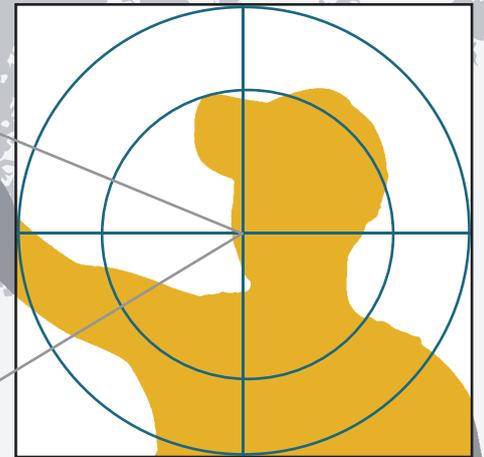
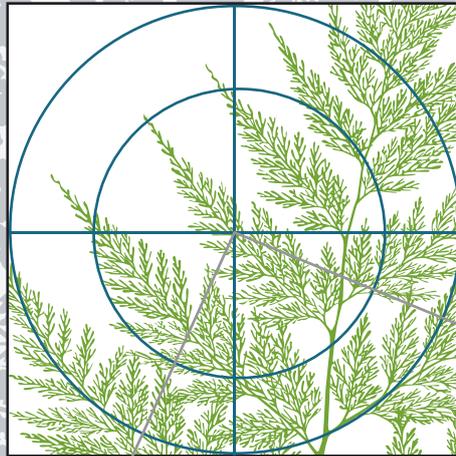


Rheinzeiger

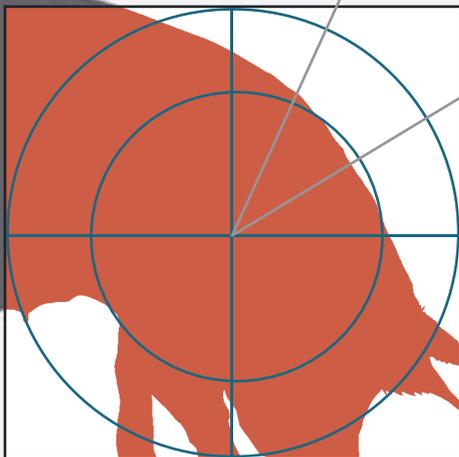
Innovationen und Perspektiven rechtsrheinisch

Köln, April 2007



LIFE SCIENCE

FORSCHEN FÜR DIE ZUKUNFT



LIFE SCIENCE IN KÖLN

BIOPERSPECTIVES 2007

KREATIVITÄTSTECHNIKEN

GRÜNDERBERICHT

AKQUISITION UND VERKAUF



Liebe Leserinnen und Leser,

mit der European BioPerspectives findet im Mai/Juni eine der europaweit wichtigsten Konferenzen der Branche in Köln statt. Das hochkarätige Vortragsprogramm macht das Forum ebenso zu einem Leit-Event wie das erstmalig organisierte Partnering von Hochschulforschung und Industrie. Durch die Eröffnungskonferenz zur „Wissensbasierten Biotech-Wirtschaft“ wird die Veranstaltung zusätzlich zu einem Forum der Biotechnologie-Experten der Europäischen Union, da hier anlässlich der deutschen EU-Ratspräsidentschaft BMBF, BMWi und Europäische Kommission die Gastgeber sind.

Dass Köln als internationaler Treffpunkt keine Wünsche offen lässt, dafür stehen die FIFA-WM 2006, die jüngste Handball-WM und Weltmessen wie Anuga oder Photokina gleichermaßen; und als sich die Experten der grünen Biotechnologie zur ABIC 2004 erstmals nicht in Kanada, sondern in Europa trafen, führte die Reise ebenfalls nach Köln.

Auch als Zentrum für Forschung & Entwicklung ist die Domstadt erste Wahl. Hier arbeiten Wissenschaftler wie Prof. Dr. Jens Claus Brüning, Leibnizpreisträger 2007. Die Kölner Hochschulen, DLR, European Space Agency, Europäischer Transschall-Windkanal, TÜV Rheinland Group, drei Max-Planck-Institute – die Ansiedlung eines vierten steht in Aussicht – die Forschungs- und Entwicklungsarbeit

der Kölner Unternehmen, das alles sorgt für höchste Qualität und bietet besten Humus für den Wissenschaftstransfer.

Neben dem Forschungspotential haben viele weitere Faktoren Köln zu einer der führenden Bioregionen mit über 45 Biotechnik-Unternehmen gemacht. Köln besitzt als Chemie- und Pharmastandort Europaformat, es verfügt über hochwertige Gründerzentren und Biotechnologie-Netzwerke. Neuester Baustein ist die Rheinland Venture Capital GmbH & Co. KG, die gerade auch in Start-ups aus dem Bereich Life-Science investiert; bis zu 500.000 Euro pro Unternehmen. Maßgeschneiderte Laborflächen schließlich finden sich etwa im BioCampus, in der BioFactory oder im Rechtsrheinischen Technologie- und Gründerzentrum. So hat schon 2006 die Studie des Rheinisch-Westfälischen Instituts für Wirtschaftsforschung Köln die höchste Nachhaltigkeit bei BioTec-Neugründungen bestätigt.

Die Zukunftsbranche Biotechnologie findet in der Domstadt eben beste Voraussetzungen, und das Rechtsrheinische leistet hier einen zentralen Beitrag.

Ihr Dr. Norbert Walter-Borjans
Dezernent für Wirtschaft und Liegenschaften der Stadt Köln

Termine & Events 2007

APRIL

18. April, Universität zu Köln	Kick-off der Gründerübung hgnc-start-up	www.hgnc.de
30. April, Köln	Abgabeschluss für den NUK-Businessplan-Wettbewerb – Stufe 3	www.n-u-k.de

MAI

4. Mai, Frankfurt	Abgabeschluss für Phase 2 im Businessplan-Wettbewerb Science4Life	www.science4life.de
30. Mai – 1. Juni, Köln	European BioPerspectives 2007 Die größte europäische Fachtagung mit Partnering-Konferenz und Messe für Biotechnik findet in der KölnMesse statt. Das RTZ ist im Verbund mit BioCologne und den BioPartners Cologne vertreten.	www.bioperspectives.org siehe auch Seiten 6, 7

JUNI

21. Juni, Köln	Abschlussveranstaltung NUK-Businessplan-Wettbewerb 2007 in Köln mit Prämierung der Sieger. Nur für geladene Gäste	www.n-u-k.de
----------------	---	--

JULI

2. Juli, Frankfurt	Abschlussprämierung Businessplan-Wettbewerb Science4Life	www.science4life.de
--------------------	--	--

Life Science in der Region Köln

Die Bioregion Köln hat sich innerhalb einer Dekade zu einer der führenden Biotechnik-Standorte in Europa entwickelt. Hier finden sich mehr als 45 Biotechnik-Unternehmen, zahlreiche Hochschulen und Forschungseinrichtungen im Bereich Life Science, innovative Finanzinstitute mit Spezialangeboten an Biotechnik-Unternehmen, mehrere Gründerzentren – das RTZ mit Schwerpunkt im Bereich Biotechnik – und schließlich Netzwerke, die sich speziell um die Life-Science-Szene kümmern.

Wissenschaft mit Weltruf

Die Wissenschaft wird beispielsweise durch die Universität zu Köln vertreten. Die in der Region Köln vorhandene ausgeprägte „Infrastruktur des Wissens“ lässt sich unter anderem an der sehr hohen Zahl von 85.000 Studierenden ablesen. Mit seinem Zentrum für Biowissenschaften, das gerade neu gebaut wird, Europas größtem Institut für Genetik, dem Zentrum für Molekularbiologische Medizin der Universität zu Köln (ZMMK) und anderen Institutionen der „Spitzenmedizin in Köln“, dem Max-Planck-Institut für Züchtungsforschung (MPIZ) und dem Max-Planck-Institut für neurologische Forschung setzt der Wissenschaftsstandort Köln eindeutig Schwerpunkte im Bereich der Lebenswissenschaften. Und nicht weit entfernt finden sich so bekannte Einrichtungen wie CAESAR in Bonn und das Forschungszentrum in Jülich.

Service für Life Science-Unternehmen

Für die Ansiedlung von Biotechnik-Unternehmen gibt es hervorragende Infrastruktur- und Serviceangebote: BioCampus Cologne, BioFactory Cologne und das Rechtsrheinische Technologie- und Gründerzentrum Köln (RTZ) im Technologiepark Hagen-Campus stellen die notwendigen Labor- und Büroflächen zur Verfügung. Im RTZ steht auch ein voll eingerichtetes L3/S3-Labor zur Verfügung. Das Netzwerk BioPartners Cologne bietet breit gefächerte Unterstützung von der Beratung über die Entwicklung von Ansiedlungskonzepten bis hin zu innovativen Finanzierungslösungen – beispielsweise in Kooperation mit dem neuen Rheinland Venture Capital Fonds.

BioPartners Cologne

Nattermannallee 1, 50829 Köln
Telefon: 0221 / 27 22 180
www.biopartners-cologne.de

NETCOLOGNE FÜR BUSINESSKUNDEN

UNSER SERVICE IST DER SCHLÜSSEL ZU IHREM ERFOLG.



Erschließen Sie sich jetzt neue Wettbewerbsvorteile. Mit einem Partner für Telekommunikation, der Ihnen einfach mehr bietet: mehr Service, mehr Flexibilität, mehr Nähe.

Bei NetCologne berät Sie immer derselbe Ansprechpartner zu allen Fragen der Telekommunikation. Durch unsere persönliche Betreuung können wir Ihnen schnell und effizient die passenden Lösungen für Ihr Business anbieten.

Diese herausragende Servicequalität spielt die Schlüsselrolle für über 12.000 Businesskunden, die sich bereits für NetCologne entschieden haben.

NetCologne – Sprache, Daten, Internet.



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



Unternehmen und Netzwerke

Zu den Biotechnik-Unternehmen im RTZ gehören beispielsweise die CEVEC-GmbH, die INFAL GmbH, die multiBIND biotec GmbH, die W 42 Industrial Biotechnology oder die Quindium GmbH, ein Bioinformatik-Unternehmen, das Simulationssoftware entwickelt. Betreiber des L3/S3-Labors ist das Unternehmen New-Lab Bioquality AG. Sie alle profitieren im übrigen auch vom „RheinZeiger“, dem zweimal jährlich erscheinenden Magazin des RTZ.

Die Vorzüge des BioCampus Cologne – wie beispielsweise Konferenzräume oder auch Cateringsservice haben sich bereits so erfolgreiche Unternehmen wie amaxa biosystems GmbH, DIREVO Biotech AG, Intavis Bioanalytical Instruments AG, Phospholipid GmbH, die Solvent Innovation GmbH oder die QIAGEN Operon GmbH zu Nutze gemacht.

BioCologne, das Netzwerk der Firmen, Förderer und Freunde der Biotechnik in Köln, bietet seinen Mitgliedern Zugang zu Wissenschaft, Infrastruktur und Kapital, aber auch Kontakte zu anderen Biotechnik-Unternehmen, zur Politik und schließlich zu den Bioregionen weltweit. Außerdem ist BioCologne mit der Stadt

BioCologne e. V.
Nattermannallee 1, 50829 Köln
Telefon: 0221 / 71 66 680
www.biocologne.de

Köln und dem Land Nordrhein-Westfalen vernetzt und über BioRiver auch über die Grenzen Kölns hinaus aktiv. Dies alles hilft

bei den vielen Fragen des Alltags oder auch bei der Suche nach Fördermitteln. Über einen Newsletter werden die Mitglieder mit allen Neuigkeiten der Branche versorgt. Begehrte ist inzwischen der Kölner PR-Stammtisch, bei dem sich viermal jährlich die Szene in einem Kölner Brauhaus trifft.

„Life-Science-Town Cologne“

Die Welt der Biotechnologie in Köln ist kompetent, vielseitig und weiter aufstrebend. Wer Köln heute kennt als Stadt der Autos und der Medien, der wird diese Metropole auch bald als weltweit geachtete und gefragte Bioregion erleben können. Verschiedene Biotechnik-Unternehmen und Institutionen der Spitzenmedizin gehören schon heute zu den führenden in der Welt. Und Biotechnik-Unternehmen orientieren sich gerne nach Köln: Denn hier finden sie außer optimalen Rahmenbedingungen und Infrastruktur auch Kultur, Natur und die positive Lebenseinstellung, die Menschen ihre Erfolge noch besser genießen lassen.

Die Bio-Parks

BioCampus Cologne (www.biocampuscologne.de)
Richard-Byrd-Straße 4, 50829 Köln
Telefon: 0221 / 272 218 0

BioFactory Cologne (www.biofactorycologne.de)
RTZ Rechtsrheinisches Technologie- und Gründerzentrum Köln (www.rtz.de)
Gottfried-Hagen-Straße 60-62, 51105 Köln
Telefon: 0221 / 839 11 0

Rheinland Venture Capital Fonds

Im Rheinland erhalten zukunftsorientierte Technologien neuen Schub: Engagierten Gründerteams stellt der neue Seed-Fonds „Rheinland Venture Capital GmbH & Co. KG“ Eigenkapital in einer Gesamthöhe von bis zu zwölf Millionen Euro zur Verfügung. Der Fonds wurde von der NRW.BANK, der Kreissparkasse Köln, der Sparkasse KölnBonn, Georgieff Capital sowie Intelligent Venture Capital initiiert.

Investiert werden soll vor allem in viel versprechende Unternehmen aus den Branchen Life Sciences, Informations- und Kommunikationstechnologie, Neue Werkstoffe sowie Mikro- oder Nanotechnologie. Geografisch konzentriert sich der Fonds auf die Gründerszene im Rheinland. Pro Unternehmen kann der Fonds bis zu 500.000 Euro investieren. Finanziert werden neu gegründete High-Tech-Unternehmen, die eine Erfolg versprechende innovative Idee oder Erfindung realisieren wollen. Ziel ist es, sich innerhalb der Investitionsphase von fünf Jahren an rund 20 Unternehmen zu beteiligen. Seit Gründung des Fonds wurden bereits vier Beteiligungen abgeschlossen.

Qualität und Sicherheit – Erfolgskonzept der NewLab BioQuality AG im RTZ Köln

Die Biotechnologie ist im Aufwind. Überall entstehen neue Wachstumsfelder. Dies gilt insbesondere für die rote Biotechnologie, die sich mit der Entwicklung und Produktion von neuen Pharmazeutika mit Hilfe biotechnologischer Verfahren beschäftigt.

Diesen Trend spürt auch die NewLab BioQuality AG. Das mittlerweile 14 Jahre alte Biotechnologie-Unternehmen aus Erkrath hat in den vergangenen drei Jahren einen enormen Zuwachs erfahren. Mit über 120 Mitarbeitern gehört die NewLab mittlerweile zu den erfolgreichsten mittelständischen Unternehmen der Branche und die Zeichen stehen weiterhin auf Wachstum.

Die NewLab versteht sich als kompetenter und unabhängiger Partner für die biopharmazeutische Industrie. Immer mehr biotechnologisch hergestellte Medikamente kommen aus dem Forschungs- und Entwicklungsstadium heraus und drängen zur Marktzulassung. Hier bietet sich die NewLab als unabhängiger Dienstleister an, um Qualität und Sicherheit dieser neuen Produkte zu überprüfen. Dabei muss das Unternehmen selber allerhöchste Qualität der Arbeit nachweisen und ist daher nach dem international anerkannten Standard der „Guten Herstellpraxis“ (GMP) und „Guten Laborpraxis“ (GLP) zertifiziert. Regelmäßige

Inspektionen sowohl durch Behörden als auch durch Kunden stellen sicher, dass diese Standards auf höchstem Niveau in den Arbeitsalltag der NewLab Eingang finden und im Unternehmen gelebt werden.

Im Jahre 2005 wurde die Analysis Biomedizinische Test GmbH in Köln von der NewLab übernommen. Das im Rechtsrheinischen Technologiezentrum (RTZ) ansässige Unternehmen war ein Spezialanbieter für die biopharmazeutische Industrie und der ideale Partner für die NewLab, um ihre Kompetenz in dem Bereich der Sicherheitsstudien für die biopharmazeutische Industrie zu erweitern. Aufgrund der hervorragenden Infrastruktur im RTZ, die gut eingerichteten Laborräumlichkeiten der Sicherheitsstufen 1 bis 3, entschloss sich die NewLab, das Geschäft in Köln im RTZ weiter zu betreiben und vor Ort auszubauen. Mittlerweile wurde eine weitere Labor- und Büroetage angemietet.

Qualität und Sicherheit – mit diesem Konzept ist die NewLab weiter auf Expansionskurs. Sie hat im Kölner RTZ das geeignete Umfeld gefunden, dieses Ziel erfolgreich zu verwirklichen.

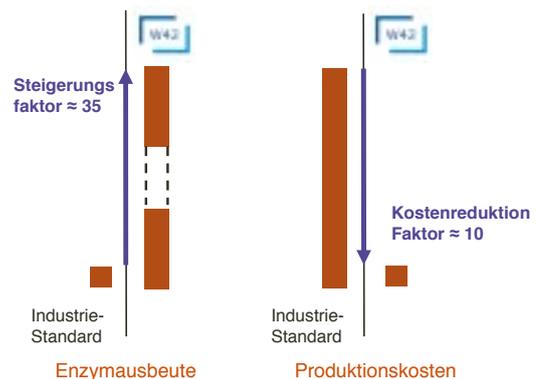
Dipl.-Biol. Melanie Dippel, NewLab BioQuality AG
www.newlab.de



Neu im RTZ: W42 Industrial Biotechnology



W42 Industrial Biotechnology ist seit August 2005 als Experte für die Entwicklung von hoch effizienten Stämmen für die Produktion von technischen Enzymen tätig. Die methylotrophe Hefe *Pichia pastoris* dient vorrangig als Expressionssystem, welches sich durch eine sehr hohe Kapazität, ein äußerst robustes und reproduzierbares Fermentationsverhalten und ein unkompliziertes DSP auszeichnet. W42 hat ein eigenes, unabhängiges Expressionssystem entwickelt und bietet somit seinen Kunden eine industriell gut etablierte und kostengünstige Variante zur Herstellung technischer Proteine an. Ein Spitzenwert von 30 g aktivem Protein pro Liter Kulturbrühe konnte bereits erreicht werden. Als Dienstleister kann W42 ein komplettes Paket anbieten, das von der Optimierung des Gens, der Stammentwicklung über die Fermentation und das DSP einschließlich der Immobilisierung bis zur biokatalytischen Prozessentwicklung reicht. Die Entwicklung eigener technischer Proteine für die pharmazeutische und Lebensmittel-Industrie ist weiterer Schwerpunkt unserer Aktivitäten.



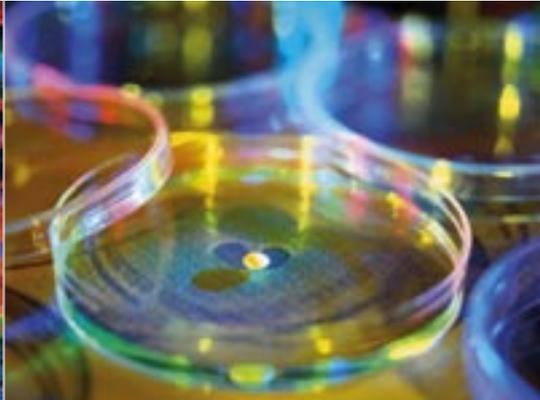
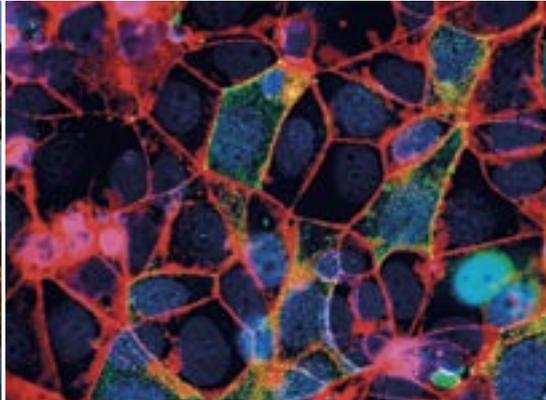
Weitere Expertise von W42 ist die Optimierung der Biosynthesewege für niedermolekulare natürliche Wirkstoffe, die von der Organismengruppe der Aktinomyzeten produziert werden. Ziel ist die Entwicklung von industriellen Produzentenstämmen um eine industrielle Herstellung natürlicher Wirkstoffe, wie z.B. Antibiotika, Immunsuppressoren oder Krebstherapeutika zu ermöglichen.

Angar Stratmann, www.w42biotechnology.de

2007

European BioPerspectives

30 May – 1 June 2007 • Cologne • Germany



 2007*DE

Hosts:  Federal Ministry
of Education
and Research

 Federal Ministry
of Economics
and Technology



DISTINGUISHED SPEAKERS

Per Berglund, Stockholm, Sweden • Ralph Bock, Golm, Germany • Al Cunningham, Bozeman, USA • Emmanuel Delamarche, Zurich, Switzerland • Jaime Finguerut, Piracicaba, Brazil • Levi Garraway, Boston, USA • J. Bruce German, Davis, USA • Robert Huber, Martinsried, Germany • Kai Johnsson, Lausanne, Switzerland • Juha Kere, Huddinge, Sweden • Hans Kast, Ludwigshafen, Germany • Sang Yup Lee, Daejeon, Korea • Friedrich Lottspeich, Martinsried, Germany • Chris Lowe, Cambridge, UK • Bo Mattiasson, Lund, Sweden • Andres Metspalu, Tartu, Estonia • Alfred Oberholz, Düsseldorf, Germany • Andreas Offenhäuser, Jülich, Germany • Steve Oliver, Manchester, UK • Christian Patermann, Brussels, Belgium • Atanas Pavlov, Plovdiv, Bulgaria • Marie-Noëlle Pons, Nancy, France • Manfred Reetz, Mülheim, Germany • Bernd Riedl, Wuppertal, Germany • Steen Riisgaard, Bagsvaerd, Denmark • Dietmar Schomburg, Braunschweig, Germany • Kári Stefánsson, Reykjavik, Iceland • Janet Thornton, Hinxton, UK • Rob van Leen, Heerlen, The Netherlands • Marc van Montagu, Ghent, Belgium • Harald zur Hausen, Heidelberg, Germany

www.bioperspectives.org

30 May 2007

En Route to the Knowledge-Based Bio-Economy

A high-level conference of the German Presidency of the Council of the European Union presenting:

- visions of industry, science and politics
- plenary lectures, workshops and panel discussion
- presentation of the **Cologne Paper** on strategic issues for research and industry

31 May – 1 June 2007

BioPerspectives

The third conference of this format will again unite 18 major biosciences societies and biotech organisations in presenting:

- an outstanding scientific lecture programme
- an industry exhibition
- and tech transfer partnering sessions

Topics:

- Proteomics/Functional Genomics/Systems Biology
- Protein & RNA Engineering/Structural Biology/ Bioinformatics
- Molecular and Personalized Medicine, Nutrition
- Industrial Biotechnology
- Chemical Biology
- Plant Biotechnology/Renewable Resources
- Nanobiotechnology

Organiser:



Sponsors:



Co-Organisers:





European BioPerspectives 2007 – 30. Mai bis 1. Juni 2007 in Köln

Der Blick in die Zukunft der Biotechnologie

„En Route To The Knowledge Based Bio-Economy“ lautet das Motto der kommenden European BioPerspectives, die vom 30. Mai bis 1. Juni 2007 in Köln stattfinden wird. Anlässlich der deutschen EU-Ratspräsidentschaft wird am 30. Mai eine hochrangig besetzte Konferenz zu diesem Thema die Veranstaltung eröffnen.

Gastgeber sind das BMBF, das BMWI und die Europäische Kommission. Ein Höhepunkt wird die öffentliche Vorstellung des Cologne Paper zu den Perspektiven der Biotechnologie in den nächsten zwei Jahrzehnten werden. In einer Podiumsdiskussion werden herausragende Fachleute aus Wissenschaft und Wirtschaft das Thema aus ihrer Sicht diskutieren.

Das wissenschaftliche BioPerspectives-Vortragsprogramm vom 31. Mai bis 1. Juni 2007, zu dem 18 Fachgesellschaften beitragen, wird eine breite Palette an Themen abdecken (vgl. Anzeige).

Technologietransfer ist ein Schwerpunkt

Um die Umsetzung des Wissens in industrielle Anwendungen zu fördern, wird BioCologne gemeinsam mit der Dechema ein Partnering von Hochschulforschung und Industrie organisieren. Zu diesem Thema werden ebenfalls Vorträge stattfinden. Die Firmenausstellung, der Schülertag des Verbands deutscher Biologen und die Jobbörse gehören schon aus Tradition zum Programm der European BioPerspectives.

Verleihung des Cologne Bio Innovation Award

Anlässlich der European BioPerspectives verleihen die BioPartners Cologne und BioCologne den Cologne Bio Innovation Award. Ausgezeichnet werden wissenschaftliche Forschungs- und Entwicklungsleistungen, deren Nutzen für die praktische Anwendung offensichtlich ist und die sich voraussichtlich in absehbarer Zeit wirtschaftlich verwerten lassen. Die auszuzeichnende Innovation kann eine Substanz, eine Dienstleistung oder auch ein Verfahren

sein. In die Bewertung durch die Jury werden alle ausgestellten Poster einbezogen. Der Cologne Bio Innovation Award besteht aus der Vergabe eines 1., 2. und 3. Preises mit einem Preisgeld von insgesamt 6.000 Euro.

Anlässlich ihres 10-jährigen Bestehens wird auch die Vereinigung deutscher Biotechnologie-Unternehmen (VBU) den VBU-Kooperationspreis in Köln vergeben. Der Preis in Höhe von 5.000 Euro ist eine Auszeichnung für herausragende innovative Produkte, Verfahren und Methoden aus dem Bereich der Life Sciences, die in Kooperationsprojekten von Unternehmen (insbesondere KMU) mit wissenschaftlich-technischen Forschungseinrichtungen entwickelt worden sind.

Beide Preisverleihungen werden am 31. Mai 2007 im Rahmen der Posterparty stattfinden.

Weitere Informationen und Anmeldung:
www.bioperspectives.org

Ansprechpartner:
Matthias Neumann
DECHEMA e. V.
Frankfurt am Main
Telefon 069 / 7564 254
E-Mail: neumann@dechema.de
www.dechema.de

Veranstaltungsort ist das Congress-Centrum Ost auf dem Kölner Messegelände. Verantwortlich für die Gesamtorganisation der BioPerspectives ist die DECHEMA Gesellschaft für Chemische Technik und Biotechnologie e.V., Frankfurt am Main. Lokaler Partner ist das Kooperationsnetzwerk BioCologne.

BioPartners Cologne

The Biotech-Network of Sparkasse KölnBonn

Venture Capital + Financing + Lab and Office Space + Comprehensive Services



The right
address
for your **success**



Nattermannallee 1
50829 Cologne
Phone: +49 (0) 221.272218-0
Fax: +49 (0) 221.272218-178
info@biopartners-cologne.de
www.biopartners-cologne.de



Darüber reden!

Gründung: Wie alles anfing ...

Es gibt Menschen, die immer nach neuen Ideen suchen, um dann daraus ein Geschäft zu machen. Marktlücken werden eruiert, Markt und Marktchancen sondiert, ein Produkt strategisch geformt. Bei mir war es umgekehrt, aus einer Idee entstand ein studentisches Projekt und plötzlich war ein Produkt da, welches vermarktet werden wollte.

Die MuVi 3D GmbH, deren Geschäftsführer ich nun bin, produziert 3D-Filme. „MuVi“ - „Multiview Video Production“ - beschreibt die komplizierte Technik der Aufnahme mit mehreren Kameras gleichzeitig. Von der kompletten 3D-Filmproduktion über animierte 3D-Fotos bis hin zum Support für 3D-Kamerasystementwicklungen, dreht sich dabei alles um 3D-Displays. Diese so genannten autostereoskopischen Displays vermitteln dem Zuschauer direkt einen räumlichen Eindruck, ohne dass er eine 3D-Brille benötigt. Als ich meine Diplomarbeit bei einem Hersteller solcher Displays fertig gestellt hatte, fühlte ich mich stark. Ich hatte mir Wissen angeeignet, das doch ein wenig exotisch und auch zukunftsweisend auf dem Gebiet der Medientechnik schien.

Als junger Photoingenieur wollte ich dieses Wissen auch in die Praxis umsetzen. Doch als ich im Studio 1 der Filmakademie Baden-Württemberg ankam, drei Sets halbfertig aufgebaut waren, der Aufnahmeleiter versuchte, Ordnung in die 20-köpfige Crew zu bringen und der Kameramann mit einem Gesichtsausdruck auf mich zusteuerte, der sagte „Und was nun?“, da blieb nicht viel übrig von der Kraft, die mir mein Wissen gegeben hatte. Das hier war die Praxis und die kümmert sich wohl wenig um das, was die Theorie vorschreibt.

Nach dem Testdreh, der außer Erfahrungen wenig schöne 3D-Bilder lieferte, folgten weitere Testaufnahmen und Anfang 2006

stand das gleiche Team wieder am Set, um das eigens entwickelte Kamerasystem zum Einsatz zu bringen. In fünf Drehtagen und vielen Nachbearbeitungstagen (und -nächten), wurde das Showreel von Octoscope, so der Name unseres vierköpfigen Kreativteams, auf der CeBIT 2006 präsentiert.

Parallel wurde die Vorstellung immer konkreter, aus dieser Technologie auch ein Unternehmen zu machen. Und als der Octoscope-Präsentationsfilm von den Displayherstellern nach der CeBIT gerne mal an deren Kunden weitergegeben wurde, um das Potenzial der Displays zu zeigen (bisher wurden fast ausschließlich Computer-Animationen gezeigt), war klar, dass wir mit 3D-Filmen offensichtlich nicht nur uns selbst verwirklichen, sondern auch unseren Lebensunterhalt verdienen konnten.

In langen Telefonkonferenzen wurde diskutiert, doch ein richtiges Konzept fand sich nicht. Ratlosigkeit ging um. Wir waren 3D-Experten geworden, doch „Liquiditätsplan“ und „Kommanditgesellschaft“ waren für uns nur leere Begriffe, deren Sinn sich auch durch Recherche nur schwer erschloss.

Die Lösung hieß „Gründerzentrum“. Und obwohl auch dies eine neue Vokabel war, wurde im RTZ durch intensive Beratung vieles klar: Finanzierungswege und Gesellschaftsformen wurden transparent, Vorteile einer systematischen Arbeitsweise erkannt. Der schlimmste Fehler, den man bei einer Gründung – oder anderen komplexen Problemen – wohl machen kann, ist das Bestreben, alles sofort und gleichzeitig verstehen und erledigen zu wollen. Wichtig sind ein gutes Zeitmanagement und eine gewisse Gelassenheit. Und ein paar Dinge darf man auch morgen erst verstehen.

MuVi 3D Multiview Video Production GmbH



Wir produzieren 3D-Industriefilme für 3D-Displays. Unsere Filme können ohne 3D Brille betrachtet werden. Durch einen 3D-Film können unsere Kunden die Aufmerksamkeit automatisch auf ihr Produkt und ihr Unternehmen ziehen, da dieses neue Seherlebnis fasziniert. Darüber hinaus berät MuVi 3D Firmen bei der Auswahl geeigneter 3D-Systeme für Messen, Roadshows oder am Point of Sale. MuVi 3D legt dabei Wert auf ein Konzept, welches von der Planung des 3D-Auftritts eines Unternehmens über die inhaltliche Gestaltung bis hin zur Präsentation auf die optimale Ausnutzung der 3D-Wirkung der Bilder abgestimmt ist.

MuVi 3D konnte am 15./16. März 2007 auf der CeBIT in Hannover die verblüffende Wirkung von 3D-Filmen demonstrieren. Benjamin Klapper, Tel.: 02238-130662, www.muvi3d.de



Und mitten im Gründungsgeschehen erreichte uns die freudige Nachricht, dass ein das Stipendium des AV-Gründerzentrums NRW bewilligt wurde. Mit dem Stipendium – einer finanziellen und inhaltliche Unterstützung – fühlte ich mich wieder stark: auch andere trauten der Geschäftsidee „3D-Film ohne Brille“ einen Erfolg zu.

Aber war da wieder die Praxis, die mich auf den Teppich zurückführte. Gemäß Stipendium musste innerhalb von zwei Monaten die Firma gegründet sein. Für diese Entscheidung durch vier Individualisten, welche an drei Orten in Deutschland verteilt saßen, bereits zwei Lager gebildet hatten und eine Firma gründen wollten, gab es leider null Chancen. So führten die nächsten Wochen und Monate zu der Erkenntnis: Zusammen arbeiten: Ja! Zusammen gründen: Nein!

Und: eine Firmengründung hält zunächst nur auf, bei dem, was man eigentlich machen will. Bei diesem „notwendigen Übel“ ist man erstmals gezwungen sich einen Überblick über Rechte und

Pflichten eines Unternehmers zu verschaffen. Und wer mitspielen will, muss nun mal auch die Spielregeln kennen – und beachten. So habe ich also meine Geschäftsidee in einem Businessplan festgehalten, die Gründung der MuVi 3D GmbH durchgeführt und begonnen unternehmerisch zu handeln. Dadurch war ich immer wieder gezwungen zu reflektieren, was geschafft ist, welche Planungen mit welcher Priorität voranzubringen sind wie die geschäftliche Zukunft sich darstellt. Grundlegende Fragen waren aufzuarbeiten: Wie entwickelt sich der 3D-Markt? Soll MuVi 3D Inhalte oder Kameras (bzw. beides) produzieren? Wo sind die Kunden für meine Produkte? Und immer wieder die Frage: Mache ich das alles richtig?

Für Alleingründer ist Reflektion oft schwierig. Aber der Freiraum bei der Planung ist größer. Bei allen Stärken und Schwächen eines Gründers und auch eines Unternehmers ist eines besonders wichtig: Darüber reden!

(und zwar mit den richtigen Leuten: Dank an Bettmann, Hahn, Kaub und Lempe)

INDUSTRIE SERVICE · LEISTUNGEN FÜR IHRE SICHERHEIT



Für die Zukunft.

Kraftwerks- und Energietechnik, Genehmigungsberatung, Brand- und Explosionsschutz ... Die Liste der Leistungen für mehr Wettbewerbsfähigkeit unserer Kunden und Sicherheit unserer Gesellschaft ist lang. Unsere neutralen und unabhängigen Sachverständigen kennen die Abläufe und Prozesse in Chemieparcs und Großunternehmen genauso wie in mittelständischen Betrieben. Und damit auch einen Weg, Sie und Ihr Unternehmen erfolgreich zu unterstützen.

TÜV Rheinland Industrie Service GmbH
Am Grauen Stein · 51105 Köln
Tel 0221 806-2402 · Fax 0221 806-2403
Mail is-koeln@de.tuv.com
www.tuv.com

 **TÜVRheinland®**
Genau. Richtig.

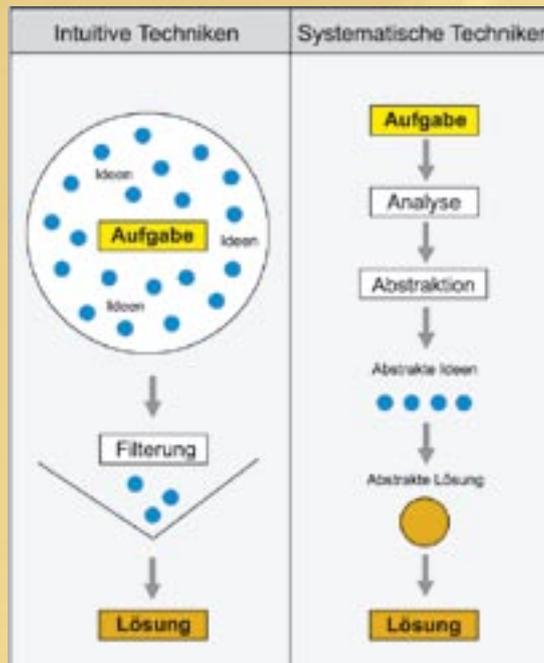
KREATIVITÄT

Im Internet bieten sich 37.600 Suchergebnisse zum Begriff „Kreativitätstechniken“ an und man darf wohl davon ausgehen, dass es mindestens 100 solcher Techniken gibt. Welche ist nun die richtige für den im Einzelfall geplanten Zweck? Eine klare Antwort hierzu wird es kaum geben, aber Hinweise, worauf man achten sollte.

Zunächst gibt es praktische Gründe für die Methodenwahl: Anzahl der Teilnehmer, verfügbarer Zeitrahmen und benötigtes Material. Das „Open Space“ ist beispielsweise für Massen von Teilnehmern gedacht, während die Methode von Walt Disney, der sich in verschiedene Rollen versetzte – Visionär, Realist, Kritiker – allein durchführbar ist.

Jemand, der eher schüchtern ist, wird schriftliche Methoden einem offenen Brainstorming vorziehen, wie etwa „Brainwriting“. Visuell veranlagte Menschen nutzen gerne Bildmaterial zur Anregung, beispielsweise „Galeriemethode“. Manche Techniken schaffen bewusst Anonymität, um den Ideen des Praktikanten gleichwertig mit denen des Chefs Geltung zu verleihen, denn Chefs besitzen ihre höhere Kompetenz nicht unbedingt aufgrund ihrer Kreativität.

Einen regelrechten Methodenstreit entfacht die Frage, ob eine intuitive Vorgehensweise oder eine systematische Technik zu besseren Ergebnissen führt.



Intuitive Methoden (siehe Tabelle) setzen auf freien Ideenfluss. Sie erzeugen eine Konzentration der Vorstellungskraft, indem veränderte Perspektiven eingenommen werden. Eine achtsame Wahrnehmung eröffnet einen neuen Blick auf Selbstverständliches und das Ausschalten des „inneren Kritikers“ weicht die eigenen Denkbarrieren auf.

Systematische Methoden analysieren und abstrahieren zunächst das Problem, um dann nach strengen Regeln Analogien zu finden, Kombinationen aus Schlüsselwörtern zu bilden oder eine festgelegte Frageliste abzuarbeiten. Die „TRIZ“-Technik, eine besonders strenge Systematik, wird in einer der nächsten Ausgaben des Rheinzeigers näher behandelt.

Eine Antwort auf den Methodenstreit kann nur heißen: Beides ist richtig. Dem strengen Analytiker wird die Befreiung von Gewohnheiten durch Fördern seiner Intuition genauso gut tun, wie dem kreativem „Spring-ins-Feld“ die Selbstdisziplin, sich zur strengen Systematik zu zwingen. Kreatives Denken trotz bereits an diesem Punkt

jeder Festlegung. Es ist logisch und unlogisch, planvoll und chaotisch zugleich. Das Aushalten von Widersprüchen und ein spielerischer Umgang mit Kreativtechniken lässt den Anwender die richtigen Methoden für seine Persönlichkeit, sein Team und die zu lösende Aufgabe finden.

Ausprobieren strengstens erlaubt!

Monika Heilmann; Tel.: 0221-1704020; www.arthropia.de

Arthropia ist eine Ideagenatur, die kreatives Denken, technische Logik und wirtschaftlichen Sachverstand miteinander verbindet, denn Innovation entsteht dort, wo der eigene Fachhorizont überschritten wird. Arthropia unterstützt Unternehmen beim Finden neuer Lösungswege zur nachhaltigen Verbesserung ihrer Marktplatzierung und Kundenbindung. Große Unternehmen lagern „Tüftlerteams“ aus, um ihnen den nötigen kreativen Freiraum zu bieten. So etwas bindet Kapazitäten, die im Tagesgeschäft kleinerer Unternehmen nicht entbehrlich sind. Hier setzt Arthropias Angebot an, je nach Bedarf: Vorträge, Beratung, Trainings, projektbegleitendes Innovationsmanagement, bis zur Übernahme der gesamten Recherche- und Entwicklungsarbeit.

um sie neu zu entdecken.

Manchmal muss man die Welt auf den Kopf stellen,

S-TECHNIKEN

METHODE	KURZE BESCHREIBUNG	PERSONENZAHL / MITTEL
INTUITIVE METHODEN		
Brainstorming	In der Gruppe werden mündlich spontane Assoziationen und Ideen zu einer vorgegebenen Aufgabe gesammelt.	3-7 Personen, ein erfahrener Moderator / (Flippchart)
Open Space	Ideen-Konferenz mit „Marktplatz“ für Vollversammlungen, Plenum und Small-Talk und Workshops, die von einzelnen Teilnehmern gestaltet werden.	50-500 Personen / Räume, Verpflegung, Moderationsmittel
Schreib-Dialoge	MindMapping: Die Ideen werden um die Aufgabe im Zentrum geschrieben und das Blatt gedreht.	3-7 Personen / großes Blatt Papier
Visuelle Konfrontation	Es werden Assoziationen zu Bildern gesammelt.	Als Einzelperson möglich / Bildmaterial
HALBSYSTEMATISCHE METHODEN		
Morphologische Tabelle	Die Aufgabe wird nach einzelnen Merkmalen aufgeschlüsselt und tabellarisch für jedes Merkmal Ideen gesammelt.	1-20 Personen / vorgefertigte Tabellen
Fischgräten-Diagramm	MindMapping systematisch auf ein Ziel bezogen und nach kausalen Beziehungen strukturiert	3-7 Personen / großes Blatt Papier
Begriffs-Kombinatorik	Kombination von Schlüsselwörtern, aus denen assoziative Ideen entwickelt werden	1-5 Personen / Schreibmaterial
KAUFE-Fragen	Kombinieren? Anpassen? Ausweiten? Abwandeln? Umstellen? Umkehren? In andere Form verwandeln? Ersetzen? Eliminieren?	1-5 Personen / Schreibmaterial
SYSTEMATISCHE METHODEN		
SIT Systematic Inventive Thinking	1. „Closed World“: Analyse bestehender Lösungen nach Mängel, Ausschluss zusätzlicher Mittel 2. „Particle Method“: Zurück von idealer Lösung zur gegenwärtigen Situation (angelehnt an TRIZ)	3-7 Personen / Zugriff auf Labor, Werkstatt, etc., geeignet für F&E Teams
TRIZ Theorie zur Lösung erfindischer Probleme	Lösung von Widersprüchen als ideales Endresultat, mithilfe von Lösungsprinzipien, die aus der Analyse von Patenten gewonnen wurden	3-7 Personen / TRIZ-Widerspruchstabelle, Buch: Physikal./Chem. Effekte

Lehrreiches aus dem Internet



Das Team Video4Brain

Mit gutem Vorbild voran: Die Gewinner des TradeFair-Awards 2007 des Hochschulgründernetz Cologne überzeugten die Jury mit einem Video-Lernportal im Internet. „Video4Brain“ heißt das Projekt, das dem allgemeinen Trend der Mitmach-Plattformen im Internet Rechnung trägt – mit dem Unterschied, dass sämtliche Inhalte einen Nutzen haben sollen. Malte Klocke, der mit Robin Wuchter und Marite Klavina ein Team gebildet hat, erklärt das Projekt im RheinZeiger-Interview.

Was ist unter Video4Brain zu verstehen?

Malte Klocke: Video4Brain, kurz V4B, ist ein Videoportal für Bildung und Lernen im Internet, an dem sich jeder kostenlos beteiligen und Lehrvideos hochladen kann.

Wie entstand die Idee dazu?

Malte Klocke: Aus praktischen Gründen: Anfang 2005 nahm ich, leider wenig erfolgreich, an einem Tanzkurs an der Uni teil. Später suchte ich im Internet vergeblich nach helfenden Lehrvideos. Trotz der zahlreichen Videoportale war die Situation zwei Jahre später nicht anders. Daher erschien es uns als gute Idee, eine Plattform für Lehrvideos anzubieten, mit denen anschließend gearbeitet werden kann.

Mit welcher Begründung wurde Ihr Projekt Sieger des Wettbewerbs?

Malte Klocke: Das klingt vermutlich merkwürdig – aber ich glaube, es lag am Bier. Um das Prinzip von V4B anschaulich zu demonstrieren und die Aufmerksamkeit auf unseren Messestand zu

lenken, haben wir im Hintergrund per Video gezeigt, wie sich eine Bierflasche mit der Hacke öffnen lässt. Das kam offensichtlich nicht nur bei den Studenten, sondern auch bei der Jury gut an. Hinzu kommt aber sicher, dass wir mit unserer Idee im Trend der aktuellen Web-2.0-Entwicklung liegen und einen wachstumsstarken Markt belegen können.

Wird Video4Brain zur Marktreife gebracht?

Malte Klocke: Ja. Der Gewinn des TradeFair ist eine große Motivation, das Projekt in die Tat umzusetzen. Diese Gelegenheit wollen wir uns nicht entgehen lassen und ausprobieren, ob sich die Idee am Markt durchsetzen lässt. Zurzeit arbeite ich mit zwei Freunden an der Umsetzung.

Für wann ist der Startschuss geplant?

Malte Klocke: Mitte März werden wir mit einer Betaversion online gehen. Allerdings aus markenrechtlichen Gründen nicht unter dem Namen Video4Brain, sondern unter „www.videotomie.de – Das Video Lernportal“.

Wir machen die Welt ein wenig bunter.

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

im Zentrum von Siegburg

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



KPLTEAM

Medien, Druck und Werbeatelier GmbH

IMPRESSUM

Herausgeber



Verein zur Förderung der rechtsrheinischen gewerblichen Wirtschaft Köln e. V.



Rechtsrheinisches Technologie- und Gründerzentrum Köln GmbH

Gottfried-Hagen-Str. 60-62; 51105 Köln; Telefon 02 21/839 11-0

Redaktion: Dr. Heinz Bettmann, Ilona Schulz

Konzeption und Gestaltung: dreisprung mediendesign

BUCHTIPPS

Darf's ein bisschen mehr sein?

Wie Sie in Verkaufsgesprächen überzeugen

„Ein Unternehmen lebt nicht von dem, was es produziert, sondern von dem, was es verkauft“, lautet ein bekanntes Sprichwort. Aber wie lassen sich eigene Produkte an den Mann bringen, wenn die Konkurrenz stets dasselbe versucht? Neben dem Alleinstellungsmerkmal und einem durchdachten Marketing zählt der Mensch, der das Produkt verkauft. Und der sollte nicht nur sympathisch und freundlich, sondern vor allem kompetent und überzeugend sein. Wer zudem die Kunst beherrscht, den potentiellen Kunden sowohl logisch als auch emotional für sich zu gewinnen, hat beste Aussichten auf Erfolg.

Verhalten

Ein aussichtsreiches Verkaufsgespräch ist zum einen abhängig vom Verhalten beider Beteiligten. Mit Hilfe geeigneter Techniken kann der Verkäufer das Gespräch steuern und den Kunden positiv beeinflussen. Im Geschäftsalltag ist das allerdings längst nicht immer der Fall: Eine weltweite Vertriebsstudie der Frankfurter Proudfoot Consulting hat ergeben, dass fast die Hälfte der 800 befragten Unternehmen mit ihrem Vertriebsteam unzufrieden sind. Rund 60 Prozent sind gar der Meinung, ihre Mitarbeiter seien im Bereich des aktiven Verkaufens schlicht unfähig.

Rechtsrheinisches Technologie- und Gründerzentrum Köln GmbH

Hier haben Gründer
Zeit und Raum!



Gut beraten gründen
und sicher wachsen!

www.rtz.de



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

Ganz einfach verkaufen

Die 12 Phasen des professionellen Verkaufsgesprächs

Hermann Scherer, Gabal-Verlag

ISBN-10: 3897493411, 15,90 Euro

Wie man Kunden gewinnt

Das weltweit erfolgreichste Leitbuch moderner

Verkaufspraxis

Heinz M. Goldmann, Cornelsen

ISBN-10: 358923623X, 24,95 Euro

Käufertypen

Wichtig zu wissen ist zunächst, warum der Mensch überhaupt kauft. Eine Erhebung der Schober Information Group zeigt fünf verschiedene Käufertypen auf: Zum einen den „luxusorientierten Selbstdarsteller“ mit einem Hang zu Spontankäufen, zum anderen den „qualitätsbewussten Lust- und Laune-Käufer“, der sich nicht an eine Marke binden mag, aber gerne am Verkaufsort (Point of Sale, kurz PoS) verlocken lässt. Einen weiteren Typ bilden die „selbstbewussten Markentreuen“, die gerne Schnäppchen jagen und auf Beratung verzichten. Dagegen steht der „Qualitätskäufer“ mit Beratungs- und Serviceanspruch, den der Preis nicht vorrangig interessiert. Und dann gibt es noch die „vernunftorientierten Schnäppchenjäger“, deren Markenbewusstsein nicht sehr ausgeprägt ist.

95 Prozent der Käufer entscheiden emotional

Als erstes gilt es herauszufinden, mit welcher Art Kunde es der Verkäufer zu tun hat. Anschließend kann er diese Informationen nutzen, um sie mit dem Produkt oder der Dienstleistung zu verknüpfen. Eine Verkaufsgarantie ist damit allerdings noch nicht gegeben: Wissenschaftlich wurde bewiesen, dass Käufer zu 95 Prozent emotional entscheiden - egal, welcher Gattung sie angehören.

Auftreten

Zu den Techniken eines Verkaufsgesprächs zählen daher auch ein überzeugendes Auftreten und eine zweiseitige Argumentation, die dem Kunden nicht nur Lobhudeleien, sondern auch Schwachstellen aufzeigt. Eine qualifizierte Beratung besticht durch Ehrlichkeit - ebenso wie durch Fachwissen und Fakten, eine interessante Produktpräsentation und das Aufzeigen von Alternativen. Denn bei aller Emotionalität benötigen Kunden einleuchtende Gründe, um ihren Kauf rechtfertigen zu können. Geschultes Verkaufspersonal ist dabei eine wichtige Hilfe. Neben Kompetenz sollten Verkäufer ein gepflegtes Erscheinungsbild und sprachliche Gewandtheit besitzen, sachlich argumentieren und gut zuhören können.

Sprache

„Wer etwas verkaufen will, muss die Sprache beherrschen“, formulierte der kolumbianische Schriftsteller Gabriel Garcia Márquez einmal. „Aber wer etwas kaufen will, den versteht jedermann.“ Sofern der Verkäufer sich auf hundertprozentig auf den potentiellen Kunden einlässt. Es ist eben der Mensch, der am meisten zählt.



The international platform for young people to discover and develop their potential

AIESEC: WISSENSTRANSFER INTERNATIONAL



AIESEC ist die größte internationale Studentenorganisation mit weltweit rund 650 Lokalkomitees in über 90 Ländern. In Deutschland ist AIESEC an über 50 Universitäten vertreten. AIESEC wurde vor mehr als 50 Jahren von sieben europäischen Studenten gegründet, um einen Beitrag zur Völkerverständigung zu leisten und junge Menschen über Grenzen hinweg zusammenzubringen. Heute setzen sich rund um den Erdball über 20.000 Studierende in über 90 Ländern ehrenamtlich für dieses Ziel ein.

Durch intensive internationale Zusammenarbeit und gemeinsames Lernen mit 3.500 externen Partnern ermöglichen wir Studierenden weltweit, ihre Persönlichkeit zu entwickeln und die Zukunft unserer Gesellschaft aktiv mitzugestalten. Unser weltweites Netzwerk bietet vielfältige Möglichkeiten für unsere Praktikanten, Mitarbeiter und Unternehmen, sich im Rahmen des internationalen Praktikantenaustauschs bei uns, sich zu

engagieren und gemeinsam Aktivitäten zu organisieren. Mit unseren vielfältigen Austauschprogrammen setzen wir konsequent um, was uns am wichtigsten ist: Persönlichkeitsentwicklung durch die Erfahrungen im Alltagsleben einer fremden Kultur. Der Umgang mit den Menschen, ihren Bräuchen, Problemen, Arbeitsweisen und den Eigenheiten einer anderen Kultur ist ein besonderes Erlebnis für alle Beteiligten und eine gute Vorbereitung auf die Zukunft. Toleranz und Flexibilität gegenüber anderen Denk- und Lebensweisen ist auch in Anbetracht der Globalisierung der Märkte notwendig. In Köln engagieren sich insgesamt 80 Mitarbeiter.

Wir von AIESEC Köln veranstalten mehrere Projekte jährlich mit dem Ziel, den Studierenden zusätzliche Lernerfahrungen zu bieten. Zu diesen Veranstaltungen gehören unter anderem das Firmenkontakt-Gespräch, Case Study Competition und Colloquium Privatissime. Auf lokaler Ebene kooperieren wir hierzu mit Firmen wie Ford-Werke AG, Kaufhof Warenhaus AG, KPMG DT AG, Ströer Out of Home Media AG, WestLB und mittelständischen Unternehmen wie Accenture GmbH, Rechtsrheinisches Technologie Zentrum, Theron Business Consulting und vielem mehr. Bei Interesse an einer Zusammenarbeit im Bereich der Praktikantenvermittlung oder im Bereich unserer Projekte sind Sie herzlich dazu eingeladen, sich an uns zu wenden.

AIESEC Lokalkomitee Köln c/o Universität zu Köln

Albertus Magnus Platz, 50923 Köln

Tel.: +49 221 139 41 15, Fax: +49 221 139 41 16

www.aiesec.de/koeln

Termine & Events 2007

AUGUST

24. August; IHK Köln

Gründer- und Nachfolgetag 2007

Veranstalter ist der Kooperationsverbund Unternehmerstart Köln e.V.. Das RTZ ist mit einem eigenen Stand vertreten.

AUSBlick

9. – 11. Oktober, Hannover

BioTechnica 2007

Die internationale Fachmesse für Biotechnik – in Hannover.

Die Region Köln wird durch BioCologne, die BioPartners

Cologne – und mit ihnen im Verbund das RTZ – vertreten.