterhaltsamen und anspruchsvollen Wettbewerb, einen der höchst dotierten Preise im Bereich der darstellenden Kunst zu gewinnen!

Dieser Preis soll helfen Talente zu fördern, die Kleinkunst zu unterstützen und eine Brücke zwischen Wissenschaft und Kultur zu bauen. Jedes Jahr steht dieser Preis unter einem anderen Motto.

Das Motto des Jahres 2015 lautet „Lebenswissenschaften“. Nominierte Bewerber um den Preis stellen sich am 13. und 14. April 2015 im Rahmen einer öffentlichen Vorrunde im RTZ der Bewertung durch eine Jury und das Publikum. 

Nähere Informationen unter www.koelner-kleinkunstpreis.de

Deutsche Biotechnologietage 2015

In den kommenden Jahren ist Köln wieder Gastgeber für große Biotechnik-Veranstaltungen. Die 6. Deutschen Biotechnologietage finden am 22. und 23. April 2015 in Köln statt und werden in gemeinsamer Verantwortung von BIO Deutschland, dem Life Science Cluster BIO.NRW und dem Arbeitskreis der BioRegionen Deutschlands mit Unterstützung des BMBF durchgeführt. Die Deutschen Biotechnologietage sind das jährliche Netzwerk-Event der nationalen Biotechnologiebranche; in Köln werden über 800 internationale Besucher aus Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Gesellschaft erwartet.

In 2016 wird Köln erneut Treffpunkt für die Bio-Partnering-Messe BioEurope sein, und in 2017 findet der große Kongress EuroMIT über Mitochondriale Pathologie, organisiert von CECAD, dem Exzellenzcluster für Altersforschung an der Universität, in Köln statt. 



Das neue Forum für Startups startet im November

StartupCon

Die Politik ist sich einig: Startups leisten einen unverzichtbaren Beitrag zur Stärkung des Wirtschaftsstandortes Deutschlands. Um diesem Anspruch Ausdruck zu verleihen und Startups ein nützliches Forum zu bieten, veranstaltet Business-on.de am 20. November 2014 die erste StartupCon im Forum in Leverkusen.

Hier haben Jungunternehmer Gelegenheit, über 20 spannende Vorträge von erfahrenen Gründern zu hören und einen von zahlreichen Workshops zu besuchen. Natürlich gibt es auch hier Zeit für Networking und Erfahrungsaustausch.

Das Startup-Forum im Forum

Es ist nur folgerichtig, dass die Startupcon im Leverkusener Forum eines der Highlights des Jahres ist. Mit dieser Veranstaltung soll ein Kongress etabliert werden, auf dem Startups aus allen Branchen Kontakte, Wissen und Denkanstöße erhalten. Jungunternehmer sollen vom Wissen erfahrener CEOs, Old Economics und erfolgreicher Gründer profitieren. Überdies geht es den Veranstaltern darum, Business Angels, Kreditinstitute und Venture Capitalists mit Startups zusammenzubringen und so einen Förderungspool zu etablieren, der die deutsche Gründungsszene nachhaltig stützt.

Neue Denkweisen – Networking – Synergien

Mit der zunehmenden Digitalisierung werden bestehende Geschäftsmodelle permanent restrukturiert – man spricht von disruptiven Geschäftsmodellen. Der Bedarf an jungen Online-Spezialisten wächst und nur, wer regelmäßig frisches Know-How in seine internen Prozesse injiziert, kann auch in zwei oder drei Jahren noch erfolgreich in seinem Marktsegment sein. Mit der StartupCon sollen junge Gründer in die Lage versetzt werden, relevante Kompetenzen zu erkennen, selbst zu entwickeln und im Austausch mit anderen Gründern nutzbar zu machen. Auch grundlegende Aspekte wie die saubere Ausarbeitung eines Business-Plans und eine stringente Finanzierung spielen hierbei eine wichtige Rolle.

Der Startschuss der StartupCon fällt am 20. November 2014 um 09:00 Uhr im Leverkusener Forum. Die Namen der Keynote-Speaker sprechen für sich. Die Teilnehmer dürfen sich auf so bekannte Namen wie Frank Thelen, Prof. Dr. Kai Thierhoff, Prof. Dr. Klemens Skibicki, Jan Heitmann, Nicolas Lecloux, Sven Oliver Pink, Patrick Klingenberg, Daniel Schaffeld und andere Experten der Gründerszene freuen.



Als Sponsor dabei sein

Sponsoren haben hier die Chance, ebenso vom Gründergeist zu profitieren und den eigenen Bekanntheitsgrad zu erhöhen. Business-on.de bietet exklusive Sponsoring-Pakete. Je nach Auswahl gehört zum Paket:

- Nennung bei Newslettern und Medienpartnern
- Roll Ups im Raum
- Logos auf der Startseite und im Kursprogramm
- Banner
- Namensschilder
- Branding auf Menükarten

Darüber hinaus besteht die Möglichkeit, Sponsoring-Pakete individuell abzustimmen. Möglichkeiten dazu bieten etwa eine After-Forum-Party, ein Kicker-Turnier oder andere Events.

*Informieren - Netzwerken -
Allianzen schmieden ...*

startupcon
by business-on.de

Nähere Informationen hierzu erhält man hier: [Christian Weis](mailto:Christian.Weis@business-on.de)
Tel.: + 49 (0) 2263 929 05 60, startupcon@business-on.de

Innovationen aus dem RTZ

Hier eine Auswahl der jungen Technologie-Unternehmen aus dem rechtsrheinischen Ideenhaus RTZ.



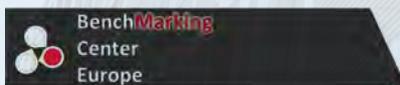
aniCausa
Technology & Consulting

aniCausa – Technology & Consulting
Unterstützung für IT-Entwicklungs- und Einführungsprojekte, sowie Beratungs- und Weiterbildungsangebote
www.anicausa.de



BLACKFIELD

Blackfield AG
Entwicklung von funktionellen chemogenomischen Profilierungen, sowie Genomanalysen zur gezielten Behandlung von Tumoren
www.blackfield.de



BenchMarking Center Europe

Benchmarking Center Europe
Benchmarking von Unternehmen mit Hilfe der Benchmarkingdatenbank von APQC
www.bmc-eu.com



CAP-CMV

CAP-CMV GmbH
Entwicklung eines „first in class“ Impfstoffs zur Vermeidung schwerer, durch HCMV (humanes Cytomegalovirus) bedingter Krankheiten
www.cap-cmv.de



Internationale Akademie für Technologie-Entwicklung, e.V.
AKADEMIE IATE

Akademie IATE e.V.
Internationale Akademie für Technologische Entwicklung auf dem Gebiet der erneuerbaren Energien
www.akademie-iate.de



Cryotherapeutics

Cryotherapeutics GmbH
Entwicklung und Vermarktung von medizinischen Produkten durch Kryotherapie
www.cryotherapeutics.com



dasTraining

dasTraining
Trainingsagentur im Bereich Businessstraining und -coaching sowie betriebliche Weiterbildung
www.dastraining.de



cevec

CEVEC Pharmaceuticals GmbH
Entwicklung von Produktionssystemen für Biopharmaceutica auf der Basis humaner Amniocyten
www.cevec.com



IB ELEKTRONIKS
Inhaber Ilija Botvinnikov

IB-Elektroniks
Marktforschung und Vertrieb der neuesten Technologischen Entwicklungen im Bereich Elektronik
www.elektroniks-home.de



inconso
KÖRPER SOLUTIONS

inconso AG
Europas führendes Consulting- und Softwareunternehmen für Logistiklösungen. Warehouse Management, Transport Management, Supply Chain Execution
www.inconso.de



Ingenious Knowledge GmbH

Entwicklung von IT-gestützten
Bildungslösungen

www.ingeniousknowledge.de



INFAl GmbH

Bioanalytik; Biotestsysteme; Tests
zum Nachweis von Mikroorganismen
im menschlichen Organismus

www.infai.de



iRapid GmbH

Entwicklung von 3D-Drucktechno-
logien; Produktion und Vertrieb
von 3D-Druckern

www.irapid.de



Koopmann Online Medien UG

Entwicklung von Desktop-, Web-
und Mobile-Anwendungen, inklusive
Beratungs- und Unterstützungs-
leistungen

www.koopmann-online.de



Thermicon GmbH

Energierückgewinnung und Umwelt-
technik insb. Abgas-Wärmerück-
gewinnungssysteme

www.thermicon.de



PlagScan GmbH

PlagScan prüft die Einzigartigkeit
Ihrer Texte. Finden Sie heraus, ob Ihnen
Originale vorliegen oder man Ihnen
eine Kopie als Eigenleistung verkauft

www.plagscan.com



multiBIND biotec GmbH

Patentierete Lösungen für Dekonta-
mination und Desinfektion in Haushalt,
Industrie, Hygiene, Biomedizin und
Landwirtschaft

www.multibind.de



PAIA Biotech GmbH

Entwicklung von partikelbasierten
Immunoassays für Screening-
anwendungen in der Pharma-
und Biotechindustrie

www.paiabio.com



Thebing Services GmbH

Die Thebing Services GmbH entwickelt
und vertreibt webbasierte, innovative
All-In-One Softwarelösungen
für Sprachschulen und Sprachreise-
agenturen

www.thebing.com



Solute Elektronik GmbH

Ingenieurbüro für Hardware- und Soft-
wareentwicklung. Von der Idee bis zum
Serienprodukt

www.solute-elektronik.de



test.net GmbH

Aus mathematischen Marktmodellen
und schwarmintelligenten Nutzer-
feedbacks erstellt test.net Analysen
und Benchmarks für Hersteller und
Verbraucher

www.test.net



zafaco GmbH

Benchmarking, Business Service
Management und Business Intelligence
im Bereich NGN mit Highspeed
Internet, VoIP, IP Television und Mobile
Broadband

www.zafaco.de



Mark Linnamägi Executive Search

Unterstützung von Unternehmen
bei der Suche nach hochqualifizierten
Mitarbeitern und Führungskräften

www.linnamaegi-es.com



WMG Service GmbH & Co. KG

Herstellung und Vertrieb von Präzi-
sionsmessgeräten für die Ausrichtung
von Werkzeugmaschinen

www.wmg-services.de

Gestatten Sie, World Life Science Forum!

Idee sucht finanzkräftigen Investor

Eine neue Gesellschaft im RTZ fördert Innovationen und führt gute Ideen mit potentiellen Investoren zusammen.

Idee sucht Investor

Ich bin eine junge, erfolgversprechende und dynamische Idee. In einem sich stetig verändernden Umfeld braucht es mich dringend auf dem Markt. Zum Durchbruch meiner Selbst suche ich Sie!

Ihr Profil:

- Sie lieben spannende Ideen und marktaugliche Innovationen
- Sie suchen neue erfolgversprechende Märkte und Chancen
- Sie setzen auf Gründer mit Leidenschaft und Engagement
- Sie haben Visionen für die Zukunft dieser Welt

Mein Angebot:

- Ich bin Teil eines aufstrebenden jungen Technologieunternehmens
- Ich bin innovativ und habe einen klar definierten Markt
- Ich lege Wert auf Vertrauen und Vertraulichkeit
- Mein Vermittler versteht es, Kompetenzen zu vernetzen
- Ich habe wie Sie Spaß am Erfolg

Sie möchten sich dieser Anforderung stellen? Dann würden wir Sie gerne kennen lernen. Dann sollten Sie sich unserem Netzwerk anschließen.

Kontakt: idee@rheinzeiger.de

Wie kommt das Kapital zu zukunftsweisenden Erfindungen? Wie kann man seine Idee, sein gesamtes Unternehmenskonzept den potentiellen Geldgebern so vermitteln, dass sie das wirtschaftliche Potential erkennen? „Es ist manchmal schon tragisch, wenn spannende Ideen nicht mit Investoren zusammen kommen, nur weil beide Seiten aneinander vorbei reden.“ Diese Beobachtung teilt der Geschäftsführer des World Life Science Forum, Joel Smolibowski, mit vielen Insidern der Gründerszene. Genau

deshalb hat sich das neue Unternehmen im RTZ dieser Vermittlungsaufgabe verschrieben. Seine Hauptaufgabe ist es, gute, zukunftsweisende Ideen zu identifizieren und deren betriebswirtschaftliche Darstellung so aufzubereiten, dass Investoren, die oft mit anderen Augen Innovationen beurteilen, die Ideen verstehen und einordnen können. Eine Vermittlungsaufgabe, die wirklich eine Herausforderung darstellt, wie Erfinder und Gründer meist zu Genüge erfahren haben.

Das World Life Science Forum hat für die wissenschaftliche Begutachtung einen Beirat, der für inhaltliche Fragestellungen zur Verfügung steht, der aber keine Details der einzelnen Erfindungen erhält. Und dies ist schon einer der wesentlichen Merkmale dieser Gesellschaft, denn sie arbeitet mit einem Sicherheitskonzept, welches nicht nur die Geheimhaltung und Diskretion unterstützt, sondern auch aktiv einen No-spy-Schutz enthält. Denn die Vertraulichkeit der Beratung und Vermittlung ist das Kapital dieser Gesellschaft.

Einmal jährlich veranstaltet das Unternehmen das World Life Science Forum, welches 2015 in Genf zum Thema „Neglected diseases“ stattfinden wird. Das Forum besteht aus wissenschaftlichen Vorträgen zum Veranstaltungsthema und einer Erfinder-Investoren-Kontaktbörse. Anmeldungen hierzu sind ab sofort auf der Homepage möglich.

Für die Unternehmen im RTZ bietet das World Life Science Forum, welches auch über ein umfangreiches Netzwerk an Rechts- und Steuerberatern verfügt, einen besonderen Mehrwert. In vertraulicher Atmosphäre können die Zukunftspläne der Unternehmen besprochen und bewertet werden. Auch alltägliche Themen wie das Reporting, Controlling und der Umgang mit Kapitalgebern kann angesprochen werden. Hierzu sind alle Unternehmen aus dem RTZ eingeladen, den Kontakt mit dem World Life Science Forum zu suchen.

„Zu viele Erfindungen und Ideen bleiben auf der Strecke oder kommen unnötig an Wachstumsgrenzen und zu viele Geldgeber fehlt es an sinnvollen, nachhaltigen Innovationen. Wir werden diese beiden Parteien verbinden“ schaut Smolibowski optimistisch in die Zukunft und schließt: „Das RTZ mit seinem Gründer-Spirit ist dabei der perfekte Ort, mit unserer Aufgabe durchzustarten.“



World Life Science Forum GmbH & Co. KG

Partner der WOTAX Steuerberatungsgesellschaft mbH

Dipl.-Volkswirt Karl Alexander Mandl,

Gottfried-Hagen-Str. 60-62, 51105 Köln, mandl@wotax.de

www.world-life-science-forum.com

Denken in Geschäftsmodellen – Ein Ansatz für Visionäre

Das neue Planungsinstrument für Gründer?

Die Wissenschaftskommunikation mit neuen Medien wie smart phones oder tablets attraktiver machen – eine spannende Idee. Aber was ist das zugrunde liegende Geschäftsmodell? Welche Kunden kaufen eine solche Dienstleistung? Und warum sollten Sie sich für eine digitale Lösung interessieren? Welches aktuelle Problem wird dadurch behoben?

Geschäftsmodelle für Gründer

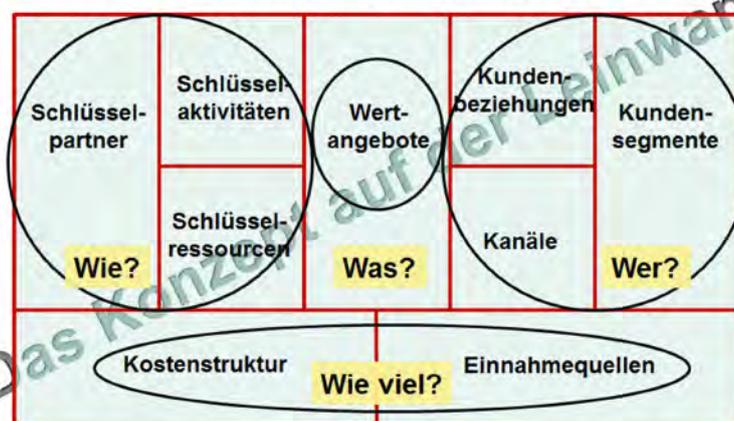
Das Business Model Canvas ist ein Instrument für Gründer, die veraltete Geschäftsmodelle auf den Kopf stellen und Innovation vorantreiben wollen. Das Denken in Geschäftsmodellen löst sich dabei von der einseitigen Betrachtung in vermarktbareren Produkten oder Dienstleistungen und betrachtet das dahinter liegende Modell.

War früher beispielsweise eine Videothek ein erfolgreiches Modell, Videos an Privatpersonen zu verleihen, hat sich die Nachfrage mit der Digitalisierung verändert und die Kunden waren nicht mehr bereit, für ein Video das Haus zu verlassen. Digitale Vertriebskanäle mussten her. Das Produkt blieb der Verleih von Videofilmen, der Vertriebsweg wurde verändert und auf diese Art und Weise der veränderten Geschäftswelt angepasst. Mit dem Wechsel auf einen neuen Vertriebskanal konnten auch zusätzliche Features aufgesetzt werden und es entstanden neue Einnahmequellen. Ein veraltetes Geschäftsmodell konnte so auf innovative Weise erneuert und erweitert werden.

Mit Übersicht zum langfristigen Erfolg

Das Business Model Canvas ist auch eine Methode um komplexe Sachverhalte visuell darzustellen und dadurch unausgesprochene Vermutungen in explizite Informationen zu verwandeln. Anhand von 9 Bausteinen ermöglicht das Modell die Visualisierung des „idealen Kunden“ genauso wie des „werthaltigen Angebots“ (Alleinstellungsmerkmal), welches dem entsprechenden Kunden über bestimmte Kanäle zugänglich gemacht werden soll. Kundenbeziehungen und Bedingungen für eine erfolgreiche Vermarktung werden deutlich. Insbesondere hilft das Modell, vorhandene Gedanken, Ideen und bestehende Geschäftspraktiken zu strukturieren und das zugrunde gelegte „Geschäftsmodell“ zu beleuchten. Auf diese Art und Weise können beispielsweise Verkaufskanäle vereinheitlicht, die Kommunikation zielgerichteter gestaltet oder Produkte kundenorientierter zugeschnitten werden: Optimal für Startups, die aus den ersten gewachsenen Strukturen austreten und sich professionalisieren und am Markt etablieren wollen. Auch bestehende Geschäftsmodelle in innovativen Unternehmen lassen sich mit dem Canvas

Der Businessplan: CANVAS



Arbeitsvorlage für das Businessmodell Canvas.

weiter entwickeln, um Ideen zu bekommen wie das Unternehmen in zwei, fünf oder zehn Jahren aussehen könnte. Ebenso können erste Ideen auf ihre Standhaftigkeit überprüft werden.

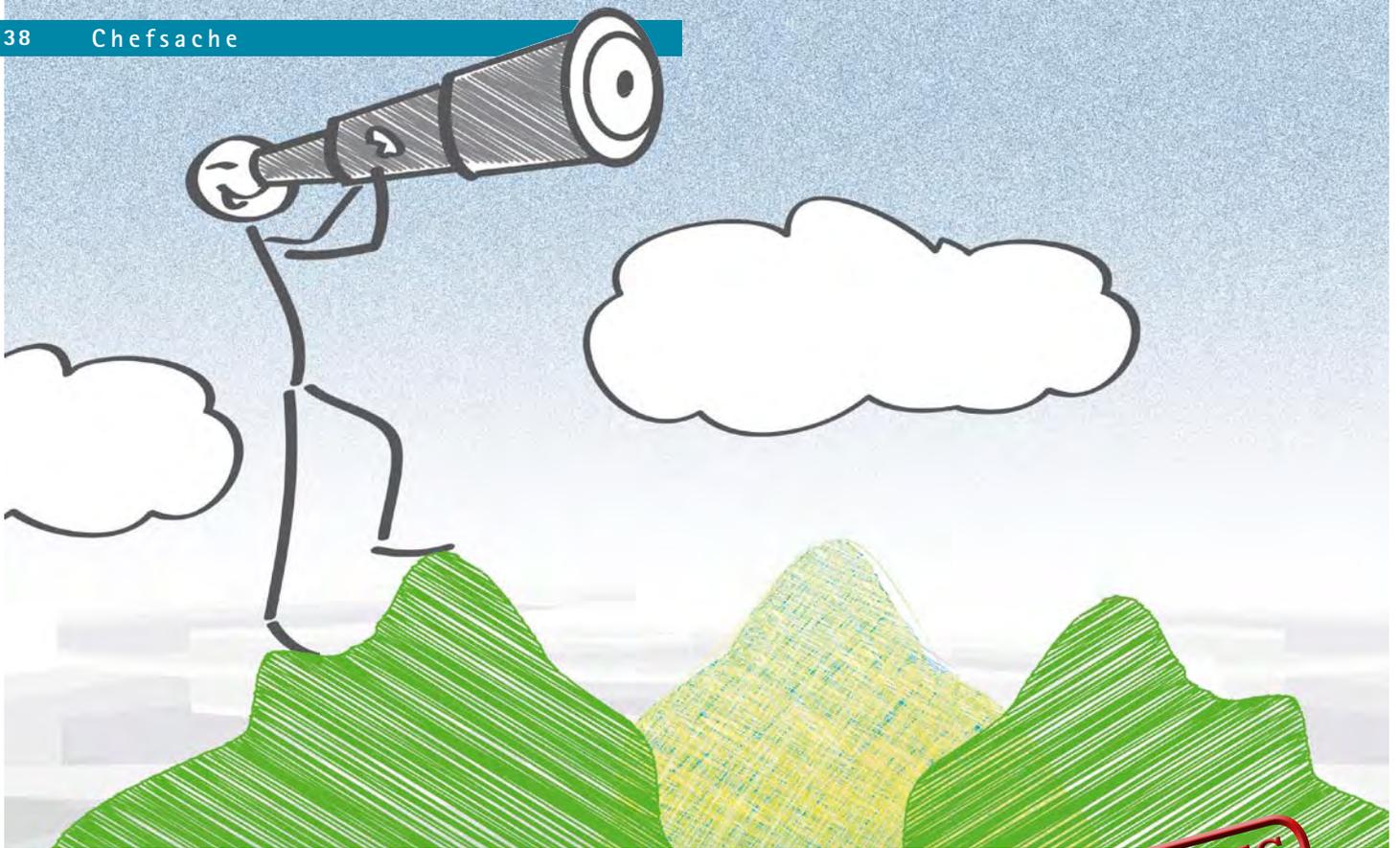
Literaturempfehlung

Business Model Generation: Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer von Alexander Osterwalder, Campus Verlag, Auflage 1 (8. August 2011) und Business Model You: Dein Leben - Deine Karriere - Dein Spiel von Tim Clark, Campus Verlag, Auflage 1 (16. August 2012).

Kostenloser Workshop zum Business Model Canvas

Im Rahmen der Gründerwoche vom 17. – 23. November bietet das RTZ einen eintägigen, kostenlosen Workshop zur Arbeit mit dem Business Model Canvas. Unter der Leitung von Ann Kristin Barth werden anhand des Business Model Canvas bestehende Geschäftsmodelle durchleuchtet und/oder erste Geschäftsideen weiterentwickelt. Eine einmalige Möglichkeit, unter Anleitung das aktuelle Geschäft zu reflektieren und zu optimieren.

Eintägiger, kostenloser Workshop „strategische Geschäftsentwicklung“ am 20. November 2014 von 9:00 – 16:00 im RTZ Köln GmbH, Gottfried-Hagen-Str. 60-62, 51105 Köln, für Gründer und Gründungsinteressierte. Anmeldungen an: kontakt@barth-coaching.de



**ACHTUNG
CHEFSACHE!**

Mit Strategie ein Leitbild entwickeln

Innovationen richtig positionieren

Ein maßgeblicher Faktor für das Bestehen eines jungen Unternehmens am Markt ist die Auseinandersetzung mit der strategischen Ausrichtung. Dies ist leider ein oft vernachlässigter Faktor, wenn es um fachspezifische Innovationen geht.



Ronald Maier
Joanna Menge
www.hlp-group.com

Soll angesichts einer innovativen Produktidee ein Unternehmen gegründet werden, steht in den allermeisten Fällen die eigentliche Produktentwicklung im Vordergrund. Ohne besonderen Anstoß nehmen sich Gründer selten die Zeit, sich traditionellen Managementthemen, wie zum Beispiel der Strategie zu widmen. Gerade der Aspekt der strategischen Positionierung kann aber erfolgsentscheidend sein.

Gründer sollten sich relativ losgelöst von der Produktentwicklung ihrem Leitbild widmen. Die Richtung, in die es gehen soll muss bestimmt werden. Und zwar nicht nur für das Produkt, sondern das Unternehmen insgesamt. Das heißt, Kundenansprüche und -bedürfnisse müssen berücksichtigt werden, die eigenen Fähigkeiten und Potentiale müssen den Weg, den es zu beschreiten gilt, bestimmen. Es müssen Zwischenziele definiert und es muss zielführend gehandelt werden. Immt man exemplarisch das Bild eines Bergsteigers, so eignet sich nur für den erfahrenen Bergsteiger der direkte Weg über die Felswand zum Gipfel. Ist man weniger erfahren, ist es ratsamer den zwar langsameren Weg zu beschreiten, so aber sicherer ans Ziel zu kommen.

**Leitbild – nicht nur für das Produkt,
für das Unternehmen insgesamt!**

Daneben steht eine detaillierte Auseinandersetzung des Wettbewerbs. Die Frage: „Wer ist Wettbewerber?“ allein kann auf den falschen Weg leiten. So kann der Entwickler einer neuen Bio-Limonade durchaus globale Anbieter von

Grundrichtungen



Soft-Drinks als Wettbewerber einordnen. Angesichts der fokussierten Zielgruppe kann es jedoch sein, dass seine anvisierte Zielgruppe niemals zu einer Bio-Limonade greifen würde, da bei dem konventionellen Softdrink auch das durch Werbung erschaffene Lebensgefühl konsumiert wird. Identifiziert man die falschen Unternehmen als Wettbewerber, so führt das bei der eigenen Strategie schnell zu einer falschen Ausrichtung – es ist also eine genaue Betrachtung nötig.

Im Rahmen von Unternehmensstrategien kann man vereinfacht drei Grundrichtungen sehen:

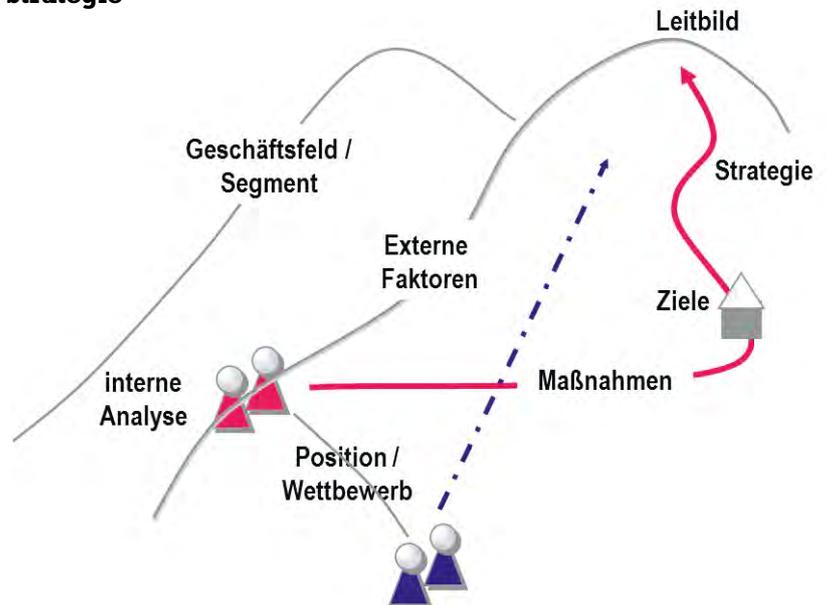
- Individualisierung, wenn es um maßgeschneiderte Produkte oder Dienstleistungen für den Kunden geht,
- Massenprodukte, bei denen es auf den Preis ankommt, und
- die Strategie der Überlegenheit, welche bei klassischen Innovationen zum Tragen kommt.

Der Konkurrenzkampf ist häufig mit dem Wettbewerber am intensivsten, dessen Produkte sich dem eigenen am

meisten ähneln, also die gleiche Zielgruppe bedienen wollen. Daher sollte stets neben der genauen Unternehmensbetrachtung des direkten Wettbewerbers auch dessen Strategie beleuchtet werden.

Wenn man weiß, worauf die Konkurrenz setzt, kann man für sich selbst Ziele und Maßnahmen definieren. Dabei gilt

Strategie



es nicht der Versuchung zu erliegen, gleich mehrere Strategien umzusetzen. Eine klar definierte Strategie und eine entsprechende Fokussierung versprechen den größten Erfolg. Sie erlaubt einerseits eine klare Positionierung und ermöglicht es andererseits sich vom direkten Wettbewerber erfolgreich abzugrenzen. Wir wünschen viel Erfolg – mit Innovation und Positionierung!

BioParks D meet BioParks CH

Studienreise der deutschen BioParks auf der Suche nach Innovationen und Synergien

Am 29. August tagten sie sich im Bio-Technopark Schlieren-Zürich: 26 Vertreter von Bioparks aus Deutschland, Österreich und der Schweiz hatten sich zum Erfahrungsaustausch versammelt.

Die Tagesordnung war anspruchsvoll. An diesem Tag wollte jeder viele Informationen mitnehmen, sich mit Kollegen aus den anderen Ländern möglichst umfassend austauschen. Man redete über den Technopark Winterthur und den Transfer an der ETH Zürich und der Universität Zürich. Man besuchte die Einrichtungen des Technoparks Zürich und den Biotechnopark Schlieren-Zürich. Über den Report zum Vergleich Europäischer Cluster wurde ebenso intensiv diskutiert wie über die Innovationsförderung in der Schweiz. Kurz: Das Thema Innovation in Biotechnik wurde international durchleuchtet. Den Abschluss bildete ein Dinner auf Einladung der Wirtschaftsdirektion des Kantons Zürich und des Life Science Zürich Business Network hoch über den Dächern von Zürich.



Vertreter der Bioparks aus Deutschland und der Schweiz am 29. August 2014 in Zürich



Unser Engagement für den Mittelstand. Gut für Köln und Bonn.

 Sparkasse
KölnBonn

Der Mittelstand ist das Rückgrat unserer Gesellschaft. Er ist Motor für Wachstum und Beschäftigung, schafft Ausbildungsplätze und investiert in Forschung und Entwicklung. Ihn dabei zu unterstützen, ist unser Auftrag. Ob Existenzgründung, Kredit, Vermögensmanagement oder Auslands-expansion – jedes zweite Unternehmen in Köln und Bonn vertraut dabei auf die Leistungen der Sparkasse KölnBonn. Damit sind wir der wichtigste Finanzpartner des Mittelstands in der Region. **Sparkasse. Gut für Köln und Bonn.**