

RheinZeiger

Innovationen, Perspektiven und Impulse aus Köln

Köln | April 2011 | Ausgabe 17 | www.rheinzeiger.de

Social Media – Garanten für den Erfolg?

Sieger Innovationspreis für Kölner Start-Up

Networking Die Macht des Internet

Odysseum Was kostet die Welt?

Beikircher Netzwerke bauen Brücken



Veranstaltungen April – November 2011

11. April 2011

Grundlagen der Existenzgründung

An der Universität zu Köln startet die Vorlesung, in der Experten aus der Wirtschaft den interessierten Studierenden alle gründungsrelevanten Themen näher bringen.

www.hgnc.de oder www.professionalcenter.uni-koeln.de

14. April 2011

Praxis-Seminar Businessplan

An der Universität zu Köln startet das Praxis-Seminar zum Businessplan mit der Entwicklung von Unternehmenskonzepten und einem Businessplan-Wettbewerb.

www.hgnc.de oder www.professionalcenter.uni-koeln.de

4. Mai 2011

Prämierung Stufe 2 beim NUK-Businessplanwettbewerb im Hause HDI-Gerling in Köln

www.neuesunternehmertum.de

8. – 10. Mai 2011

Frühjahrstagung des ADT

Bundesverband der Deutschen Innovations-, Technologie- und Gründerzentren in Köln. www.adt-online.de

25. – 26. Mai 2011

Deutsche Biotechnologietage 2011 in München

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

17. Juni 2011

Nacht der Technik in Köln

Eintauchen in die faszinierende Welt der Technik – die lange Nacht von 18.00 Uhr bis 24.00 Uhr an 40 Stationen.

www.nacht-der-technik.de

20. Juni 2011

Abschlussprämierung Science4life

Hauptverwaltung der Deutschen Bundesbank in Frankfurt; Ideen, Konzepte, Unternehmergeist und ambitionierte Teams aus dem Bereich Life Science wurden gesucht.

www.science4life.de

20. – 22. Juni 2011

medienforum.nrw in Köln

Kongress mit Präsentationen und Workshops – nach dem Motto „Von Medien, Macht und Menschen“.

www.medienforum.nrw.de

21. – 22. Juni 2011

Kongress PerMediCon 2011 zur personalisierten Medizin in der KölnMesse

BIO.NRW, BioRiver und BioCologne sind dort vertreten.

www.permedicon.de

27. – 30. Juni 2011

BIO 2011 in Washington

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

28. Juni 2011

Prämierung Stufe 3 beim NUK-Businessplanwettbewerb in der Wolkenburg in Köln

Die besten Geschäftsideen des laufenden Businessplanwettbewerbs werden prämiert. www.neuesunternehmertum.de

8. Juli 2011

Gründer- und Nachfolgetag des Unternehmerstart Köln e.V. in der IHK zu Köln

Informationen, Tipps, Gespräche und Kontakte für Gründer; Vorträge und begleitende Messe.

23. – 24. September 2011

START-Messe in der Messe Essen

Das Meeting von Gründern, Jungunternehmern und Franchise-Interessierten mit Life-Charakter.

www.start-messe.de

25. – 29. September 2011

29. Dechema-Jahrestagung der Biotechnologen in Berlin

Neueste Entwicklungen – vorgestellt durch die Process-Net-Fachgemeinschaften und die Fachgemeinschaft Biotechnologie. www.dechema.de und www.eccc2011.de

11. – 13. Oktober 2011

IT-Security Messe it-sa

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

11. – 13. Oktober 2011

Biotechnica 2011 in Hannover

Der Branchentreff für Biotechnologie und Life Sciences.

www.biotechnica.de

14. – 15. Oktober 2011

IdeaLab 2011 auf dem Campus der WHU – Otto Beisheim School of Management

Elfter großer studentischer Gründerkongress in Vallendar.

www.idea-lab.org

31. Oktober – 2. November 2011

BIO-Europe 2011 in Düsseldorf

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

2. – 4. November 2011

G-Forum

Die interdisziplinäre Jahreskonferenz zur Gründungsforschung in St. Gallen und Zürich.

<http://www.fgf-ev.de> oder www.g-forum.de



Liebe RheinZeiger-Leser

Networking ist in, Networking bringt Erfolge, Networking bewegt die Welt. Woran denken Sie, wenn Sie über Netzwerke reden?

Es wird sehr viel geredet über Netzwerke – wie wichtig es sei, dabei zu sein. Seit einigen Monaten gibt es verschiedene Beispiele, wie „Networking“, um es in der Sprache der Netzwerker auszudrücken, selbst die große, weltweite Politik bewegen kann. Aber wir wollen hier nicht über Weltpolitik reden. Wir beschäftigen uns mit Unternehmertum, mit der Welt der Gründer und Jungunternehmer.

Und was bedeutet Networking in der Wirtschaft? Man kennt sich, man hilft sich? Ja, auch dieses. Aber vor allem einfach das Gefühl, Teil einer Gemeinschaft zu sein, in einem größeren Kreis Akzeptanz zu erleben. Nach dem Motto „gemeinsam sind wir stark“ lassen sich plötzlich Dinge bewegen und Erfolge erleben, die im Alleingang aussichtslos gewesen wären. Wenn sich dies dann noch in einer globalisierten Welt auf internationaler Ebene abspielt, ist das Erlebnis umso intensiver.

Besonders gut lässt sich die Bedeutung des Networking in der Welt der Gründer beobachten, denn gerade hier zeigen sich die Vorteile einer vernetzten Gemeinschaft. Junge Gründer, die frisch aus der Hochschule heraus eine Idee in Selbstständigkeit umsetzen wollen, wagen sich in einen Businessplan-Wettbewerb mit über 70 Gründerteams aus aller Welt auf internationales Parkett – und gewinnen den Innovationspreis. Ein solches Erfolgserlebnis liefert Freunde, macht stark und beflügelt die Kreativität. Besser können die Startbedingungen für ein neues Unternehmen nicht sein.

Dabei ist Networking gar nicht neu, es hieß früher nur anders. Wir alle kennen beispielsweise die zahlreichen Businessclubs oder Verbände im Lande. Früher war es vielleicht nicht ganz so einfach, Netzwerke zu pflegen, da die Kommunikationskanäle nicht so schnell, vielfältig und international waren. Aber per Brief oder Telefon konnte man sich auch unterhalten – vielleicht erinnern Sie sich ...?

Heute macht das Internet vieles mehr möglich. Natürlich macht es auch vieles transparenter – was nicht immer vorteilhaft sein muss. Jeder technologische Fortschritt kann Nachteile mit sich bringen. Der richtige Umgang mit Neuerungen lässt sich erlernen, und das sollten wir tun. Dann ist es faszinierend zu erleben, was Networking bewegen kann. Dann klappt es auch mit der Lösungsfindung; und wir können Brücken bauen

Dr. Heinz Bettmann | Geschäftsführer des RTZ

Inhalt

- 4 **Erfolgsstory aus Köln**
Startup gewinnt Innovationspreis auf internationalem Wettbewerb
- 6 **Biotec-Cluster Rheinland**
Forschungsstarke Region liegt auf Platz drei
- 8 **BioRiver**
Das Branchennetzwerk des Rheinlandes stellt sich vor
- 10 **Argumente für Köln**
Wie Beikircher das Networking in Köln beschreibt
- 12 **NUK**
Innovative Ideen im laufenden Businessplan-Wettbewerb
- 14 **Start ups in Köln**
Neue Unternehmen stellen sich vor
- 16 **Marketing im Internet**
So funktioniert die erfolgreiche Nutzung virtueller Netzwerke
- 18 **Nelly Kostadinova**
Die Erfolgsgeschichte der „Lingua World“
- 20 **Der ökologische Fußabdruck**
Das Erleben naturwissenschaftlicher Gesetze im Odysseum
- 22 **DABEI e.V.**
Eine Aktionsgemeinschaft kümmert sich um die Innovationsförderung in Deutschland

Buchvorstellungen: 13 und 23

Impressum

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

Erscheinungsweise zweimal jährlich / kostenfrei

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

Chefredaktion (verantwortlich) Dr. Heinz Bettmann

Redaktion | Text Dr. Heinz Bettmann, Anika Bever, Petra Cammarota

Illustration Svetlana Kilian

Cartoon Catprint Media GmbH

Fotos RTZ Köln GmbH; Dr. Heinz Bettmann; pixelio.de: Thomas Kölsch, Alexander Klaus, Rainer Sturm; fotolia.com: Artur Gabrysiak, picsfive, Norman Chan; My Creme GmbH; Students Connect; Lingua World; Gabi Höring; Konrad Beikircher; NUK e.V.; incuba science park; Odysseum

Grafiken Arbeitskreis der Bioregionen Deutschlands; Deutsche Bank Research

Gestaltung DesignBüro Blümling / mail@bluemlingdesign.de

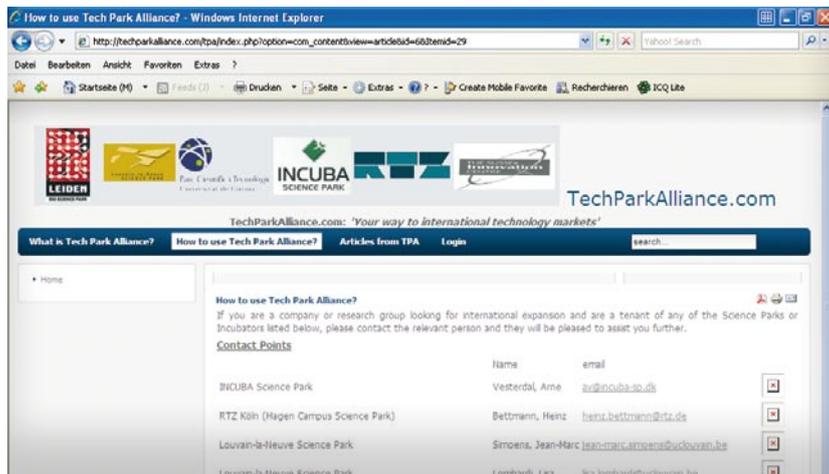
Druck Krahe Druck GmbH, Unkel / www.krahe-druck.de



Gründerszene in Köln

Innovationspreis für liveResults

Ein Erfahrungsbericht vom Startup Weekend aus dem INCUBA Science Park in Aarhus/Dänemark



Internetauftritt der TechParkAlliance mit dem RTZ als Gründungsmitglied

Es begann mit einer Rundmail vom RTZ: In Aarhus, Dänemark, würde vom 4. bis 6. Februar 2011 ein Startup-Weekend im INCUBA Science Park, einem Mitglied der TechParkAlliance, veranstaltet. Von alledem hatten wir noch nichts gehört, weder von dem Ort, noch von dem Zentrum, noch von dem Netzwerk. Aber da Neugier eine wesentliche Eigenschaft des Gründers ist, wurde der Link angeklickt.

liveResults ist Spezialist für mobile Marktforschung mit Sitz im RTZ in Köln.

Bald war klar, dass es keine kleine Sache war. Es wurden 70 bis 100 Gründungswillige erwartet. Die Veranstaltung wurde durchgeführt von der Non-Profit-Organisation Startup Weekend, die von der Kauffman Foundation unterstützt wird und regelmäßig ähnliche Aktionen rund um die Welt veranstaltet. Es folgt immer dem gleichen Muster: Am Freitag checken alle Teilnehmer ein. Dann tragen diejenigen, die eine Geschäftsidee vortragen wollen, diese in einem 1-Minuten-Pitch vor. Danach wird über diese Ideen abgestimmt und an den zehn besten Ideen wird in den nächsten 54 Stunden hart gearbeitet. Alle haben auf T-Shirts ihre Fähigkeiten notiert und die

zehn besten Pitcher bemühen sich, aus den übrigen Teilnehmern ihr Team zu formen. Danach wird die Idee entwickelt. Am Sonntagabend werden dann die Ergebnisse in einem 3-Minuten-Pitch vor einer Jury aus CEOs und Beratern präsentiert – und die Gewinner erhalten Geldpreise im Gesamtwert von 10.000 Kronen.

Für uns war klar: liveResults ist dabei!

Zwar hatten wir uns als Spezialist für mobile Marktforschungssysteme schon erfolgreich um ein Exist-Stipendium beworben und uns auch als Team gefunden, aber wir wollten uns auf anstehende internationale Messen vorbereiten und dieses englischsprachige Event nutzen, um unsere Präsentations-Skills weiter zu entwickeln. Dass sich der Nutzen noch wesentlich vielfältiger gestalten würde, zeichnete sich erst während der Veranstaltung ab.

Vor Ort imponierte INCUBA durch ein hoch technisiertes Gebäude mit vielfältigen und hervorragend ausgestatteten Räumen und vielfältigen Gelegenheiten zum Reden, Entspannen und Diskutieren.

Die meisten Teilnehmer hatten zwar ihren Wohnsitz in Aarhus, kamen aber vom Ursprung her aus fast allen Kontinenten. Vertreten waren Teams aus Dänemark, Deutschland, Litauen, USA, Mexiko, Neuseeland und China.

In einem ersten Pitch machten wir dem Auditorium aus internationalen Gründerteams unser Konzept verständlich: ein Do-it-yourself-Ansatz in Verbindung mit den neuen Möglichkeiten durch Smartphones als Befragungsplattform. Hier waren kleinere und einfachere Ideen leichter zu präsentieren und so erreichte unsere Idee nur knapp die zweite Runde.

Aber wir waren weiter! Und so gab es in den folgenden 48 Stunden nur sehr wenig Schlaf, dafür viel Arbeit, immer gute Stimmung und viele inspirierende Gespräche. Es war eine Mischung aus Programmier-Kloster, Klassenfahrt und



*Startup Weekend:
Konzentriertes Arbeiten in
allen Räumen*

Garagen-Firma. Es wurde über Programmcodes diskutiert, während sich der Abfall auf den Tischen häufte und ganz nebenbei schon erste Werbevideos entstanden. In einer Couchgruppe wurde über Marketingkonzepte diskutiert oder klassisch an Präsentationen gefeilt. Kurze Unterbrechungen gab es fürs Essen und ein wenig Schlaf, wenn es sich irgendwie machen ließ. Es war eine sehr intensive Zeit. Diese unglaublich konzentrierte Atmosphäre wird uns lange in Erinnerung bleiben. Das alles war hervorragend geeignet, um ein Team zu finden und Gründungsvorhaben entscheidend voranzutreiben. Oder – wie für uns – um sich ein Ziel zu stecken und dies konzentriert umzusetzen.

Ganz nebenbei sind die Startup Weekends ein begehrtes Event für Headhunter und Unternehmer, die besondere Talente für ihre eigenen Teams suchen. Wer bereit ist, sich hier aktiv selbst einzubringen, bekommt so noch ein Gratis-Assessmentcenter dazu.

liveResults konnte die Jury überzeugen

Im finalen 3-Minuten-Pitch konnte liveResults mit seiner Idee die Jury überzeugen. Die Verbindung von Automatisierung und Vereinfachung von Marktforschungsstudien sowie die Einbindung von neuen Technologien im Bereich des mobilen Internet überzeugte mit der Erschließung neuer Märkte und neuen Umfragemodellen. Dies wurde mit dem „Award for the most innovative idea“ gewürdigt und mit einem Preisgeld belohnt. Der Overall Winner war Shogoo, sozusagen Google Maps für Shops. „The best Pitch“ für den besten Vortrag ging an das Team von cast.li, einem Tool für das Hervorheben und Teilen von Textpassagen im Internet.

Außer der Ehrung und den tollen Erfahrungen blieben für uns zahlreiche Empfehlungen, Kontakte zu Experten, Weggefährten, potentiellen Kunden und kompetenten, leistungsbereiten und (noch) günstigen Freelancern. Unser „Missionsziel“ wurde deutlich erreicht und die Kosten

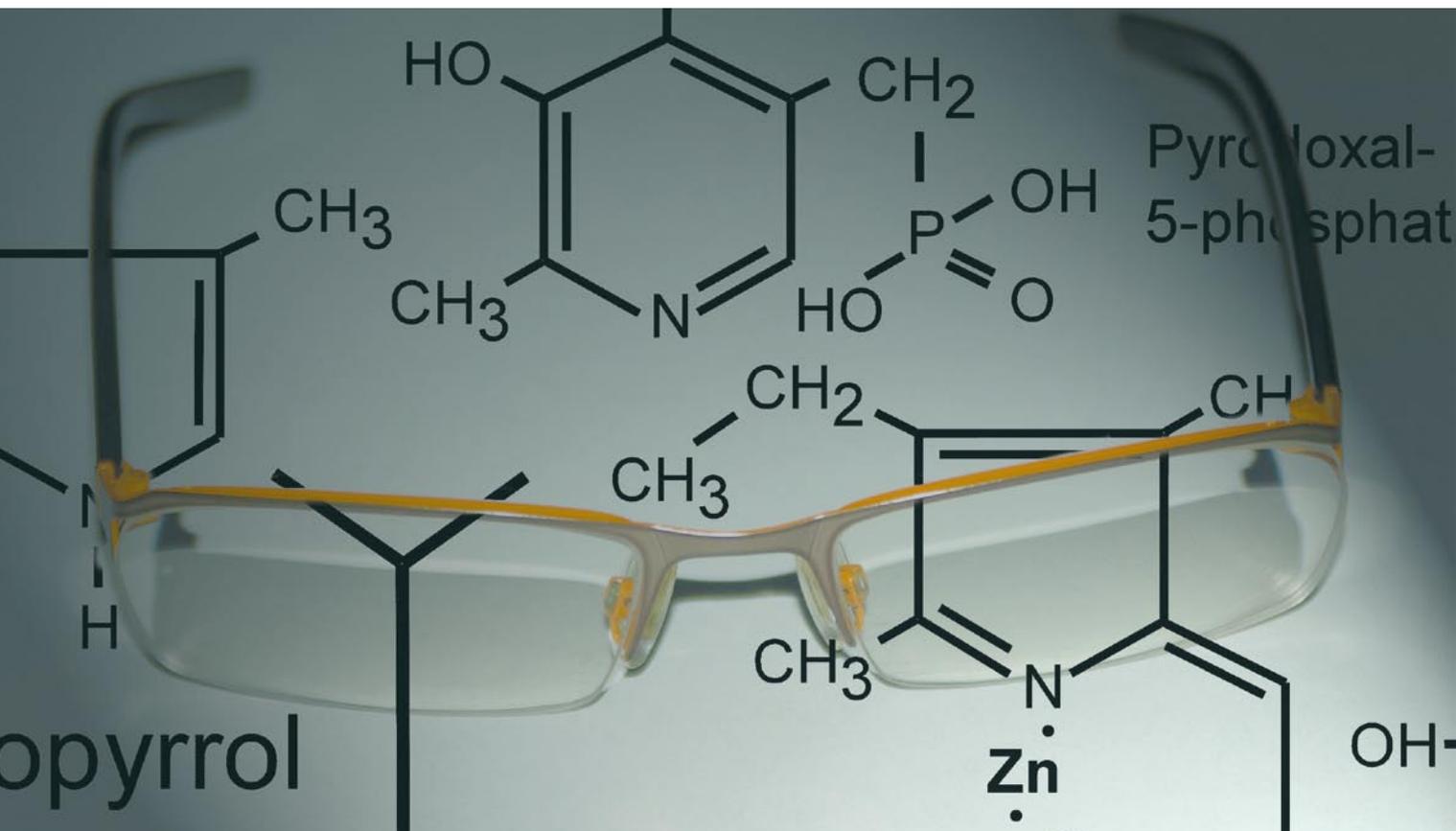
Mobile World Congress Barcelona

Auf dem Mobile World Congress in Barcelona stellten sich vom 14. bis 17. Februar 2011 über 1300 Unternehmen aus dem Bereich der mobilen Kommunikation vor. Die Top-Themen auf der weltweiten Leitmesse waren Tablet-PCs und NFC (Near Field Communication als neuer Standard für Identifizierung oder als Bezahlsysteme). Das neue „Playbook“ von RIM Blackberry konnte ebenso begeistern wie der Android-Stand, an dem zahlreiche Applikationen von ihren Entwicklern persönlich vorgestellt wurden. Der Marktforschungsspezialist liveResults aus dem RTZ, Gewinnerteam in Aarhus, war vor Ort, um sich über die Trends der nächsten Jahre zu informieren, Kooperationspartner für technologische Innovationen zu gewinnen und Kundenkontakte aufzubauen.

Anmerkung der Redaktion: Beim Team liveResults handelt es sich um vom hochschulgründernetz cologne geförderte EXIST-Gründerstipendiaten.

wurden durch das Preisgeld vollständig abgedeckt. Und die Erfahrung, einmal mehr die eigenen Grenzen ein Stück hinausgeschoben zu haben, macht uns Mut für die weitere Entwicklung unseres Unternehmens.

Was wir uns wünschen, ist eine Revanche auf Kölner Boden. Denn gerade in der Mitte Europas mit einer hervorragenden Anbindung wäre dies eine besondere Veranstaltung. Für die lokalen Ideengeber ist diese Veranstaltungsart ein hervorragendes Mittel, schnell und kompetent die Marktfähigkeit ihrer Ideen zu testen und ggf. Teams zu bilden. Und für die Sponsoren eine Möglichkeit, sich international in Szene zu setzen, neue Geschäftspartner sowie engagierte Talente zu finden. ■



Biotechnologie-Regionen in Deutschland

Biotec-Cluster Rheinland laut Studie forschungsstark

Einen aktuellen Einblick in die deutsche Biotech-Szene gibt die im Januar vorgelegte Studie „Deutschlands Biotechnologieregionen“ der Deutsche Bank Research.

Zusammenfassend kommt die Studie zu dem Ergebnis, dass seit Mitte der 1990er Jahre die Branche einen rasanten Wachstum verzeichnet: von weniger als 300 Mio. Euro im Jahre 1996 erhöhte sich der Umsatz der deutschen Biotechnologiebranche auf über 2 Mrd. Euro im letzten Jahr. Damit ist Deutschland eine der führenden Nationen und wichtigsten Biotech-Standorte geworden. Allerdings liegt die deutsche Branche gemessen am Umsatz weit hinter den USA.

Das wichtigste Finanzierungsinstrument der Biotechnologiebranche bleibt das Wagniskapital; es machte im Schnitt der Jahre 2005 bis 2009 56% aller Mittel aus. Die hohen Erwartungen der Kapitalgeber erfüllten sich jedoch nicht,

weshalb die Kapitalzuflüsse in den letzten Jahren rückläufig waren und sich erst 2010 einzelne Tendenzen der Besserung ablesen lassen. Ohne anhaltende Kapitalzuflüsse von Investoren wird mit einem deutlich schwächeren Branchenwachstum gerechnet.

Sehr profitiert dagegen hat die Branche von öffentlichen Geldern. Bereits vor 15 Jahren begann die bundesweite Förderung der Biotechnologie insbesondere durch Wettbewerbe. Dadurch wurden Neugründungen angestoßen und es entwickelte sich eine regionale Konzentration von Unternehmen. Diese räumliche Konzentration hat viele Vorteile, gerade für Biotechnologie-Unternehmen. Insbesondere die Cluster München und Berlin/Brandenburg zeichnen sich aus durch eine hohe Zahl von Biotechnologie-Unternehmen und -gründungen und durch eine gute wissenschaftliche Basis. Weitere große Cluster haben sich in den Regionen Heidelberg, dem Rheinland sowie dem Rhein-Main-Gebiet entwickelt. Die Studie kommt zu dem Schluss, dass sich aufgrund der Vorteile der räumlichen Konzentration und der staatlichen Förderungen diese wenigen international konkurrenzfähigen Cluster gebildet haben und

Die Studie der deutschen Bank Research vom 10. Januar 2011 kann bezogen werden: www.dbresearch.de (→ Publikationen, Aktuelle Themen).

dass diese auch künftig einen großen Teil der Investitionsgelder anziehen werden. Die Stärke der weltweit führenden Cluster in den USA und in Großbritannien werden diese deutschen Cluster vorerst jedoch nicht erreichen.

Das Rheinland ist eines der fünf wichtigsten Cluster in Deutschland. Warum ist das so? Wo liegen die Besonderheiten dieser Region? Und was machen Cluster eigentlich aus?

Insgesamt betrachtet bietet räumliche Nähe den Biotec-Unternehmen vielfältige Vorteile, wobei die Herausbildung von Clustern keineswegs ein Phänomen nur dieser Branche wäre. In Stuttgart werden Autos gebaut, in Frankfurt ist der Finanzmarkt zu Hause und in Jena sitzt die optische Industrie. Cluster weisen sich durch mehrere Charakteristika aus. So gibt es eine geografische Konzentration von miteinander verbundenen Unternehmen und Institutionen in verwandten Branchen. Es gibt gemeinsame Austauschbeziehungen und Aktivitäten. Cluster haben einen wettbewerblichen Charakter und gleichzeitig fördern sie Kooperationen. Für diesen kooperativen Aspekt ist der starke Netzwerkcharakter von Bedeutung. Zu den erfolgreichen Faktoren gerade für die Biotechnologie gehören außerdem eine lokale Wissensbasis, ein entsprechender Arbeitsmarkt, ein ausgebauter Kapitalmarkt, große Kliniken, die Nähe zu Abnehmerbranchen.

Das Rheinland weist sich insbesondere durch eine hohe Anzahl an Hochschulen mit biotechnologischer Forschung aus, wie beispielsweise der RWTH Aachen und der Universität zu Köln, aber auch dem außeruniversitären Forschungszentrum Jülich. Obwohl die rote Biotechnologie überwiegt, sticht der Anteil bei der weißen und grünen Biotechnologie im bundesweiten Vergleich hervor. Dieser Umstand wird durch die historische Bedeutung Nordrhein-Westfalens für die chemische Industrie erklärt. Insgesamt sind im Rheinland im Vergleich zu den anderen Clustern weniger Unternehmen und Forschungseinrichtungen konzentriert, worunter der Netzwerkeffekt leidet. Auf der anderen Seite gibt es einen besonders großen Pool an qualifizierten Arbeitskräften. ■

Deutsche Bank Research Deutschlands
Biotechnologieregionen.

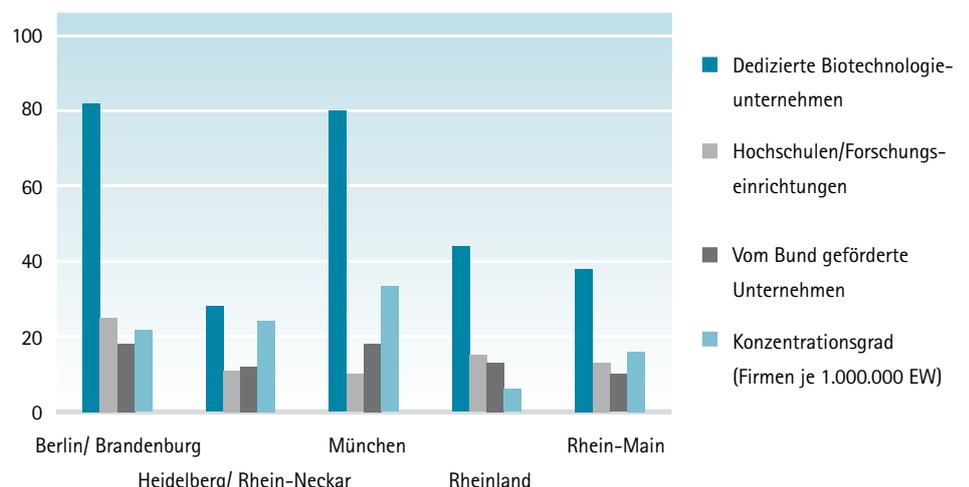
Konzentration setzt sich fort.

Frankfurt / Main: Deutsche Bank Research,
Januar 2011.

Biotechnologie in Deutschland



Die fünf führenden Bioregionen



Biotechnologie in Deutschland

BioRiver – Life Science im Rheinland e. V.

BioRiver – Life Science im Rheinland e. V. fördert und katalysiert die Entwicklung der Biotechnologie in der Kernregion der nordrhein-westfälischen Life Sciences um die Städte Köln, Düsseldorf, Bonn und Aachen. Die Akteure im Vorstand und in den Mitgliedsunternehmen des Branchen-netzwerkes sind Mitbegründer der ersten Stunde der Biotechnologie in Deutschland.



Neben Unternehmen sind die Förderer der Branche in Städten und Kammern als wichtige Stake Holder im Verein vertreten. Durch die Kooperation von BioRiver mit den Partnern vor Ort konnten in der Vergangenheit zahlreiche Projekte umgesetzt werden, darunter gemeinsame Veranstaltungen und Fortbildungsformate, Pressearbeit und Marketing, politische Arbeit und Messeauftritte. Die Mitglieder profitieren weiterhin von einem hohen Informationsgrad, Initiativen zur bedarfsgerechten Finanzierung von Biotech-Unternehmen und einem direkten Informationsfluss aus der Industrie zu den politisch Verantwortlichen.

Größtes und großes Biotech-Unternehmen Deutschlands am Standort

Das größte deutsche Biotechnologieunternehmen Qiagen wird im laufenden Jahr den Standort in Hilden weiter ausbauen und rechnet mit einer noch einmal deutlichen Steigerung der Beschäftigtenzahl von aktuell ca. 3.500



www.bioriver.de

Am 21. und 22. Juni 2011 findet zum zweiten Mal nach 2010 die Konferenzmesse PerMediCon (Personalisierte Medizin Convention) für das Fachpublikum in der KölnMesse statt. BioRiver-Life Science im Rheinland e. V. und BioCologne e. V. unterstützen die Veranstaltung als wichtige Initiative zur weiteren Entwicklung des Standortes.

Mitarbeitern weltweit um weitere bis zu 470 neue Jobs in Forschung und Technik am Standort Hilden. Die Umsatzmarke von 1 Mrd. \$ pro Jahr wurde 2009 geknackt; in 2011 wird das Diagnostik-Geschäft voraussichtlich auch durch Akquisitionen weiter in Richtung Personalisierte Medizin und Companion Diagnostics verstärkt. Bei Miltenyi Biotec in Bergisch-Gladbach arbeiten aktuell über 1.200 Mitarbeiter. Miltenyi Biotec entwickelt und vertreibt weltweit Produkte und Applikationen für die biomedizinische Forschung und Medizin. Im Vordergrund stehen hierbei die Probenaufbereitung, Zellseparation, Durchflusszytometrie, Zellkultur, Molekularbiologie, Imaging sowie zelluläre Therapien in der Hematologie, Onkologie und bei der Gewebegeneration.

Personalisierte Medizin – PerMediCon 2011

Fast jeder Leser und jede Leserin kennt einen Krebs-Patienten in seinem persönlichen Umfeld, bei dem die Chemotherapie keine Wirkung gezeigt oder zu heftigen Nebenwirkungen geführt hat. Viele wissen, dass das eine Medikament gut wirkt, während ein anderes nicht in gleichem Maße gegen die Beschwerden hilft. Allen ist die endlos scheinende Diskussion um die steigenden Kosten im Gesundheitswesen bewusst. Eine Verbesserung der Situation wird langfristig durch die Personalisierte Medizin erwartet, bei der die Therapie individuell auf den Patienten angepasst wird. Durch geeignete Diagnostik wird zunächst das individuelle Profil eines Patienten erstellt. Dieses wird genutzt, um die richtige Therapie bei einer Erkrankung zu wählen und präventiv Krankheitsrisiken abzuschätzen. Ziele dieser Medizin sind die für den Patienten schonendere und schnellere Heilung sowie eine Kostenreduktion für das Gesundheitssystem.

Zahlreiche Biotechnologieunternehmen im Rheinland forschen aktiv in diesem Bereich. Neue Diagnoseverfahren und zielgenaue Biomarker ermöglichen eine verbesserte Charakterisierung des Patienten und seiner Krankheitsrisiken. Zellkulturen unterschiedlicher Art unterstützen die Erforschung neuer Therapieansätze und die patientenindividuelle Entwicklung einer Therapie. Methoden der Bioinformatik unterstützen die Modellierung neuer Therapeutika vor Beginn der klinischen Prüfung. ■

Innovationspreis 2011 der BioRegionen in Deutschland

Bereits zum vierten Mal wird in diesem Jahr der Innovationspreis der BioRegionen in Deutschland vergeben. Ausgezeichnet werden innovative Ideen aus der biotechnologischen Forschung, die zukunftsweisende Möglichkeiten und Methoden in der praktischen Anwendung bieten. Denn solche Innovationen machen technischen Fortschritt erst möglich und betreffen die unterschiedlichsten Bereiche von der pharmazeutischen Entwicklung über Alltägliches wie Waschmittel bis hin zur Diagnostik: „Unser Bestreben ist es, den Wissens- und Technologietransfer zwischen Forschung und Wirtschaft zu fördern, da wir darin den Motor sehen, der Innovationskraft, Entwicklung und Wettbewerbsfähigkeit der Biotechnologie vorantreibt“, fasst Dr. Bernward Garthoff zusammen. Garthoff ist Landescluster Manager BIO.NRW. Stellvertretend für alle Bioregionen in Deutschland ist BIO.NRW der diesjährige Koordinator des Wettbewerbs (www.bio.nrw.de). Der Arbeitskreis der BioRegionen in Deutschland ist ein Zusammenschluss von 30 Vertretern aus unterschiedlichen Regionen Deutschlands, die im Bereich Biotechnologie aktiv sind und diese Technologie in den jeweiligen Regionen fördern.

Ausgezeichnet werden zukunftsweisende, patentierte Erfindungen aus den Life Sciences mit hohem Transfer- und Innovationspotential. Bis zum 19. März konnten Bewerbungen abgegeben werden. Die Jury tagt Anfang Mai in Düsseldorf. Die Preisverleihung wird im Rahmen der Biotechnologietage vom 25. bis 26. Mai 2011 in München stattfinden. Es werden drei gleichwertige Preise vergeben, die jeweils mit 2.000 Euro dotiert sind. ■



Nähere Informationen:
[www.bio.nrw.de/
innovationspreis_2011](http://www.bio.nrw.de/innovationspreis_2011)

Pressekontakt
Innovationspreis 2011:
Annette Angenendt
Geschäftsstelle BIO.NRW
Merowingerplatz 1
40225 Düsseldorf
Tel.: 0211 385 469 - 9204
a.angenendt@bio.nrw.de

Informationen zu den
Biotechnologietagen 2011:
[www.biotechnologietage-
2011.de](http://www.biotechnologietage-2011.de)

Im Zentrum des Erfolgs

Quelle der Inspiration

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

Multifunktionsräume

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

Guter Raum für Wachstum

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

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

BioCampus | Cologne

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

Member of
biopartners cologne

11 Argumente für den Standort Köln

Köln verbindet ... Menschen, Unternehmen, Netzwerke

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

Jetzt könnte man da einfach sagen: Ja, das stimmt. Nur, dann muss man auch ‚dabei‘ sagen (im Kölschen gibt es das Wort ‚dazu‘ nur in einem einzigen Zusammenhang: ‚Die Tür da bleibt zu‘, sonst heißt es nur ‚dabei‘, z.B. „Tusse mir ne Halve Hahn un e Kölsch dabei!“, sagen Sie bitte niemals: „... un e Kölsch dazu“, Sie werden für einen Bielefelder gehalten), beim Thema ‚Netzwerk‘ also muss man dann auch dabei sagen, wie weit das in Köln gehen kann, weil das schon anders, ganz anders ist als in anderen Städten.

Nehmen wir mal ein Beispiel aus der Geschichte. Konrad Adenauer war einer der größten Füchse in der Politik des XX. Jahrhunderts. Er war Oberbürgermeister von Köln von 1917 bis 1933 und hat da Legendäres geleistet. Er hat Köln zur Messestadt ausgebaut, wovon sie bis heute profitiert – jot, in jüngster Zeit sind wir da ein bisschen ins Gerede gekommen, was aber Brüssel da alles verlangt, passt wirklich auf keine Kuhhaut: Öffentliche Ausschreibung! Ph! Stellen Sie sich das mal bitte vor: Öffentliche Ausschreibung? In Köln? Das kann man doch nicht machen! Da weiß ja keiner, wer den Auftrag bekommt. Nein, in Köln hat man immer schon sehr fürsorglich gedacht und wer dazu ‚Klüngel‘ sagt, der spricht ein großes Wort sehr nachlässig aus. Klüngel ist ein sozialer Hochseilakt, der Kölner Klüngel-Kalender benennt das so: „der Kölsche Klüngel ist die älteste Friedensbewegung: anstelle ‚Jeder gegen Jeden‘ hat er ‚Jeder mit Jedem‘ gesetzt“. Wenn man also quasi am runden Tisch sitzt und den Kuchen untereinander aufteilt, bleibt es nicht aus, dass da gekrümelt wird. Weil der Kölsche aber auch ein Mensch ist, der es gerne sauber hat – Sie wissen, wie Krümel pieksen können – kehrt er die Krümel unter den Tisch. Ein normalster Vorgang überhaupt,

der nur von Böswilligen den Kölnern vorgeworfen wird: In Köln werde alles unter den Tisch gekehrt und das sehe man ja wieder mal bei der Geschichte mit der Kölner Messe, Sal Oppenheim und dem Troisdorfer Immobilien-Tycoon Esch. Dem hält der Kölsche eine seiner Maximen entgegen, und zwar zu Recht: Nur was untern Teppich gekehrt ist, ist vom Tisch! So sieht das nämlich aus. Und Adenauer war ein Meister in dieser Disziplin. Auf ihn geht also zurück, dass Köln Messestadt wurde und zwar in großem Stil, auf ihn geht der Grüngürtel zurück, in dem man so herrlich joggen kann, auf ihn geht der Flughafen Butzweilerhof zurück, der bis zum Ende des Zweiten Weltkrieges der zweitgrößte deutsche Flughafen war, auf ihn geht das Hansa-Hochhaus zurück, das damals mit 65 m Höhe das höchste Haus Europas war. Ja meinen Sie, das hätte alles gefluppt, wenn Adenauer nicht ein 1a Netzwerk gehabt hätte und über effiziente und unternehmerfreundliche Behörden gebieten können? Also bitte. Seine größte Leistung als Oberbürgermeister von Köln und damit auch ein wundervolles Beispiel für effiziente Kommunalarbeit war die Geschichte mit der Mülheimer Brücke, ein kölsches Meisterstück par excellence.

Mülheim war bis 1927 durch eine Schiffbrücke mit dem Linksrheinischen verbunden, Sie wissen schon: immer wenn ein Schiff durchwollte, musste sie aufgemacht werden, was natürlich den immer dichter werdenden Verkehr aufhielt und zwar gewaltig. Das konnte man der aufstrebenden rechtsrheinischen Industrie nicht zumuten, obendrein hatten sich die rechtsrheinischen Mülheimer so an das völlig andere Leben im Linksrheinischen gewöhnt, dass sie immer mehr davon haben wollten, der Bedarf an Verkehr wuchs also ins Immense und somit war klar: eine richtige Brücke muß her. Eine Jury hatte sich mit neun gegen zwei Stimmen für eine gusseiserne Bogenbrücke entschieden, ein massives Teil, das vom größten Eisengießer Europas gebaut werden sollte, von Krupp in Essen. Soweit schien alles entschieden, nur der Oberbürgermeister hatte was dagegen: Adenauer wollte nicht so was wie den flachgelegten Eiffelturm haben, er wollte eine schlankere Hängebrücke haben, die auch den Schiffsverkehr nicht so beeinträchtigt wie das Krupp-Teil. Er hatte auch schon Vorschläge in der Schublade, die sein Baudirektor Adolf Abel, gebürtig aus Paris, also echter Linksrheinischer!, entworfen hatte und er wusste auch, wer die Hängebrücke bauen sollte, nämlich die Mülheimer Firma Felten und Guillaume, zwar rechtsrheinisch, dafür aber ne echte kö-

11 Argumente für den Standort Köln

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

Köln verbindet Menschen, Unternehmen, Netzwerke. In Köln lassen sich gut Geschäfte machen. Der Zugang zu effizienten und unternehmerfreundlichen Behörden ist ein ebenso wichtiger Faktor wie die Möglichkeit, schnell und effizient (Business-) Kontakte zu knüpfen. Auch die mehr als 3.000 internationalen Unternehmen wissen dies zu schätzen. Und dass Köln in Sachen Unternehmerfreundlichkeit bundesweit führend ist, wurde der Wirtschaftsförderung bereits mehrfach bestätigt – so auch in den vergangenen Jahren von Ernst & Young.



Mülheimer Brücke,
Acryl auf Leinwand,
Gaby Höring.

sche Firma. Der Haken war, dass die Hängebrücke wesentlich teurer war als das Guss-Teil von Krupp. Also war die Position des Stadtrates klar: Wir machen das mit den Fähnchen, äh, wir bauen die billigere Version (wobei ich sicher bin, und Adenauer wird daran gedacht haben, dass die Kosten bestimmt gestiegen wären, hätte man Krupp erstmal mit dem Bau anfangen lassen). Jetzt setzt aber – und damit konnte keiner rechnen – Adenauer seine ganze Intelligenz ein, um die Kölschen zu seiner echt kölschen Lösung zu zwingen. Er setzt eine Gutachterschlacht in Gang, die sich gewaschen hat, Ergebnis: Krupp. Dann hat er eine geniale Idee: Hält denn der Boden in Mülheim soviel Eisen überhaupt aus? Neues Gutachten, Ergebnis: Nee! 50.000 Tonnen Druck, mit dem die Krupp-Brücke Mülheim in den Sand drücken würde, sind zuviel für das zarte rechtsrheinische Ufer. Das facht den Gutachterkrieg erneut an, irritiert aber Adenauer nicht weiter, denn er hat ein großes Ziel, eines, wie ihn der Leitsatz 7 formuliert: „Köln verbindet Menschen, Unternehmen, Netzwerke. In Köln lassen sich gut Geschäfte machen.“ Wohlgedacht: In Köln! Nicht in Essen! Mit 31 gegen 9 Stimmen jedoch blieben die Stadtverordneten beim Krupp-Teil. Da läuft Adenauer, um seine Kölner Unternehmer zu stützen, zur absoluten Hochform auf: Er merkt, dass er die Sozialdemokraten nicht hinter sich bringen kann, die haben was gegen das Zentrum. Also macht er sich auf zu den Kommunisten. Denen erzählt er, dass in Leningrad überhaupt nur noch Hängebrücken gebaut werden und schwärmt ihnen von der herrlichen Hängebrücke über die Newa vor. Da konnten die Kommunisten ja nicht ihren roten Genossen in der ‚Zoffjetunion‘ in den Rücken fallen und stimmten der Hängebrücke zu. Felten und Guillaume erhielten den Auftrag und bei der Einweihung verirrte sich Adenauer, der für die Hängebrücke war, weil sie das Eingangstor für Köln vom Industriegebiet aus ist, weshalb sie einen positiven Eindruck auf Besucher machen müsse, und weil sie – wie alle

schönen Bauwerke in Köln – das nach oben Strebende und Leichte darstelle, zu einem geradezu poetischen Satz:

„Das Werk ist vollendet: In leichten Bogen schwingt sich die Brücke von Ufer zu Ufer, gleichsam beflügelt, nicht mit Pfeilerwerk Strom und Schifffahrt hemmend.“

Sie sehen an diesem Beispiel: Sie können sich als Unternehmer, die sich in Köln angesiedelt haben oder ansiedeln wollen, fest auf den Leitsatz 7 verlassen, in Köln hat man immer schon so gehandelt. Ist das nicht wunderbar? Also: egal ob in Mülheim oder in Marsdorf: kommen Sie nach Köln, hier läuft es noch so, wie es laufen soll! ■

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.



Konrad Beikircher live in Köln:

Schön ist es auch anderswo

„... immer wieder habe ich großen Spaß daran, Wörter nur vom Klang her anzu'schauen', Sprache als Musik sozusagen, worüber sich vor allem Musiker immer wieder bekrümeln – und Sie sich sicher auch!

Was Körperäußerungen wie Niesen beim Manne schließlich mit Liebe und Sexualität zu tun haben, sollte in unserer ratgeberintensiven Zeit auch nicht unterschlagen werden, die Damenwelt wird es mir danken.

Kurz: ich freue mich mit Ihnen sehr auf den elften Teil meiner Rheinischen Trilogie! Moin, Moin! Alla! Jetztle! Griaß Enk! Seawas! Tach zesamme! Grüß Gott! sagt Ihr/Euer Beikircher“

21. Mai 2011, 20:00 Uhr

Brunosaal Köln-Klettenberg, Karten 25,60 Euro

www.kultus-koeln.de

Prämierung Stufe 1 beim NUK-Businessplan-Wettbewerb

Nie wieder Inbusschlüssel

Ein innovatives Verbindungselement für den Zusammenbau von Möbeln ohne Hilfsmittel – das ist die Produktidee des Kölner Gründertrios von ConFitt. Diese Geschäftsskizze erhielt am 22. Februar 2011 einen von drei Hauptpreisen in Stufe 1 des 14. NUK-Businessplan-Wettbewerbs. Das Expertenfeedback aus über 250 Gutachten zu 126 eingereichten Konzepten führte zu diesem Ergebnis.



Preisträger der Stufe 1

Dem „genial-einfachen und sehr innovativen Produkt“ von ConFitt attestierte die NUK-Jury ein „hohes Wachstumspotenzial“. Für ihre überzeugende und gut durchdachte Businessplan-Rohfassung erhielten die drei Gründer einen Hauptpreis im Wert von 500 Euro. Über diese Auszeichnung konnten sich ebenso die Düsseldorfer Wissenschaftler von FES Sensortechnik mit ihrer Lösung für wasserstoffbetriebene Fahrzeuge und die Bonner Forscher von KonTEM freuen. Letztere erleichtern mit einem neuartigen Phasen-

kontrastsystem für Elektronenmikroskope die Darstellung von biologischen Proben und damit die Entwicklung etwa von Krebsmedikamenten.

Einstieg auch in der zweiten Wettbewerbsstufe empfehlenswert

Mit der Prämierung der Erstrunden-Gewinner begann auch die Einreichungsphase für die zweite Wettbewerbsstufe. Hier gilt es, die Ideenskizze um ein ausgeklügeltes Marketingkonzept zu ergänzen. Gründer aller Branchen, die bis zum 8. März 2011 teilgenommen haben, erhalten Expertengutachten mit Verbesserungstipps. Die Prämierung Stufe 2 findet am 4. Mai 2011 statt. „Auch Neueinsteiger können und sollten jetzt noch von den kostenlosen NUK-Angeboten wie beispielsweise den Coaching-Abenden profitieren“, rät NUK Projektmanagerin Vesna Domuz.

Anmerkung der Redaktion: Beim Gewinnerteam ConFitt handelt es sich um vom Hochschulgründernetz cologne geförderte EXIST-Gründerstipendiaten. ■



Die Wissenskapitalgeber

Der NUK-Businessplan-Wettbewerb 2011 läuft bis Juni 2011. Die unverbindliche Anmeldung ist jederzeit möglich. Alle Daten werden vertraulich behandelt. Alle Infos, Termine und Online-Registrierung unter neuesunternehmertum.de.

Die 4-Stunden-Woche: Mehr Zeit, mehr Geld, mehr Leben

In „Die 4-Stunden-Woche: Mehr Zeit, mehr Geld, mehr Leben“ beschreibt Timothy Ferriss den geheimen Traum vieler Menschen: Nur vier Stunden in der Woche arbeiten und den Rest der Zeit mit der Verwirklichung der eigenen Wünsche verbringen. Auf rund 340 Seiten skizziert der Autor ein Lebenskonzept, das im Wechsel von Phasen der Arbeit und Erholung die eigene Person in den Mittelpunkt rückt. Persönliche Lebensziele bekommen Vorrang, der Mensch soll die Idee der Arbeit bis zum Rentenalter hinter sich lassen und stattdessen die Rente in den gesamten Lebensverlauf verteilen. Urlaub wird als längerer Zeitraum zur Neudefinition der eigenen Person genutzt.

Das Buch teilt sich in vier Hauptkapitel, die der von Timothy Ferriss entwickelten Erfolgsformel DEAL entsprechen:

- D** - einition: Bestandsaufnahme der eigenen Situation.
- E** - limination: Zeit- und Produktivitätsfresser vermeiden.
- A** - utomatisierung: Arbeiten outsourcen und Einkommensquellen aufbauen, die fast von alleine funktionieren.
- L** - iberation: Die frei gewordene Zeit und das verdiente Geld für die wirklichen eigenen Interessen einsetzen.

In jedem Kapitel gibt er dazu Praxisbeispiele und zeigt anschaulich, wie es wirklich funktionieren kann. Sehr interessant ist dabei die Idee des Outsourcings auch von Arbeiten im privaten Bereich sowie die Nutzung von virtuellen As-

sistenten, die gezielt eingesetzt werden, um ihren Auftraggebern den Rücken frei zu halten. Diesen in Amerika längst etablierten Service gibt es jetzt auch in Deutschland. Große Bedeutung hat auch die Elimination von unwichtigen Zeitfressern wie z.B. Meetings und vollen (Email-) Postkörben. In Kapitel drei wird an konkreten Beispielen gezeigt, wie man eigene Produkte entwickelt bzw. einkauft, um damit Geld zu verdienen.

Timothy Ferriss fordert seine Leser. Wer vorgekaute Geschäftsideen als Goldesel oder ein Lobpreis des reinen Nichtstuns erwartet, wird enttäuscht. Es geht nicht darum, nur 4 Stunden in der Woche zu arbeiten und dann faul in der Hängematte zu liegen. Im Gegenteil: Herauszufinden, was man mit seiner Freizeit anfangen will, und es wirklich umzusetzen, kann anstrengender sein als ein Routinejob.

„Die 4-Stunden-Woche“ ist ein faszinierendes und inspirierendes Buch, das den Leser motivieren kann, eigene Lebens- und Arbeitsgewohnheiten neu zu definieren und das eigene Zeitmanagement wirksam zu optimieren. Lesenswert! ■



Timothy Ferriss **Die 4-Stunden-Woche: Mehr Zeit, mehr Geld, mehr Leben**
341 Seiten, 16,90 Euro, Econ, Berlin; 320 Seiten, ISBN-13: 978-3430200516
(Im Juni 2011 erscheint bei Ullstein eine neue broschurierte Ausgabe zum Preis von 8,95 Euro)

VoIP

TELEFONIEREN SIE WIE EIN VIP.
UND SENKEN SIE GLEICHZEITIG IHRE TELEFONKOSTEN!

Von allem nur das Beste: beste Sprachqualität, bester Preis.
Jetzt einsteigen bei unserem qualitätsgestützten Voice over IP:

- VoIP-Telefonate in höchster ISDN-Sprachqualität
- Einfach bestehende Telefonanlage weiter nutzen
- Professionelle Internetanbindung im Paket
- Keine Investitionskosten für Sie

► **Bis zu 23 Prozent Ersparnis!***

Kommen Sie jetzt in den VoIP-Bereich von NetCologne.
Kontaktieren Sie uns für ein individuelles Angebot.

WIR KÖNNEN HIER.

* Pro Net Access IP 20M im Paket bis zu 23% günstiger.

Infos: 0800-2222-550 oder www.netcologne.de/VoIP-Bereich

Students Connect

Immer gezielter achten Personaler bei Studenten auf außer-universitäres Engagement in einer Studentenorganisation. Dieses ist nicht nur gut für den Lebenslauf, sondern gibt den Studenten erste Einblicke und Kontakte in die Arbeitswelt.

In einer solchen Organisation, dem OFW e.V. in Köln, hat sich das Gründerteam von Students Connect kennen gelernt und ist so auf seine Idee gekommen. Auf der On-

lineplattform www.students-connect.com wollen sie das weltweit größte Netzwerk für Studentenorganisationen schaffen. „Wir bezeichnen uns gerne als die gelben Seiten für Studentenorganisationen und sind damit weltweit einmalig“. Auf der Plattform haben die Organisationen die Möglichkeit, sich und ihre Veranstaltungen vorzustellen und somit in den Kontakt mit interessierten Studenten zu treten.

Die Vision von Students Connect geht jedoch weiter. „Unser Ziel ist es, talentierten Studenten eine Plattform zu bieten, auf der sie ihr Studium gehaltvoller und effizienter gestalten können und wir ihre Talente nachhaltig entwickeln und fördern.“

In dieser neuen Form des Recruiting sehen die vier Gründer einen großen Bedarf und somit auch das Potential für ihr Unternehmen.

The screenshot shows the homepage of Students Connect. At the top, there is a navigation menu with links for Home, Events, Clubs, Blog, About, and FAQ. Below the navigation, there are two main sections: "The international student club network" and "Take the Tour!". The "Take the Tour!" section includes a "Sign Up Now!" button and a "Login with Facebook" button. Below these sections, there is a section for "@studcontweets" with a welcome message and a tweet. The main content area is divided into "new clubs" and "upcoming events".

Clubname	country	city	Category
Group Study	Pakistan	LARKANA	Engineering
move - Studentische Unter(...)	Germany	Münster	Economy
South American Business Forum	Argentina	Buenos Aires	Other
Club of Hohenheim e.V.	Germany	Stuttgart	Politics
aquebar.net	Germany	Köln	Other
Junior Business Team e.V.	Germany	Stuttgart	Economy
weitblick e.V.	Germany	Münster	Charity
AG konaktiva GbR TU Darmstadt	Germany	Darmstadt	Economy
JCNNetwork e.V.	Germany	Karlsruhe	Economy
IdeaLab - The founders co(...)	Germany	Vallendar	Economy

Name	Country	City	date
Dialogue Career Fair	Germany	Köln	15.03.11 - 15.03.11
14th World Business Dialogue	Germany	Köln	16.03.11 - 17.03.11
summer warm up	Germany	Darmstadt	15.04.11 - 21.04.11
South American Business Forum 2011	Argentina	Buenos Aires	08.05.11 - 08.07.11
konaktiva 2011	Germany	Darmstadt	10.05.11 - 12.05.11
IdeaLab2011 - Playground for Pioneers	Germany	Vallendar	14.10.11 - 15.10.11



Students Connect Michael Decker

mdecker@students-connect.com, www.students-connect.com

follow us on facebook: <http://www.facebook.com/studentsconnect>

My Creme

Die my-creme GmbH ist ein junges Startup-Unternehmen aus Köln, das seinen Kundinnen individualisierte Gesichtspflege anbietet. Auf der Website www.my-creme.de können Kundinnen ihren Hauttyp bestimmen lassen und sich eine auf ihr Hautbild abgestimmte Gesichtscrème zusammenstellen. Die Kundinnen haben zum einen die Möglichkeit, ihre individuelle Creme mit exklusiven Wirkstoffen zu kreieren, als auch Duft und Verpackung der Creme zu bestimmen.

Alle in der Creme enthaltenen Wirkstoffe werden der Rezeptur in einer für den jeweiligen Hauttyp optimalen Dosierung beigemischt. Durch die Kooperation mit einem bekannten Kosmetikerhersteller kann my-creme höchste Qualität und Hygienestandards ihrer Produkte garantieren.

The advertisement for My-Creme features a collection of skincare products including jars of cream and a pump bottle. A text box in the upper right corner reads: "Deine Individuelle Gesichtscrème". The main headline says "stell deine eigene creme zusammen". Below this, a smaller text box explains: "Bei my-creme kannst du Dir deine eigene Gesichtscrème kreieren. Mit genau den Wirkstoffen, die deine Haut braucht - und mit den besten Inhaltsstoffen, der optimalen Dosierung und ohne künstliche Konservierungsstoffe." The My-Creme logo is visible on the products.

My-Creme GmbH

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

Fon +49-(0)221 169 930 70, Fax +49-(0)221 169 930 73

info@my-creme.de, www.my-creme.de

DGBB: Innovatives Bildungsinstitut im RTZ

Mit der Deutschen Gesellschaft für berufliche Bildung (DGBB) siedelt sich eine neue Branche im RTZ an: Die berufliche Weiterbildung. Seit März 2011 hat die junge Gesellschaft ihren Sitz im RTZ. Von Köln aus werden zukünftig bundesweit nebenberufliche Weiterbildungsangebote für den Dienstleistungsbereich angeboten. Die Bildungsangebote der DGBB konzentrieren sich zunächst auf zwei Branchen: Zum einen werden Abschlüsse für Mitarbeiter aus Gastronomie und Hotellerie angeboten, zum anderen finden Mitarbeiter aus dem Sportbereich passende Angebote zur beruflichen Weiterentwicklung im Sportmanagement.

Die DGBB bietet moderne, modular aufgebaute Lernkonzepte an, die neben klassischen Seminaren und Präsenzphasen auch Fernunterrichtsanteile, selbstgesteuerte Lernphasen, virtuelle Klassenzimmer, Webinare und E-Learning beinhalten. Veränderte, zunehmend komplexere Arbeitsprozesse, steigende Ansprüche im Hinblick auf zeitliche und örtliche Flexibilität, Wechsel von Arbeitsplätzen u. ä. fordern besonders von Mitarbeitern aus dienstleis-

tungsintensiven Berufen, sich schnell in neue Themen einzuarbeiten und ihre beruflichen Qualifikationen an neue Entwicklungen anzupassen. Hier bieten die branchenspezifischen Weiterbildungen der DGBB optimale Lösungen: Durch den Lernmedienmix, den die DGBB anbietet, können die Teilnehmer ihren Lernprozess zeitlich und örtlich flexibel und individuell gestalten. Der wesentliche Vorteil des Lernsystems besteht für den Teilnehmer darin, dass es sich dem individuellen Lerntempo und -fortschritt sowie der jeweiligen Lebens- und Arbeitssituation des Teilnehmers anpasst – anders als bei klassischen Präsenz- und Fernunterrichtsangeboten üblich.

www.dgbb.de

Deutsche Gesellschaft für berufliche Bildung

Merle Losem

Gottfried-Hagen-Straße 60, 51105 Köln

BüroHaus auf dem hagen_campus in Köln



Guter Raum für Wachstum

Effektive Büro- und Arbeitswelten

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

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

Flexible Teilbarkeit bietet effiziente Nutzflächen auf allen Ebenen.

Weitere Objekte auf Anfrage.

BüroHaus
auf dem hagen_campus

 RheinEstate
Room to move

Jetzt informieren:
S RheinEstate GmbH
Tel. 0221/272219-191
www.rhein-estate.de

www.meinunternehmen.net

Erfolgreiches Marketing im Internet – so geht's!

Marketing im Internet ist ein noch relativ neues Element der Produktpalette von PR-Fachleuten. Innerhalb kürzester Zeit hat sich das Internet als eines der wichtigsten Marketing-Plattformen erwiesen – und als eine der vielfältigsten.

Immer mehr Unternehmen, gerade auch Existenzgründer, werben gar nicht mehr auf klassische Art sondern haben ihre PR-Aktivitäten ins Internet verlagert. Dort gibt es zahlreiche Möglichkeiten, Marketing „online“ zu betreiben. Facebook, Xing und Twitter beispielsweise sind heute allgemein bekannte Begriffe. Aber der Umgang mit diesen Medien will gekonnt sein.

Dieser Beitrag erhebt nicht den Anspruch auf Vollständigkeit. Hier soll ein erster Eindruck vermittelt werden; weitere Informationen finden sich – natürlich – im Internet. Darüber hinaus gibt es umfassende Informationen, die in klassischen Büchern nachgelesen werden können. Mittlerweile gehört Online-Marketing selbstverständlich auch zur Ausbildung in PR- und Marketingberufen und ist Bestandteil von Studiengängen und Weiterbildungsangeboten.

„Statisches“ Onlinemarketing:

- Unternehmenswebsite
- Produktwebsites
- Webkataloge
- Webshop

Websites sollte man nicht selbst bauen oder programmieren. Was professionell aussehen soll, sollte auch ein Profi erstellen. Onlineangebote müssen gut auffindbar sein (SEO – Search Engine Optimization); E-Mail Footer („Sig-

naturen“) mit Hinweisen auf das Produkt- oder Dienstleistungsangebot sind hilfreich.

„Interaktives“ Onlinemarketing:

- Unternehmensblog
- Special-Interest-Blog
- Unternehmenspräsenz bei Social Media Seiten (insbesondere Facebook)

Weitere Möglichkeiten für Online-Marketing:

- Direktes 1:1-Marketing über Networking-Seiten wie Xing und LinkedIn
- Vorträge, Schulungen und Webcasts (siehe Link NetViewer)
- Digitale Produktproben (Freebies)
- Eine Videokampagne auf YouTube

Insbesondere Präsenzen in Social Media bedürfen der regelmäßigen Pflege, dies wird häufig unterschätzt. Die direkte Kommunikation mit dem Kunden bietet viele Chancen und Vorteile – es gibt aber auch Fallstricke. Wie sprechen Sie Ihre Kunden an? Schaffen Sie es, zeitnah und zufriedenstellend zu antworten? Social Media Marketing ist ein eigenes Thema. Hier gilt mehr als bei anderen Online-Aktivitäten, dass ein Unternehmer sich konzeptionelle Gedanken macht und Kosten und Nutzen gegeneinander abwägt. Online-Marketing bedeutet vor allem eine andere Art der PR-Arbeit. Es ist eine wichtige Arbeit, die ernst genommen werden muss, wenn der Effekt nicht verpuffen oder sich gar ins Negative umkehren soll. Ein großer Vorteil von Online-Marketing ist, dass vieles sehr einfach und kostengünstig umsetzbar ist. Jede Firma, jeder Unternehmer muss dabei analysieren, welche einzelnen Bausteine sinnvoll sind. Um potentielle Kunden – gerade im Internet – von einem bestimmten Produkt oder einer Firma zu überzeugen, braucht es aber noch etwas mehr.

Größe schafft Vertrauen

Viele Menschen kaufen lieber von einem bekannten Unternehmen, zum Beispiel die Waschmaschine von einer Firma, die ansässig am Ort ist, die es schon lange gibt und die es vermutlich auch in fünf Jahren noch geben wird – „Wenn mal was dran ist ...“. Genau so geht es auch vielen Kunden, gerade im Internet. Hier haben Unternehmen, anders als in der realen Welt, die Möglichkeit, Unternehmensgröße





durch Professionalität und Engagement zu ersetzen. Ein Tipp für ein solches Auftreten ist es, nicht in der ersten Person zu sprechen. Ein „wir“ vermittelt den Eindruck von Größe. Man sollte beispielsweise immer mehrere E-Mail-Adressen einrichten, selbst wenn man Einzelunternehmer ist, z. B. bewerbung@xyz.de und team@xyz.de, statt alles an peter.mueller@xyz.de schicken zu lassen.

Auch über Aktivitäten in Social Networks und regelmäßige Statusangaben erscheint ein Unternehmen aktiver und dadurch größer. Tägliche Veränderungen auf einer Website oder dem Profilen bei Facebook oder Xing lassen potentiellen Kunden auf eine gewisse Unternehmensgröße schließen. Man sollte als Unternehmer Größe suggerieren, denn Größe und die damit assoziierte Stabilität schafft Vertrauen und Renomé bei potentiellen Kunden.

Testimonials

Im Internet kann man Käufer nicht so einfach nach deren Meinung fragen, wie etwa in einem Fachgeschäft. Bewertungen von Produkten und Dienstleistungen sind aber ein wichtiges Kaufkriterium für Kunden. Beurteilungen und Erfahrungen lassen sich im Internet auf spannende Weise präsentieren, sei es als Videos, Audio-Datei oder als kurzer Text. Diese „Testimonials“ sind im Internetmarketing enorm wichtig, weit verbreitet, und es kann nie genug davon geben. Aber Vorsicht: Selbst verfasste Testimonials sind keine gute Idee, sie fallen meistens sofort als solche auf und schaden dann mehr als sie nutzen. Man sollte also immer „echte“ Kunden zu Wort kommen lassen, das wirkt.

Expertenstatus

Gerade Einzelunternehmer, Freiberufler und Existenzgründer, die als Einzelkämpfer arbeiten, sollten auch auf ihre Glaubwürdigkeit im Netz achten. Je mehr reale Reputation sich auf einer Website findet, desto glaubwürdiger wird das Unternehmen empfunden. Ist man beispielsweise als Immobilienmakler im „Ring Deutscher Makler“ oder als Coach im „Coachingverband“, sollte man dies präsentieren, etwa indem das entsprechende Logo auf der Website eingebunden wird. Mitgliedschaften in Verbänden und Vereinen geben potentiellen Kunden Vertrauen. Diese Mitgliedschaften lassen sich auch bei den Social Media einbringen, beispielsweise bei Xing.

Fazit

Internet-Marketing erfordert Beschäftigung mit diesen Medien – möglichst täglich. Wer dies beherrscht, wird beachtet und findet Kunden – täglich und auf der ganzen Welt, eben im World Wide Web. ■

Wolfgang Kierdorf ist Geschäftsführer der Unternehmensberatung *The Black Swan* und langjähriger Berater im Bereich Gründung und Wachstum. Einer seiner Beratungsschwerpunkte ist die Vermarktung von Unternehmen, Marken, Personen und Produkten im Internet.
www.TheBlackSwan.de, wolfgang@theblackswan.de

hgnc

EXIST
Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie

ESF
Europäischer Sozialfonds für Deutschland

KoKoN

Chef sein und Ideen verwirklichen!

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

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

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

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

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

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

Die Geschichte einer unternehmerischen Leidenschaft

Mut zu Visionen

Das rote Telefon in meiner Wohnung schellte, aber es war keiner der gewohnten Kunden. Schon seit 4 Jahren arbeitete ich als selbstständige Dolmetscherin für die deutschen Ermittlungs- und Justizbehörden und meine beiden Nummern – Festnetz und Mobil – waren bei Polizisten, Zoll- und Justizbeamten, Richtern, Anwälten und den Mitarbeitern des Jugendamtes schon ziemlich bekannt.

Ich nahm ab. Der Mann stellte die übliche Frage auf Englisch: „Haben Sie Zeit, Russisch zu dolmetschen? Wir müssen morgen um 16:00 Uhr die Kosmonauten auf der Raumstation „MIR“ interviewen!“

Das ist doch mein Job! Deshalb wäre meine Antwort normalerweise „Ja“ gewesen. Leider musste ich aber „Nein“ sagen, „I’m a translator for German into Russian.“ Die Entscheidung, die ich in den folgenden Sekunden traf, sollte mein Leben verändern. Ich versprach dem Anrufer, für diesen Termin einen kompetenten Russisch-Englisch-Dolmetscher zu beauftragen, und übernahm damit zum ersten Mal die Verantwortung für eine Leistung, die nicht meine war.

Von Sprache zu Sprache – von Mensch zu Mensch

Bis dahin wusste nur ich von der Marke „Lingua-World“, die sich irgendwo auf dem Weg zwischen Notar und der Eintragung in das Handelsregister befand. Zwischen meinen Dolmetscheterminen hatte ich nur schwer Zeit für die Realisierung meiner Firma gefunden. Dieser Anruf, immerhin von BBC London, ließ mich dann aber meine Aktivitäten zur Realisierung dieser Idee intensivieren. Ein Vertrag als Untermieterin in einem kleinen Ladenlokal, das als Ausstellungsraum für Lampen diente, wurde schnell geschlossen. Dann musste ich anstreichen, möblieren, Telefon- und Faxanschluss anmelden und installieren, die Werbetafel anbringen und vieles mehr. Zur Unterstützung kam mein Vater aus Bulgarien. Am 1. November 1997 machten wir schließlich den großen Computer aus meiner Wohnung zum „Lingua-World Computer“.

An dieser Stelle wird mich der Leser fragen, wie hoch denn mein Stammkapital war, und ob ich bereits einen Antrag auf Gründungskapital gestellt hatte? Ich hatte keinen Businessplan und keine Standortanalyse, aber eine Menge Mut, Leidenschaft, Ideen, Kraft und sprudelnde Energie. Mein einziges Kapital waren mein Job und der Kalender voller Aufträge bis zum 31. Dezember. Bei der feierlichen Eröffnung am 1. November 1997 war ich selbst nicht anwesend! Es war bereits 17 Uhr, als ich endlich hungrig und durstig in dem kleinen Büro im Belgischen Viertel erschien. Nein, ich hatte nicht verschlafen. Aber auch an diesem Tag

hatte mich die Polizei zum Dolmetschen aus dem Bett geklingelt. In einem Hotel waren russische Autokäufer ausgeraubt worden. Sieben Männer warteten fix und fertig auf die Frau, die ihre Sprache verstand und ihre Zeugnisaussagen übersetzen konnte.

Meine Familie und der Papa, der extra in seinen neuesten Anzug gesprungen war, warteten nicht mehr auf mich und feierten schon die Einweihung. Als ich endlich ankam, traute ich meinen Augen nicht: Alle standen vor mir in einem schönen Büro, frisch gestrichen und eingerichtet, und lächelten mich stolz und überglücklich an.

Die Idee der großen Transparenz

Das kleine Büro maß ca. 40 qm. Eine feste Wand im Rücken und drei Wände aus Glas. Die Fußgänger konnten mich und meine Arbeit durch das Fenster betrachten. Erst einmal ein peinliches Gefühl, man konnte sich keinen Fehler erlauben! Aber so wurde die Idee der großen Transparenz meiner Firma aus den Raumgegebenheiten geboren.

Die nächste Besonderheit meiner Philosophie ergab sich schon damals aus den Arbeitsbedingungen. Die Tatsache, dass acht Studenten für mich arbeiteten und ich selten anwesend war, definierte das Verhalten in dem kleinen Büro. Ohne Selbstkontrolle und gegenseitiges Vertrauen konnten wir nicht arbeiten: Transparenz und Vertrauen zwischen mir und den Studenten, zwischen uns und den Kunden.

Die Zeit, als Übersetzungen für den hiesigen Markt nur in Deutschland gemacht wurden, ging langsam zu Ende. Übersetzungen ins Französische wurden nun in Frankreich und die ins Englische in England gemacht. So schrieb 1999 das Wirtschaftsministerium in Düsseldorf Briefe an den bulgarischen Wirtschaftsminister, die Lingua-World übersetzen sollte. Ich schickte die Briefe einem mir bekannten Übersetzer in Bulgarien. Als seine Texte kamen, las ich sie aufmerksam. Sie waren einwandfrei, aber irgendwie anders. Die wirtschaftliche und gesellschaftliche Entwicklung der letzten Jahre hatte einen neuen Stil geprägt. Deshalb habe ich eine neue Regel eingeführt, die heute wichtiger Teil unserer Philosophie ist: Die Übersetzungen



Visionen mutig umgesetzt: Nelly Kostadinova

das Personal ist kreativ, vertrauenswürdig und arbeitsfähig. Also, ich investiere jetzt kräftig in Werbung. Das Geld für diese Werbung hatte ich nicht. Aber ich hatte Herrn Spohn als Berater mit unternehmerischem Denken, der kurz nach unserem Treffen zu seiner Frau sagte: „Helga, däm Mädchen müsse mer helfen!“ Ich durfte die 20.000 DM in zwölf Raten bezahlen.

Im zweiten Jahr habe ich 60.000 DM in die Werbung investiert. Herrn Spohn habe ich gebeten, niemandem zu verraten, dass ich so viel Geld für Werbung ausbebe.

Am Ende des zweiten Jahres erschien ich bei der Bank, weil ich Geschäftsräume kaufen wollte. Mein Berater fragte mich neugierig: „Sie haben eine Million DM umgesetzt? Und das in dem kleinen Büro?“

In diesem zweiten Jahr setzte ich in der Werbung auf die Gesichter meiner erwachsenen Kinder und Mitarbeiter. Das Fotoshooting machte viel Spaß und motivierte uns weiter. Und nicht nur das. Wir schauten jetzt unsere Kunden persönlich an – aus der Werbung. Das brachte mich noch näher zu dem Begriff der Partnerschaft mit meinen Kunden.

Außerdem entwickelte ich eine ganz neue Strategie, um die perfekte Übersetzung liefern zu können. Gegen alle wirtschaftlichen Berechnungen begann ich, kostenlose Probeübersetzungen anzubieten. So können meine Kunden in den für sie verständlichen Sprachen selbst entscheiden, welche Stilrichtung ihnen am besten gefällt.

Service und Kundennähe

Konsequenterweise führte das Bedürfnis nach größtmöglicher Kundennähe mich zur weiteren Expansion durch die Eröffnung von Filialen. So kamen wir näher an die Automobilindustrie in Süddeutschland, an die Pharmaindustrie in Nürnberg und München, an die Maschinenbaubetriebe in NRW und an die Werbe- und PR-Giganten in Hamburg. Von Frankfurt aus überspringt unsere Leistung die Grenzen nach England und Belgien. Zu uns nach Stuttgart kommen Schweizer Konzerne. Die Qualität aus Deutschland hat einen guten Ruf.

Und so geht es weiter in die Zukunft. Mit Vertrauen und Transparenz, mit Qualität und dem Einsatz modernster Software. Mit fachlichen Spezialisten und Projektmanagern, die den Charakter von Lingua-World bereichern und weiter entwickeln.

Und mit einer unveränderten Leidenschaft, die kurz in Worte zu fassen ist: Von Sprache zu Sprache – Von Mensch zu Mensch. ■

werden von Menschen gemacht, die in dem jeweiligen Land leben und die Authentizität des geschriebenen Wortes verantworten können.

Ich begann, weltweit Übersetzer zu rekrutieren, in jedem Land, in jeder Stadt. Ich suchte Menschen, die auch die Dialekte des Landes beherrschen. Spezialisierungen in Fachbereichen und besondere Kompetenzen, z.B. in Medizin, Technik oder Recht, sowie fortwährende Weiterbildung prägen unsere Arbeit. Wissenschaft, Technik, Wirtschaft und Industrie erweitern sich jeden Tag, und dementsprechend suche auch ich immer weiter. Ich will nur eins: Die Menschen entdecken, die mir die beste Arbeit geben können. Denn diese Menschen sind mein Kapital!

Ein Mensch, der mich am Anfang bedenkenlos unterstützt hat, ist Heribert Spohn. Als ich ihn als Vertreter der Gelben Seiten zum ersten Mal in meinem kleinen Büro empfing, wusste ich nicht, was ich von ihm wollte. Ja, natürlich, Werbung wollte ich machen. Aber wie und was genau ... keine Ahnung. Er wusste es aber: Meine erste Werbung in den Gelben Seiten kostete 20.000 DM.

Den Vertrag hatte ich ein paar Tage nach der Eröffnung des kleinen Büros unterschrieben und dabei überlegt: Die Miete für diesen Raum ist gering, die Lage perfekt,

Lingua-World[®]
for world-wide communication

Lingua World
Inhaberin und Geschäftsführerin: Nelly Kostadinova
www.lingua-world.de

Was kostet die Welt?

Der „Ökologische Fußabdruck“ im Odysseum Köln

Das Odysseum in Köln widmet sich als interaktiver Abenteuer-Wissenspark der Vermittlung von Wissen über das Funktionieren und die naturwissenschaftlichen Gesetze dieser Welt. Im Rahmen von Sonderveranstaltungen werden spezielle Themen, wie etwa der „Ökologische Fußabdruck“, behandelt. Heinz Bettmann sprach mit dem Geschäftsführer der SK-Stiftung CSC – Cologne Science Center, die das Odysseum betreibt, Dr. Armin Frey, über den Ökologischen Fußabdruck und das Erhalten der Welt, in der wir leben.



Heinz Bettmann
im Gespräch mit
Armin Frey (li).

Bettmann: Herr Frey, Sie beschäftigen sich im Odysseum Köln 2011 neben anderen Themen auch mit dem „Ökologischen Fußabdruck“. Was ist das?

Frey: Um Nahrungsmittel anbauen und Produkte oder Dienstleistungen wie zum Beispiel Mobilität herstellen zu können, benötigen wir Anbaufläche, verbrauchen Ressourcen und belasten die Umwelt, zum Beispiel mit Abgasen wie CO₂. Diese Aktivitäten und Verbräuche lassen sich

in einen Bedarf an Fläche, in „globale Hektar“ umrechnen, die jeder einzelne Mensch, jede Stadt, jedes Unternehmen, jedes Land und der gesamte Globus für seine „Lebensweise“ benötigt. Der Flächenbedarf wird dabei als „Ökologischer Fußabdruck“ bezeichnet. Er stellt ein Berechnungsmodell dar, das sich mit einem Kontoauszug, der Guthaben/Kapital und Zinsen ausweist, vergleichen lässt.

Ankündigungen zu dem Themenschwerpunkt finden Sie unter www.odysseum.de und www.sk-stiftung-csc.de.

Haben wir genügend Fläche oder leben wir auf zu großem Fuß?

Wenn im Wald zum Beispiel mehr Holz verbraucht wird als nachwächst, dann spricht man von „Overshoot“. Seit Mitte der 1980er Jahre ist der weltweite Ökologische Fußabdruck größer als die weltweite Biokapazität. Die Zinsen, welche uns die Biokapazität liefert, waren in Deutschland im vergangenen Jahr am 21. August aufgebraucht. Ab diesem Datum leben wir in Deutschland von den Ressourcen. Die Biokapazität nimmt daher immer weiter ab.

Worin besteht die größte Herausforderung?

Der Faktor Zeit ist ein sehr kritischer Faktor. Je stärker die Biokapazität reduziert wird, desto schwieriger wird es, einen Übergang in eine nachhaltige Lebensweise zu schaffen. Ich gehe daher davon aus, dass der Zeitfaktor auf der Rio+20-Konferenz im kommenden Jahr eine zentrale Rolle einnehmen wird.

Was bedeutet der Ökologische Fußabdruck für den einzelnen Menschen?

Auf der individuellen Ebene werden in erster Linie vier Bereiche betrachtet, die für die Berechnung des individuellen Ökologischen Fußabdruckes ausschlaggebend sind. Dies sind die Bereiche a) Wohnen, b) Mobilität, c) Ernährung und d) Konsum. Den sogenannten „change agents“ (salopp gesprochen „Trendsettern“, die mit gutem Beispiel voran gehen) kommt hier eine hohe Bedeutung zu. Allerdings können Dinge wie die Verkehrsinfrastruktur oder die Wege, die für Einkäufe zurückzulegen sind, von Individuen über weite Strecken nicht oder nur begrenzt beeinflusst werden. Sie sind vielmehr stadtseitig gegeben. Die Wissenschaft spricht hier vom sogenannten „Sockelwert“.

Was heißt das für die Stadt Köln?

Im Rahmen von Stadtentwicklungs- und regionalen Ausbauprojekten ist eine effizientere Infrastruktur vor allem in den Bereichen Mobilität, Wohnen und Energiebereitstellung von Relevanz. Wenn der Ökologische Fußabdruck bei poli-



tischen Entscheidungen, also zum Beispiel in Masterplänen und städtebaulichen Überlegungen, ein Entscheidungskriterium darstellt, erhöht sich die Zukunftsfähigkeit von Städten und damit auch von Köln. Es lohnt sich daher für Städte, sich mit diesem Thema intensiv auseinanderzusetzen.

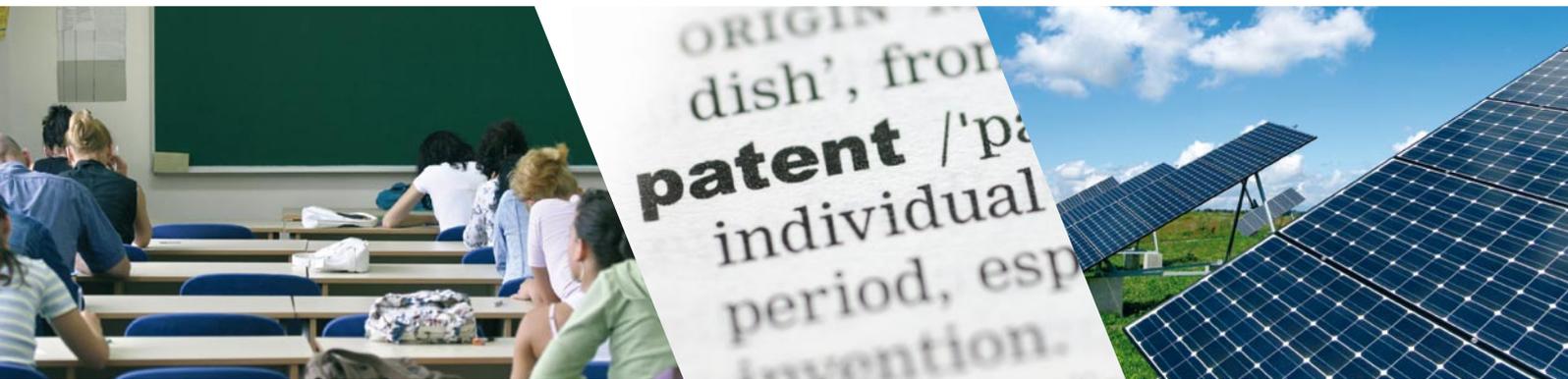
Spielt das Thema auch eine Rolle in Unternehmen?

Immer mehr Unternehmen erkennen, dass die Reduktion ihres Ökologischen Fußabdrucks ihre Wettbewerbsfähigkeit steigert, da sie sich dadurch Kosten- und Wettbewerbsvorteile erarbeiten. Sinkt der Ressourceneinsatz, sinken die Kosten. Sinkt die Emission an Treibhausgasen, sind weniger Emissionszertifikate erforderlich. Gleichzeitig werden eine ökologisch und sozialverträgliche Produktionsweise immer mehr zu einem kaufentscheidenden Faktor. Ich kenne Unternehmen, die rund um den Globus viel Personal einstellen, um ihre Kunden zu beraten, das Produkt mit dem für ihre Bedürfnisse niedrigsten Ökologischen Fußabdruck zu finden. Die Bedeutung dieses Themas dürfte mittlerweile so hoch sein, dass ich prognostiziere, dass Unternehmen, die das Thema in naher Zukunft nicht

berücksichtigen und ihr unternehmerisches Handeln entsprechend ausrichten, in den meisten Branchen langfristig nicht überleben werden.

Wie behandeln Sie das Thema ökologischer Fußabdruck im Odysseum?

Von April bis September 2011 behandeln wir dieses Thema als Schwerpunkt. Die Überschrift lautet etwas provokant formuliert: „Was kostet die Welt? Von großen und kleinen Fußabdrücken“. Neben einer Sonderausstellung wird es eine Verlinkung zur Dauerausstellung, verschiedene Workshops und Events geben. Im Juni planen wir eine Veranstaltung mit dem Begründer des Ökologischen Fußabdrucks, Mathis Wackernagel, vom Global Footprint Network. Für Kinder führen wir im April eine Baumpflanzaktion mit der Nichtregierungsorganisation „Plant for the Planet“ durch. So soll ein „Odysseum-Wald“ entstehen. Hierfür suchen wir noch Sponsoren, die für jeden Besucher einen Baum spenden. ■



Innovationsstandort Deutschland

DABEI e. V. – fast 30 Jahre aktiv

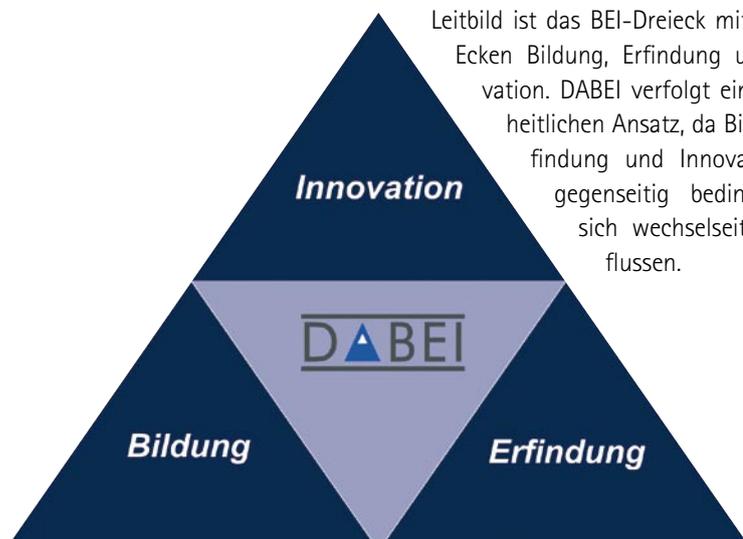
Die Deutsche Aktionsgemeinschaft Bildung – Erfindung – Innovation (DABEI e. V.) wurde 1982 als unabhängige Arbeitsgemeinschaft im Innovationsbereich gegründet. Unter den Gründern waren die Leiter des Deutschen Patentamtes (DPMA), des Vereins Deutscher Ingenieure (VDI) und prominente Erfinderunternehmer.

Lieber heute DABEI als morgen zu spät!

DABEI bündelt seitdem die Kompetenz prominenter Persönlichkeiten aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft, Industrie und Kultur zur Erhöhung der Innovationskraft in Deutschland. Ziel ist es, durch die Förderung technisch-wirtschaftlicher Innovationen in allen Stadien

- die Position Deutschlands in einem globalisierten Wirtschaftsumfeld zu sichern und auszubauen,
- die Existenz- und Umweltbedingungen für die heutige und künftige Generationen zu sichern und zu verbessern sowie
- die Grundlagen für Lebensqualität und kulturelle Leistung und Vielfalt zu erhalten.

Leitbild ist das BEI-Dreieck mit den drei Ecken Bildung, Erfindung und Innovation. DABEI verfolgt einen ganzheitlichen Ansatz, da Bildung, Erfindung und Innovation sich gegenseitig bedingen und sich wechselseitig beeinflussen.



DABEI möchte durch den Abbau von Innovationswiderständen das in Deutschland vorhandene Innovationspotenzial freisetzen. Dazu erfasst DABEI periodisch das Innovationsklima in Deutschland im Rahmen einer empirischen Erhebung. Der DABEI-Innovationsklima-Index ermittelt, ob wir in Deutschland ein eher sonniges, innovationsfreundliches oder ein eher regnerisches, innovationsfeindliches Klima haben und welche Innovationswiderstände uns direkt in die Klimakatastrophe führen.

DABEI engagiert sich politisch für die Belange von Erfindern und Unternehmern und begrüßt es, dass Deutschland und weitere zehn Länder sich für einen Alleingang beim EU-Gemeinschaftspatent entschieden haben. Das Gemeinschaftspatent soll die im Vergleich zu den USA und Japan hohen Patentkosten in Europa drücken und die rechtlichen Rahmenbedingungen vereinheitlichen.

DABEI bietet insbesondere innovativen kleinen und mittelständischen Unternehmen (KMU) sowie agilen Erfinderunternehmern eine Reihe interessanter Services an. Denn es gilt der Ausspruch des deutschen Professors und Erfinders Hans-Jürgen Quadbeck-Seeger: „Innovationen geben der Zukunft eine Zukunft.“

DABEI e. V.

Dr. Carsten Deckert, Geschäftsführender Vorstand DABEI e. V.

Dr. Alexander Kantner, Präsident DABEI e. V.

Steinstraße 16-18, 40212 Düsseldorf

Tel.: 0211 / 876 382 0, Fax: 0211 / 876 382 22

E-Mail: info@dabei-ev.de, Internet: www.dabei-ev.de

Anleitung zum Uninnovativsein

Ein weiterer, etwas ungewöhnlicher Ratgeber reiht sich ein in die Management-Literatur, die „Anleitung zum Uninnovativsein“ von Carsten Deckert. Seltsamer Titel – vor allem in Kombination mit der Reihe, in der er als Book-on-Demand verlegt ist: „Ratgeber Innovation“. Und zum Schmunzeln geht es weiter in diesem schmalen Band von gerade einmal 128 Seiten. Die an Paul Watzlawick angelehnte Anleitung ist zwar ein weiterer Ratgeber, der sich dem Innovations-Modethema unterworfen hat. Deckert hat jedoch eine andere Herangehensweise gewählt. Informativ und lehrreich, oft aber auch einfach nur lustig, streckenweise listig, zitiert er so unterschiedliche Autoren wie Rolf Dahrendorf, Heinz von Foerster, Joseph Alois Schumpeter, aber auch H.G. Wells und Heinz Erhart. Mit diesen großen – und nicht ganz so großen – Brüdern im Geiste wirft Deckert die Frage auf, ob bekannte Annahmen zu Kreativität und Innovationen nicht hinterfragt werden müssten. Er formuliert „Die fünf Grundgesetze zum Uninnovativsein“, erklärt, was Innovationen sind und wie man sie vermeidet.

Das ist in allererster Linie unterhaltsam geschrieben und regt dazu an, eigene Denkmuster zu überdenken. Und soll natürlich für Innovationen begeistern.

Die gute, wenn auch nicht immer sofort verständliche Lesbarkeit des Textes hat vielleicht einen Nachteil: Durch den ironischen Ton begibt sich Carsten Deckert in die Gefahr, mit seinem Buch in die Unterhaltungsliteratur gerückt zu werden. Und doch: Man muss gelegentlich zweimal lesen, was er zu sagen hat. Das wiederum kann man, besser darf man positiv sehen und sich freuen, neben all der trockenen Fachliteratur einen Titel zu finden, den man eben einfach durchlesen kann. Grafik und Gestaltung hätten innovativer sein können – auch ein Trick? Vielleicht auch Geschmackssache. Das Buch jedenfalls ist empfehlenswert – wer sich mit Innovationen beschäftigt, sollte es lesen. ■



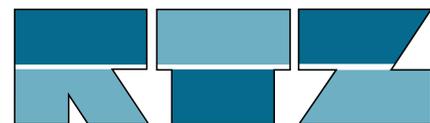
Carsten Deckert

Anleitung zum Uninnovativsein

*Noderstedt 2009: Books on Demand, 128 Seiten,
ISBN 978-3839100936, 9,90 Euro*

Rechtsrheinisches Technologie- und Gründerzentrum Köln GmbH

Hier haben Gründer
Zeit und Raum!



Gut beraten gründen und sicher wachsen!

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

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



Zuverlässigkeit für den Mittelstand.
Gut für Köln und Bonn.

 Sparkasse
KölnBonn

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