

Rheinzeiger

Innovationen und Perspektiven rechtsrheinisch

Köln, November 2006

→ AKQUISITION UND KUNDENBINDUNG

➤ Innovationstransfer in der Praxis

Biotechnik-Unternehmen
im RTZ

➤ Die richtigen Worte finden:

Wie Pressemitteilungen
richtig ankommen

➤ Telekommunikations- Lösungen für jeden Bedarf

➤ Guter Auftritt beim Kunden: Erfolg dank Business-Knigge

www.rheinzeiger.de





Liebe Leser,

die Veränderung unserer Umgebung geht in deutlichen Schritten voran. Dies konnte in den letzten zehn Jahren im rechtsrheinischen Köln gut beobachtet werden. Anfangs schrieben die lokalen Medien noch, Kalk werde untergehen, die „Verslummung“ – wie in manchen Vorstädten amerikanischer Metropolen – werde kommen.

Diese Schwarzseher mit ihren apokalyptischen Vorhersehungen haben – zum Glück – nicht recht behalten. Im Rechtsrheinischen hat sich viel geändert, ja – aber zum Positiven. Wie auch aus anderen Regionen bekannt, hat der Strukturwandel, verbunden mit der Einbindung von Zukunftstechnologien, hier neue Perspektiven gebracht. Zur Keimzelle dieser Veränderung gehört sicherlich auch das RTZ. Hier ist in den letzten Jahren viel investiert worden, um neue Unternehmen und damit neue Arbeitsplätze zu schaffen. Aus dem RTZ sind inzwischen mehr als 80 Unternehmen hervorgegangen, die hunderte Arbeitsplätze schufen. Auf dem Hagen-Campus ist diese „neue Zeit“ schon fast zur Normalität geworden.

Das Polizeipräsidium wurde nach Kalk verlegt. Das offene Gebäude ist auf dem Gelände einer Industrie-Ruine entstanden und steht Kalk gut zu Gesicht. Alte Industrie verschwindet, neue Dienstleistung siedelt sich an. So sind auch die Köln-Arkaden entstanden. Das Konzept und auch die Ausführung mögen umstritten sein, aber die Arkaden gehören zu den Veränderungen, die typisch sind für die heutige Zeit, und sie werden

uns erhalten bleiben. Auch das ODYSSEUM oder das Cologne Science Center werden in nächster Zeit Gestalt annehmen – hier wird jeder den Nutzen moderner Wissenschaft selbst erleben können. Verbunden mit einem Park und Wohnhäusern entsteht ein attraktiver neuer Stadtteil.

Viele Unternehmer haben diesen Schwung genutzt und in ihr Geschäft investiert, um mit der neuen Umgebung mitzuhalten. Dafür unseren Dank. Es wurden nicht nur Straßen saniert, sondern auch neue wichtige Verkehrswege mit Anschluss an die Stadtautobahn fertig gestellt. Die Besucher erkennen, dass hier ein positiver Wandel vor sich geht und noch viel – für Investoren interessantes – Entwicklungspotenzial vorhanden ist.

Es liegt auch an den Bürgern, das Beste aus all dem zu machen. Nicht Jammern, sondern Zusammenstehen und die neuen Chancen nutzen, um unsere Zukunft mitzugestalten, muss die Devise sein. Die „guten alten Zeiten“ kehren nicht zurück. Deshalb muss man sich engagieren. In neuen Netzwerken und mit neuen Ideen. Es macht Spaß, die eigene Umgebung weiterzuentwickeln und Neues mitzugestalten. Und dann ist man dabei und darf den Erfolg genießen. Das Potenzial ist da. Wie im RTZ.

Ihr

Dr. Andreas Madaus,
Vorsitzender des vfw Köln rechtsrheinisch

Wer sucht, der findet – den richtigen Wissenschaftler in der Kölner Region

In der Kölner Wissenschaftsdatenbank können Unternehmen nach Experten suchen.

Unternehmen können ab sofort in der Kölner Wissenschaftsdatenbank (www.wissenschaftsdatenbank-koeln.de) auf einfache und Zeit sparende Weise nach Experten aus Wissenschaft und Forschung suchen. Durch die Eingabe von Suchwörtern werden Profile der entsprechenden Fachleute aus der Wissenschaft aufgelistet und der suchende Unternehmer kann direkt Kontakt aufnehmen. Die Industrie- und Handelskammer zu Köln, die Kreissparkasse Köln und die Sparkasse KölnBonn unterstützen die Wissenschaftsdatenbank, um Kooperationen zwischen Wirtschaft und Wissenschaft zu fördern.

Nähere Informationen zum Thema Wissensdurst findet sich unter www.koeln.de/bildung/wissensdurst oder www.wissensdurst-koeln.de

Kontakt über das Projektbüro der Kölner Wissenschaftsrunde:

KÖLNER WISSENSCHAFTSRUNDE

PROJEKTBURO
Fachhochschule Köln
Zentrum für Forschungskommunikation
Ubierring 40 | 50678 Köln
Telefon | Fax 0221 / 8275-3187
wissensdurst@koeln.de



Termine & Events

24. November 2006, Köln
Auftaktveranstaltung zum Gründerplanspiel „Spiel den Boss“ in der FH Köln;
Näheres: www.hgnc.de

24. November 2006, Köln,
Gründertag des KölnDesign e. V. für Existenzgründer aus dem Bereich Design im RTZ. Nähere Informationen:
www.koelndesign.de

27. November 2006, Köln
Verleihung des Kölner Innovationspreises in der Piazzetta des Historischen Rathauses zu Köln. 19:00 Uhr

BioPerspectives 2007 in Köln

2007 ist das Jahr großer Ereignisse in Köln. Natürlich gibt es wieder eine hgnc-Gründerübung, und auch der NUK-Businessplan-Wettbewerb bietet Existenzgründern wieder vielfältige Starthilfen. Ein Großereignis ruft aber im Mai 2007 die Biotechnologen und Biotechnik-Unternehmen auf den Plan. Die „BioPerspectives“, einer der wichtigsten Biotechnik-Kongresse in Europa, findet vom **30. Mai bis 1. Juni 2007 in der KölnMesse** statt.

Veranstalter der Tagung ist die Dechema in Zusammenarbeit mit allen Biotechnik-Gesellschaften und -Verbänden in Deutschland. Lokaler Veranstaltungspartner ist BioCologne, das Netzwerk der Firmen, Förderer und Freunde der Biotechnik in Köln.

BioPerspectives 2007:

- Wissenschaftliche Tagung** mit Poster-Session
- „High-level-Konferenz“ zu den **Perspektiven der Biotechnik** in der EU mit Verabschiedung des „Cologne-Paper“; organisiert durch die Deutsche EU-Präsidentschaft und die Europäische Kommission
- Partnering** mit dem Schwerpunkt „Science to Business“ (Transfer); organisiert durch BioCologne und Dechema
- Biotechnik-Messe** Präsentation von Biotechnik-Unternehmen aus Deutschland und anderen Ländern

Infos: www.bioperspectives.org



TAPIOVARA gewinnt Wettbewerb des Hochschulgründernetzes cologne (hgnc)

Am 29. Juni hieß es im Historischen Kölner Rathaus zwar nicht „And the Oscar goes to ...“, die 15 Teilnehmer der hgnc-start-up-Gründerübung 2006 waren jedoch nicht weniger aufgeregt als die Schauspielerinnen und Schauspieler im Moment der Entscheidung. Denn wie der Moderator der Veranstaltung Martin Mölder betonte, war wie bei der Oscar-Verleihung „wirklich nicht bekannt, wer einen Preis bekommt“.

Den Sonderpreis des vfw Köln rechtsrheinisch in Höhe von 500 Euro erhielt Lars Haferkamp. Überzeugt hat der Diplom-Informatiker und aktive Leistungssportler die Jury mit „OlympIT“, einem virtuellen Verein für Läufer im Internet.

Über 1.000 Euro als Hauptpreis des hgnc freute sich Jessica Käss, die mit dem Businessplan zu ihrer Firma „Tapiovara“ am Wettbewerb teilgenommen hatte. Nach dem Studium unter anderem der Filmwissenschaft möchte sie ein Unternehmen gründen, das Ergebnisse aus Wissenschaft

und Forschung in audiovisuellen Produktionen präsentiert.

Mut machte den Wettbewerbsteilnehmern Susanne Ossinondè, die im Vorjahr an der Gründerübung teilgenommen hatte und mit ihrer „Personal Training Company“ inzwischen sehr erfolgreich ist (vgl. RheinZeiger 7, April 2006). Ebenfalls anwesend war Kirsten Zimmermann, die mit dem Konzept für „Einzelstück“ im Sommer 2005 den Hauptpreis gewonnen hatte.

Es könne noch viel getan werden, um ein „günstiges Klima für Gründer“ zu schaffen, meinte Bürgermeister Josef Müller in seiner Begrüßungsansprache. Seinem Vorschlag, in den Hochschulen eine „Kultur der Selbstständigkeit“ zu propagieren, stimmte Dr. Petra Witsch aus dem Ministerium für Innovation, Wissenschaft, Forschung und Technologie NRW zu.

Dr. Heinz Bettmann vom RTZ hat den hgnc-Wettbewerb für das Sommersemester 2007 bereits in Vorbereitung.

Leichter, stabiler, billiger

Methode zur Polymer-Veredlung gewinnt NUK-Businessplan-Wettbewerb 2006

Acht Monate lang hatten das NUK-Team und Fachberater die insgesamt 192 Konzepte von 339 Teilnehmern auf Herz und Nieren geprüft. Der Gewinner hieß am Ende Dr. Felix Winkelmann, Gründer des Bonner Unternehmens Addit's. Er wurde auf der Abschlussveranstaltung des neunten NUK-Businessplan-Wettbewerbs am 22. Juni 2006 ausgezeichnet.

Ein verstärkter Einsatz von Kunststoffteilen macht Autos gleichzeitig stabiler, leichter und billiger: Das schaffen die Veredlungsmethoden des jungen Unternehmens

Addit's. Dr. Felix Winkelmann fügt den Roh-Polymeren Zusatzstoffe (Additive) bei und verändert so ihre Eigenschaften erheblich. Dadurch werden die Kunststoffe fester, leichter und hitzebeständiger. So können schwere Metall- durch leichte Plastikteile ersetzt und die Materialkosten des Automobils gesenkt werden.

Ausgezeichnet wurden im KOMED-Saal des MediaPark außerdem die Gründer von The Smoothie Project aus Troisdorf, die gesunde und leckere Getränke aus der ganzen Frucht herstellen, sowie die Bonner BROWN IPOSS

GmbH, die Betreiber von Funk-Breitbandnetzwerken in Mittel- und Osteuropa bei Planung, Optimierung und Betrieb ihrer Netze unterstützt. Die Gewinner nahmen Preisgelder in Höhe von 7.500, 5.000 und 2.500 Euro mit nach Hause.

➔ Anmerkung:

Kick-off zur 10. Runde war am 24. Oktober 2006
Näheres: www.n-u-k.de

hagen_campus

Technologiepark

Der Hagen-Campus – ein moderner Technologiepark – nimmt im rechtsrheinischen Köln Gestalt an. Auf mehr als 30.000 Quadratmetern modernster Nutzfläche finden junge Unternehmen in den Zukunftstechnologien viel Raum zur eigenen Entfaltung in einem repräsentativen Ambiente.

Wo einst Batterien produziert wurden, sind heute Unternehmen aus dem Bereich der Kommunikationstechnologien ebenso vertreten wie Biotechnik-Unternehmen, Unternehmen aus dem medizinisch-technischen Bereich, Designer, Softwareentwickler und verschiedene Dienstleister aus dem Consulting-Bereich.

Hier erleben Gründer Innovationstransfer life!

Hier wird Wissens- und Technologietransfer praktiziert, Innovationen finden ihren direkten Weg zur Wirtschaft und zum Markt.

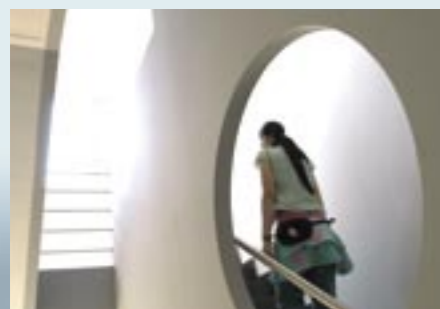
Das Rechtsrheinische Technologie- und Gründerzentrum Köln (RTZ) ist so etwas wie die High-Tech-Keimzelle auf dem Hagen-Campus. Hier finden Existenzgründer und junge Technologieunternehmen aus den „Schlüsseltechnologien des

21. Jahrhunderts“ neben günstigen Labor- und Büroräumen vor allem umfassende Beratung und Unterstützung bei der Gründung und beim Aufbau ihres Unternehmens.

Hier forschen Biologen für eine Welt mit Zukunft!

Die Biotechnik bildet einen der Schwerpunkte im RTZ und im Hagen-Campus. Als besonderes Angebot an kleine und mittelständische Biotechnik-Unternehmen verfügt das RTZ über ein vollständig eingerichtetes S3/L3-Labor.

In direkter Nachbarschaft zum RTZ befindet sich die BioFactory Cologne. Hier stehen rund 8.300 Quadratmeter moderner Büro- und Laborflächen für Biotechnik-Unternehmen zur Verfügung. Umfassende Betreuung und Beratung wird sowohl über das RTZ als auch durch das Netzwerk BioPartners Cologne sichergestellt.



➔ **Technologiepark Hagen-Campus**
c/o RTZ Köln GmbH
Gottfried-Hagen-Str. 60 - 62
51105 Köln
Tel.: 0221 / 8 39 11-0
Fax: 0221 / 8 39 11-11
Mail: info@rtz.de
Homepage: www.hagen-campus.de
oder www.rtz.de

Verkehrsanbindung:
8 Minuten zum Flughafen, 500 Meter zur Autobahn,
S-Bahn und Straßenbahn in unmittelbarer Nähe

Termine & Events

15. – 18. November 2006, Düsseldorf
MEDICA 2006

Internationale Fachmesse mit Kongress zu Medizin und Medizintechnik, Messe Düsseldorf;
Die BioPartners Cologne sind mit einem Stand vertreten. Näheres: www.medica.de

24. November 2006, Baesweiler
7. Baesweiler Biotec-Meeting im its-Center Baesweiler;
Näheres: www.its-center.de

15. bis 21. März 2007, Hannover
CEBIT 2007 in der Hannover Messe;
Näheres: www.cebit.de

16. bis 20. April 2007, Hannover
HANNOVER MESSE, größte Industriemesse der Welt, in Hannover;
Näheres: www.hannovermesse.de

Ausblick:

30. Mai bis 1. Juni 2007, Köln
BioPerspectives 2007
Kongress, Partnering und Messe zur Biotechnik;
Näheres: www.bioperspectives.org

APOSAN
APOSAN Dr. Künzer GmbH

Seit rund 15 Jahren betreut die APOSAN Dr. Künzer GmbH Patienten in den Bereichen der künstlichen Ernährung und der individuellen Medikamenten-Therapie zu Hause. Das heißt: Die Arbeit der rund 40 Mitarbeiter beginnt, wenn der Patient das Krankenhaus verlässt, um seine Therapie zu Hause fortzuführen.

Das Kerngeschäft von Aposan ist erstens der Handel mit Produkten für die künstliche Ernährung und zweitens die Produktion von sterilen, patientenindividuellen Medikamenten, die direkt in die Blutbahn gegeben werden.

Waren zu Beginn Verwaltung und Produktion auf mehrere Standorte in Köln verteilt, zogen die verschiedenen Unternehmensbereiche 2003 in die Gottfried-Hagen-Straße 40 auf den Hagen-Campus. Stetig gewachsen, steht für 2006 die Erweiterung des Verwaltungstraktes auf dem Plan. Auch wird Ende 2006 eine zweite Fertigung – ebenfalls in Reinräumen – in der Gottfried-Hagen-Straße 44 eröffnet. Das Aposan-Qualitätsmanagementsystem wurde in Übereinstimmung mit dem Standard EN ISO 9001 : 2000 zertifiziert.

E-Mail: mail@aposan.de, Web: www.aposan.de



Technologiepark Hagen-Campus: neue Perspektiven

Hagen-Campus: Das Kompetenzzentrum liefert Produkte und Dienstleistungen für die Welt der Zukunft. IT-Unternehmen, Biotechnologen, Designer, Mediziner und Softwareentwickler bilden einen illustren Kreis engagierter und motivierter Unternehmer in einem Umfeld mit Perspektive. Hier stehen mehr als 30.000 Quadratmeter Nutzfläche zur Verfügung – moderne Gebäude bieten ein repräsentatives Ambiente für kreative Köpfe. Neben dem RTZ und der BioFactory Cologne sind weitere Gebäude bezugsfertig geworden.

Die b.com Computer AG am neuen Standort

Ab dem 23. Oktober 2006 befindet sich die Zentrale der b.com Computer AG auf dem Kölner Hagen-Campus in der Gottfried-Hagen-Str. 36.

Das neue Gebäude der b.com Computer AG wurde speziell auf die Anforderungen eines Distributionsunternehmens in der IT Branche ausgelegt und bietet Platz für die Unternehmensbereiche Geschäftsleitung, Internet, Finanzbuchhaltung, Produktmanagement, Marketing, Logistik, Service und Recht. Zudem werden die Mitarbeiter des Vertriebsbüros Köln aus der Rolshover Strasse ebenfalls von der Gottfried-Hagen-Straße aus tätig sein.

Die gesamte operative Logistik des IT Großhandels b.com Computer AG befindet sich in Staufenberg bei Kassel, der – aus logistischen Gesichtspunkten – geographischen Mitte Deutschlands. Hier steht eine Logistikfläche von 10.000 Quadratmetern in der ersten Ausbaustufe zur Verfügung. Zehn Jahre nach der Gründung in Köln bietet die b.com Computer AG bei nunmehr 143 Mitarbeitern neben rund 7.500 Artikeln unter der Marke „becom“ auch individuell konfigurierte PC, Notebook und Server an, die in der Zentrale in Köln gefertigt werden.

E-Mail: contact@bcom.de
Web: www.bcom.de



Der Draht zum Kunden

Von der Akquise bis zur Bindung

Die Idee ist geboren, der Business Plan geschrieben, das Produkt auf dem Weg zur Marktreife. Aber wie lässt es sich „an den Mann bringen“? Der Kunde ist König, lautet das Credo der Verkäufer. Nur – um ihn auf den Thron heben zu können, muss der Unternehmer ihn erst einmal finden. Und wenn diese Hürde genommen ist, gilt es, den Käufer zum Stammkunden zu machen.

Eine wichtige Grundlage, um Kunden zu gewinnen, ist die Marktanalyse. Besteht kein Bedarf an dem angestrebten Produkt oder wird der Markt bereits ausreichend bedient, nützt die beste Akquisetechnik nichts. Der nächste Schritt ist das so genannte Pricing. Hat das Produkt einen angemessenen Preis oder ist es deutlich teurer als Konkurrenzprodukte? Falls letzteres der Fall ist: Gibt

es ein deutliches Alleinstellungsmerkmal (in der Fachsprache USP = unique selling proposition), das den teureren Preis rechtfertigt? Und lässt sich dieses Argument schlüssig kommunizieren?

Ein weiteres Augenmerk gilt dem Kunden selbst. Welche Bedürfnisse hat er? Will er bloß ein Produkt kaufen – oder ist ihm darüber hinaus gehender Service wichtig? Eine Reihe von Werkzeugen helfen, die Wünsche der Kunden herauszufinden. Dazu zählen beispielsweise Umfragen, Kundenbriefe, Newsletter oder auch die Marktforschung.

Netzwerke sind hilfreich

Sind diese Fragen geklärt, empfiehlt sich ein Blick auf das persönliche Netzwerk. Gründer von kleinen und mittleren Unter-

nehmen starten in der Regel keine teuren Marketingkampagnen – das Startkapital wird zunächst für (vermeintlich) wichtigere Dinge eingesetzt. Umso bedeutsamer ist es, dass der Unternehmer bestehende Kontakte aktiviert und seinen guten Ruf zur Kundenakquise nutzt.

Kostengünstige, aber dennoch professionelle Unterstützung beim Networking bietet die Website „Marktplatz Mittelstand“. (www.marktplatz-mittelstand.de). Auf der Plattform präsentieren sich Unternehmen und Freiberufler mit ihren Dienstleistungen und Produkten. Das Besondere dabei sind die Bewertungen durch die Kunden.

Annoncen in Anzeigenblättern, Tages- und Wochenzeitschriften sowie Hörfunkbeiträge sind für jene Unternehmen geeig-

net, die B2C (Business to Consumer), also im Privatkundengeschäft, tätig sind. Für Unternehmen, die sich vorrangig an Businesskunden wenden, sind eher Fachzeitschriften geeignet – und der Besuch von branchenspezifischen Messen. Allerdings stellt diese Art von Werbung regelmäßige finanzielle Belastungen dar.

Weniger Kosten fallen bei einem eigenen Internetauftritt an. Zwar kostet die professionelle Umsetzung der Website Geld, danach kann diese aber von den eigenen Mitarbeitern gepflegt werden. Wichtig: Der Unternehmensauftritt sollte mehr als nur eine digitale Visitenkarte sein. Je mehr Produktdetails und je mehr Anwendungsmöglichkeiten dargestellt sind, desto größer ist

die Chance, auf Branchenportalen gelistet und dadurch im Internet besser gefunden zu werden.

Neben ausführlichen Informationen über Produkt und Unternehmen sollte der Interessent die Möglichkeit haben, schnell und bequem Kontakt aufzunehmen – und eine zeitnahe Antwort erhalten. Denn wie eine Studie ergeben hat, würden mehr als 80 Prozent der Kunden, die zügig und freundlich betreut worden sind, beim gleichen Anbieter erneut kaufen. Eine Telefon-Hotline hilft zusätzlich, dringende Kundenfragen sofort zu beantworten. Unternehmer sollten ein professionelles Beschwerdemanagement nicht unterschätzen: Es kann helfen, gefährdete Beziehungen zu Kunden



Kundenakquise

von Holger Gloszeit/
Cordula Natusch
Haufe (2006)
126 Seiten, broschiert
ISBN: 344807201X
6,90 Euro

Kundenbindung



von Peter Kenzelmann
Cornelsen (2003)
128 Seiten, broschiert
ISBN: 3589219068
6,95 Euro

zu stabilisieren, falls mal etwas schiefgelaufen sein sollte.

Hilfreiche Informationen zum Thema gibt es im Internet – beispielsweise bei der KfW (www.kfw-mittelstandsbank.de) oder beim Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (www.bmwi.de).



Checkliste Kommunikationspolitik

Aktionen	Tipps
Welche Zielgruppen erfahren durch welches Medium über Ihre Firma und Ihr Produkt?	1. Zielgruppe bestimmen 2. Werbemittel/-träger auswählen (z.B. Zeitschriften, Hörfunk, Plakate, Internet, Mailings)
Was erfahren Ihre Zielgruppen über Ihre Unternehmensphilosophie und Ihre Produkte?	Entwerfen Sie eine Anzeige oder einen Werbebrief, der diese Punkte berücksichtigt.
Durch welche Maßnahmen werden Sie die Beziehungen zu Ihren Kunden aufbauen und pflegen?	Public Relations: Pressearbeit und -konferenzen, Informationen an Verbände und Institutionen, Betriebsbesichtigungen, Hausmessen, Nutzung der Neuen Medien.
Woher bekommen Sie qualifizierte Adressen für Direktmarketingaktionen oder den persönlichen Verkauf?	Adressen werden von Direktmarketing-Agenturen, nach Zielgruppen sortiert, angeboten. Je genauer Sie sagen können, was Sie brauchen, desto günstiger wird es. Auch bei der IHK/HWK können Sie Adressen kaufen.
Was sollen die Kunden über Sie berichten?	Mundpropaganda ist die beste Werbung. Wenn Ihre Kunden über Sie, Ihr Unternehmen und Ihr Produkt nur Gutes weitererzählen, ist das bares Geld für Sie.
Welche verkaufsfördernde Maßnahmen (VKF) werden Sie wann durchführen?	Seminare, Wettbewerbe, Preisausschreiben, Direktwerbung ... Tragen Sie sich die Termine ein und die Zeit für die Vorbereitung. Ermitteln Sie die Kosten.
Wie werden Ihre Verkaufsunterlagen aussehen (Aufmachung und Inhalt)? Wer bekommt diese?	Skizzieren Sie Ihre Verkaufsunterlagen. Interessenten? Potentielle Kunden? Verkäufer? Wiederverkäufer?
Welche Werbemaßnahmen werden Sie wann einleiten und durchführen?	Erstellen Sie einen Mediaplan.
Welches Werbebudget planen Sie für die nächsten 3 Jahre ein?	Der Einzelhandel plant z.B. zwischen rund fünf Prozent vom jährlichen Bruttoumsatz ein.
Welche Instrumente werden Sie einsetzen, um den Werbeerfolg zu kontrollieren?	Beispiele: Schlüsselwörter in Anzeigen, Antwortcoupons, Kundenbefragungen. Exaktere Ermittlungen sollten Sie Fachleuten überlassen.
Wie erreichen Sie es, dass Ihre Mitarbeiter die Firmenphilosophie mittragen? Was sollen Ihre Mitarbeiter über Ihre Firma weitererzählen?	Formulieren Sie für sich Leitsätze. Lassen Sie Ihre Mitarbeiter Leitsätze formulieren, was für sie ein gutes Betriebsklima ist und was sie dazu beitragen wollen. Erfinden Sie gemeinsam Kriterien, die dies messbar machen können. Beteiligen Sie Ihre Mitarbeiter am Erfolg Ihres Unternehmens.



Ein starkes Unternehmen für eine starke Region

Die RheinEnergie – das bedeutet: Energie und Trinkwasser für die rheinische Region. Rund um die Uhr, sicher, zuverlässig. Und wir leisten noch mehr: Als starkes, regional verwurzelt Infrastrukturunternehmen bieten wir kompetenten und umfangreichen Service gleich inklusive. Wir sind kommunal verankert. Wir arbeiten mit aller Energie für Privatkunden, Gewerbe, Handwerk, Handel sowie für die Industrie.

RheinEnergie AG – ein Unternehmen aus der Region,
ein Unternehmen für die Region.
www.rheinenergie.com



Foto:www.pixelquelle.de



➔ **Alle Vorteile Hosted PBX**

- alle Leistungsmerkmale bewährter Telefondienste
- Anbindung via Breitbandnetz ohne Telefonanlage vor Ort
- professionelle Administration, Management und Überwachung rund um die Uhr
- moderne Technologie auf Basis von Voice over IP
- Nebenstellen flexibel an die Zahl der Arbeitsplätze anpassbar
- leichte Einbindung von Home-Office-Mitarbeitern in die Telekommunikations-Umgebung des Unternehmens
- Voice- und Fax-Mail-Integration in Microsoft Exchange oder Lotus Notes

Die richtigen Worte finden

Wie Pressemitteilungen und andere Texte gut ankommen

Wer ein kleines Unternehmen führt, leistet sich meist keinen Profi für das Formulieren von Pressemitteilungen oder Zeitschriftenbeiträgen. Er müht sich statt dessen selbst ab. Die Botschaft kommt aber nur dann gut an, wenn der Text einige Grundregeln erfüllt. Wir geben Ihnen einige praktische Tipps.

Je präziser Sie den Inhalt Ihres Textes vorbereiten, desto leichter fällt Ihnen anschließend das Schreiben. Deshalb befragen Sie sich kritisch: Was ist meine Botschaft? Oft gibt es ein ganzes Bündel von Dingen, die mitteilenswert erscheinen. Aber ohne einen

Filter geht es nicht: Was ist die Kerninformation, was ist ein Nebenaspekt? Erzählen Sie Ihr Anliegen einem Zuhörer, sei es ein echter oder ein imaginärer. Das zwingt zum Sortieren.

Im Idealfall haben Sie bei dieser Übung bereits einen Zuhörer gefunden, der Ihrer Zielgruppe angehört. Aber meist ist es sinnvoll, die Frage zu stellen: Wer soll meine Botschaft erhalten? Nehmen Sie Stift und Papier und sammeln Ideen. Im Anschluss reduzieren Sie diese Liste auf fünf oder sechs Adressaten. Was an Ihrer Botschaft ist nun für diese Gruppen interessant?

Wer schreibt, wirbt um die Aufmerksamkeit seiner Leser. Das gelingt am besten, wenn der Text journalistische „Nachrichtenfaktoren“ enthält (siehe Tabelle). Versuchen Sie, einen oder mehrere dieser Faktoren aufzugreifen. Dies erleichtert vor allem den Einstieg in den Text.

Kerninformationen nach vorne

Wenn Sie eine klare Struktur aufgebaut haben, lässt sich diese gut mit Worten füllen. Gehen Sie jedoch nicht zu großzügig damit um. Eine Pressemitteilung beispielsweise sollte nicht mehr als 2500 Zeichen (mit Leerzeichen) haben. Deshalb gehört die Kerninformation gleich in den ersten Absatz.

Damit die Botschaft gut ankommt, muss der Text leicht lesbar sein. Dafür gibt es einfache Anhaltspunkte: Ein Satz sollte nicht länger als 20 Wörter sein. Bei Schachtelsätzen lohnt es sich, einfach mal einen Punkt zu setzen. Nach etwa fünf Sätzen beginnt ein neuer Absatz, der ja nicht nur den Inhalt gliedert, sondern auch flüchtigen Lesern einen Anreiz zum Wiedereinstieg bietet.

Ihr Business kann nur erfolgreich sein, wenn mögliche Kunden und Geschäftspartner davon erfahren. Dabei helfen Pressemitteilungen, um die es in meinen Workshops „Pressearbeit für Existenzgründer und Inhaber kleiner Unternehmen“ geht. Sie finden in Köln und Dortmund statt.

Roswitha Loibl, Journalistin und Texterin
 Telefon: +49 (0)221/945 27 86
 E-Mail: roswitha.loibl@web.de
www.gruendungszuspruch.de/pressearbeit

Telekommunikations-Lösungen für jeden Bedarf

Telefon, Internet und Daten: Das regionale Telekommunikationsunternehmen NetCologne möchte seinen Kunden in der Region Köln/Bonn/Aachen immer attraktive Angebote auf dem technisch neuesten Stand zur Verfügung stellen. Für Geschäftskunden stehen besonders individuelle und flexible Lösungen im Fokus. Mit „Hosted PBX“, der neuen, software-basierten Telefonanlage, hat das Unternehmen in der Region quasi ein Alleinstellungsmerkmal.

„Hosted PBX“ hat im Vergleich zu einer fest installierten Telefonanlage den Vorteil, dass der Kunde nicht in teure Hardware investieren muss. Denn die IP-basierte Lösung ist ins Rechenzentrum von NetCologne ausgelagert, wo Server mit spezieller Software die bisherigen Aufgaben einer klassischen Telefonanlage im Unternehmen übernehmen. Neben den Anschaffungskosten entfallen

somit aufwändige Programmierarbeiten, wenn sich beispielweise Anschlüsse ändern. Betrieb und Wartung der Anlage erfolgen rund um die Uhr durch speziell ausgebildete NetCologne-Netzwerktechniker. Die Telefongespräche werden nicht wie bei der „Internet Telefonie“ ungesichert und ohne Quality of Service über das Internet übertragen. Vielmehr werden die Verbindungen mit einer sicheren, breitbandigen Anbindung zum Rechenzentrum von NetCologne und anschließend über das öffentliche Telefonnetz realisiert. Für's Telefonieren sind spezielle Endgeräte notwendig – das können VoIP-Systemapparate, SIP-Telefone oder PC SoftClients sein. Und für die Anbindung von analogen Endgeräten können VoIP-Adapter mit 2 bis 24 Anschlüssen eingesetzt werden. Mit Hosted PBX wendet sich NetCologne speziell an kleine und mittelständische Unternehmen. Das Besondere: „Wir bieten

unseren Kunden ein flexibel wachsendes System an, das sich jederzeit problemlos erweitern lässt“, so Ivan Andric, Leiter der Systemberatung von NetCologne.

Alle Leistungsmerkmale bewährter Telefondienste

Mit der intelligenten Telefonanlage sind gängige Anwendungen kein Problem: tageseit- und ortsabhängige Anruf-Weiterleitungen, Konferenzen mit unbegrenzter Teilnehmeranzahl sowie Chef-Sekretär-Funktion und Vermittlungsplatz gehören bereits zum Basispaket. Gegen Aufpreis erhält der Kunde Zusatzoptionen wie Voice-Mail, Fax-Gateway, CTI (Computer Telephony Integration), Extended Call Routing sowie die Quervernetzung mehrerer Hosted PBX-Anlagen. Eine Integration von Voice- und Fax-Mail kann leicht in eine vorhandene Microsoft Exchange oder Lotus Notes Umgebung erfolgen. Trotz der Vielzahl der Anwendungsmöglichkeiten ist Hosted PBX einfach zu bedienen: Über eine grafische Oberfläche lassen sich die Anruferströme intuitiv mittels Diagrammen steuern – ganz simpel und bequem am Bildschirm vom PC-Arbeitsplatz aus. „Das ist so einfach wie die Nutzung eines E-Mail-Programms“, beschreibt Ivan Andric die persönliche Call Routing Konfiguration von Hosted PBX.
 E-Mail: info@netcologne.de
 Web: www.netcologne.de



Nachrichtenfaktoren:

Welcher Aspekt weckt die Aufmerksamkeit von Lesern?

Faktor	Beispiel
Nähe	Firmengründung im eigenen Ort
Aktualität	Eröffnung, Jubiläum, Gesetzesänderung
Prominenz	Fußballprofi trainiert einen Tag im Fitnesscenter
Fortschritt	Neue Technik zur Wasserreinigung
Human Interest	Beratungsbüro für Nachbarschaftszwist
Folgeschwere	Wirtschaftliche Folgen der Mehrwertsteuererhöhung
Dramatik	Versicherung gegen große Naturkatastrophen
Konflikt	Herstellung/Vertrieb von Radarwarngeräten
Kuriosität	Künstler gestaltet bunte Särge

Das RTZ steht für Aufbruch. Für Innovationen. Für Perspektiven. Im RTZ treffen sich Menschen mit unternehmerischem Pioniergeist und innovativen Ideen. Ein illustrierter Kreis junger Menschen findet Lust am Erfolg mit Zukunftstechnologien. Mit Betreuung durch das RTZ und einem Standort im RTZ – oder irgendwo in Köln – gehen neue Unternehmen an den Start

Innovationstransfer in der Praxis

Olymp.IT geht an den Start

Das erste Projekt der Olymp.IT GmbH ist ein virtueller Verein für ambitionierte Läufer über eine interaktive Internetseite. Olymp.IT bietet diesen Läufern automatisch generierte und dennoch persönliche Trainingspläne, Kontakte zu anderen Sportlern und die Vermittlung von Sportärzten und Trainingslagern – so wie ein traditioneller Verein.

Das Angebot des jungen Unternehmens wird künftig durch weitere Sportarten und die Nutzung zusätzlicher Kommunikationswege erweitert. Gegründet wurde Olymp.IT von zwei Diplom-Informatikern: Lars Haferkamp, selbst aktiver Leistungssportler, und Christof Mosler, Doktorand an der RWTH Aachen. Die potentiellen Kunden sind ambitionierte Laufsportler mit PC und Internet, welche über Laufveranstaltungen, Sportgeschäfte und das Internet geworben werden sollen. Aktuell bewirbt sich das Projekt für das Förderprogramm Exist-Seed, durch das innovative technologische Vorhaben ein Jahr lang über die Hochschule gefördert werden.

E-Mail: lars.haferkamp@rwth-aachen.de

Neue Biotechnik-Unternehmen im RTZ:

→ Quindium – für die Biotechnologie von morgen

Schwerpunkt der Unternehmenstätigkeit ist die Entwicklung einer innovativen Simulationssoftware für die Biotech- und Pharmaindustrie. Die Simulation von komplexen biologischen Systemen wird erstmals von Quindium in dieser Konsequenz und Qualität entwickelt. Begleitend dazu bietet das Unternehmen Software-Entwicklung und -Beratung an.

Die heutige Wirkstoffforschung ist mit den herkömmlichen Methoden extrem zeitaufwändig und das Ergebnis oft nicht kalkulierbar. Bis zur Produktreife vergehen in der Regel zehn bis 15 Jahre. Hinzu kommen Forschungs- und Entwicklungskosten in mehrstelliger Millionenhöhe.

Aus diesem Grund nimmt die Bioinformatik einen immer größeren Stellenwert innerhalb der Biotech- und Pharmaindustrie ein. Ziel ist es, eine sinnvolle und eindeutige

Auswertung von komplexen Forschungsergebnissen in einem überschaubaren Kosten- und Zeitrahmen zu ermöglichen.

Genau hier setzt das innovative Softwareprodukt der Quindium GmbH & Co. KG an. Dank der ganzheitlichen Lösung und der Flexibilität des Produkts kann die Wirkstoffforschung erheblich beschleunigt werden – ein bedeutender Kosten- und Wettbewerbsvorteil in der Biotech- und Pharmabranche.

Die automatisierte Auswertung von experimentell gewonnenen Daten sowie die 3D-Visualisierung und Simulation von biologischen Vorgängen sind nur einige Features, die das neuartige Softwareprodukt bietet. Abgerundet wird die Software durch maßgeschneiderte Komponenten, die unterschiedliche wissenschaftliche Anwendungsfälle unterstützen. Das Produkt wird

erstmals auf der European BioPerspectives 2007 in Köln vorgestellt.

Darüber hinaus bietet Quindium kompetente IT-Dienstleistungen an. Hierzu gehört die Softwareentwicklung sowie die Qualitätssicherung von komplexen IT-Projekten.

Die innovative Geschäftsidee wurde im Rahmen der höchsten Stufe des NUK Businessplan Wettbewerbs 2006 von der Jury zu den 10 Besten gezählt. Die Quindium GmbH & Co. KG hat seit Anfang diesen Jahres ihren Sitz im RTZ in Köln.

Quindium GmbH & Co. KG
Gottfried-Hagen-Straße 60 – 62
D-51105 Köln
Telefon: +49 (0)221/8805916
Telefax: +49 (0)221/8805438
E-Mail: info@quindium.de
Web: www.quindium.de

Von der Hochschule in den Chefsessel ...

→ TAPIOVARA – Bewegte Bilder der Wissenschaft

Die neuen Herausforderungen heißen modularisierte Studiengänge, Ökonomisierung und Wettbewerb – nicht nur in NRW befindet sich die Wissenschaftslandschaft im Umbruch. Wie nie zuvor sind Öffentlichkeitsarbeit, Marketing und zeitgemäße Informationsvermittlung gefordert.



Speziell für Wissenschaft und Forschung produziert Tapiovara maßgeschneiderte Präsentationen in Wort und Bild. Mit der audiovisuellen Ansprache durch

Imagefilme und Dokumentation, Lehrfilme und Clips, Beiträge und Berichte können Hochschulen, Labors und Forschungseinrichtungen über ihre Arbeit informieren, Sponsoren, Kunden und Partner überzeugen, anschaulich komplexe Sachverhalte

vermitteln und sich in Debatten einbringen. Gerade angesichts der zunehmenden Internationalität von Forschung und Lehre bieten audiovisuelle Formate wie z.B. Konferenzdokumentationen auch innovative Möglichkeiten zu informieren und zu publizieren.

In diesem Herbst arbeitet das Tapiovara-Team an verschiedenen Filmprojekten und baut das Angebot für den Einsatz auf Bildungs- und Wissenschaftsmessen aus. Bewegung gehört eben dazu.

E-Mail: kaess@tapiovara.de
Web: www.tapiovara.de

→ einzelstück!



Zunächst war einzelstück! «nur» Thema einer Diplomarbeit an der KISD (Koeln International School of Design). Die Studentin und gelernte Damenschneiderin Kirsten Zimmermann präsentierte im Juni 2005 ihren Businessplan und

fertigte zudem eine kleine Kollektion an. Bestärkt durch Freunde, Kommilitonen und den Gewinn des hgnc-Businessplanwettbewerbs entschloss sich Kirsten Zimmermann dazu, ihren Businessplan umzusetzen. Begeistert wurde eine erweiterte Kollektion von der stylishen, jungen Kölner Partyszene aufgegriffen und die Nachfrage wuchs. Auch die Kölner Sängerin Luka wurde auf die ausgefallene Mode aufmerksam und

trug einige Teile der Kollektion bei Foto-shoots. Der Öffentlichkeit wurde einzelstück! zum ersten Mal im November 2005 auf der La54, einer Party in Köln, vorgestellt. In Zusammenarbeit mit der Haarklinik wurde eine Haarmodenschau präsentiert, bei der die Modells verschiedene Teile der einzelstück!-Kollektion trugen.

Bei einzelstück! ist jedes Teil wirklich ein Einzelstück, gefertigt aus einem bunten Mix von Secondhand- und Neutextilien, handgearbeitet und mit Liebe zum Detail verziert. Da erzählt jedes einzelstück! seine eigene Geschichte, formt sich zu etwas ganz Neuem, Individuellem. Der Stil von einzelstück! lässt sich als ausgefallen, sportlich, sexy und manchmal etwas pun-kig beschreiben.

Die Modelle werden von der Designerin in ihrer kleinen Privatwerkstatt hergestellt und über einen Onlineshop unter www.mein-einzelstueck.de vertrieben.

E-Mail: info@mein-einzelstueck.de
Web: www.mein-einzelstueck.de

→ multiBIND biotec GmbH

Die multiBIND biotec GmbH wurde im Mai 2005 gegründet und entwickelt innovative Produkte für DNA-Technologien, Proteinexpression und Biomedizin. Das Life-Science-Unternehmen hat eine eigene revolutionäre Basistechnologie bioDECONT™ zur Dekontamination und Desinfektion empfindlicher Oberflächen entwickelt. Durch Anpassungen und Weiterentwicklungen dieser Technologie in Kooperation mit der AppliChem GmbH, Darmstadt, entstanden neue Lösungen für die Molekularbiologie.

Die erfolgreiche Bewertung der neuen Technologien und Produkte durch den die High-Tech Gründerfonds führte zu einer In-

vestition gemeinsam mit der Darmstädter AppliChem GmbH. Damit stehen multiBIND für die nächsten 18 Monate ca. 600.000 Euro für den Geschäftsaufbau zur Verfügung. Das Unternehmen konzentriert sich künftig auf die Weiterentwicklung der Basis-Technologie bioDECONT™. Die spezielle Kombination der Inhaltsstoffe wirkt synergistisch und katalytisch für die effiziente Abtötung von Mikroorganismen und sorgt zusätzlich für eine vollständige Zerstörung ihres genetischen Materials.



Die neuen Produkte sind sowohl in Forschung und Entwicklung, in Kliniken oder biotechnischen Produktionsanlagen als auch im Haushaltsbereich verwendbar. bioDECONT™ basiert auf rein wässrigen Lösungen, ist nicht gesundheitsschädlich, nicht korrosiv, phosphatfrei und frei von organischen Lösungsmitteln. Alle Bestandteile sind biologisch abbaubar. Aktuell befindet sich bioDECONT™ in der Zertifizierung für die anti-mikrobielle Anwendung.

Die globale Problematik der Desinfektion und Hygiene in beispielsweise Produktionsanlagen, Krankenhäusern, Laboratorien und im Haushalt sowie die Thematik der

Verbreitung der Vogelgrippe betonen den Bedarf an neuen zuverlässigen Mitteln zur Eindämmung der Verbreitung gefährlicher Mikroorganismen.

Auf dem Hagen-Campus bietet die Nachbarschaft zu Life-Science-Unternehmen und die Nähe zu den Hochschulen beste Entwicklungspotenziale und Kooperationsmöglichkeiten für die multiBIND biotec GmbH – weitere Innovationen können zügig entwickelt werden.

Gottfried-Hagen-Str. 60-62
D-51105 Köln
Telefon: +49 (0)221/2780-211
Telefax: +49 (0)221/2780-213
Mail: info@multibind.de
Web: www.multibind.de

Die gute Kinderstube im Geschäftsleben

Warum korrekte Umgangsformen bares Geld wert sind

„Wer im Verkehr mit Menschen die Manieren einhält, lebt von seinen Zinsen, wer sich über sie hinwegsetzt, greift sein Kapital an.“ Was der weltbekannte Adolph Freiherr Knigge einst ins Leben gerufen hat, war auch dem österreichischen Lyriker Hugo von Hofmannsthal (1874–1929) wichtig: gute Umgangsformen. Und obwohl sich die Welt inzwischen scheinbar selbst überholt hat, die Technik immer komplexer und das Leben immer schneller wird – die alten Werte haben Bestand.

Wer im Berufsleben nicht den richtigen Ton trifft oder beim Geschäftsessen ein Beilagenbrötchen schmiert und beherzt hinein beißt, wird mindestens schief angesehen. Mit Pech ist aber auch die Chance auf einen guten Deal vertan. Dagegen signalisiert stilsicheres Auftreten Erfolg, Bildung und Höflichkeit.

„Wer sich zu benehmen weiß, zeigt soziale Kompetenz“, weiß Birgit Adam, „und die gehört zu den wichtigen Soft Skills im Job.“ Die 35-Jährige Kommunikationswissenschaftlerin hat einen „Business-Knigge“ verfasst, der ebenso hilfreich wie handlich

ist. Auf knapp 130 Seiten im DIN-A5-Format beschreibt sie, warum ein gepflegtes äußeres Erscheinungsbild unabdingbar ist, wie eine stilvolle Kommunikation vonstatten geht und wie sich offizielle Anlässe selbstsicher meistern lassen.

Oft hapert es in der Kommunikation bereits an grundlegenden Dingen. „Ein Dankeschön ist nicht nur eine Konvention, man macht anderen Menschen eine Freude damit und zeigt, dass man die Einladung oder Ähnliches nicht als selbstverständlich betrachtet“, erläutert Birgit Adam. Grundsätzlich gilt: Die Form der Danksagung spiegelt die Form der Einladung wider – auf eine schriftliche Einladung folgt ein schriftliches Dankeschön und auf eine telefonische eine Danksagung per Telefon.

Dem ausländischen Parkett widmet sich der Schnellkurs „Business Knigge International“, der im Haufe-Verlag erschienen ist. Autor Kai Oppel zeigt: Ob China oder Russland, Frankreich oder die Vereinigten Arabischen Emirate: Daneben benehmen kann man sich überall. Und das sogar trotz bester Absichten und stilsicheren Auftretens.

Stilvoll unterwegs im Ausland

Wenn beispielsweise ein französischer Geschäftsmann eine Einladung ins eigene Haus ausspricht, empfiehlt es sich keinesfalls, pünktlich zu sein. „Sonst könnte man den Gastgeber mit dieser Akkuratheit in die Bredouille bringen, weil er die Vorbereitungen noch nicht abgeschlossen hat“, erklärt Oppel, der für sein Buch mit mehr als 30 Kniggeexperten, Managern und Unternehmensberatern im Ausland gesprochen hat.

In China sichert sich garantiert einen Platz im Fettnäpfchen, wer beim Business-Lunch beherzt zur Speisekarte greift und ein Gericht bestellt – denn normalerweise wählt der Gastgeber die Speisen aus. Wer in den Golfstaaten mit dem Essen fertig ist, sollte keinen leeren Teller hinterlassen – andern-



Business-Knigge
Umgangsformen kennen.
Sicher auftreten.
Positiv wirken.

von **Birgit Adam**
Gondrom Verlag (2004)
128 Seiten, broschiert
ISBN: 381122381X
3,95 Euro

falls wird munter nachgefüllt. Und zwar so lange, bis der pappsatte Gast dreimal höflich abgelehnt hat.

Der Griff in die Komplimente-Kiste ist etwa in Russland gerne gesehen – dort freuen sich Geschäftsfrauen über Lob, was ihr Outfit betrifft. In Indien ist das nicht zu empfehlen – wohlwollende Worte über das Äußere von Damen sind absolut verpönt. Bereits ein freundlicher Händedruck gilt dort als unhöflich, wenn die Geschäftspartnerin nicht von sich aus diese Geste signalisiert.

Doch der Knigge gilt nicht nur anderswo, sondern auch in der Heimat, warnt Kai Oppel: „Im Ausland sind sich Geschäftsleute der Kulturunterschiede bewusst. Wenn sie allerdings in Deutschland ausländische Gäste empfangen, missachten sie oft die landestypischen Gepflogenheiten ihrer Geschäftspartner.“

Egal in welcher Kultur – ein respektvoller, freundlicher Umgang ist in zwischenmenschlichen Beziehungen immer hilfreich. Und ein wesentlicher Faktor auf dem Weg zu einem erfolgreichen Geschäftsabschluss.

BUCHTIPP 2

Business Knigge international Der Schnellkurs

von **Kai Oppel**
Haufe Verlag (2006)
192 Seiten,
brochiert
ISBN: 3448075264
19,80 Euro



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 & Gestaltung

 dreisprung mediendesign

www.dreisprung.net