

Rheinzeiger

Innovationen, Perspektiven und Impulse aus Köln

Köln | Oktober 2015 | Ausgabe 26 | www.rheinzeiger.de

Wege zum Ziel

Emotionen Fotos zeigen Stories

Identität Auftritt & Design

Köln Beikirchers Analyse Kölner Messen

Life Science In Deutschland, im Rheinland, in Köln



Traum?

Wunsch?

Lösung?!

Bedürfnis?

Veranstaltungen Oktober 2015 – April 2016

6. – 8. Oktober 2015

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

6. – 8. Oktober 2015

Biotechnica 2015 in Hannover Der Branchentreff für Biotechnologie und Life Sciences. BIO.NRW ist dabei. www.biotechnica.de

8. – 9. Oktober 2015

G-Forum Jahreskonferenz

Die interdisziplinäre Jahreskonferenz zur Gründungsforschung, dieses Jahr in Kassel www.gforum2015.de

9. – 10. Oktober 2015

Deutscher Gründer- und Unternehmertage deGUT in Berlin Die Gründermesse auf dem Gelände des Flughafens Berlin-Tempelhof (Hangar 2). www.degut.de

9. – 10. Oktober 2015

IdeaLab! 2015

Konferenz für Gründer und Experten an der WHU – Otto Beisheim School of Management. www.idea-lab.io

15. Oktober 2015

Celebrating Innovation Der German Accelerator lädt zu Networking und Startup Expo nach Dresden – siehe auch Seite 7 <http://germanaccelerator.com/celebrating-innovation/>

23. Oktober 2015

StartupCon 2015

Das neue große Gründermeeting mit der StartupExpo von business-on.de im Gürzenich in Köln. www.startupcon.de

31. Oktober – 1. November 2015

QUERDENKER-Kongress 2015 Innovative Denkfabriken, intelligente Netzwerke und mobile Technologien neu denken. Stadthalle Friedberg. www.querdenker.de

2. – 4. November 2015

BIO-Europe 2015 in München Die Partnering-Konferenz für die internationale Biotechnologie-Szene. BIO.NRW ist dabei. www.ebdgroup.com/bioeurope/index.php

4. November 2015

Auftaktveranstaltung zum 19. NUK-Businessplan-Wettbewerb in Köln im KOMED-Saal. www.neuesunternehmertum.de

12. November 2015

ScieCon NRW 2015, Bochum Firmenkontaktmesse für junge Biowissenschaftlern und Mediziner. www.sciecon.bts-ev.de

16. – 19. November 2015

MEDICA 2015 Fachmesse „Weltforum der Medizin“ in der Messe Düsseldorf – Der BioCampus Cologne ist dabei. www.medica.de

16. – 22. November 2015

Gründerwoche in Deutschland In der Global Entrepreneurship Week 2015 gibt es in mehr als 80 Ländern Aktionen und Events zum Thema Unternehmertum – siehe auch Seite 6. www.gruenderwoche.de

17. und 20. November 2015

Gründerwoche Deutschland im RTZ

17. November: „Der Businessplan“ – Konzept, Pitch Deck und Geschäftsmodell.

20. November: „Business Model You“ – Trainingstag zum Businessmodell CANVAS. www.rtz.de und www.gruenderwoche.de

19. – 20. November 2015

Innovationsakademie Biotechnologie Zweitätiges Kreativ-Event in Berlin. Die besten Geschäftsideen der Life Science Branche erhalten Startförderungen in Höhe von 50.000 Euro. www.bmbf.de/de/16674.php

20. – 21. November 2015

DIE INITIALE 2015 Gründermesse in den Westfalenhallen Dortmund. www.die-initiale.de

25. – 26. November 2015

Global Bioeconomy Summit 2015 Die große internationale Tagung zur Bioökonomie in Berlin. www.bioekonomierat.de

26. November 2015

Prämierung KUER-Businessplanwettbewerb

2015 II Die besten Geschäftsideen aus dem Businessplanwettbewerb werden prämiert. www.kuer-startbahn.de

27. November 2015

15. Baesweiler BioTec-Meeting im Internationalen Technologie- und Service-Center Baesweiler www.its-center.de

3. Dezember 2015

Traditioneller Glühwein-Empfang im RTZ

Networking mit Adventsstimmung; Start um 16:00 Uhr; Anmeldung erforderlich www.rtz.de

Ausblick

7. Februar 2016

Karneval: Große Sonntagsitzung der Karnevalsgesellschaft „Die Große von 1823“ um 20:00 Uhr im Gürzenich Festsaal. www.dgv-1823.de

2. – 3. April 2016

dietrainertage im RTZ Köln. www.dietrainertage.de

26. – 27. April 2016

Deutsche Biotechnologietage 2016 in Leipzig Der Arbeitskreis der BioRegionen Deutschland und Bio Deutschland laden ein zum Forum der deutschen Biotechnik-Branche. www.biotechnologietage.de



Liebe RheinZeiger-Leser

Haben Sie ein Problem? Wenn ja, wie gehen Sie damit um? Was muss ein Unternehmen über Sie wissen, was muss es Ihnen bieten, um Sie optimal zu bedienen und Ihr Problem zu Ihrer Zufriedenheit zu lösen? Nach welchen Kriterien suchen Sie eine Lösung?

Stellen Sie sich vor, die von Ihnen geschnittenen Bananenscheiben für das Müsli sind nicht gleichmäßig dick. Vielleicht ist dies nun ein echtes Problem. Dafür gibt es schon lange eine Lösung; den Bananenschneider. Eine echte Innovation, oder? Spaß beiseite: Was ist Ihre Vorstellung von einer echten Innovation? Was erwarten Sie von einem innovativen Unternehmen? Was erwarten Sie von dem Produkt, welches Ihr Problem löst? Was ist Ihnen wichtig? Der Fortschritt, also der Grad der Innovation? Oder die Sicherheit – für Sie und/oder für die Umwelt? Oder beides? Oder beides nicht?

Vielleicht lässt sich das Problem technisch auf einfache Weise lösen. Das ist dann eine verlässliche Lösung. Vielleicht aber suchen Sie eine moderne, will sagen „stylische“ Lösung. Die ist dann vielleicht auch innovativ. Aber ist das auch zeitgemäß? Ist diese Lösung nachhaltig?

Diese Fragen interessieren mich. Immer wieder habe ich zu prüfen, ob die mir von Gründern vorgelegte Lösung eines Problems modern, innovativ oder zeitgemäß ist. By the way: Was ist da der Unterschied? Ist zeitgemäß mehr als modern? Ist innovativ immer auch zukunftsorientiert? Es gibt viele Existenzgründer, die sich für hoch innovativ halten, „große Probleme dieser Welt lösen können“. Für sie hat dieses Thema existenzielle Bedeutung, denn sie wollen auf dieser Basis ein Unternehmen gründen.

Gründer suchen meinen Rat auch zu der Frage, wie sie im Markt auftreten sollen – mit welcher Philosophie? Was aber sucht der Markt? Dort gibt es Kunden mit Bedürfnissen; und die suchen so etwas wie „Lösung“, „Innovation“ oder „Nachhaltigkeit“. Oder ist dies alles identisch? Ist nicht eine Lösung, die nachhaltig ist, auf jeden Fall auch innovativ? Anders ausgedrückt: Gehört nicht zur Innovation die Nachhaltigkeit dazu? Gründer möchten in aller Regel Geld verdienen, aber dabei durchaus den Kunden gut bedienen; sein Bedürfnis befriedigen.

Was also suchen Sie als „gute“ Lösung Ihres Problems?

Ich möchte mit dieser Diskussion weder langweilen noch ärgern. Das Thema ist wichtig. Und im 21. Jahrhundert sollten wir doch die „richtige“ Lösung bevorzugen, oder? Nun fragen Sie, was „richtig“ ist. Sehen wir uns die Praxis an, so finden sich eine ganze Reihe vielversprechender Antworten. Bei den Businessplan-Wettbewerben KUER und NUK oder in der Arbeitsgruppe „Green Economy“ des Bundesverbandes der Innovationszentren. Dort stößt man auf Gründerpersonen, die es fertig bringen, Lösung, Innovation und Nachhaltigkeit auf einen Nenner zu bringen. Denn Sie wissen: Nur nachhaltige Lösungen sind auch innovativ. Und es sind auch hier die Gründerzentren, die Ihnen auf diesem Weg der Unternehmensgründung behilflich sind. Es sind eben Innovationszentren ...

Mein Fazit? Sie können doch auch innovativ, oder?

8



12



24



36

5 **Community I**

Founding & Clubbing im RTZ und anderswo in Deutschland

6 **Gründerwoche Deutschland**

Events im FOUNDERS Club des RTZ

7 **Internationales Geschäft**

German Accelerator

8 **Life Science in Köln**

Biotechnologietage, Branchentreff und Kleinkunst – eine mutige Synergie

10 **BioRiver**

Was die BioSzene im Rheinland bewegt: Lonza Cologne stellt neue Produkte vor BioRiver Boost! – Wettbewerb um beste Geschäftskontakte

12 **Konrad Beikircher**

Messen und Handeln in Köln

15 **Kalker Tafelrunde**

Das bewegt Gründer: Innovationen und Kundenwünsche

16 **BioCampus Cologne**

Biotechnologie international: Geschäfte mit Brasilien und der Türkei

18 **Community II**

Innovationen aus Köln und aus dem RTZ Biotech-Unternehmen und andere High-Tech-Companies

22 **Businessplan-Wettbewerbe**

Sieger bei NUK und KUER: Innovationen und Nachhaltigkeit für die Welt

24 **Wenn Bilder Geschichten erzählen**

Rhein auf, Rhein ab und anderswo

25 **Buchvorstellung**

Rhein auf, Rhein ab

26 **5 Zutaten für den Erfolg**

Strategische Werbung

28 **Gründermesse in Köln**

Gründer- und Nachfolgetag Liefert Know How für Start-ups

30 **Erfolge für Startups**

Rotonda Business Angels liefern Erfahrung und Geld

32 **Mission gegen Stress**

Der Gesundheits-Stick

34 **Community III**

Technologie-Kompetenz im RTZ

36 **Neue Namen für neue Unternehmen**

Domainstrategien: Was geht, worauf man achten muss

38 **Green Economy**

Nachhaltiges Unternehmertum findet immer mehr Anhänger – Innovationen eingeschlossen

40 **Neue Identität für neue Unternehmen**

So finde ich meine Corporate Identity

42 **Wenn Bilder erzählen II**

Imagefotografie am Beispiel der Eventschmiede Solingen

44 **Heute schon Entscheidungen getroffen?**

Training, Ziele und Visionen

46 **Biotechnologie in Deutschland**

Arbeitskreise der BioRegionen und der BioParks

47 **StartupCon, die zweite**

Der Gründerkongress in der guten Stube Kölns, im Gürzenich am 23. Oktober Dazu ganz neu: StartupExpo

Impressum

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

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

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

Chefredaktion (verantwortlich) Dr. Heinz Bettmann

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

Fotos, Cartoons, Grafiken Urhebervermerk am jeweiligen Motiv / Rest: Dr. Heinz Bettmann, Gaby Frebel, Ilona Schulz

Gestaltung DesignBüro Blümling, Köln / mail@bluemlingdesign.de

Druck Medienhaus Plump GmbH / Rolandsecker Weg 33 / 53619 Rheinbreitbach / www.mhp-print.de

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

Gründerland Deutschland – Start-up-Monitor

Deutschland liegt bei den Gründerzahlen im Vergleich zu anderen Ländern nicht gerade vorn. Wir berichteten.

Dabei gibt es in Deutschland eine rege Start-up-Szene. Der Bundesverband Deutsche Start-ups e. V. hat mit Unterstützung der KPMG AG 2014 zum zweiten Mal die Gründeraktivitäten in Deutschland untersucht.

Wichtige Erkenntnisse sind:

- Rund 77 % der Startups werden im Team gegründet. Nur etwa 11 % der Gründer sind weiblich. Das Durchschnittsalter der Gründerpersonen liegt bei 34,9 Jahren.
- Die meisten Startups sind in Berlin ansässig. In Deutschland belegt Köln demnach einen guten vierten Platz.
- Rund die Hälfte der Startups hat im letzten Geschäftsjahr einen Umsatz von mehr als 250.000 Euro erzielt.

Start-up Szene in Deutschland



Start-ups im Ideenhaus in Köln

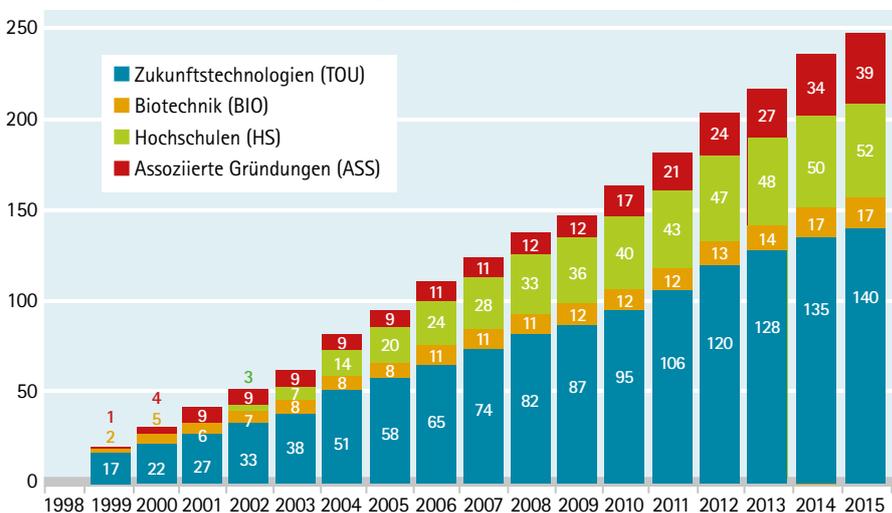
Das RTZ in Köln ist eines von über 20 Start-up- und Coworking-Zentren in der Metropole. Köln ist damit eine rege Gründerregion. Hier finden sich insgesamt über 500 Startups – ein deutliches Signal für die Innovationskraft der Stadt. Die Leiter der Zentren trafen sich am 18. August auf Initiative der Stadt Köln zu einem Informationsaustausch im Historischen Rathaus – Fortsetzung folgt.

Im RTZ finden Gründer Zeit und Raum. Die Startup-Community trifft sich regelmäßig in Seminaren und/oder Workshops – oder bei der Kalcker Tafelrunde. Hier gibt es einen regen Austausch – und es wird viel „getuschelt“, immer dann, wenn neue Geschäfte angeschoben werden sollen. Im FOUNDERS Club finden Workshops, wie etwa am 19. Juni zum Thema Akquisition (vgl. Seite 21), statt.

Bis heute nahmen über 240 neue Unternehmen Räume im RTZ als ihren ersten Standort. Sie haben inzwischen über 1.750 Arbeitsplätze geschaffen, viele weitere im Umfeld. Eine Reihe der jungen Unternehmen sind auch international tätig, wie zum Beispiel die Biotechnik-Unternehmen. Zur Unterstützung beim Aufbau wirtschaftlicher Beziehungen in den USA arbeitet das RTZ mit dem German Accelerator zusammen (vgl. Seite 7).

Zahl der Gründungen

Entwicklung der Firmengründungen



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



Die jährliche Aktionswoche für Startups

Gründerwoche Deutschland 2015

Während der weltweiten Aktionswoche „Global Entrepreneurship Week (GEW)“ bieten die Partner der „Gründerwoche Deutschland“ über 1.000 Workshops, Seminare, Planspiele, Wettbewerbe und viele weitere Veranstaltungen rund um das Thema Selbständigkeit an. Gemeinsam mit dem Bundesministerium für Wirtschaft und Energie setzen sie damit Impulse für eine neue Gründungskultur und ein freundlicheres Gründungsklima in Deutschland.



Die Gründerwoche gibt es vom
16. bis zum 22. November 2015.

Das RTZ ist Partner der Gründerwoche
Deutschland. Und so gibt es auch
im RTZ Veranstaltungen für Gründer:
www.gruenderwoche.de

- Im Rahmen der Veranstaltungen will die Gründerwoche
- (junge) Menschen für unternehmerisches Denken und Handeln begeistern,
 - unternehmerische Kompetenzen fördern und Kreativität wecken,
 - den Austausch von Ideen, Erfahrungen und Meinungen zum Thema Gründung und Selbständigkeit ermöglichen,
 - Initiativen zur Förderung von Gründungsideen vorstellen.



Gründerwoche im RTZ: Workshops

Gründer wissen: In aller Regel kommt man nicht umhin, vor der Gründung einen Businessplan zu schreiben.

Mag sein, die Bank möchte einen haben. Oder ein Business Angel. Oder ein Kooperationspartner. Ein Konzept zu Gründung, Aufbau und Führung des geplanten Unternehmens. Dazu kommt oft das sogenannte Pitch Deck – eine kurze, prägnante Präsentation des Gründungsvorhabens. Oder reicht einfach ein CANVAS-Plan?

Am 17. November 2015 (9:00 bis 17:00 Uhr) gibt es einen eintägigen, kostenlosen Workshop für Existenzgründer und solche, die es werden wollen. Unter der Leitung von Dr. Heinz Bettmann werden anhand praktischer Beispiele die Kern-Themen des Businessplans, des CANVAS-Modells und des Pitch Decks behandelt. Eigene Ideen dürfen eingebracht werden und sind sehr gerne gesehen. Das Skript zum Businessplan gibt es kostenfrei dazu.

Maximal 15 Teilnehmer; Anmeldung zum Businessplan-Workshop: heinz.bettmann@rtz.de

Das Business Model Canvas ist ein Instrument für Gründer, die veraltete Geschäftsmodelle auf den Kopf stellen und Innovation vorantreiben wollen.

Das Denken in Geschäftsmodellen löst sich dabei von der einseitigen Betrachtung in vermarktbar Produkten oder Dienstleistungen und betrachtet das dahinter liegende Model. Was ist das zugrunde liegende Geschäftsmodell? Welche Kunden sollen die angebotene Dienstleistung kaufen? Welches aktuelle Problem wird dadurch behoben?

Am 20. November 2015 (9:00 bis 16:00 Uhr) gibt es dazu einen eintägigen, kostenlosen Workshop für Existenzgründer. Unter der Leitung von Ann Kristin Barth (Barth Coaching) werden anhand des Business Model Canvas bestehende Geschäftsmodelle durchleuchtet und/oder erste Geschäftsideen weiterentwickelt. Eine einmalige Möglichkeit, unter Anleitung das aktuelle Geschäft/die eigene Idee zu reflektieren und zu optimieren.

Maximal 12 Teilnehmer; Anmeldung zum Workshop CANVAS: kontakt@barth-coaching.de

In Übersee zum Marktführer

Überlebenskunst im Silicon Valley

Die Anzahl der Akzeleratoren ist seit 2005 stark gestiegen. Zurecht: Laut der Studie „Incubators, Accelerators, Venturing, and More“ (2014: Brigl, Roos, Schmiege, Watten) der Boston Consulting Group setzen Startups auf neue Business-Vehikel wie Akzeleratoren, um ihre Entwicklungsmöglichkeiten mithilfe von erfahrenen Unternehmern oder Experten zu erweitern.

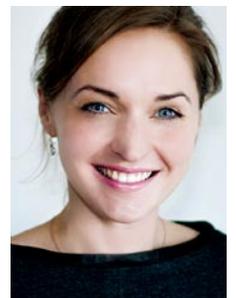
Die Studie betont dabei den positiven Einfluss, den Akzeleratoren auf junge Unternehmen haben: Sie fördern die Entwicklung der Startups indem sie qualitativ hochwertiges Mentoring, Netzwerke mit anderen Gründern, technische Unterstützung, Büroräume und andere Ressourcen beisteuern. An dieser Stelle setzt auch das Programm des German Accelerator an:

Der German Accelerator ist ein Zero-Equity-Programm zur Wachstumsförderung von deutschen Tech-Startups, beispielsweise in den Bereichen Fin-Tech, E-Commerce, Enterprise-Software etc., die den amerikanischen Markt erschließen wollen. Eine 10-köpfige Jury wählt die vielversprechendsten Kandidaten aus und unterstützt diese auf dem Weg zum Branchenführer – mit Kurs auf langfristiger Wettbewerbsfähigkeit und internationalen Erfolg.

Die Gründer arbeiten 3-6 Monate lang in den Innovationszentren von San Francisco, Palo Alto's Silicon Valley oder New York City. Ein Expertenteam und Mentoren analysieren dazu für jedes Unternehmen das relevante Marktumfeld. Die Unterstützung reicht vom Erhalt eines US-Visums bis zur Bereitstellung von Infrastruktur. Die sogenannte Bootcamp-Woche bei Ankunft sorgt für den Schnelleinstieg in die amerikanische Geschäftswelt. Das richtige Auftreten und Verhalten beim Pitch aber auch eine zielgerichtete Anpassung des Geschäftsmodells an die Bedürfnisse des amerikanischen Marktes sind entscheidend. Der Erfolgsfaktor des staatlich geförderten Programms ist die Vermittlung eines sogenannten „Lead-Mentors“, der sich innerhalb der Förderungszeit intensiv mit der Geschäftsidee auseinandersetzt und Handlungsempfehlungen für den US-amerikanischen Markteintritt gibt. Außerdem gewährt das Programm Zugang zu einem umfassenden Netzwerk, das die Unternehmen auf ihren Wegen unterstützt. Networking Events vor Ort ermöglichen den Austausch der eigenen Ideen mit Business Angels, wichtigen Investoren, und mit anderen, aus aller Welt stammenden Gründern. Wer dieses Feedback zu nutzen weiß, übertrifft daraufhin nicht selten die eigenen Erwartungen. In der Vergangenheit wurden bereits über 60 Unternehmen gefördert, die selbst ihre eigene Erfolgsgeschichte mit der US-Expansion schrieben.

Bewerben können sich dafür alle deutschen Tech-Startups über die Website des German Accelerator, sofern sie typischerweise nicht älter als 5 Jahre sind.

Am 15. Oktober ist es so weit: Der German Accelerator veranstaltet sein halbjährliches Event „Celebrating Innovation“ in Dresden. Dort pitchten die Bewerber vor internationalen Experten um die Plätze in dem Förderprogramm. Der Besuch lohnt sich nicht nur für Startups: Bei Celebrating Innovation treffen Tech-Maniacs, Investoren, Gründer und internationale Experten aufeinander, um Kontakte zu knüpfen und sich über neue Trends auszutauschen. 



Stefanie Schmitz
schmitz@
german-entrepreneurship.de



GERMAN ACCELERATOR
Your MENTORING PROGRAM to enter the U.S market and SCALE YOUR BUSINESS AT TOP SPEED

CELEBRATING INNOVATION

STARTUP EXPO NETWORKING TOP-NOTCH TECHNOLOGY

DRESDEN
OCTOBER 15TH, 2015

Supported by:
Federal Ministry for Economic Affairs and Energy
on the basis of a decision by the German Bundestag

Meet our U.S. team and mentors in Germany!



Life Science Event in Köln am 22. und 23. April 2015

Deutsche Biotechnologietage 2015 in Köln

Am 22. und 23. April 2015 traf sich die deutsche Biotechnologiebranche zu ihrem jährlichen, nationalen Netzwerktreffen, den „Deutschen Biotechnologietagen“, in Köln. Das wichtigste Forum der Branche, welches von BIO Deutschland, dem Arbeitskreis der Bioregionen und BIO. NRW ausgerichtet wurde, verzeichnete trotz Bahnstrik mit mehr als 860 registrierten Teilnehmern erneut einen Besucherrekord.

Staatssekretär im Bundeswirtschaftsministerium Matthias Machnig stellte in seiner Ansprache der chronisch unterfinanzierten Branche längerfristig eine Änderung bei den gesetzlichen Regelungen zu Verlustvorträgen sowie das neue Venture-Capital Gesetz noch in dieser Legislaturperiode in Aussicht. Joachim von Braun, Vorsitzender des Bioökonomierats, betonte, dass die Integration der Bioökonomie in übergeordnete Prozesse geboten sei, um die Basis für einen globalen Agendaprozess zu schaffen. Monika Lessl von Bayer warb in Ihrem Vortrag für die „Open Innovation“-Strategie des Branchenriesens. Der Vorstandsvorsitzende des deutschen Diagnostikspezialisten Qiagen, Peer Schatz, verdeutlichte in seinem Impulsvortrag, dass

Big Data der Wachstumstreiber in der Biotechnologie sei. Karsten Henco, laut Moderator Tom Hegermann vom Westdeutschen Rundfunk „Wiederholungstäter“ in Sachen Unternehmensgründungen, lobte die deutschen Gründer, die gelernt hätten, die richtigen Dinge zu tun, nicht nur die Dinge richtig zu tun.

Innovationspreis 2015 der BioRegionen in Deutschland

Im Rahmen der Abendveranstaltung in der Flora Köln wurden die Gewinner des diesjährigen Innovationspreises der Bioregionen – in 2015 zum 8. Mal verliehen – ausgezeichnet. Die drei Sieger-Projekte stammen aus dem Universitätsklinikum Regensburg (Autoimmunerkrankungen), von der Technischen Universität München (Biomasse) sowie dem Universitätsklinikum Bonn (Neues Antibiotikum gegen Wurm-Erkrankungen).

Das Kölner Netzwerk BioCologne ist seit Gründung des „Arbeitskreises der BioRegionen in Deutschland“ dort als Mitglied aktiv. In diesem AK tauscht man sich über alle Aspekte der Biotechnik aus und bringt diese Zukunftstechnologie gemeinsam voran.

Biotechnologie

Die Biotechnologieindustrie liefert einen wichtigen Beitrag zu einer gesunden, nachhaltigen und auf hochwertiges Wissen basierenden Ökonomie und Gesellschaft. BioRiver – Life Science im Rheinland e. V. bündelt als regionaler Branchenverband die Kräfte von 100 Mitgliedsorganisationen. Mit diesem Netzwerk aus Experten und Förderern engagiert sich BioRiver für die Life Science Branche im Rheinland.



Letztes Beispiel waren die Aktivitäten um das 10-jährige Jubiläum des Bundesverbandes BIO Deutschland im September 2014, als man gemeinsam mit BIO.NRW und BioRiver zum parlamentarischen Frühstück in der Landesvertretung NRW in Berlin geladen hatte. Auch der Innovationspreis gehört zu den gemeinsamen Aktivitäten. Innovative Ideen, Entdeckungen und Erfindungen sollen sichtbar gemacht, das Engagement belohnt werden.

Wissenschaft und Kleinkunst in Köln

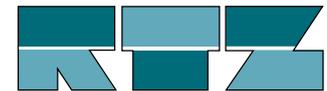
Über 120 Biotechnologen aus ganz Deutschland folgten der Einladung zum Branchentreff am Vorabend der Biotechnologietage. Sie durften beim spannenden Versuch einer Synergie von Kultur und Biotechnik auf dem Bio-

Campus Cologne (BCC) dabei sein. Das Rechtsrheinische Technologie- und Gründerzentrum Köln (RTZ) und der Biocampus Cologne (BCC) hatten zu dem Branchentreff eingeladen. Die Besucher fanden sich zum fachlichen Austausch mit lokalen Biotechnik-Unternehmen zusammen und erlebten ganz nebenbei den überragenden Auftritt von Ulan Et Bator. Die beiden Mützenträger hatten in der Woche zuvor den mit 5.000 Euro dotierten 1. Kölner Kleinkunst-Preis gewonnen und überzeugten mit ihrer „etwas anderen“ Interpretation der Biotechnik. 

Nähere Informationen sind zu finden unter www.biotechnologietage.de

Die Kölner Life Science – Standorte

BioCampus Cologne

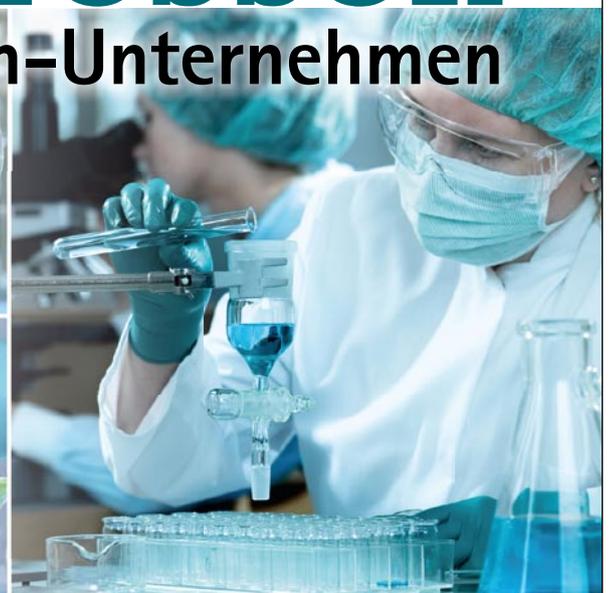


Rechtsrheinisches Technologie- und
Gründerzentrum Köln GmbH

Zwei 1. Adressen für aufstrebende Biotech-Unternehmen

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

www.biocampuscologne.de
www.rtz.de





Fotos dieser Seite: © Lonza, Basel, Schweiz

BioRiver – Bericht der Mitglieder

Neue Produktlinien für Lonza Cologne

Lonza zählt zu den führenden Zulieferern für Pharma-, Biotech- und Spezialchemie-Märkte. Der Konzern beschäftigt weltweit 9.800 Mitarbeitende an 40 Standorten. Der Jahresumsatz 2014 betrug ca. 3,6 Milliarden Schweizer Franken. Der Standort Lonza Cologne ist Spezialist für anspruchsvolle Zellkulturlösungen. Zu dessen neuen Entwicklungen führte BioRiver ein Gespräch mit dem Geschäftsführer Dr. Karl Clasen.



Dr. Karl Clasen
Geschäftsführer
www.lonza.com

BioRiver: 2014 hat Lonza Cologne zwei neue Produktlinien auf den Markt gebracht. Was können die neuen Produkte?

Clasen: Das CytoSMART™ System erlaubt dem Forscher erstmals, seine Zellkultur jederzeit von jedem beliebigen Ort aus online zu beobachten. Das RAFT™ 3D-Cell-Culture System ermöglicht die drei-dimensionale Kultivierung von Säugetierzellen. Beide Produkte reagieren auf bislang unerfüllte Kundenbedürfnisse und stoßen daher auf sehr großes Interesse bei unserer Zielgruppe.

Welche Bedeutung haben die Launch's für die Lonza Cologne?

Clasen: Natürlich bedeutet die Einführung dieser Innovationen eine Stärkung des Standortes. Der nächste Produkt-Launch, geplant Anfang 2016, ist dann wieder direkt verbunden mit der Kernproduktlinie von Lonza Cologne, der „Nukleofektion“, eine besonders effiziente Technologie für den Gentransfer.

Das CytoSMART™ System ist in Kooperation mit einem niederländischen Start-up entwickelt worden. Was haben Sie in der Kooperation gelernt?

Clasen: Sowohl das Start-up Unternehmen als auch Lonza Cologne haben während der Zusammenarbeit eine steile Lernkurve durchlaufen. Wir waren von der hohen In-

novationskraft und der Flexibilität der Entwicklung sehr beeindruckt. Gleichzeitig haben beide Seiten erkannt, dass sich vor allem die Kombination aus einem kreativen Start-up und einem Großunternehmen mit standardisiertem Qualitätswesen und einer etablierten Vertriebsstruktur als Win-Win-Situation herausstellt.

RAFT™ 3D Cell-Culture bedient den expandierenden Markt der 3D-Zellkulturen. Was ist das besondere an der Technik und wer sind hier Ihre Kunden?

Clasen: Tatsächlich ist der potenzielle Markt für 3D-Zellkulturen riesig. Anwendungsfelder liegen z. B. in der Krebs- und Herz-Kreislauf-Forschung, oder in der Pharmaindustrie, wenn die Toxizität von Wirkstoffkandidaten geprüft wird. Hier könnten 3D-Kulturen zukünftig einen Teil der Tierversuche ersetzen. Man geht davon aus, dass sich 3D-Zellkulturen physiologischer verhalten als etablierte 2D-Kulturen und dadurch biologisch relevantere Ergebnisse erzielt werden können. Der Wechsel von den etablierten 2D- zu 3D-Zellkulturen ist jedoch ein Paradigmenwechsel und bedeutet die Umstellung vieler Experimente. Da Lonza Cologne besonders im Bereich anspruchsvoller Zellkulturlösungen eine ausgewiesene Expertise hat, sehen wir uns in einer sehr guten Position, diese Entwicklung mit dem RAFT™ 3D Cell Culture System voranzutreiben.

Vielen Dank für das Gespräch!



BioRiver – Life Science im Rheinland

BioRiver Boost!

Im September war es soweit: Der Wettbewerb BioRiver Boost! 2015 ist gestartet. Nach positiver Rückmeldung durch die Teilnehmer und die Jury zur Runde in 2014 findet der Wettbewerb um beste Geschäftskontakte 2015 zum zweiten Mal statt.

Mit BioRiverBoost! Können Sie nur gewinnen: Kunden, Partner, Kontakte, Informationen. Wir freuen auf Ihre Bewerbung!, so Dr. Jürgen Schumacher, Vorstandsvorsitzender der BioRiver – Life Science im Rheinland e.V.

Im Wettbewerb BioRiver Boost! geht es um die Möglichkeit zur Präsentation. Die Interessenten bewerben sich um einen Pitch vor Vertretern der Unternehmen BASF, Bayer HealthCare, Henkel, Janssen-Cilag, Miltenyi Biotec, Qiagen und UCB Pharma. Der Vorsitzende des BioRiver e.V. Dr. Jürgen Schumacher und sein Vorstandskollege Dr. Oliver Dick von Qiagen leiten die Jury. Die BioRiver Boost! Gewinner werden 10 Minuten Zeit für die Vorstellung haben. Die Jury aus leitenden Mitarbeitern der Forschungs- und Entwicklungsabteilungen sowie dem Business Development stellt Fragen und gibt Feedback. Der Hauptpreis ist das erste Gespräch mit dem passenden Konzern, den jede erfolgreiche Vorstellung „mit nach Hause nehmen“ kann.



Informationen zu BioRiver Boost!: Siehe Flyer unter www.bioriver.de
Onlinebewerbung unter: www.bioriver.de/bioriver-boost.html

www.bioriver.de mit neuer Oberfläche

Ein Mammutprojekt ist abgeschlossen. Die neue Seite www.bioriver.de geht Anfang September online. Dank der Hilfe zahlreicher Sponsoren können zukünftig die Informationen bequem auf PC-Bildschirmen und auf mobilen Endgeräten abgerufen werden. Besonders wichtig ist die übersichtliche Darstellung der aktuellen Nachrichten, die Verfügbarkeit der Mitgliederprofile, die Anmeldemaske für Veranstaltungen und das Kontaktfeld. Auf dem Weg zu einer Veranstaltung und die genaue Adresse im Büro vergessen – das sollte zukünftig mit www.bioriver.de kein Problem mehr sein.

In den Wettbewerb sind Pharma-, Kosmetik- und Chemie-Konzerne als Jury eingebunden, die einen Firmen-Sitz im Rheinland haben und einen besonderen Nutzen durch das BioRiver-Netzwerk erfahren. Die Suche nach Projektpartnern und Innovationen in der Region ist für alle beteiligten Riesen interessant. Darüber hinaus bringt der enge Austausch mit jungen Unternehmen den Konzernen die Möglichkeit, ihre Anforderungen an Start-ups zu kommunizieren.

Am letzten Montag im November laden wir die Gewinner zur Präsentation nach Monheim in den Creative Campus ein. Von September bis zum sechsten November können sich junge und kleine Unternehmen sowie akademische Forschergruppen um die Teilnahme bewerben. Die noch unbekannt Partner möchten wir mit unserem Angebot nachhaltig in ihrer Geschäftsentwicklung unterstützen. Es stehen insbesondere Life Science Unternehmen im Fokus des Wettbewerbs. Aber auch Anbieter für digitale Lösungen für den Life Science Bereich sollten sich angesprochen fühlen. Ein Ausschlusskriterium könnte die Frage des Standortes sein, eingeschlossen sind alle Bewerber mit Sitz im Rheinland.



Dr. Frauke Hagen,
Geschäftsführerin
BioRiver – Life Science
im Rheinland e.V.
www.bioriver.de

BioRiver
Life Science im Rheinland e.V.

BioRiver – Life Science im Rheinland e.V. ist die unabhängige Vertretung der Life Science-Branche im Rheinland. Mit über 100 Mitgliedern vereint BioRiver alle wichtigen Akteure und fördert durch ein umfangreiches Expertennetzwerk die Entwicklung des Rheinlandes als Biotechnologie Standort.
www.bioriver.de



© Johannes Geisthardt

11 Argumente für den Standort Köln

Messe- und Handelsplatz von Weltrang ...

... begünstigt durch Kundenpotenzial und optimale Verkehrsanbindung: die Domstadt. Die Koelnmesse präsentiert ihren etwa zwei Millionen Einkäufern aus aller Welt rund 90 Prozent der exportfähigen Weltgüterproduktion. Anuga und photokina, die Internationale Eisenwarenmesse Practical World, Asia-Pacific-Sourcing, die Internationale Möbelmesse „imm cologne“, die Art Cologne oder die europäische Leitmesse der Spiele-Industrie „gamescom“ zählen zu den Weltmessen. Und mit der Kaufhof AG und der Rewe Group sind zwei der international bedeutendsten Handelsgruppen in Köln zuhause.

Also da muss man ja mal sagen: Messen? In Kölle? Ze basch! Und das sind nicht nur Messen für die armen Seelen sondern auch Totenmessen, messen cum populo, Messen sine populo, Pontifikalmessen, Kapitelmessen, Gemeindemessen, und und und. Früher übrigens hat man Messen gelesen oder Messen gehört, heute werden sie gefeiert oder zelebriert. Dann gibt's noch die Sonntagsmesse, die Werktagmesse, die Frühmesse, die Abendmesse, die

Kindermesse, die Werkmesse (z.B. bei Ford), das Gedächtnisamt, es könnte einem schwindelig werden, so viele Messen gibt es. Und das, was ich hier aufgezählt habe, ist ja nur die Spitze des Eisbergs. Jetzt nehmen Sie mal einen ganz normalen Priester, der an einem, sagen wir Mittwoch, in der Kirche XY Dienst schiebt. Er hat um 5 Uhr 30 sine populo, also ohne gläubiges Volk, eine Privatmesse zu lesen, sagen wir mal: für Alfred Neven DuMont. Mitten in der Messe: die Wandlung, d.h. 0,1 l Weißwein. Um sechs Uhr dann eine normale Messe, also cum populo, für die Leute, die auf dem Weg zur Arbeit sind. Wandlung: 0,1 l Weißwein. Um 6 Uhr 30 eine Frühmesse normal, cum populo, mit Wandlung. 0,1 l Weißwein. Um 7 Uhr dann die Schülermesse. Mit Wandlung, klar. Also: 0,1 l Weißwein.

11 Argumente für den Standort Köln ...

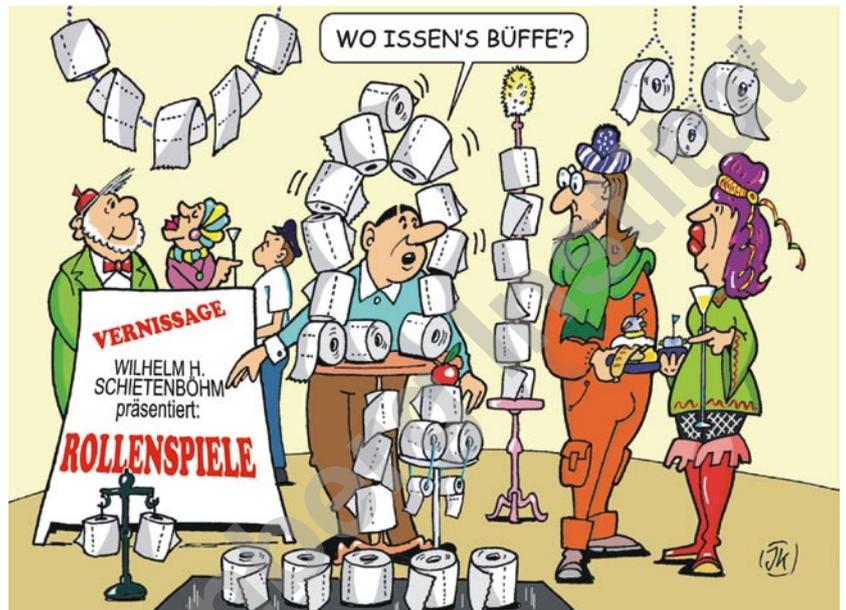
... ist der Titel eines Flyers der Stadt Köln von Oktober 2009.

Konrad Beikircher nimmt Stellung zum 6. Argument!

Und weil das noch nicht reicht um 8 Uhr noch eine Messe obendrauf, cum populo, mit Gläubigern, äh Gläubigen in der Kirche und mit Wandlung. Wieder 0.1 l Weißwein. Das heißt, dass die arme Socke, weil das ja nie exakt nur 0.1 l sind, um halb neun Uhr morgens eine Flasche Wein intus hat, das wiederum heißt: der Tag ist gelaufen. Hätte er um 10 Uhr eine Beerdigung, er würde die Särge nicht auseinanderhalten können. Das ist der heimliche Grund dafür, dass Beerdigungen am liebsten ab mittags stattfinden, damit der Pfarrer die Chance hat, nach seinem anstrengenden Morgendienst ausnüchtern zu können.

Sie sehen: Messen waren immer schon ein anstrengendes Geschäft und sind es heute noch. Ich sage nur: Art Cologne! Wat sin se do all ungerwegs, mit und ohne Pinsel! Das Schönste an der Art Cologne ist die Hierarchie. Nachdem aufgebaut ist - und ich habe erlebt, dass die letzten Nägel beim Abbau in den Boden gehauen wurden - gibt es die Pre-Preview. Sie ist nur einem ganz erlesenen Kreis vorbehalten, nämlich denen, die auch garantiert kaufen, weil sie immer schon gekauft haben. Jede Galerie gibt diesen handverlesenen Kunden ein, höchstens zwei Karten (wahrscheinlich in toten Briefkästen nachts um halb drei und nur gegen geheime Klopfzeichen erhältlich). Nun stürmt diese kleine Hundertschaft, mehr sind es nicht, die Art Cologne, geht zu den bevorzugten Galeristen und kauft. Wahrscheinlich haben sie die roten Punkte, die dann unter die Bilder und Objekte kommen, schon bei sich, draufgedrückt, dem Galeristen zugewunken mit geheimen Zeichen, so wie bei der Börse, und fertig ist die Laube. Das nimmt so an die zwei bis maximal drei Stunden in Anspruch, länger darf es auch nicht gehen, weil gleich, um 17 Uhr, die Preview-Gäste kommen. Das sind dann die Promis, mit denen sich die Art-Cologne schmückt. Das sind die üblichen Kölner Promis, gerne mit Rollator, denn der Kölner ist promitreu und die Gänge sind breit genug.

Da tummeln sich dann Pütz, Schautzer, Beikircher, Becker, Bildzeitung, Express und Stadtanzeiger (die DuMont-Sippe war aber schon vorher da), die TV-Prominenz und die Medien-Nutten, und hätte Köln noch eine funktionierende Halbwelt, dann wären Schäfers Naas und der Dummsche Tünn auch dabei (Pascha ist doch keine Halbwelt mehr, Pascha ist out, langweiliger als der Sport-Channel ab 0 Uhr). Die übliche Mischung Kölner Notare, Rechtsanwälte und Finanzberater glaciert über den Kunstboden, alle haben das S-Zeichen in der Pupille: ein S in dem zwei Pinsel stehen, das ist das Dollar-Zeichen der Art Cologne. Das Schärfste aber kommt jetzt: die Preview geht also um 17 Uhr los. Das heißt: ab 16 Uhr steht die Schlange, es kommt aber keiner rein, weil es ja erst um 17 Uhr losgeht.



© JotKa/toonpool.com

Nun kommt der Hammer: die Promis für die Preview stehen an, kurz bevor aber die Promis reingelassen werden, kommen die wirklichen Promis, die nämlich in der Pre-Preview reindurften, gelassen hinter die Schranke und warten auf die Promis. Natürlich kölsch, natürlich freundlich, aber immer klar vor Augen: WIR SIND SCHON DRIN! Sie winken den armen Promis vor der Schranke, rufen Ihnen zu „Ihr müsst unbedingt auf die zweite Etage, unten ist diesmal gar nix!“ und „Wir treffen uns bei Werner!“ und verschwinden. Und bei den Promis, die erst jetzt rein dürfen, ist in dem Moment die Luft erus! Was für ein Schauspiel: der inner circle Kölns verweist die Köln-Promis auf die Plätze, einfach nur indem sie sich zeigen: nicht vor, sondern hinter der Schranke. Ich bin das letzte Mal nur hingefahren, um dieses Schauspiel zu erleben. Es war gottvoll. Dann hab ich mich umgedreht und bin am Sonntag drauf zur Art Fair gefahren, der Anti Art Cologne Messe, bei der es Kunst zu sehen gibt, die diesen Namen eher verdient als vieles, was einem auf der Art Cologne aufs Auge gedrückt wird. →



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

www.beikircher.de



© Ertl/toonpool.com

Oder eben Anuga. Keiner braucht auf die Anuga zu gehen. Die Anuga hat nämlich einen Event auf dem Revers, der sich gewaschen hat und bei dem sich alles trifft, was auf der Anuga wichtig ist: Lambert' Night im Alten Wartesaal in Köln. Hermann Bühlbecker lädt zu dieser einmaligen Show alles ein, was auf der Anuga Rang und Namen hat, dazu aber auch dekorative Promis von Hans Dietrich Genscher bis zu Dita von Teese, der sehr attraktiven Burlesque-Tänzerin. Dieser Event ist der Hammer: du stehst ab 19 Uhr auf der Matte (so du eingeladen bist) und schaust ab da dem Almbetrieb von Promis zu (ich sage nur: Alain Delon, Catherine Deneuve, Ursula Andress, Gerard Depardieu etc, etc). Das geht bis so ca. 23 Uhr, in der Zeit läuft natürlich auch Programm auf der Hauptbühne, dann schaust du dem Almbetrieb zu, der geht bis so gegen 1 Uhr, du lallst noch ein „BissumnächstnJahr“ Hans Dietrich in die Ohren und gehst mit dem Gefühl, wieder einmal dabei gewesen zu sein, aus dem Wartesaal.

Will sagen: Messen in Köln sind eben immer Messen, mit Wandlung und mindestens 0.1 l / 30 Minuten. Das ist der kölsche Rhythmus, das ist das Erfolgsrezept und das ist das Geheimnis. Ich kann nur sagen: bring, was du zu verkaufen hast, nach Köln, mehr Schanggsen gibbsnich!

Ihr Konrad Bei - hicks - kircher

Neues Booklet

Argumente für Köln

Wir haben fertig: Das letzte der 11 Argumente für den Standort Köln wurde nun durch Konrad Beikircher näher durchleuchtet. Schreibt er weiterhin im RheinZeiger? Wir werden sehen, Sie dürfen gespannt sein. Aber: Es wird ein neues Booklet geben mit dem Titel „11 Argumente für Köln“. Sie dürfen auch hier gespannt sein!

www.rheinzeiger.de

Konrad Beikircher

Konrad Beikircher – seit genau 36 Jahren auf der Bühne – ist nach wie vor mit seinem Programm „bin völlig meiner Meinung“ unterwegs. Nicht nur in Köln, z. B. am 4. und 5. Januar 2016 im Senftöpfchen – auch anderswo. Beikircher: „Also ich bin es leid: Du gehst durchs Leben und fragst Du einen, ist es immer dasselbe: die einen sagen so, die anderen sagen so. Damit ist jetzt Schluss! Ich nehme keine Rücksichten mehr, ich bin völlig meiner Meinung!“



© Frank Becker, Musenblätter

Der Besuch seiner Auftritte lohnt sich

Hier eine kleine Auswahl aus seinen 2015er Tournee-Programmen – mehr findet man unter www.beikircher.de

bin völlig meiner Meinung

Hannover	Theater am Küchengarten	17. Oktober	20:00	0511 445562
Siegen	Medien- und Kulturhaus Lÿz	24. Oktober	20:00	0271 3332448
Trier	Tuchfabrik	29. Oktober	20:00	0651 7182412
Mettmann	Neandertalhalle	31. Oktober	20:00	02104 929292
Brühl	Max-Ernst-Museum	6. November	20:00	02232 79345
Düsseldorf	Freizeitstätte Garath	11. November	20:00	0211 8997551
Leipzig	academixer-Keller	19. November	20:00	0341 21787878
Hagen	Theater	7. Dezember	19:30	02331 2073218

Frühstück – morgens halb neun in Kalk

Kalker Tafelrunde

„Innovationen nerven!“, mit dieser provokanten These begann Thomas Lambach, Geschäftsführer der ISL Chemie in Kürten seinen Vortrag am 27. Mai. Humorvoll und pragmatisch kam er seinem Thema näher. Und es ist eben die Praxis, die den Gedanken aufkommen lässt, dass Innovationen auch nerven können. Denn: Viele sehen sich einem „Innovationsdruck“ ausgesetzt, begegnen Veränderungen mit Skepsis, oft sogar mit Widerstand. Natürlich können Innovationen auch eine „Flop-Rate“ haben. Aber: „In Zeiten immer kürzer werdender Produkt-Lebenszyklen und einem sich ständig verändernden Markt muss man schnell reagieren können und immer Innovationen in der Pipeline haben“, so Lambach. Dazu könne auch das interne Vorschlagswesen genutzt werden.

Das Fehlen von Innovationen kann im schlimmsten Fall sogar die Existenz des Unternehmens bedrohen. Auch aus diesem Grund setze er mit seinem Unternehmen auf Innovationen, würde überdies lieber agieren als reagieren. Nicht nur neue Produkte, auch Prozessinnovationen oder neue Dienstleistungen weisen den Weg in die Zukunft.

Lambach unterstrich die große Bedeutung von Markt- und Wettbewerbsbeobachtungen und die Kommunikation mit Kunden. Es ist das Erkennen von Kundenwünschen, das ewige Spiel von Pull & Push der gesuchten Produkte. Die Diskussion lief überaus rege, das Frühstück zog sich in die Länge. Die Teilnehmer bewegten Begriffe wie Mehrwert, Qualität, Nutzbarkeit und – als hätten sie die nächste Kalker Tafelrunde vor Augen ...

26. August: Kundenbedürfnisse

Eben die Kundenbedürfnisse oder wie denn die herauszufinden sind, stand am 26. August im Mittelpunkt der Kalker Tafelrunde. Kornelia Ahrens, selbständige Beraterin und Coach, stieg mit wirklich frischen Ideen in ihren Vortrag zum Thema „Personas“ ein: Gibt es ein besseres Beispiel für gelungene Befriedigung von Kundenbedürfnissen als den Bananenschneider? Ja, Gründungsideen sollen die Probleme der Kunden lösen. Innovationen sind hier sicher gut, aber wichtiger ist, dass die Lösung den Bedarf der Kunden wirklich trifft.

Das ist leichter gesagt als getan. Vielleicht waren deshalb so viele Menschen zum Frühstück erschienen. Denn: Wie findet man die wirklichen Bedürfnisse von Kunden heraus? Wenn ich eine Gründungsidee entwickelt habe, wie kann ich mein Kundensegment finden, meine (potenziellen) Kunden kennenlernen? Können Nutzermodelle wie etwa „Personas“ hilfreich sein? Kornelia Ahrens stellte Beispiele



für fiktive Anwender aus einer Zielgruppe vor, eben die sogenannten „Personas“. Deren Eigenschaften sind es, die helfen, Design-Entscheidungen zu treffen, User-Stories zu gestalten, aber auch das Marketing-Budget zielgerichtet einzusetzen.

Die von Ann Kristin Barth moderierte Diskussion zeigte, wie sehr dies Thema die Gründer bewegt. Die Gespräche, vielfach „unter vier Augen“, denn Business Angels waren auch anwesend, liefen noch lange. Für die Gründer ein gelungenes Meeting – mit Tuscheln, Beraten und Geschäfte machen. Immer wieder spannend, das Frühstück morgens halb neun in Kalk.

Die nächste Kalker Tafelrunde tagt am 4. November 2015 – wie immer im RTZ, wie immer um halb neun!

Biotechnologie international

Life Science auf dem BioCampus Cologne

Der BioCampus versteht sich nicht nur als Anbieter von moderner und maßgeschneiderter Infrastruktur, sondern insbesondere auch als Mittler für interdisziplinären Austausch. Hier finden sich Akteure aus innovativen Technologiefeldern. Neben der Biotechnik ist dies Standort für Chemie, IKT, Engineering und Medtech. Dies schafft Möglichkeiten zur interdisziplinären Zusammenarbeit ebenso wie für internationale Geschäfte.

Brasilianischer Besuch

Im März 2015 war eine hochrangige Delegation aus Brasilien mit Vertretern aus Politik, Wissenschaft und Wirtschaft zu Gast in der Region Köln. Zum Themenschwerpunkt Bioökonomie war neben dem Forschungszentrum Jülich und dem MPI für Pflanzenzüchtung der BioCampus Cologne eine Station der Reise. Die Gäste aus Südamerika informierten sich über die Entwicklung des BioCampus als Zukunftstandort für innovative Technologien. Hierbei wurde insbesondere die Attraktivität des Standortes für brasilianische Technologieunternehmen als Sprungbrett für die Expansion nach Europa gewürdigt.

Es folgte eine Besichtigung bei der DIREVO Industrial Biotechnology GmbH in einem der Laborgebäude auf dem BioCampus. Dr. Jörg Riesmeier, Geschäftsführer des Biomasse-Spezialisten, präsentierte das Produkt-Portfolio des Unternehmens. Die Produkte der DIREVO sind hocheffiziente Enzyme und Mikroorganismen, die sowohl die Etablierung von einfachen und kosteneffizienten Prozessen zur Biomassennutzung als auch die Erzeugung bio-basierter

Chemikalien ermöglichen. Dr. Riesmeier betonte, dass auch Südamerika einen hervorragenden Absatzmarkt mit hohem Potential für DIREVO bietet. Nicht zuletzt aufgrund der Städtepartnerschaft zwischen Rio de Janeiro und Köln soll der Austausch beider Standorte zukünftig intensiviert werden. So fanden im September auch die Deutsch-Brasilianischen Wirtschaftstage in Joinville im brasilianischen Bundesstaat Santa Catarina statt, zu denen auch Vertreter aus Köln reisten.

Kölner Delegation in der Türkei

Die Türkei ist neben China und Indien eines von drei Schwerpunktländern der Kölner Wirtschaftsförderung. Ende Februar 2015 veranstaltete die Stadt Köln daher gemeinsam mit der Anwaltskanzlei BridgehouseLaw eine Rundreise nach Ankara und Istanbul. Unter der Leitung der Beigeordneten für Wirtschaft und Liegenschaften, Ute Berg, gehörten Vertreter des Amtes für Wirtschaftsförderung, der Industrie- und Handelskammer zu Köln, des BioCampus Cologne, des Flughafen Köln/Bonn, von NRW Invest sowie vom TÜV Rheinland zur Delegation.



BAMA Technology hat seinen Sitz im ODTÜ Teknokent und entwickelt Robotersysteme zur Rehabilitation von Gehbehinderungen.



Geschäftsführerin Ute Berg (Mitte) und Prokurist Andre van Hall (2. von links) freuten sich über die Gäste aus Südamerika. Angeführt wurde die Delegation durch Luiz Henrique da Silveira (4. von links), Senator im Nationalkongress von Brasilien.



Die Teilnehmer der btS-Alumni Business-Tage genossen das schöne Wetter im Dachgarten des BioCampus Cologne-Towers.

Eine Station der Rundreise war der größte Technologiepark der Türkei, das ODTÜ Teknokent in Ankara. Über 300 Firmen mit rund 5.000 Beschäftigten arbeiten dort in unmittelbarer Nähe zur Middle East Technical University (METU). So bietet sich ein ideales Umfeld für Ausgründungen und Technologietransfer. Der Besuch mehrerer Start-ups in den Branchen Life Sciences, IKT und Luftfahrttechnologie zeigte anschaulich die Bandbreite an kompetenten Unternehmen im ODTÜ Teknokent auf, die im Bereich Internationalisierung auch vom Management des Technologieparks unterstützt werden. Der BioCampus Cologne und das ODTÜ Teknokent streben eine Zusammenarbeit an, um Technologietransfer und Unternehmenskooperationen zwischen Ankara und Köln zu intensivieren und zukünftig auch verstärkt Bestrebungen der Internationalisierung von Unternehmen in beide Richtungen zu begleiten.

Erste btS-Alumni Business-Tage

Die vor 19 Jahren in Köln gegründete btS - Biotechnologische Studenteninitiative e. V. versteht sich als gemeinnützige, unabhängige und politisch neutrale Studenteninitiative. Sie fungiert als Schnittstelle zwischen Studierenden und Promovierenden, Hochschulen und Forschungsinstituten sowie Unternehmen der Life Sciences.

Aufgrund des langjährigen Bestehens dieser Initiative haben sich mittlerweile über 150 ehemalige btS-Mitglieder zur Alumni & Friends-Gemeinschaft der btS zusammengeschlossen. Alumni & Friends ist ein Informations-, Kontakt- und Karrierenetzwerk und bietet den aktuell Studierenden individuelle Betreuung, Mentoring, Coaching sowie Erfahrungsberichte aus dem Berufsalltag an. Workshops zum Austausch zwischen Ehemaligen, Aktiven und Freunden der Initiative runden das Angebot ab.

Die ersten btS-Alumni Business-Tage fanden am 8. und 9. Mai 2015 auf dem BioCampus Cologne statt. Im Mittel-

punkt des dichten Programms standen Kurzpräsentationen der Teilnehmer über deren beruflichen Werdegang und über die Zeit nach der aktiven Mitgliedschaft in der btS. Die intensiven Gespräche zwischen den Präsentationen sowie beim Abendessen in entspannter Atmosphäre förderten das gegenseitige Kennenlernen der 20 Teilnehmer.

Unterstützt wurde die Veranstaltung durch den Gastgeber Ayoxxa Biosystems GmbH. Ein Highlight der Veranstaltung war die Paneldiskussion zum Thema „Biotech Start-ups: Umfeld und Bedingungen“. Unter der Leitung eines Vertreters des High-Tech Gründerfonds als Investor entwickelte sich eine spannende Diskussion zwischen Akteuren von Ayoxxa Biosystems, BIO.NRW, m2p Labs und Nano Temper Technologies über Erfolg und Misserfolg in der deutschen Biotech-Gründerszene. Die Business-Tage wurden abgerundet durch die Mitgliederversammlung der btS-Alumni, bei der noch lange über die Zukunft des Alumni-Netzwerkes und die weitere Zusammenarbeit mit dem studentischen Verein diskutiert wurde.



Forschungskooperation

Ayoxxa Biosystems und Grünenthal

Die AYOXXA Biosystems GmbH und das Stolberger Pharmazieunternehmen Grünenthal, Spezialist für Schmerztherapeutika, haben eine Forschungskooperation erfolgreich zum Abschluss gebracht. Ziel war es, die Nachweisgrenzen für einen Biomarker unter Einsatz von AYOXXAs innovativer Technologieplattform zu testen. Es ging um die Detektion geringster Mengen spezieller Entzündungsmarker, die durch humane Zellen ausgeschüttet werden. Die Erkenntnisse sind wichtig im Rahmen der Entwicklung neuer Wirkstoffe zur Behandlung von Schmerzen und Entzündungen. Die so genannte Proteinmultiplex-Analyse liefert sehr wertvolles Testmaterial zu Verbesserungen in der klinischen Diagnostik und zur Entwicklung individuellerer Behandlungsmöglichkeiten von Patienten.

www.ayoxxa.com; www.grunenthal.com

LAST
CALL

Produktinformation

Warentest der neuen Generation

Für Konsumenten, die Wert auf neutrale Produktinformationen legen, veröffentlicht die test.net GmbH kostenlose Warentests. Durch Einsatz eines algorithmusbasierten Produkttests, der die Produkte anhand ihrer tatsächlichen Eigenschaften vergleicht, erhalten die Waren ein nicht manipulierbares Produktsiegel. Test.net ist damit Vorreiter einer neuen Form von Warentests, die den Verbrauchern ein objektives Entscheidungskriterium liefert. www.test.net

Anwendungen der Zukunft: kabellose Sensor- und Messtechnik**Messfunk**

Smart City, Industrie 4.0, Smarte Landwirtschaft, kabellose Geomesstechnik – diese Zukunftsthemen versprechen uns große Fortschritte in der Produktivität

und gleichzeitig die Schonung von Lebensräumen durch den intelligenten Umgang mit knappen Ressourcen. Intelligentes Handeln setzt Wissen über die Umwelt in Form von Daten voraus – und hier kann Messfunk weiterhelfen.

Unser kabelloses Messsystem kann nahezu jeden marktüblichen Sensor nutzen, um verschiedenste Umweltparameter zu messen – z.B. Lärm, Abgase, Bodenfeuchte, Neigung, Vibration. Kern unseres Messsystems ist unsere innovative, selbstentwickelte Funktechnologie. Damit können Sensoren nahezu beliebig in der Fläche verteilt werden. Unsere Funkchips bauen automatisch ein selbstorganisierendes und selbstheilendes Netzwerk auf, das die Messdaten der Sensoren einsammelt und unseren Kunden über die Cloud zur Verfügung stellt. Durch ausgetüftelte Energiesparmaßnahmen können die Sensoren über mehrere Jahre im Batteriebetrieb laufen. 

MF Messfunk UG*(haftungsbeschränkt)**Geschäftsführer:**Thomas Mausbach, Matthias May**Gottfried-Hagen-Straße 60-62**51105 Köln**Tel.: + 49 (0) 221 99 99 01 72**roeder@messfunk.de**www.messfunk.de***Experten für IT-Projekte an Airports****flughafenit**

Flughafen IT hat sich auf geschäftskritische Informationstechnologie an Flughäfen spezialisiert. Die Experten von Flughafen IT kombinieren dabei tiefgehende IT-Expertise mit flughafen-spezifischem Prozesswissen.

Die Leistungsbereiche von Flughafen IT umfassen

- IT Project Management: Steuerung von Projekten zur Einführung, Integration und Veränderung von Informationstechnologien.
- IT System Engineering: Programmierung und Konfiguration von Informationstechnologien.
- IT System Testing: Qualitätssicherung bestehender und neu eingeführter Informationstechnologien.

Führungskräfte von Flughäfen konsultieren die Experten von Flughafen IT auch dann, wenn sie objektive Einschätzungen im Vorfeld von anstehenden IT-Investitionen oder Veränderungen der bestehenden Informationstechnologielandschaft suchen. Beispiele erfolgreicher Arbeiten von Flughafen IT sind z.B. die Systemimplementierungen für das Identity Management, die Ausweisverwaltung und die Zugangskontrolle sowie die Prozessautomatisierung flughafen-spezifischer Sicherheitsprozesse. 

Flughafen IT UG*Geschäftsführer:**Clemens Becher,**Dr. Klaus Fochler**Büro RTZ Köln**Gottfried-Hagen-Straße 60**51105 Köln**www.flughafenit.de**info@flughafenit.de*

Innovative Lösungen für Molekularbiologie



multiBIND ist ein F&E Unternehmen spezialisiert auf die Entwicklung innovativer Lösungen für die Molekularbiologie, den Hygienebereich und die Agrarindustrie. Die patentierten Lösungen bioDECONT® und bioCLEAN® stehen für die biokompatible Desinfektion und Dekontamination von Laboren, Kliniken, Lebensmittelbetrieben und die Landwirtschaft. Alleinstellungsmerkmale sind neue Mechanismen zur effizienten Keimabtötung in Kombination mit dem Abbau von externen Nucleinsäuren (DNA und RNA). Trotz der hohen antimikrobiellen Wirksamkeit enthalten diese Lösungen nur unbedenkliche Biomoleküle und Wirkstoffe und sind weder toxisch noch korrosiv. multiBIND hält aktive Patente und generiert ständig neue Patentanträge zur Lizenzvergabe an seine industriellen Partner. Diese Industriepartner liefern das komplementäre Wissen zur Produktentwicklung, zu regulatorischen Fragen, Zulassungen und Marktzugängen. multiBIND unterstützt seine Partner durch neuartige Labordienstleistungen und Analysen. 

multiBIND biotec GmbH

Kontakt:

Prof. Dr. Thomas Lisowsky

Gottfried-Hagen-Str. 62
51105 Köln - Deutschland

Tel.: + 49 (0) 221 2780 211

lisowsky@multibind.de

www.multibind.de

Simulationszentrum für medizinische Fortbildung



medisim ist ein Simulatorzentrum und Skills Lab zur Durchführung übungsbezogener zertifizierter medizinischer Fortbildung im Übungslabor bzw. in realitätsnaher Simulationsumgebung.

Wir bieten ein vielfältiges Kursangebot für Ärzte aller Fachrichtungen, Zahnärzte, Behandlungsteams, Pflege- und technisches Personal sowie für Personal der medizinischen Industrie. Mehrwöchige Personalschulungen für ausländisches Pflegepersonal und ausländische Ärzte sowie individuell buchbares freies Üben an den permanent verfügbaren operativen Arbeitsplätzen runden unser Programm ab.

Erfahrene Instrukturen sowie modernste Technik ermöglichen in all unseren Veranstaltungen die realitätsnahe Darstellung sowie das intensive Üben von Grundfertigkeiten bis hin zu komplexen Arbeitsabläufen und Szenarien. Die Kursinhalte werden individuell auf die verschiedenen Zielgruppen abgestimmt. Kleine Gruppen, konzentrierte Unterrichtseinheiten sowie ein umfangreiches Terminangebot unterstützen die individuelle und erfolgsorientierte Betreuung der Teilnehmer. 

medisim GmbH & Co. KG

Geschäftsführer:

Univ.-Prof. Dr. med. Walter Buzello

Nattermannallee 1

50829 Köln

Tel.: + 49 (0) 221 3561750

Fax: + 49 (0) 221 3561757

info@medisim.com

www.medisim.com

Entrepreneurship

LAST CALL

Mit Rückenwind in die Gründung

Die Stiftung der Deutschen Wirtschaft (SDW) hat soeben eine neue Broschüre herausgegeben. Darin werden 13 Gründer- und Start-up-Portraits aus dem Netzwerk der SDW vorgestellt. Lesen kann man hier persönliche Einblicke, Erfolgs- und Misserfolgs-Geschichten sowie Ratschläge. Menschen, die im Studium unternehmerische Erfahrung sammeln wollen, können sich beim Bildungsprogramm für finanzielle Unterstützung und ein interdisziplinäres Qualifizierungsangebot bewerben.

www.herausforderung-unternehmertum.de

Rücknahmesystem für gebrauchte Mobiltelefone



Mobile-Box ist ein beim Kölner Umweltamt angezeigtes Rücknahmesystem für gebrauchte Mobiltelefone, das 2012 von Till von Pidoll und Eric Schumacher in Köln gegründet wurde. Zurückgenommene Handys werden einer umweltgerechten Verwertung zugeführt.

Mobile-Box

Schumacher, von Pidoll GbR

Gesellschafter:

Till von Pidoll, Eric Schumacher

Gottfried-Hagen-Straße 60 – 62
51105 Köln

Tel.: + 49 (0) 178 5151704

Info@mobile-box.eu

mobile-box.eu

Anlass zur Sammlung von Alt-Handys geben die mehr als 100 Millionen ungenutzten Mobiltelefone in deutschen Haushalten (Bitkom Studie). Mittlerweile betreut Mobile-Box über 100 Rücknahme-Standorte in ganz Deutschland.

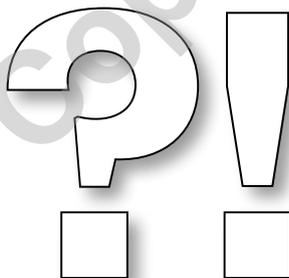
Zurückgenommene Geräte werden von den Sammelpartnern zu Mobile-Box nach Köln gesendet. Mit etwa 98 % wird der Großteil der erfassten Handys einem zertifiziertem Recycling-Betrieb übergeben. Dort werden wertvolle Rohstoffe wie Gold, Silber und Kupfer recycelt. Die restlichen 2 % sind in der Regel Mobiltelefone, die nach einer vollständigen Datenlöschung innereuropäisch wiederverwendet werden können. Die daraus entstehenden Erlöse werden zu 50 % an den BUND NRW gespendet. Mobile-Box wurde 2015 vom Nachhaltigkeitsrat der Bundesregierung mit dem Werkstatt N Siegel ausgezeichnet.

Unsere Rätselserie: Wissen Sie Köln?

Das fragt Christina Kuhn in ihrem gleichnamigen Buch. Denn Köln ist nicht nur eine Stadt, es ist eine Metropole mit Charakter, Inspiration und Leidenschaft.

In ihrem Buch fragt sie eine ganze Menge Dinge, die selbst nicht jeder Kölner beantworten kann. Geschweige denn ein „Imi“. So bezeichnet man in Köln liebevoll alle Nicht-Kölner; weitere Spezifikationen sind völlig überflüssig und unnötig.

Wissen sie Köln? Das fragten wir auch Sie in unserer RheinZeiger-Ausgabe 25 und stellten ausgesuchte Fragen. Aus den zahlreichen, richtigen Einsendungen wurde **Gabriele Steckel aus Iserlohn** als Gewinnerin eines Buch-Exemplars gezogen. Herzlichen Glückwunsch!



Jetzt gibt's die nächste Möglichkeit ein Buch dieser (fast) vergriffen Auflage zu gewinnen. Dazu beantworten Sie bitte die drei nachfolgenden Fragen richtig und senden uns Ihre Antwort bis zum 30. November 2015 an idee@rheinzeiger.de. Bei mehreren richtigen Antworten entscheidet das Los.

1. Wer waren die ersten Kölner?

- a) Die Römer b) Die Salier
c) Die Ubier d) Die Karolinger

2. Wann wurde die mittelalterliche Stadtmauer errichtet?

- a) 800 b) 980
c) 1.090 d) 1.180

3. „Köln 111 km“ – Wo liegt der trigonometrische Punkt, auf den sich Kilometerangaben auf Verkehrsschildern beziehen?

- a) Auf Gleis 1 vom Kölner Hauptbahnhof
b) Auf der Hohenzollernbrücke genau in der Rheinmitte
c) Im Vierungsturm des Kölner Doms
d) Im Foyer des Historischen Rathauses

Workshop Akquisition im RTZ



Da wurde es richtig voll im FOUNDERS Club des RTZ. Jungunternehmer waren eingeladen zu einem Workshop über (Telefon-) Akquise.

Vor allem Gründer kennen das: Man hat mit Spannung endlich gegründet. Alles ist da: Büro, Schreibtisch, Computer, Corporate Design, gute Stimmung, ein Firmenkonto, Telefon. Telefon? Ja, nur es klingelt nicht. Was ist zu tun? Hat denn kein Mensch da draußen im Markt einen Bedarf? Kennt keiner das neue Unternehmen mit der innovativen Lösung? Was also ist zu tun? Wie kommt man an Aufträge, gewinnt Kunden?

Darüber wurde geredet:

- Vertriebswege im Überblick
- Telefonische Kalt-Akquise
- Akquise ist Chefsache
- Akquise-Organisation – oder CRM (Kennen Sie das?)
- Akquise-Knigge

Nach einem Vortrag von Jürgen Hoffmann ging es in den Workshop: Networking, Kommunikation, Rollenspiel, Feedback, Fragerunde. Die Teilnehmer durften Werbematerial oder Kundensreiben mitbringen, denn der Workshop war praxisorientiert und lieferte so für konkrete Projekte der Teilnehmer Lösungsansätze. 



Es gibt Sprünge nach oben und es gibt Sprünge nach ganz oben.

Du hast die Wahl.

Die Gründerszene steht für Aufbruch, Innovation und Kreativität. KPMG fördert aktiv den Austausch zwischen deutschem Mittelstand und Startups und unterstützt Unternehmen auf ihrem Weg in die Zukunft. Denn wo Erfahrung und Innovationsgeist aufeinandertreffen, entstehen neue Wege und Wachstum für morgen. Sprich mit uns.

Deine Ansprechpartnerin für die Region West

Dr. Ladislava Klein
T +49 221 2073-1921
lklein@kpmg.com

www.kpmg.de/smartstart



Businessplan-Wettbewerbe als Start für Start-ups

Neue Ideen für die Welt

Über 120 Gründerwettbewerbe gibt es in Deutschland. Wir haben darüber in Ausgabe 25 berichtet. Zu den großen Wettbewerben in NRW zählen die Wettbewerbe von NUK, Neues Unternehmertum Rheinland, und KUER, der Wettbewerb für Klima, Umwelt, Energieeinsparung und Ressourcenschonung. Die besten Ideen wurden mit Geldpreisen belohnt – insgesamt konnten sich acht Gründerteams über mehr als 50.000 EUR Preisgeld freuen.

Seit 2014 hatten rheinische Unternehmensgründer an ihren Geschäftskonzepten gefeilt, unterstützt von den ehrenamtlichen NUK-Experten – den Coaches und Gutachtern. Am Ende des **NUK-Businessplan-Wettbewerbs** reichten 57 Teams ihre Businesspläne ein. Gutachter nahmen diese Konzepte unter die Lupe und schließlich durften die zehn besten Teams ihre Geschäftsidee einer Fachjury vorstellen.

Am 17. Juni 2015 hatten die zehn Nominees erneut die Gelegenheit, ihre Ideen, diesmal vor großem Publikum in der Wolkenburg in Köln, zu präsentieren. Und dann hieß es: „The winner is ...“. So freute sich das Team „Solar“ aus Köln und Stuttgart über die mit 10.000 EUR dotierte Siegerprämie. Sie haben eine Solar-Receiver-Technologie mit Speicher entwickelt, die es ermöglicht, Solarenergie bei Temperaturen bis 1.000°C rund um die Uhr zur Verfü-

gung zu stellen und so die Umwelt von Abgasen konventioneller Energieträger zu entlasten.

Den zweiten Platz belegt das Team UVIS aus Köln. Ihr Modul „Escalite“ tötet mittels UV-C-Strahlung in wenigen Sekunden die Keime auf den Handläufen von Rolltreppen ab, so dass sich Treppennutzer beruhigt daran festhalten können. Der dritte Preis ging an das Team „Stadt.Wein. Gut IMI“ aus Köln, das ein Weingut mitten in der Stadt plant, das erste in Köln.

In nur vier Monaten hatten die Teilnehmer des **KUER Businessplan Wettbewerbes** ihre Businesspläne entwickelt. Auch hier wurden fachkundige Gutachter tätig, und auch hier konnten sich die besten zehn Teams einer hochkarätigen Jury präsentieren. Aus der Rangfolge der Gutachten und der Jury-Bewertungen wurden die Sieger rechnerisch ermittelt.

Am 23. Juni 2015 wurden im stadt.bau.raum in Gelsenkirchen die Sieger prämiert. Die Gründerinnen und Gründer wurden als „Motor einer nachhaltigen und umweltfreundlichen Wirtschaft und für die große Bandbreite von Produkt- und Dienstleistungsideen im Bereich der Green Economy“ gelobt.

Das Team „NanoSoil“, eine Ausgründung aus der Universität Duisburg-Essen, überzeugte die Gutachter und die Jury mit einem neuen Verfahren zur Grundwassersanierung durch Injektion von Nanopartikeln. Die Gründer wurden mit einem Preisgeld in Höhe von 20.000 EUR belohnt.

Das Team von „Betterspace“ entwickelte mit dem Better-space-System (BS-S) eine auf Hotel- und Bürogebäude zugeschnittene Energiemanagementlösung und erreichte damit den zweiten Platz.

„BOROSA Acoustic Levitation“ freute sich über den dritten Platz für ihre innovativen Labor-Messgeräte für Analysen in den Natur- und Ingenieurwissenschaften. Den vierten Platz teilten sich „HaushaltsHeld“, eine Online-Vermietung für Elektro-Haushalts-Großgeräte und „Wertewandel“, eine Bonuskarte für nachhaltige Produkte. 



© Oliver Schulze



© Eva Marzi

Ein Event, das Trainerherzen höher schlagen lässt dieTrainertage

Vom 14. und 15. März 2015 fand im RTZ mit den Trainertagen eine Premiere für Trainer und Coaches statt. Die Konferenz rund um das Thema Training und Coaching war von „dasTraining“ initiiert worden. Insgesamt 39 Teilnehmer nutzten die zwei Konferenztage um sich auszutauschen, weiterzubilden und inspirieren zu lassen.

Getreu dem Konferenzmotto „open space for open minds“ bot dasTraining als Veranstalter der Konferenz den Teilnehmern einen flexiblen Rahmen, um diesen mit den eigenen Wünschen, Bedürfnissen und Visionen zu füllen und das eigene Selbstverständnis einzubringen. Fähigkeiten,

Erfahrungen und Meinungen wurden ausgetauscht, Herausforderungen und die Alltagsarbeit in Arbeitsgruppen diskutiert.

Die Teilnehmer der Konferenz waren begeistert, und auch aus Sicht des Veranstalters war die Konferenz ein voller Erfolg. Es ist der besondere „Spirit“, den es braucht. Denn ein gutes Training oder Coaching fängt da an, wo auch Lust, Leidenschaft, Wille, Einsatz, Inspiration, Empathie ins Spiel kommen. Damit Ziele erreicht werden; damit auch Kunden begeistert sind.

Und deshalb wird sie 2016 erneut stattfinden. Am 2. und 3. April 2016 haben Trainer und Coaches erneut die Möglichkeit, zahlreiche inspirierende Kurzworkshops zu besuchen und in einer offenen und vertrauten Atmosphäre ihre Fragestellungen zu thematisieren. Zudem bestehen zum ersten Mal auch für Unternehmen zahlreiche Kooperationsmöglichkeiten.



dasTraining
Katharina Schön
www.dietrainertage.de



Der HDI Rundum-Schutz
für Young Professionals.

HDI

Das ist Versicherung.

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

Fragen Sie doch einfach Adal Abraham:

HDI Vertriebs AG
Gebietsdirektion Köln West
Adal Abraham

Charles-de-Gaulle-Platz 1
50679 Köln
Telefon +49 221 144-2784
Telefax +49 511 645-1153701
Mobil +49 177 7855545
adal.abraham@hdi.de

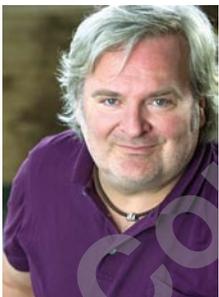


Fotos aus: RHEIN AUF, RHEIN AB

Darf es etwas mehr sein?

Wenn Bilder Geschichten erzählen

Immer wieder sind wir Menschen an Fotos interessiert. Wir brauchen sie für Bewerbungen, für den Ausweis. Wir lieben sie als Erinnerungsdokumente bei Festen oder beim Urlaub. Fotos können Situationen, Menschen, Landschaft oder Gegenstände darstellen. Nicht selten beinhalten sie Emotionen. Fotos können unglaublich aussagekräftig sein.



Joachim Rieger
Fotograf

Fotografieren ist ein wunderbares Hobby. Aber manchmal ist es nicht ganz trivial, „gute“ Fotos zu machen. Was aber ist ein „gutes“ Foto? Was muss man können? Wie arbeitet ein Fotograf? Darüber haben wir mit Joachim Rieger gesprochen. Er ist Fotograf in Köln.

RheinZeiger: Herr Rieger, Sie sind Fotograf, Sie nennen sich aber auch Ideenentwickler. Was fotografieren Sie? Wie arbeiten Sie?

Joachim Rieger: Darf es auch etwas mehr sein? Ich möchte nicht einfach „nur“ Fotograf sein, wenn ich Porträts, Unternehmen und ihre Leistungen, Firmenveranstaltungen, Kundenprojekte, private Feste und Feiern, Geschäftsräume oder Architektur, Städte und Landschaften fotografiere.

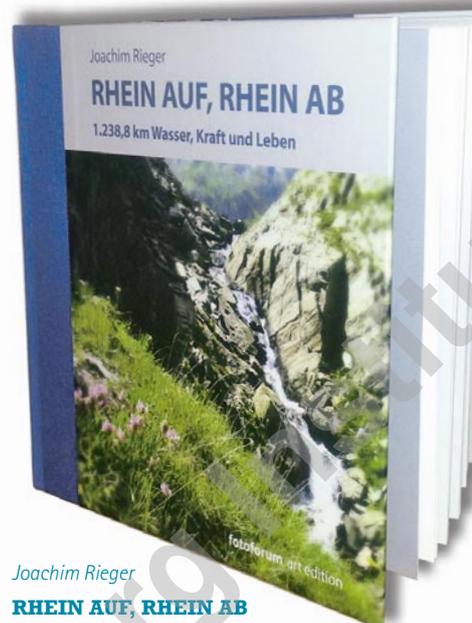
Mein Anspruch ist, dass alle meine Bilder meine fotografische Haltung zeigen, etwas aussagen sollen. Ich möchte Partner für meinen Kunden bei seinem Auftrag sein, mitdenken, mitfühlen um so erfolgreiche und umsetzbare Ideen für den Kunden entwickeln, auf die er alleine vielleicht nicht gekommen wäre.

Was macht Ihre „Haltung“ aus? Verfolgen Sie bei Ihrer Arbeit eine „Philosophie“?

Joachim Rieger: Meine Schwerpunkte liegen im Einfangen und Festhalten von Stimmungen und Emotionen. Das Motiv glaubhaft und authentisch in Szene setzen. Technisches Können ist dabei die Voraussetzung. Aber man sollte eine innovative, kreative und lebendige Bildsprache erkennen können. Es erfordert so etwas wie Unaufgeregtheit und Effizienz bei der Arbeit. Einen Sinn für den richtigen Moment. Eigentlich beginnt alles lange vor dem Auslösen: Sich einfühlen in die Kunden, mit Empathie und Fingerspitzengefühl gemeinsam eine Idee entwickeln, ausgetretene Pfade der Gestaltung verlassen – all das ist Teil meiner Philosophie.

Wie kommt man darauf, woher kommt eine solche Philosophie?

Joachim Rieger: Ich war viele Jahre Inhaber und Geschäftsführer eines großen Fotofachlabors. Ich weiß also, wie man Bilder macht – und was man aus ihnen machen kann. Ich habe dabei gelernt, Ideen zu entwickeln,



Joachim Rieger

RHEIN AUF, RHEIN AB

1.238,8 km Wasser, Kraft und Leben

fotoforum art edition, 192 Seiten, 99 Fotografien, 20,5 x 20,5 cm,
Hardcover, ISBN: 978-3-9805048-8-1, 19,80 Euro

eine gute Präsentation zu gestalten. Ich liebe es, immer Neues zu entwickeln und dies dem Kunden zu präsentieren. Ich möchte nicht einfach fotografieren, sondern meine Kunden – unaufdringlich, aber unmittelbar – begleiten. So wie ich seit Jahren auch das Kölner Dreigestirn – das Oberhaupt aller Jecken während des Kölner Karnevals – durch die Session begleite.

Was macht ein gutes Bild aus? Was macht Bilder lebendig, was macht sie zu Geschichtenerzählern?

Joachim Rieger: Im Vordergrund steht für mich immer der Mensch. Der Mensch ist der Dreh- und Angelpunkt meiner Arbeit. Fotografie ist für mich mehr als ein gutes Bild: Fotografie ist Haltung. Fotografie hat Aufgabe. Fotografie ist Empathie und Emotion. Ja, Fotografien sollen eine Geschichte erzählen, sollen neugierig machen. Sollen lebendig und glaubhaft sein und Erinnerungen bewahren.

„Du hast mich gesehen.“ So hat es einmal eine Kundin auf den Punkt gebracht. Es ist dieser persönliche, individuelle Zugang, ohne den ein Foto quasi „leer“ bleibt und nichts Besonderes wird.

Das Ergebnis dürfen Ihre Kunden genießen ...

Joachim Rieger: Nicht nur meine Kunden. Auch hier gilt: Darf es etwas mehr sein? Ich bin auch als Buchautor tätig. Bücher können Dokumentationen sein, über Leben, über Stimmungen in dieser Welt. Viele meiner Kunden lassen mit Bildern ihre Wohn- und Arbeitsräume gestalten. Mit meinen Fotos kann jeder seinen Lebensraum bereichern. Zuletzt biete ich mit meiner Fotoschule „Spass am Foto“ Anstöße für ein bewussteres Sehen unserer Welt. Eine Schule des Sehens, die Spaß macht.

Herr Rieger, haben Sie vielen Dank für das Gespräch.



Buchvorstellung

Rhein auf, Rhein ab

ist der Titel eines Bildbandes vom Rhein. Allerdings ist es kein Bildband, wie man ihn normalerweise erwartet. Die Bilder wurden allesamt mit dem Smartphone aufgenommen – aber von einem professionellen Fotografen. Fast 100 Fotos vom Rhein – von der Quelle bis zur Mündung. Der Untertitel trifft es: 1.238,8 km Wasser, Kraft und Leben.

Das Buch ist ein faszinierender Bildband, eine Liebeserklärung an den wohl faszinierendsten Fluss Europas. Der Rhein verbindet verschiedene Länder, streift idyllische Landschaften, Dörfer, Städte, industrielle Zentren. Als Kölner kommt man kaum umhin, dies Buch zu „lesen“. Joachim Rieger: „Als Kölner Urgestein bin ich dem Rhein seit frühester Kindheit eng verbunden. Mit diesem Bildband möchte ich ihm auf meine ganz persönliche Art ein Denkmal setzen“.

Der Bildband möchte über den Rhein reden. Joachim Rieger will zeigen, dass der Rhein ein Lebensraum ist, auch für den Menschen. Kölner, wie er, wissen das. Nun können sich auch andere davon überzeugen. Und das mit Smartphone-Bildern? Für Rieger ist ein fotografisches Werkzeug. Und bei einem Smartphone wundert sich niemand, wenn man damit fotografiert. Ein spannendes, ein faszinierendes Buch – 1.238,8 km Rhein auf 190 Seiten.





Darauf sollten Sie achten

Strategische Werbung

„Wer nicht wirbt, der stirbt!“ – dieses Zitat von Henry Ford dient Agenturen aller Couleur als Zaubermantra wenn es darum geht, Anzeigen, Homepages, Plakat-Werbung, Google-Adwords, Branchenbucheinträge, Bewertungsportale, Events, Flyer, Webinare, Image-Videos, YouTube-Channels oder auch die sozialen Netzwerke als unverzichtbaren Werbekanal zu verkaufen.



Jürgen Hoffmann
Geschäftsführer
www.lifescool.de

Pauschal wird festgestellt, dass man als Unternehmen selbstverständlich auch eine Facebook-Fanpage und einen eigenen YouTube-Videokanal braucht, will man überhaupt noch wahrgenommen werden. Und tatsächlich ist es ja auch so, dass heute kaum ein Handwerker das Branchenbuch aufschlägt, wenn er einen anderen Handwerker sucht – Google sei Dank.

Unbestritten – die Anforderungen an eine erfolgreiche Kundenkommunikation haben sich gewandelt und kaum eine Branche, die hiervon nicht betroffen wäre. Bleibt die Frage, was man wie tun sollte, um erfolgreich zu werben. Vorweg sei gesagt, dass die Möglichkeiten so vielfältig und individuell sind, wie jede Schneeflocke einzigartig ist. Deshalb kann Ihnen dieser Artikel auch nicht DEN Weg zu Ihren Zielen aufzeigen, sondern bestenfalls Sie als Unternehmer für dieses Thema sensibilisieren und dahingehend zu inspirieren, die Chancen einer strategisch vernetzten Kunden- und Interessentenkommunikation besser beurteilen zu können.

Ein Bild sagt mehr als 1.000 Worte, weiß der Volksmund und deshalb habe ich mich entschieden, Ihnen die Möglichkeiten strategisch vernetzter Werbeaktivitäten am konkreten Beispiel eines realen Unternehmens in Form einer Case-Study aufzuzeigen:

Praxis-Tipp

Häufig empfiehlt es sich, einen unabhängigen Management-Berater mit Schwerpunkt Marketing/Sales zu verpflichten, der als eine Art Generalunternehmer fungiert und die einzelnen Gewerke wie Internet-Agentur, Anzeigenverkäufer, Videoproduzenten, Trainer, Fotografen, Grafiker usw. zielführend koordiniert und der dafür sorgt, dass hierbei ausschließlich Interessen des Unternehmens im Fokus stehen. Dieses Vorgehen unterstützt das harmonische Zusammenspiel der Kommunikationsaktivitäten und sorgt unter dem Strich für deutlich mehr Erfolg der Werbe-Investitionen.

Die Ausgangsbasis

Ein Freizeitbad in ländlichem Gebiet, mit Sauna-Landschaft, attraktiven Kurs- und Wellnessangeboten sowie einem großen Biergarten ist bestrebt, Umsatz und Gewinn zu steigern – bei gleichzeitig sinkenden Kosten. Es gibt Flyer in allen Formen und Farben, denn jede Abteilung handelt eigenverantwortlich und selbständig. Natürlich verfügt das Unternehmen auch über eine Homepage und in regelmäßigen Abständen inseriert man in der Tageszeitung.

Die Ziele

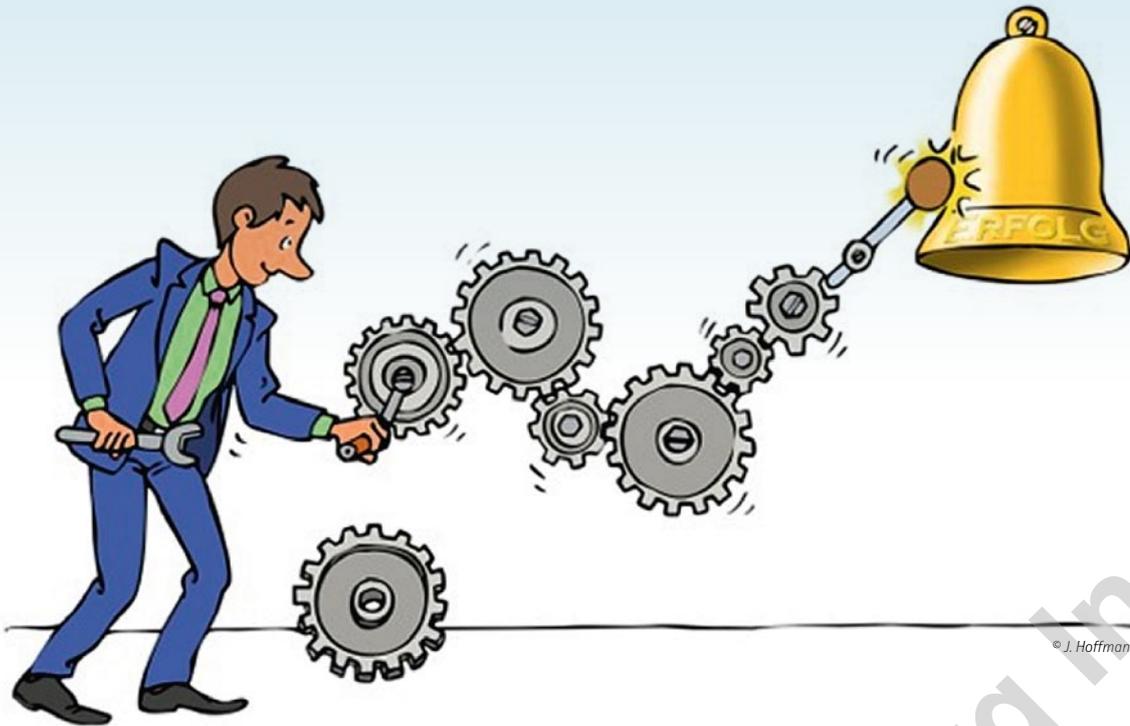
- Vereinheitlichung des Außenauftritts mit Hilfe entsprechender Vorlagen für alle Abteilungen
- Aktive Nutzung bestehender Kundenkontakte für die Empfehlungsgabe
- Eine Möglichkeit finden, den Biergarten für Gäste und Betreiber „kalkulierbar“ zu machen, denn der Betrieb des Biergartens lohnt nur bei schönem Wetter und so wird tagesaktuell entschieden, ihn zu öffnen oder aber geschlossen zu halten.
- Steigerung der Besuchsfrequenz von Stammkunden
- Steigerung des Kundenumsatzes
- Gewinnung neuer Kunden
- Mehr Kommunikation bei gleichzeitig schrumpfendem Budget

Die drei wichtigsten konkreten Fragen

- Wie erreichen wir, dass unsere Gäste häufiger zu uns kommen?
- Wie schaffen wir es, unsere Gäste über aktuelle Aktionen wie z.B. den geöffneten Biergarten, zeitnah zu informieren?
- Wie erreichen wir eine virale Wirkung – also den Umstand, dass uns unsere Bestandskunden aktiv an ihre Freunde und Bekannte empfehlen?

Die Idee

Wir benötigten die E-Mailadressen der Gäste. Da diese aber kaum jemand preisgibt, um anschließend beworben zu werden, bedurfte es einer charmanten Idee.



Jeder erhält gerne ein Geburtstagsgeschenk und die eigene Währung des Freizeitbades besteht unter anderem aus der Möglichkeit, Freikarten verschenken zu können. Womit sich die Kosten der Aktion in Grenzen halten.

Zunächst wurde ein kleiner Flyer mit Abrisskarte gestaltet, auf dem das Geburtstagsgeschenk – der freie Eintritt – in den Fokus gestellt und – sozusagen „by the way“ – die E-Mailadresse abgefragt wurde. Als Grund wurde hierbei angegeben, dass a) die Freikarten nur per E-Mail versendet werden und b) der Gast mit Hilfe des Newsletters stets auf dem aktuellen Stand bleibt und die Möglichkeit erhält, an Sonderaktionen teilzunehmen, wie z.B. einem Gewinnspiel um ein Candlelight-Dinner in der Sauna.

Die Umsetzung

- Zunächst wurde die Gesamtkommunikation grafisch überarbeitet und alle Medien in ein gemeinsames Erscheinungsbild überführt. Auf diese Weise ist ein „Brandbook“ entstanden. Dieses dient nunmehr als Vorlage für alle weiteren Werbemittel, von der Anzeige bis zum Werbe-Zeppelin.
- Es wurden Geburtstags-Gutscheine und Anmeldezettel entwickelt, mit deren Hilfe es möglich wurde, das datenschutzrechtlich vorgeschriebene opt-in-opt-out-Verfahren umsetzen zu können.
- Die Kassenmitarbeiter am Eingang wurden mit dem Sammeln der E-Mailadressen beauftragt und für diese Aufgabe geschult.
- Die Kundendaten einschließlich deren jeweiliger Interessen wurden in eine Online-Datenbank eingetragen, um ein effizientes Newsletter-Management zu ermöglichen.
- Eine Facebook-Fanpage wurde eingerichtet, zu der alle Gutscheininhaber in der ersten E-Mail des Freizeitbades herzlich eingeladen wurden.
- Aktionen wie der geöffnete Biergarten oder auch die lange Saunanacht mit Live-Musik wurden über E-Mail

und Facebook kommuniziert (Beispiel: morgendliche Facebook-Post an alle Biergarten-Interessenten. Inhalt: Der Chef hat JA! Gesagt. – Heute Freibier bei uns im Biergarten von 17:00 bis 18:00 Uhr – das erste Feierabend-Bier in dieser Zeit geht auf uns!

Der Erfolg

- Innerhalb von weniger als 4 Wochen hat die Facebook-Fanpage mehr als 1.000 Stammgäste des Freizeitbades als „Freund“ gewonnen.
- Die „Freunde“ der Fanpage haben Informationen wie Biergarten-Öffnungszeiten und Saunanacht einfach mit ihren eigenen Freunden geteilt und damit direkte Werbung für das Freizeitbad gemacht.
- Sowohl Biergarten-Besuche als auch Gästezahlen und Event-Auslastungen konnten mit Hilfe dieses kleinen strategischen Ansatzes signifikant gesteigert werden.

Fazit

Unternehmer, die heute und in Zukunft effizienter und erfolgreicher werben wollen berücksichtigen die vielfältigen Möglichkeiten, die sich aus der intelligenten Kombination von on- und offline-Kommunikation ergeben und achten auf den richtigen Agentur-Mix. 

Mobile Körperkontrolle

cosinuss° ONE

Er ist da! Der cosinuss ONE misst Pulsfrequenz und Körpertemperatur direkt beim Sport. Die Übertragung erfolgt kabellos zum Smartphone, und dort kann die Auswertung vorgenommen werden. Nicht nur für Sportler ein sinnvolles Tool zur Förderung von Sicherheit und Gesundheit.

Bestellung und nähere Informationen: www.cosinuss.com

**LAST
CALL**



Know How für Startups

Gründer- und Nachfolgetage Köln – ein Muss für Gründungsinteressierte!

Als der am 19. Juni 2015 vom USK Unternehmerstart Köln e.V. veranstaltete Gründer- und Nachfolgetag Köln 2015 zu Ende ging, konnte man in viele zufriedene Gesichter blicken. Erneut war die unter der Regie der Sparkasse KölnBonn, der Kölner Bank eG und der Industrie- und Handelskammer zu Köln organisierte Kölner Gründermesse auf reges Interesse gestoßen.



Norbert Günnewig
Vorstand
USK Unternehmerstart
Köln e.V.
www.unternehmerstart-koeln.de

Mehrere hundert Gründungsinteressierte hatten dieses kostenfreie Angebot genutzt, um sich Informationen aus erster Hand zu beschaffen, sich konkrete Tipps und Anregungen zu holen und nützliche persönliche Kontakte zu knüpfen. An vielen Messeständen erwarteten die unterschiedlichsten Fachleute und Sachkenner die individuellen Fragen der Besucher. Spezialisten von zahlreichen Einrichtungen wie Kammern und Verbänden, Wirtschaftsförderern und Gründerzentren, Interessensvereinigungen und Finanzdienstleistern, Gründungsfinanzierern und Förderbanken standen den Interessenten Rede und Antwort.

Ein straffes Vortragsprogramm informierte begleitend über latente Gründerthemen. So ließen sich die Teilnehmer von der Nützlichkeit eines Businessplanes überzeugen, erfuhren die Vor- und Nachteile einer Unternehmensübernahme, lernten Franchisesysteme zu beurteilen und informierten sich über wichtige Haftungsfragen, drohende Steuerfallen, geeignete Absicherungsmöglichkeiten oder optimale Finanzierungsmodelle.

Als besonderes Highlight stellte sich der erstmals durchgeführte Gründer-Talk heraus. Dicht gedrängt lauschten

die Besucher, als die Preisträger des Gründerpreises der Wirtschaftsuni Köln ihre Erfolgskonzepte vorstellten und von ihren Gründungsschwierigkeiten berichteten.

Und so hatten am Ende auch die ehrenamtlich tätigen Organisatoren erfreute und zufriedene Gesichter, als nach dem Online-Feedback aus dem Teilnehmerkreis die Veranstaltung überwältigend positiv beurteilt wurde und sogar die Anregung laut wurde, diese Gründermesse mehrmals im Jahr durchzuführen. Ein schöner Erfolg also und mehr als ein Ansporn, im kommenden Frühjahr erneut dieses umfangreiche Unterstützungsangebot Gründungsinteressierten zu präsentieren.

USK

Unternehmer**START** Köln e.V.

www.unternehmerstart-koeln.de

<http://tinyurl.com/Gruender-und-Nachfolgetag>

Das „men-pocket des 21. Jahrhunderts“ wird 10 Jahre alt

KOFFSKI

„Das Unternehmen Koffski begann Anfang 2005 mit einer Schnapsidee und zu viel Rotwein“, erzählt Nina Voss, seit neun Jahren Geschäftsführerin der Koffski GmbH. Drei Freunde, alle Ende Zwanzig, trafen sich zum Essen. Der Abend nahm seinen Lauf und irgendwann entwickelte sich ein Gespräch über ein typisches Männerproblem. Wohin mit den wichtigsten Dingen des Mannes, also Schlüssel, Geld und Handy, wenn man sie nicht in Hosen- oder Sakkotaschen verstauen möchte. Eine Lösung schien überfällig.

So entstand nach und nach die Idee zum Koffski No. 1, einer multifunktionalen Herrentasche in Form eines Pistolenhalters. Das junge Label konnte mit Braun Büffel eines der renommiertesten deutschen Feintäschnerunternehmen für die Produktion gewinnen und profitierte von dessen Erfahrungsschatz. Gleichzeitig wurden in einem ersten Gespräch im RTZ mit Dr. Heinz Bettmann Fragen der Unternehmensgründung und -planung geklärt. Der bereits vorhandene Businessplan wurde nochmals optimiert, und im Herbst 2005 wurde eine GbR gegründet. Schon ein Jahr später konnte unter der Geschäftsführung von Nina Voss die Koffski GmbH ins Leben gerufen werden.



Im Februar 2006 war es soweit. Die Webseite www.koffski.com ging online und der Produktverkauf begann. Es gab gleich zu Beginn ein großes Medieninteresse. Viele große Magazine und Tageszeitungen berichteten über das Label. Designblogs trugen dazu bei, dass der Name Koffski im Internet in alle Herren Länder getragen wurde. Prominente ließen sich ausstatten, darunter Marco Schreyll, Patrick Nuo und Tatort-Kommissar Ingo Naujoks. Der in den USA prominente und zum „Best-Dressed-Sportsman“ gewählte Footballspieler Nate Burleson hatte sich gleich sechs verschiedene Koffski-Exemplare gesichert und präsentierte sie in der Öffentlichkeit.

Seitdem ist viel passiert. Einer der drei Freunde verließ die Gesellschaft. Der Firmensitz wurde von Köln nach Wiesbaden verlegt. Die Produktpalette wurde erweitert. Neben weiteren Taschen und Geldbörsen wurden Accessoires wie Armbänder, Schlüsselanhänger, Gürtel und Taschenmesser kreiert.

Heute, 10 Jahre nach der Ideenfindung, bringt Koffski wieder eine neue Kollektion heraus. Der Koffski Classic ist eine neue Version des Schulterhalters. Er ist in der Form schlichter und eleganter und im Material sehr viel weicher als seine Vorgänger. Unter einem Sakko trägt er nicht auf. Der Koffski Classic bietet Platz für Börse und Smartphone. Und auch die größeren Handymodelle wie das iPhone 6 lassen sich problemlos darin verstauen.

Mit den iGadgets bietet Koffski jetzt außerdem Hüllen für alle iPhones und iPads an. Hierfür wird ein vegetabil gerbtes italienisches Rindsleder verwendet. Alle Produkte werden in Solingen handgefertigt.

Der Koffski, die Halftertasche für den Mann, wird dennoch das Kernprodukt des Labels bleiben. „Wir sind stolz darauf, mit dem Koffski ein Produkt entwickelt zu haben, das seit nunmehr fast 10 Jahren einzigartig auf dem Markt ist. Es gibt nichts Vergleichbares im exklusiven Preissegment“, sagt Nina Voss. Seit der Gründung wurden Produkte der Marke Koffski in 27 Länder verkauft. Und es sollen natürlich noch etliche hinzukommen. 



Nina Voss
Geschäftsführerin
www.koffski.com

Das RTZ durfte die Geburt des men-pocket und die Gründung der Koffski GmbH erleben; die ersten Jahre des jungen Design-Unternehmens begleiten. Das Team des RTZ gratuliert zum Jubiläum und wünscht viel Erfolg für die nächsten 10 Jahre – oder 20 oder ... Und wir sind gespannt auf die neuen, „etwas anderen“ Produkte.

Neue Chancen für Gründer – neue Kooperation des RTZ

Rotonda Business Angels

Unternehmensgründer und Business Angels haben durchaus gemeinsame Interessen. Aber wie können sie besser zueinander finden? Diese Frage stand zu Beginn der ersten Gespräche zwischen dem RTZ und den Rotonda Business Angels (RBA) im Mittelpunkt. Neben einem regelmäßigen Austausch zu aktuellen Themen werden die Rotonda Business Angels ab November auch regelmäßig vor Ort im RTZ als Ansprechpartner für Gründer präsent sein.



© Fotogestoeber - Fotolia.com

Engel im Gründungsgeschäft?

Im Leitbild des deutschen Business Angel Verbands (BAND) werden die Business Angels als „zweiflügelig“ bezeichnet: Sowohl mit Kapital als auch mit Know-how beteiligen sie sich an jungen, innovativen Start-ups. Tatsächlich stehen Business Angels häufig am Anfang der Finanzierungskette, dort wo der Engpass am größten ist. Darüber hinaus spielen sie zunehmend auch in den Folgefinanzierungsrunden eine nicht unbedeutende Rolle, da sie mit ihrer Erfahrung die Start-ups auch in den Verhandlungen mit Venture Capital Unternehmen unterstützen.

Rotonda Business Angels

Die Rotonda Business Angels sind ein Netzwerk unabhängiger Unternehmer, die vor dem beschriebenen Hintergrund jungen Unternehmen in der Rhein-Region branchenübergreifend beim Start ins Geschäftsleben helfen. Sie beteiligen sich mit finanziellen Mitteln, aber auch mit ihrer Erfahrung als Unternehmer und verbessern damit die Chancen der Start-Ups in der Anlaufphase beträchtlich. Die RBA sind das aktivste Business Angel Netzwerk im Rheinland. Heimat und Namenspatte des Netzwerks ist der Rotonda Business Club.

Die Mitglieder des Netzwerks sind sehr heterogen, ihre Anzahl und die Beteiligungen wachsen stetig. Es gibt kaum eine Branche, die nicht im Erfahrungsschatz der Mitglieder anzutreffen ist. Durch ihre Kontakte können sie gezielt Türen öffnen, die für Gründer nicht ohne weiteres zugänglich sind. Das RBA-Netzwerk hat sich inzwischen als bewährte Anlaufstelle in der Region etabliert. Neue, attraktive Beteiligungsmöglichkeiten werden in regelmäßigen Treffen diskutiert und junge Unternehmen können sich jederzeit dem geschlossenen Kreis präsentieren.

Der Weg zum Gespräch mit den RBA

Gründer können ihre Unterlagen direkt an die RBA senden (startups@rotondabusinessangels.de):

- Eine kurze Vorstellung ihrer Gründungsidee.
- Eine Ausarbeitung ihrer Alleinstellungsmerkmale (USP's).

Die Gründerszene in Köln ist in den letzten Jahren stetig gewachsen und hat an Vielfalt gewonnen (vgl. Seite 5). Die große Anzahl an Institutionen und Dienstleistern macht es Gründern nicht gerade leichter, einen Überblick zu bekommen und die richtigen Anlaufstellen für Ihre Anliegen zu identifizieren. Vielen Start-ups fehlt es in der Ideen- und Gründungsphase an Kapital und Know-how. Für viele Banken ist das Risiko zu hoch, weil die Sicherheiten für klassische Finanzierungsprodukte häufig nicht vorhanden sind. Eine Fremdfinanzierung über klassische Kapitalinstrumente scheidet für Jungunternehmer zu Beginn somit vielfach aus.

Regelmäßiger Austausch und gemeinschaftliches Miteinander kann bei vielen Fragen schnelle und konstruktive Lösungen bringen. Um dies zu erreichen, haben RTZ und RBA nun erste Schritte zur Vertiefung der Zusammenarbeit initiiert. So können die Business Angels Finanzierungslücken bei Gründern schließen, aber für Start-ups ergeben sich durchaus eine Reihe weiterer Vorteile.



Nächster Termin:

16. November 2015,
16:30 Uhr im FOUNDERS
Club des RTZ,
kontakt@
rotondabusinessangels.de

- Das Konzept sollte vom Gründer bzw. dem Team selbst gesendet werden – Unterlagen von Vermittlungs-Agenturen oder Beratern können nicht berücksichtigt werden.
- Ein ganzheitliches Geschäftskonzept sollte erkennbar sein; eine reine Ideenbeschreibung reicht nicht aus.
- Die Gründung sollte nicht mehr als 18 Monate zurückliegen.
- Die Finanzplanung einschließlich Kapitalbedarfsrechnung sollten auf jeden Fall mit vorgelegt werden.

Muss der Unternehmenssitz in Köln liegen?

Das (geplante) Unternehmen muss nicht zwingend in Köln angesiedelt sein. Es wurden bereits Investitionen in anderen Regionen Deutschlands und teilweise sogar bis ins Silicon Valley getätigt. Zu den Rotonda Business Angels zählen jedoch überwiegend überzeugte Kölner, so dass man damit rechnen muss, auf den Standort-Vorteile dieser Region besonders hingewiesen zu werden.

Die Kooperation von RTZ und RBA

Die Mitglieder der Rotonda Business Angels werden ab November regelmäßig vor Ort im RTZ als Ansprechpartner

zur Verfügung stehen. Die genauen Termine werden über den E-Mailverteiler, im RheinZeiger, über Newsletter und/oder Online veröffentlicht.

Daneben gibt es eine direkte Zusammenarbeit zwischen dem RTZ-Geschäftsführer und dem Vorstand der Rotonda Business Angels. Zielsetzung ist durch direkte Kommunikation, Gründer schnell mit den potenziellen Investoren zusammenzubringen. Zusätzlich ist eine Vernetzung und Zusammenarbeit mit weiteren Institutionen im Rheinland geplant.

Ansprechpartner und Termine

Als erfolgreicher Unternehmensgründer aus dem RTZ gibt Alexander Weinzetl nun seine Erfahrung und Know-how an andere Gründer weiter. Gemeinsam mit dem Rotonda Business Angel Gründungsvorstand, Uwe Kessel, steht er an einem ersten Beratungstermin als Ansprechpartner zur Verfügung.



Uwe Kessel
Alexander Weinzetl
www.rotonda-businessangels.de

amaxa biosystems | Akzo-Nobel | Careforce | CEVEC | Direvo |
Lonza Cologne | m2p-labs | New Oncology | nkt cables | science-to-market |
TÜV Rheinland und viele mehr ... **haben eines gemeinsam!**

vierviertel – Agentur für Kommunikationsdesign

Agenturen machen alles Mögliche.

Wir machen zusätzlich ausgezeichnetes Design und erfolgreiche Kommunikation – seit über 20 Jahren!

KONTAKT Ingo Kukatz | Durchwahl 0221.9515 6641 | kukatz@vierviertel.com | www.vierviertel.com



Ein interaktives Game-Based-Learning Abenteuer aus Köln

Mission gegen Stress

Die Menschheit steht kurz vor der globalen Katastrophe. Eine scheinbar unbesiegbare Macht, genannt „Stress“, bedroht das Wohlergehen der Menschen auf der ganzen Welt – mit nur einem Ziel: Dem Raub der Lebensenergie bis hin zur vollkommenen Erschöpfung – dem „Burn-Out“!



Sven Schmilgeit
Geschäftsführer
www.virtualform.de

Was sich so dramatisch anhört, ist glücklicherweise nicht das unmittelbar bevorstehende Ende der gesamten Menschheit in der realen Welt, sondern vielmehr der Beginn des Handlungsszenarios einer innovativen Game-Based-Learning PC-Software zur Stressprävention namens „Mission against Stress“ / „Mission gegen Stress“ – entwickelt vom 1999 im RTZ Köln gegründeten Unternehmen virtualform. RheinZeiger traf Sven Schmilgeit, einen der beiden Geschäftsführer, um mehr darüber zu erfahren.

RheinZeiger: Herr Schmilgeit, in Ihrer „Game-Based-Learning-Software“ vermitteln Sie Fakten und Wissenswertes zum Thema Stress mithilfe einer fiktionalen, interaktiven Geschichte. Wie viel Realität steckt in Ihrem skizzierten Handlungsszenario?

Sven Schmilgeit: So überspitzt die fiktionale Darstellung in der ‚Mission gegen den Stress‘ auf den ersten Blick auch erscheinen mag, die Realität ist nicht sehr weit davon entfernt. Laut einer Stress-Studie der Techniker Krankenkasse fühlen sich 70% der Berufstätigen gestresst – und das mit problematischen Folgen: Wer häufig im Stress ist, leidet doppelt so oft an seelischen Beschwerden, wie diejenigen, die nur manchmal gestresst sind, und sogar vier Mal so häufig wie die selten Gestressten. Wenn man sich das nicht bewusst vor Augen führt und etwas dagegen unternimmt, droht eine gefährliche Spirale, die zu psychischen Erkrankungen führen kann. Und leider wissen viele

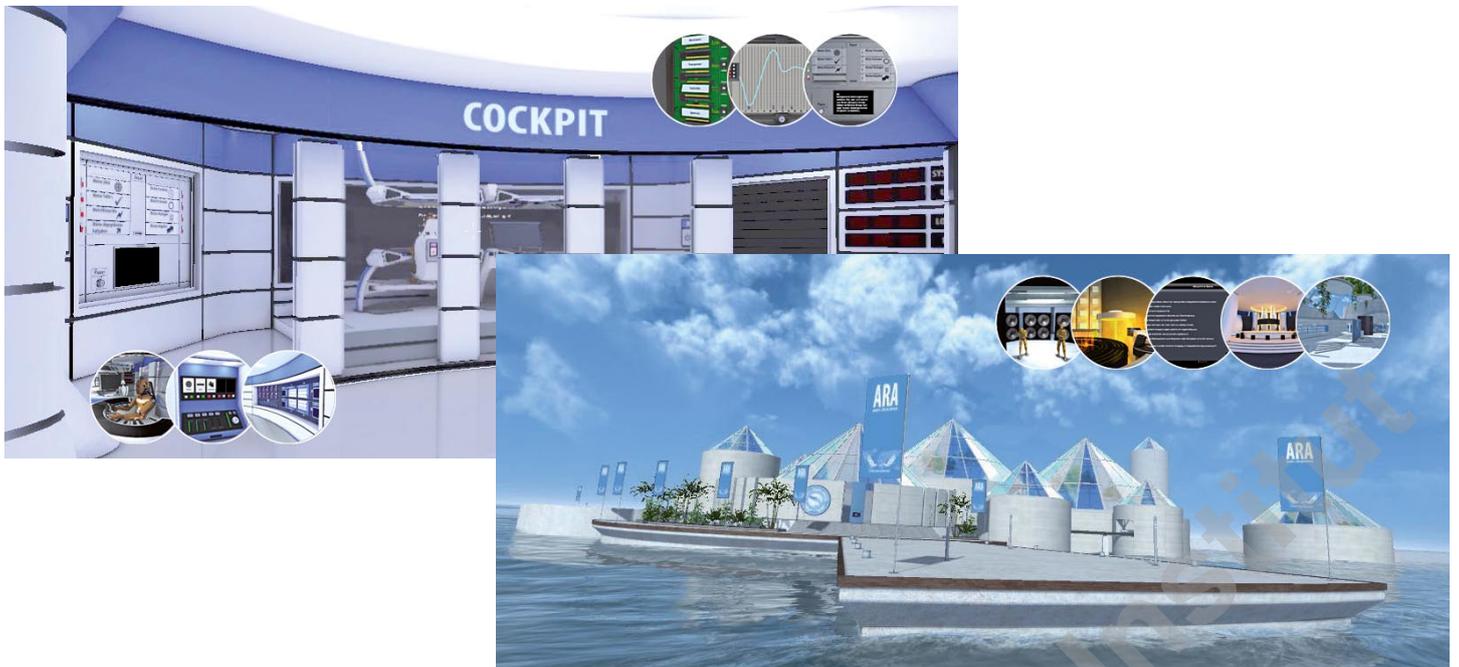
Menschen häufig erste Alarmsignale nicht richtig zu deuten und erst recht nicht, wie man den Folgen effektiv vorbeugen kann. Hier möchten wir sensibilisieren.

Das heißt, was als Science-Fiction verpackt ist, basiert auf Expertenwissen?

Sven Schmilgeit: Das ist die Voraussetzung, denn selbstverständlich ist mit Stress und psychischen Erkrankungen nicht zu spaßen. Mit unserem wissenschaftlichen Beirat Prof. Dr. Michael Treier – übrigens Autor mehrerer erfolgreicher Publikationen zum Thema „Betriebliches Gesundheitsmanagement“ u.a. im Springer Verlag – und einem erweiterten Expertenteam aus Medizin, Psychologie und Pädagogik haben wir das gesamte Projekt auf eine solide wissenschaftliche Grundlage gestellt – ohne dabei die betriebliche Praxis aus den Augen zu verlieren. Besonders gefreut haben wir uns deshalb über die enge Kooperation mit der ‚Gesunden Arbeitswelt‘ der Currenta GmbH und Co. OHG im Chempark Leverkusen während des gesamten Entwicklungsprozesses.

Wie entstand die Idee zu ‚Mission gegen Stress‘?

Sven Schmilgeit: Die Evaluation einer bereits von uns im Jahr 2005 im Kundenauftrag produzierten Multimedia-DVD „Ihr Stressmanager“, eine ansprechend bebilderte Datensammlung, deckte Begehrlichkeiten auf nach einem Medium, das hoch interaktiv und besonders erlebnis-



orientiert gestaltet ist, um eine möglichst lang anhaltende hohe Lernmotivation und nachhaltigen Lernerfolg zu gewährleisten. Eine Bestätigung dessen, was Konfuzius schon vor über 2000 Jahren erkannte: „Sage es mir und ich werde es vergessen. Zeig es mir und ich werde mich daran erinnern. Lass es mich tun und ich werde es verstehen.“

Heute bieten die inzwischen weit verbreitete Computertechnik in Unternehmen und die Unterhaltungselektronik Zuhause eine hervorragende Möglichkeit mit diesen Erkenntnissen tatsächlich neue Wege zu gehen. Mit der „Mission gegen Stress“, ist letztendlich ein außergewöhnliches wie aufwändig produziertes Game-Based-Learning-Instrument entstanden, das die Medientypen ‚PC-Lernprogramm‘, ‚Film‘ und ‚3D-Computerspiel‘ zu einem motivierenden interaktiven Mix neu kombiniert.

Das heißt, man erlebt seinen eigenen Film in einer virtuellen Welt? Wie kann man sich das genau vorstellen?

Sven Schmilgeit: Uns war es sehr wichtig, selbstbestimmtes Handeln mit vorstrukturierten Zielen in einzelnen Schritten zu unterstützen, da das abgebildete Themenspektrum sehr breit ist. Der Nutzer der Software erlebt in der Ich-Perspektive eine interaktive Geschichte nach Vorlage des ‚Heldenwegs‘ in drei Akten. In der Rolle des Gesundheitsagenten ‚ARA-09‘ schützt er mit Hilfe seines Avatars die Welt – und somit auch sich selbst – vor den Gefahren des Stresses. Erzählt in 17 Kapiteln mit verbindenden Cliffhangern am Ende, die Appetit auf das jeweilige Folgethema machen sollen.

12 Schauspieler und 8 Sprecher sorgen dabei für ein nachvollziehbar glaubhaftes – wenn natürlich auch fiktives – Handlungsszenario in einer virtuellen 3D-Welt. Der Lernende ist somit im Lern-Geschehen mittendrin. Technisch möglich wird dies durch die Entwicklung der Software mithilfe moderner 3D-Game-Technologien, die sich unter

anderem vorzüglich dazu eignen, Lerninhalte auf einer begehbaren Route zu platzieren und Wissens Elemente in einen Raum-/Zeitbezug zu setzen – analog zur bei Gedächtnisweltmeistern angewandten Loci-Methode.

Der Nutzer liest weniger theoretische Erklärungen, sondern sammelt eher Erfahrungen durch aktives Mitmachen. Wissenstests in Form von Selfchecks sowie Checklisten und Leitlinien begleiten ihn dabei. Durch ein Belohnungsmodell – getrennt in Wissens- und „Spielspaß“-Punkten – ist der Lernende außerdem immer über seinen Lernfortschritt informiert. Eine intuitive Steuerung und kurze verständliche Instruktionen runden die Software mit einer einfachen Handhabung ab, die durch die didaktisch bestimmte Architektur der 3D-Erlebniswelt immer eine optimale Orientierung ermöglicht.

Das klingt spannend! Wo können sich Interessenten über das Produkt weiter informieren?

Sven Schmilgeit: Wir haben eine Produkt-Webseite geschaltet unter www.mission-gegen-stress.de. Hierüber können Interessenten gerne Kontakt zu uns aufnehmen.

Herr Schmilgeit, haben Sie vielen Dank für das spannende Gespräch!

Hintergrund: Die Fachagentur virtualform GmbH entwickelt im Geschäftsfeld ‚Human Resource Technology‘ seit vielen Jahren wissenschaftlich fundierte Werkzeuge für einen effektiven Einsatz im betrieblichen Gesundheitsmanagement. Dazu zählen kennzahlenbasierte Controlling-Instrumente ebenso wie medial außergewöhnlich inszenierte Lerntools. Das jüngste Produkt ist die PC-Software ‚Mission gegen den Stress‘.

virtualform GmbH

Bachemer Str. 191, 50935 Köln, Tel.: +49 221 830 640 5, Fax +49 221 830 640 8,
mail@virtualform.de, www.virtualform.de

Innovationen aus dem RTZ

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



Akademie IATE e.V.

Internationale Akademie für Technologische Entwicklung auf dem Gebiet der erneuerbaren Energien

www.akademie-iate.de



CEVEC Pharmaceuticals GmbH

Produktionssysteme für die cGMP Herstellung von Biopharmazeutika auf der Basis humaner Amniocyten

www.cevec.com



ASINCO GmbH

Entwicklung von intelligenten Lösungen zur Anlagen- und Prozessautomatisierung

www.asinco.de



Die RECYCLING-BOX FÜR DEIN HANDY

Mobile-Box

Die Mobile-Box ist die Recycling-Box für Ihr altes Handy. Erfasste Handys werden recycelt bzw. wiederverwendet und schonen so nachhaltig die Umwelt

www.mobile-box.eu



aniCausa – Technology & Consulting

Unterstützung für IT-Entwicklungs- und Einführungsprojekte, sowie Beratungs- und Weiterbildungsangebote

www.anicausa.de



Benchmarking Center Europe

Benchmarking von Unternehmen mit Hilfe der Benchmarkingdatenbank von APQC

www.bmc-eu.com



Cryotherapeutics GmbH

Entwicklung und Vermarktung von medizinischen Produkten durch Kryotherapie

www.cryotherapeutics.com



IB-Elektroniks

Marktforschung und Vertrieb der neuesten Technologischen Entwicklungen im Bereich Elektronik

www.elektroniks-home.de



ADMCC – management | consulting | coaching

Ihr Partner für erfolgreiche Unternehmensentwicklung, -finanzierung und -nachfolge

www.admcc.de



dasTraining

Trainingsagentur im Bereich Businessstraining und -coaching sowie betriebliche Weiterbildung

www.dastraining.de



inconso AG

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

www.inconso.de



future | works – inspire people to change

Veränderungen zukunftsorientiert gestalten und umsetzen

www.futureworks-consulting.de



Ingenious Knowledge GmbH

Entwicklung von IT-gestützten Bildungslösungen

www.ingeniousknowledge.de



INF AI GmbH

INF AI hat sich auf den Transfer analytischer Technologie für medizinische Diagnostik sowie Entwicklung neuer pharmazeutischer Produkte spezialisiert

www.infai.de



projecta köln

projecta köln ist im Bereich Projektmanagement und Tagungsorganisation tätig. Mit dem Fokus auf Bildung, Gesundheit und Soziales

www.projecta-koeln.de



Flughafen IT

Die Management- und Technologieberatung für Flughäfen. Experten für flughafenspezifische IT-Projekte, IT-Systeme und Geschäftsprozesse

www.flughafenit.de



Thermicon GmbH

Energierückgewinnung und Umwelttechnik insb. Abgas-Wärmerückgewinnungssysteme

www.thermicon.de



LD - Learning & Development

Personalentwicklung und Coaching im Dienstleistungsbereich; Durchführung von Service-Schulungen

www.ldtraining.de



multiBIND biotec GmbH

Patentierete Lösungen für Dekontamination und Desinfektion in Haushalt, Industrie, Hygiene, Biomedizin und Landwirtschaft

www.multibind.de



PAIA Biotech GmbH

Entwicklung von partikelbasierten Immunoassays für Screeninganwendungen in der Pharma- und Biotechindustrie

www.paiabio.com



Thebing Services GmbH

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

www.thebing.com



Mark Linnamägi Executive Search

Unterstützung von Unternehmen bei der Suche nach hochqualifizierten Mitarbeitern und Führungskräften

www.linnamaegi-es.com



test.net GmbH

Aus mathematischen Marktmodellen und schwarmintelligenten Nutzerfeedbacks erstellt test.net Analysen und Benchmarks für Hersteller und Verbraucher

www.test.net



zafaco GmbH

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

www.zafaco.de



MF Messfunk UG

Mess- und Sensorlösungen für Geotechnik, Smart City und Industrie 4.0. Einfachste Installation durch innovative, energiesparende Funktechnologie

www.messfunk.de



Solute Elektronik GmbH

Entwicklung kundenspezifischer Elektroniklösungen für Hard- und Softwareprodukte. Wir finden Antworten zu allen Fragen der Systemauslegung

www.solute-elektronik.de



WMG Service GmbH & Co. KG

Herstellung und Vertrieb von Präzisionsmessgeräten für die Ausrichtung von Werkzeugmaschinen

www.wmg-services.de

www.mycompany.cologne

Domainstrategie für junge Unternehmen

Jedes junge Unternehmen, das erfolgreich sein will, braucht eine passende Internetadresse, um in der digitalen Welt auffindbar und erreichbar zu sein. Die Domain bildet nicht nur das technische Rückgrat der Onlinepräsenz, sondern ist auch die Basis jeglicher Kundenkommunikation, Dreh- und Angelpunkt für den Vertrieb und die Plattform für die Vermarktung der eigenen Produkte und Dienstleistungen. Junge Unternehmen tun gut daran, sich schon im Gründungsprozess um die Wahl der Domain(s) zu kümmern.

Die Wahl des richtigen Namens

Neben der Wahl des eigenen Firmennamens, der Anmeldung einer Marke und/oder Patentes macht es Sinn, sich auch frühzeitig um die dazu passenden Domains zu kümmern. Die „digitale Visitenkarte“ eines Unternehmens ist eine der wichtigsten Informationsquellen für Kunden, Partner, Investoren oder auch Job-Bewerber.

Die passende Domain sorgt für:

- Mehr Umsatz
- Bessere Auffindbarkeit in Suchmaschinen
- Einen höheren Bekanntheitsgrad
- Automatisch generierte Kundenströme
- Rechtliche und technische Sicherheit für Marke und Unternehmen
- Hervorhebung gegenüber Konkurrenten

Im Folgenden wird dargestellt, was es bei der Wahl von Domains zu beachten, aber auch zu vermeiden gilt.

Der erste Eindruck zählt

Das Erste, das eine Zielgruppe online über ein Unternehmen erfährt, ist der Domainname. Ein Unternehmen sollte es der Zielgruppe so einfach wie möglich machen, gefunden und wiedererkannt zu werden. Kreative Namensexperimente gilt es zu vermeiden, denn Interessenten haben oft keine Geduld, die Schreibweise einer Adresse zu erraten oder komplizierte Schreibweisen einzutippen. Zudem können lange und umständliche Webadressen schnell einen unprofessionellen Eindruck vermitteln.

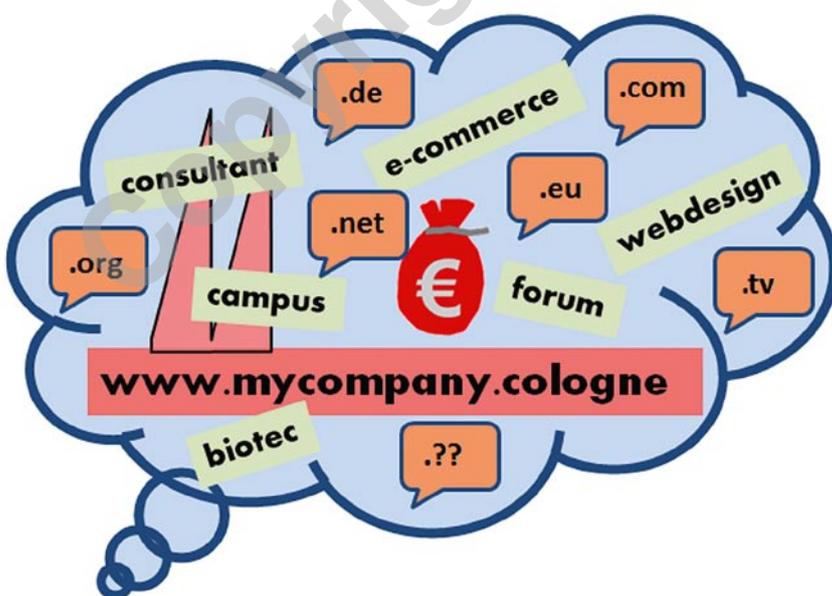
Unternehmen, die sich bereits für eine komplizierte Internetadresse entschieden und diese etabliert haben, sollten sämtliche Tippfehlervarianten zusätzlich als Domain sichern, damit keine Besucher „verloren“ gehen – oder im schlechtesten Fall bei der Konkurrenz landen.

In die Zukunft denken

Je nach Geschäftsmodell kann zukünftiges Wachstum durch Expansion in neue Länder oder Märkte auf dem Plan stehen. Neben der Wahl des Domainnamens an sich, spielt auch die Wahl der Domainendung eine wichtige Rolle. Bei einem lokalen Angebot, kann die Endung .koeln perfekt passen. Bei einem bundesweiten Tätigkeitsfeld wird die Endung .de Pflicht, im deutschsprachigen Ausland sind .at und .ch dem Portfolio hinzuzufügen. Bei der Expansion in andere Ländern gilt es sich rechtzeitig um die passenden länderspezifischen Endungen zu kümmern. Dabei lohnt es sich schon früh an die Zukunft zu denken, denn hat man einen gewissen Bekanntheitsgrad erreicht, sind Firmennamen oft schon von anderen registriert und müssen teuer angekauft werden.

Domains zählen zum Unternehmenskapital

Der Wert von Domainnamen wird häufig mit dem Wert von Immobilien verglichen. Während bei Immobilien die Lage zählt, gilt bei Domains ähnliches: Je beschreibender, kürzer, besser merkbar und weniger tippfehleranfällig, desto wertvoller sind sie.



Genau wie Immobilien sind auch Domains nachhaltige Wertanlagen. Damit unterscheiden sie sich auch wesentlich von Ausgaben für Onlinewerbung, die als reine Kosten zu sehen sind. Der Kauf oder die Registrierung einer Domain hingegen ist ein Investment mit Potential zur Wertsteigerung und der Option auf einen späteren Verkauf.

Neue Domains: Wie wichtig sind .shop, .berlin oder .hotel?

Während bis 2013 ca. 350 Domainendungen verfügbar waren, überwiegend Länder-Endungen (ccTLDs), werden durch eine Reihe von neuen Endungen über 1.800 verschiedene TLDs in den nächsten Jahren verfügbar sein. Aktuell sind neue Endungen wie .berlin, .club oder .koeln bereits verfügbar, weitere Endungen wie .shop, oder .web werden bald kommen. Unternehmen sollten sich nicht irritieren lassen: zum jetzigen Zeitpunkt sollten nicht wahllos

alle erdenklichen Kombinationen registriert oder vorge-merkt werden. Doch jedes Unternehmen sollte sich zumindest mit der Thematik beschäftigen und sich einen Überblick über das Angebot verschaffen. Domains mit thematisch zum Unternehmen passenden Endungen sollten bei vertretbaren Kosten registriert werden.

Unterstützung macht Sinn

Eine Domainstrategie ist gerade für junge Unternehmen äußerst wirkungsvoll und effizient, wenn sie qualifiziert erarbeitet und umgesetzt wird. Wie bei allen anderen Dienstleistern gilt auch hier: Suchen Sie sich Unterstützung von einem spezialisierten Experten, der Sie bei Ihrer Domainstrategie inhaltlich, technisch und rechtlich begleitet und Sie langfristig betreut. Dann haben Sie am Ende eine fundierte Domainstrategie, die sich schon bald auszahlt. 



Marius Würzner
Geschäftsführer
www.dntrust.com

JEDE TECHNIK HAT IHRE ZEIT.

ERKENNEN SIE RECHTZEITIG,
WENN DIESE VORBEI IST.



TSCHÜSS ISDN – WILLKOMMEN IP!

Was früher Hightech war, ist heute Vorbei-Tech:
Steigen Sie deshalb jetzt ein in die professionelle IP-Technologie für Geschäftskunden.

Wir machen Ihr Business wirtschaftlicher, flexibler und zukunftsfähig – garantiert!

Jetzt informieren unter:
0800 2222-550 oder netcologne.koeln/business

WEIL UNS VIEL VERBINDET





Nachhaltiges Unternehmertum auf gutem Weg

Green Economy

Im letzten RheinZeiger haben wir erstmals etwas ausführlicher über nachhaltiges Unternehmertum berichtet. Wir haben dazu aufgerufen eine Vision zu entwickeln, Christian Patermann hat uns seine Vorstellungen zur BioÖkonomie erläutert. Wir haben die Gründerinitiative StartUp4Climate und die ADT-Arbeitsgruppe „Green Economy“ vorgestellt.

Die „Grüne Gründerszene“ entwickelt sich weiter, im Gründungsmonitor 2014 des Borderstep Instituts kann man vieles nachlesen. Die Bandbreite grüner Gründungen ist groß; beim KUER-Businessplan-Wettbewerb lässt sich das große Interesse ablesen, aber auch das Potenzial grüner Start-ups erkennen. Eine „Grüne Gründerszene“ hat sich gebildet, zu der auch Kapitalgeber, Gründerzentren und Hochschulen gehören. Selbst in der Wirtschaft finden sich zahlreiche Multiplikatoren für diesen Wandel hin zur nachhaltigen Wirtschaft.

Neues Portal der Grünen Gründerszene

Auf dem Portal www.start-green.net informiert und vernetzt sich diese grüne Gründerszene. Hier können die Pioniere der Green Economy voneinander lernen, sich über Neuigkeiten und Erfahrungen austauschen und Partner finden. Hier stellen sich aber auch grüne Gründer vor, hier wird über good Practice diskutiert und Wissen über Nachhaltigkeits-Themen ausgetauscht.

Der KUER Businessplan-Wettbewerb



Der KUER Gründungswettbewerb ist ein branchenspezifischer Wettbewerb für die Zukunftsbranchen Klima, Umwelt, Energieeinsparung und Ressourcenschonung (KUER). Vier Erfolgsmodule begleiten potenzielle Gründer von der Ideenfindung über die Businessplan Erstellung bis hin zur Unternehmensgründung und deren Finanzierung. Begleitet werden die Gründer durch speziell akkreditierte Experten.

Der von der Europäischen Union und dem Land Nordrhein-Westfalen geförderte Gründungswettbewerb unterstützt junge Gründer auf dem Weg zum eigenen Unternehmen; der Wettbewerb ist bundesweit geöffnet und für die Teilnehmer natürlich kostenlos. Für die Sieger gibt es unter anderem hohe Geldpreise.

www.kuer-startbahn.de

Der StartGreen Award



Mit dem StartGreen Award sollen Gründerinnen und Gründer der Green Economy motiviert und gestärkt werden. Gründungen im Bereich Klimaschutz und Nachhaltigkeit sollen gefördert und Start-ups, Gründungsförderer und Investoren gezielt zusammengebracht werden. Vor allem aber soll die Auszeichnung vorbildlicher innovativer „grüner“ Start-ups Akzeptanz fördern und Best Practices etablieren. Kriterien für den Award sind das Konzept, die Ansätze für Nachhaltigkeit und Innovation sowie das Marktpotenzial und die Umsetzungsstrategie. Die Siegerkonzepte werden am 19. November im Rahmen der Gründerwoche im Bundesumweltministerium prämiert. www.start-green.net

Die Arbeitsgruppe „Green Economy“ des Bundesverbandes der Innovations-, Technologie- und Gründerzentren unterstützt die Initiativen und die Gründer aus dem Bereich der Green Economy. Sie tagte vor kurzem in Berlin und beriet gemeinsam mit dem Borderstep Institut den Stand der Bewerbungen zum StartGreen Award, einer Recherche zum speziellen Bedarf grüner Gründer sowie die Gründung eines Kompetenz-Netztes „Green Economy Center“.

ADT-Arbeitsgruppe

Die Arbeitsgruppe „Green Economy“ des Bundesverbandes der Innovations-, Technologie- und Gründerzentren unterstützt die Initiativen und die Gründer aus dem Bereich der Green Economy. Sie tagte vor kurzem in Berlin und beriet gemeinsam mit dem Borderstep Institut den Stand der Bewerbungen zum StartGreen Award, einer Recherche zum speziellen Bedarf grüner Gründer sowie die Gründung eines Kompetenz-Netztes „Green Economy Center“.

Alanus Studiengang Social Entrepreneurship



An der Alanus Hochschule gibt es nun den Studiengang „Philosophy, Arts and Social Entrepreneurship“ – interdisziplinär und praxisorientiert. Der Studiengang fördert ein reflektiertes und verantwortungsbewusstes

Handeln in verschiedenen Anwendungsfeldern und pluralistischen Kontexten. Zum Lehrumfang gehören Themen wie philosophisches Arbeiten ebenso wie Ethik, künstlerisches Schaffen, soziale Innovation und Gesellschaft. Wir werden den Studiengang im nächsten RheinZeiger ausführlich vorstellen.

ecosign Akademie für Gestaltung



Diese Akademie wurde bereits 1994 gegründet. Ziel war es, eine Verbindung von Design und Nachhaltigkeit herzustellen. Die Studierenden werden hier so ausgebildet, dass sie in ihrer Arbeit die Belange von Mensch und Umwelt berücksichtigen. Dabei sollen natürlich Innovationskraft, Ästhetik, Funktionalität und Wirtschaftlichkeit nicht zu kurz kommen.

An der Akademie werden rund 250 Studierende über einen Zeitraum von acht Semestern ausgebildet. Im Bereich des Bachelor-Studiengangs gibt es eine Kooperation mit der Alanus Hochschule. Im interdisziplinären Ausbildungskonzept gibt es Schwerpunkte in den Bereichen Design, Fotografie und Illustration. www.ecosign.net

An der Akademie werden rund 250 Studierende über einen Zeitraum von acht Semestern ausgebildet. Im Bereich des Bachelor-Studiengangs gibt es eine Kooperation mit der Alanus Hochschule. Im interdisziplinären Ausbildungskonzept gibt es Schwerpunkte in den Bereichen Design, Fotografie und Illustration. www.ecosign.net

Frische Luft

LAST CALL

Pflanzen: Die TOP 10 für ein grünes Büro

Mit Büropflanzen lässt sich die Produktivität in Büros um bis zu 15 Prozent steigern. Es arbeitet sich entspannter, leistungsfähiger und zufriedener. CO₂ wird abgebaut, Sauerstoff geliefert und die Luftfeuchtigkeit erhöht. Das Magazin Impulse stellt die 10 besten Büropflanzen vor. www.impulse.de/ressort/management

High Potential Companies braucht das Land

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

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

Wir können das und würden gerne mit Ihnen reden. Vielleicht besuchen Sie uns auf: www.rtz.de



Rechtsrheinisches Technologie- und GründerZentrum Köln GmbH



Der Maßanzug in der Unternehmenskommunikation

(Die) Marke – nicht ohne Corporate Design

Für den ersten Eindruck gibt es keine zweite Chance. Wie im zwischenmenschlichen Bereich gilt dies auch in der Unternehmenskommunikation. Der stimmige, kompetente und eigenständige Auftritt einer Marke ist jedoch kein Zufallsprodukt. Hinter diesem oft so leichtfüßig daher kommenden Einklang aus Form und Inhalt stecken klare Strategien und ein umfassender Entwicklungsprozess. Unternehmen widmen sich dem Thema Unternehmenskommunikation in aller Regel erst nach einer teils jahrelangen Phase der Entwicklung ihrer Produkte oder Unternehmensinhalte.



Ingo Kukatz
Geschäftsführer
www.vierviertel.com

Sie haben ein Produkt entwickelt, alle betriebswirtschaftlichen Aspekte durchleuchtet, mit Ihrem Businessplan überzeugt und eine Finanzierung des Ganzen erfolgreich auf die Beine gestellt. Und was kommt dann?

Profil zeigen

Die Markenentwicklung liefert die Grundlagen für einen erfolgreichen Übergang in die Phase der Bekanntmachung. Sie formt eine eigenständige Identität, die zum Unternehmen, dem Team und zum Produkt gleichermaßen passt. Sie macht das Produkt zur Persönlichkeit. Eine Entwicklung, die exakt auf das Unternehmen und das Produkt zugeschnitten ist und in der Ausgestaltung mit der Fertigung eines Maßanzugs vergleichbar ist.

»**Maß nehmen**« Die Ausgangslage wird analysiert, Anforderungen definiert und Wünsche formuliert. Die Ziele werden abgesteckt.

»**Anprobe**« Unterschiedliche, jeweils eigenständige Ansätze werden als Entwurf präsentiert. Wo der Anzug noch nicht sitzt wird neu abgesteckt. Es folgen individuelle Anpassungen bis sowohl jedes Detail als auch der Gesamteindruck stimmt und überzeugend wahrgenommen wird.

»**Auftritt**« Ergebnis ist ein prägnanter und individueller Auftritt, der 100-prozentig zum gewünschten Anlass passt.

„Das Bild des Maßanzuges ist für die auftraggeberseitig Beteiligten meist sehr hilfreich, da es den Prozess veranschaulicht und gleichermaßen Faktoren wie Angemessenheit, Individualität und Wertigkeit berücksichtigt“, so Ingo Kukatz. Er ist Mitbegründer der Agentur vierviertel, die für ihre Kampagnen und Projekte unter anderem mit dem „iF communication design award“, dem „Deutschen Designpreis“ und dem „red dot“ ausgezeichnet wurden.

Viele Fragen – unterschiedliche Antworten: ein Weg

Den Ausgangspunkt der Markenentwicklung bildet die eigentliche Unternehmens-Idee. Diese wird aus der Produktwelt auf die kommunikative Ebene übertragen.

„Wir nehmen uns die Zeit, in einem Markenworkshop alle Inhalte, Anforderungen und Ziele gemeinsam mit dem Kunden zu erarbeiten“, erklärt Ingo Kukatz die Vorgehensweise der Agentur.

In einer umfassenden Analyse werden alle relevanten Eigenschaften rund um das Produkt, bzw. die Leistungen und das Unternehmen selbst durchleuchtet. Was macht das Produkt und die Identität der Marke aus? Welche Werte und Eigenschaften sollen vermittelt werden? Wie soll der Kunde Marke und Produkte wahrnehmen und wie soll die Wirkung nach innen sein? Wie definiert sich die Zielgruppe, was wünscht sie sich? Für ein starkes Fundament und die gezielte Markenentwicklung sind viele Fragen und ebenso viele Antworten notwendig. „Alle individuellen Merkmale zusammen definieren die Identität eines Unternehmens und sind deshalb maßgeblich für den Aufbau eines authentischen Gesamtbildes“, so Markenspezialist Ingo Kukatz.

Das Auge denkt mit

Jeder einzelne im Markenworkshop ermittelte Baustein formt die Markenarchitektur, die der Identität des Unternehmens in Form des Corporate Designs ein Gesicht verleiht. Als sichtbare Klammer aller Einzelelemente spiegelt das CD die Unternehmensidentifikation wider und bildet die Grundlage für ein stimmiges Auftreten in Form und Inhalt.

Ein gutes Corporate Design ist wie ein Maßanzug auf den Träger zugeschnitten. Dabei ist der Maßstab für jeden Kunden individuell.



- Die sieben Bausteine der Markenentwicklung:
1. Analyse
 2. Marktforschung
 3. Definition Markenstrategie
 4. Corporate Design
 5. Kommunikation
 6. Markenimplementierung
 7. Validierung & Monitoring

Ein Banker hat andere Anforderungen an seinen Look als ein Trendsportler oder ein Software-Entwickler. Auch verkauft sich ein Longboard besser lässig-leger als zugeknöpft im Nadelstreifenanzug. Ebenso wichtig, dass Stil und Anlass zusammen passen. „Under- oder overdressed zu sein fühlt sich immer falsch an. Das ist auch bei einer Marke so“, definiert Ingo Kukatz.

Das Schöne daran: Sind alle diese Kriterien erfüllt, verselbständigt sich der Effekt einer Marke“. Das Produkt erreicht seine Zielgruppe, wird wiedererkannt, weiterempfohlen, etabliert sich – die Markenentwicklung nimmt ihren geplanten Lauf.

Entsprechend ist das Corporate Design ein umfängliches und gleichzeitig sensibles Konstrukt. Den Ausgangspunkt für das Design bildet die Definition der Basiselemente: Markenzeichen, Farbklima, Typografie und Bildsprache. Das Zusammenspiel dieser Elemente wird in Gestaltungsprinzipien exakt definiert und in einem Styleguide festgelegt.

Ziel ist es, der Marke durch eine klare Linie einen konsistenten Auftritt zu geben – einem wesentlichen Merkmal erfolgreicher Marken.

Markenerfolg

Einheitlichkeit, Individualität und Glaubwürdigkeit zählen zu den herausragenden Anforderungen, damit der Markenauftritt ein in sich geschlossenes Bild ergibt. Und das über alle Kommunikationskanäle hinweg. Die unterschiedlichen Medien reichen sich dabei die Hand. Je ausgeprägter, eigenständiger und auch authentischer die Marke aufgebaut ist, umso zielgerichteter kann die Markenkommunikation erfolgen.

Die Markenidentität ist ein Zusammenspiel auf allen Ebenen. Die Kennzeichen sollen so schnell gelernt werden und sich unbewusst in den Köpfen verankern. Gleichzeitig muss die gezielte Markenkommunikation immer der Strategie und dem Stil entsprechen und so die gewünschten Werte und Botschaften vermitteln.

Die Corporate Identity des Unternehmens



Corporate Identity (CI) ist zum einen ein Kommunikationskonzept, das sich verschiedenen Komponenten zusammensetzt (vgl. Abbildung), und zum anderen zentrale Bestandteil der strategischen Unternehmensführung. Die Corporate Identity bildet die Grundlage für einen in sich geschlossenen und überzeugenden Auftritt des Unternehmens, für dessen erfolgreiche Positionierung im Markt. Die CI will und muss „gelebt“ werden – deshalb ist Kommunikation nach außen und nach innen wichtig.



Bilder und Text: Dr. Daniel A. Opoku, Köln, www.imagephotographer.com

Unternehmen ins rechte Licht gerückt

Image-Fotografie

Welcher Unternehmer möchte sich selbst, seine Unternehmung und Angebote nicht im besten Licht präsentieren? Das Corporate Design, der persönliche Kontakt und die Imagepflege über das Internet werden genutzt, um Kunden ein optimales Bild des Unternehmens zu präsentieren. Es gilt, eine positive Vorstellung vom Unternehmen und seinen Produkten beim Kunden zu erzeugen. Dabei eingesetzte Bilder müssen diese Vorstellung glaubhaft widerspiegeln.

Die Präsentation entscheidet, ob der Betrachter dem Unternehmen, seinen Marken und Angeboten die gewünschte Vorstellung auch tatsächlich zuschreibt. Beispiele für Vorstellungen, die erzeugt werden sollen, könnten Sicherheit, Wertigkeit und Qualität oder auch Unbeschwertheit und Spaß sein. Mithilfe von Fotografien lassen sich diese oder ähnliche emotionale Inhalte besonders gut vermitteln. Doch wenn Unternehmen Bilder sprechen lassen ist besondere Sorgfalt geboten, weil es nicht immer eine direkte Feedback-Möglichkeit gibt. Irritationen auf Seiten der

Kunden und dadurch entstehende kommunikative Misserfolge gilt es zu vermeiden. Wie dies im Detail aussehen kann, wird nachfolgend exemplarisch anhand von Bildern der Eventschmiede-Solingen gezeigt.

Wenn etwa das operative Geschehen im Unternehmen stark von der Unternehmerperson geprägt wird, ist es naheliegend zu zeigen, welche maßgeblichen Köpfe das Geschehen lenken. In der Eventschmiede Solingen sind dies Michael und Monika Brandes.

Der Meisterschmied und die Architektin betreiben in der historischen Hochburg des deutschen Schmiedehandwerks einen Ausbildungsbetrieb, in dem beim Schmieden zugehört und selbst Hand angelegt werden kann.



Das Bild von Monika Brandes betont Sicherheit. Es weist einen starken Kontrast warmer und kalter Farbtöne auf. Durch den Abstand zwischen ihr und dem Feuer sowie durch den auf das Feuer konzentrierten Blick wird betont, dass es im Umgang mit Feuer und Glut sicher zugeht. Die vielen Werkzeuge wecken Neugier und laden ein, das Geschehen in der Schmiede genauer zu betrachten.

In diesem Betrieb werden auch Schmiedeteile für den Innenausbau und die Garten- und Landschaftsgestaltung gefertigt. Die Kunden sind demnach häufig Bauherren, und die erwarten Verlässlichkeit und Qualität. Das Portrait von Michael Brandes lässt die nötige Erfahrung erkennen. Zudem strahlen sein klarer und freundlicher Blick, der sprechende Mund und die Armhaltung Ruhe aus. Qualitätsversprechen werden dadurch glaubwürdig. Durch die enge Anordnung von Gesicht und Logo der Eventschmiede auf seinem T-Shirt verschmelzen die Eigenschaften bezogen auf seine Person und die Marke der Eventschmiede-Solingen.

Die Eventschmiede-Solingen lädt zu „heißen Abenteuern“ rund um das Schmiedehandwerk ein. „Kann ich das?“ könnte eine Frage sein, die sich Interessenten stellen, bevor sie einen Termin buchen. Das Bild, auf dem das Ehepaar Brandes gemeinsam ein Schmiedeteil bearbeitet, drückt aus, dass Schmieden oft Teamarbeit ist. Und: Auch zierliche Personen können schmieden. Detailaufnahmen von

Ambos, Hammer und weiteren Werkzeugen machen mit dem Arbeitsgerät vertraut und zeigen, womit Interessenten rechnen können. Noch vor einem Event wird Vertrautheit geschaffen.

Dieses Beispiel zeigt, wie Bilder Bestandteil des Außenauftritts sein können. Sie schaffen Vertrauen, vermitteln den „ehrlichen“ Fleiß der Unternehmerpersonen. 



Dr. Daniel A. Opoku
www.imagephotographer.com



Feuer und Eisen

Eventschmiede Solingen

Ein Besuch der Eventschmiede Solingen lohnt sich übrigens. Und es gibt „Schmiede-Events“ für Unternehmen, Gruppen, Vereine, Freunde. Dabei kann man auch das Schmieden lernen. Oder Ausstellungen besuchen. Es gibt heiße Abenteuer, zwischen Kaffeetafel, Schmiede-Esse und Lufthammer. Es gibt Kurse für Kinder, für Brautpaare, ... Jeder kann sein „Ding“ schmieden.

www.eventschmiede-solingen.de

Training und Coaching als Werkzeuge in Veränderungsprozessen

Heute schon eine Entscheidung getroffen?

Die metaphorische Frage nach dem Füllstand eines beliebigen Trinkgefäßes hält bis heute her für Rückschlüsse auf die Motivation oder das Temperament eines Menschen. Am liebsten in als schwierig empfundenen oder unübersichtlichen Situationen, wie sie Alltag für Gründerinnen und Gründer sind. Die nämlich befinden sich im Stadium der Geschäftsentwicklung, werben für Ihre Ideen, lernen aus Misserfolgen oder stellen sich den Zweifeln – den eigenen und denen anderer Menschen – und all das gefühlt täglich.

Dies ist auch Alltag für Trainerinnen und Trainer oder Coaches, die ihre Seminarteilnehmer oder Klienten bei der Beantwortung all dieser Fragen begleiten. Tschüss Standardantwort, hallo Einzelschicksal? Dies und anderes geht mir durch den Kopf, wenn ich als Trainerin Start-ups unterstütze.

Ich erinnere selbst noch den Tag, an dem mich ein befreundeter Berater und Strategieexperte mitten im Partygewühl nach meiner Vision fragte. Mitten im Gespräch. Ich hatte ihm eben von meinem Angestelltenjob erzählt, die Vorzüge einer sozialversicherungspflichtigen Beschäfti-

gung angepriesen. Und doch war ich seit Jahren auch (erfolgreich) freiberuflich unterwegs. Die Tür des Lokals war eine doppelflügelige, und er fragte mich, welche der beiden Türen – die Vision leben oder weiter angestellt bleiben – denn dann meine wäre, wenn ich mich heute für den Rest meines Lebens entscheiden müsste. Und erst mit dieser Frage wurde mir klar, dass am Ende des Tages nicht die Business-Pläne oder die Wertschöpfungsketten entscheiden, ob ich meine Vision lebe oder nicht. Sondern dass vielmehr nur ich selbst es bin, die mit Hilfe der mir innewohnenden Motivation und Kraft eine Entscheidung treffen kann – aber eben nicht muss.

Dieser Weg, auf die Umsatzerwartung zu gründen, wird mit dem Kopf entschieden. Dein Kopf sagt Dir: „Komm mach es, das wird auf jeden Fall funktionieren!“ Ein guter Coach vermag mit Dir diesen Satz auseinanderzunehmen: Der Satz beschreibt, was idealerweise in der Zukunft stattfindet. Das heißt, die Entscheidung basiert nicht auf dem Hier und Jetzt, sondern auf dem, wovon Du glaubst, dass es mit Hilfe der anderen und – na klar – des Marktes funktionieren wird. Kannst Du Dich darüber heute schon freuen? Nein, denn Du projizierst in Deine Zukunft. Ich erlebe im Training oft Teilnehmer, die strahlend von ihren Plänen berichten. Die den Drink mit Freunden oder den Besuch im Schwimmbad aufschieben für den Tag, an dem es (hoffentlich) so läuft, wie sie sich das erdacht haben.

Meine Erfahrung sagt: „Dieser Tag kommt nicht.“ Es kommen neue Ideen, die Pläne werden größer oder das Leben kommt dazwischen. Unser Zeiterleben kann uns hier leicht einen Streich spielen. Einen Streich, der Vielen von uns mit vermeintlich guten Gründen das eigentliche Leben aufschieben lässt. Kein Grund zur Bitterkeit, kein Grund, das Gründungsvorhaben aufzugeben, sondern vielmehr ein aufmunternder Schulterklopper, um sich der eigenen Entscheidungen im täglichen Tun bewusst(er) zu werden.



Diese Fragen laden Dich vielleicht ein, einmal genauer hinzuschauen:

- Warum tust Du, was Du tust?
- Was bringt Dir das für Dich persönlich?
- Worauf bist Du persönlich stolz?
- Hand auf's Herz: Ist das das Leben, von dem Du früher geträumt hast?

Wenn Dir das zu nah geht, dann geht vielleicht dieser Weg: Erfasse akribisch alle Tätigkeiten, die Du an mindestens drei beliebigen Tagen erledigst und protokolliere sie. Es wäre eine alternative Herangehensweise an die Frage, wozu Du Dich entschieden hast. Wenn Du Deine Ziele klar siehst, dann entsprechen die Aktivitäten, die auf Deiner Liste stehen, genau diesen Zielen! Wo Zeit verrinnt, ohne dass Du emotional oder kognitiv klar erkennst, was gerade mit Dir passiert, da fehlt das Ziel. Oder es ist nicht klar genug formuliert oder – sehr beliebt in Veränderungsphasen – Du hast eigentlich gar keinen Bock darauf! Du willst es einfach nicht! Du kannst es vielleicht nicht erklären, gefühlsmäßig ist es Dir aber sehr klar.

Diese Motivationslage – etwas tun, obwohl wir selbst es eigentlich gar nicht mögen – verdeckt zuweilen geschickt, welche Vorannahmen wir unseren Zielen zugrunde gelegt haben, wenn auch meistens unbewusst. Zum Beispiel die Idee, es zu etwas bringen zu müssen! Oder es den eigenen Angehörigen zeigen! Niemand wird sich anschicken, hier eine Bewertung vorzunehmen und über richtig oder falsch zu urteilen. Das wäre auch ein Taschenspielertrick, der in meiner ureigenen Erfahrung exakt Null dazu beiträgt, solche Muster im eigenen Verhalten durch günstigere zu ersetzen.

Hast Du das? Kannst Du das annehmen oder wehrst Du Dich innerlich?

Und was leistet hier nun Training? Ich verstehe es als strukturierte Qualifizierung: Du bekommst Ideen für neue oder andere Verhaltensweisen als die, die Du tagtäglich schon zeigst. Das ist so ähnlich wie beim Klavierspielen: Du erschließt Dir bislang verborgene Tastenbereiche, von denen Du im Anschluss zu erkennen suchst, was davon zu Deiner Melodie gut passt. Coaching funktioniert da anders: Hier bist Du als Klient derjenige, der sagt, wo die aktuelle Melodie Missetöne hat oder wo Dir noch eine Passage fehlt. Der Coach begleitet Dich in Bezug auf Deine Ziele, der Trainer bringt Dir eine Idee mit, wie es funktionieren könnte und bietet Dir einen geschützten Raum zum Testen.

Ich verbringe regelmäßig Zeit mit der Lektüre von Biographien mich beeindruckender Persönlichkeiten aus allen Bereichen des Lebens, der Wissenschaft oder des Sports.

Mich interessiert, wie diese Menschen es angestellt haben, was sie anders gemacht haben als die, die gescheitert sind oder immer noch scheitern. So arbeite ich auch in meinen Trainings und im Coaching: Für mich geht es im Kern darum, die eigenen Entscheidungen transparent zu machen und immer wieder neu zu überprüfen, ob sie gut genug für mich sind! Das klingt technisch, ist aber zuweilen ziemlich emotional.

Es ist die Stichflamme, die Du fühlst und die Dich glauben macht, dass das, was Du gerade machst, funktioniert. Jetzt.

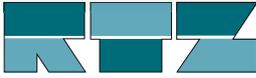


Dr. Pamela Luckau
Trainerin, Coach, Dozentin
www.pamelaluckau.de

Rechtsrheinisches Technologie- und Gründerzentrum Köln GmbH

START-ANGEBOT

Für CLEVERE GRÜNDER mit Plan!



Gut beraten gründen und sicher wachsen!

Geschäftsidee! Und nun?

- ein ruhiger Ort fürs Konzept?
- ein Schreibtisch als Kurzzeitbüro?
- ein Coach mit den richtigen Tipps und Kontakten?
- ein paar Gleichgesinnte zum Diskutieren?
- für ein paar Wochen oder Monate?
- zu einer Monatspauschale ab 80 Euro?



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

Treffen des Arbeitskreises der Deutschen BioRegionen Biotechnologie in Deutschland



Am 9. September 2015 trafen sich die Vertreter der Deutschen BioRegionen zu einer ihrer regelmäßigen Zusammenkünfte in Berlin im Ludwig-Erhardt-Haus. Viele Themen gab es zu besprechen – quer durch die Biotechnologie in Deutschland. BioCologne ist seit der Gründung des Arbeitskreises dort vertreten. Der Arbeitskreis ist Mitorganisator der Deutschen Biotechnologietage, die bekanntlich 2015 in Köln stattfanden, durch BIO.NRW mitorganisiert wurden und einen neuen Besucherrekord aufzuweisen hatten (vgl. unseren Bericht Seite 8). Die Biotechnologietage 2016 finden in Leipzig statt.

Biotechnologie in Deutschland:
30 BioRegionen
49 BioParks, davon 10 in NRW
700 Biotechnik-Unternehmen, davon 102 in NRW

Studienreise der deutschen BioParks in die Niederlande BioParks D meet BioPark NL



Am 11. September trafen sie sich im Leiden Bio Science Park in den Niederlanden: 15 Vertreter von Bioparks aus Deutschland und den Niederlanden hatten sich zum Erfahrungsaustausch versammelt. Die Tagesordnung war umfangreich. Viele Themen sollten behandelt werden, jeder wollte sich an diesem Tag umfassend informieren, sich mit Kolleginnen und Kollegen aus dem Nachbarland austauschen. Man redete über Biotechnologie in den beiden Ländern, über Strategien, BioParks zu betreiben und möglichst erfolgreich Biotechnik-Kompetenzzentren aufzubauen. Leiden ist einer von rund zehn BioParks in den Niederlanden.

Vertreter der Stadt Leiden erläuterten ihre Aktivitäten im Bereich der Wirtschaftsförderung. Im Biotechpark konnten inzwischen 85 Life Science Unternehmen angesiedelt werden, 17.000 Menschen haben hier ihren Arbeitsplatz. Die Stadt hat insgesamt etwa 120.000 Einwohner, rund 25.000 Studenten lernen hier. Und so gibt es auch eine Reihe von Aktivitäten zur Förderung des Technologietransfers. Ausgründungen aus den beiden Hochschulen werden umfassend unterstützt. Den Abschluss bildete ein Rundgang durch den auf Biomedizin ausgerichteten Bio Science Park Leiden.

Biotechnik-Wettbewerb



Innovationsakademie Biotechnologie

Das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) führt auch in diesem Jahr wieder die „Innovationsakademie Biotechnologie“ durch. Der zweitägige Kreativ-Event findet statt am 19. und 20. November 2015 in Berlin. Die besten Geschäftsideen der Life Science Branche erhalten Startförderungen in Höhe von 50.000 Euro.

www.bmbf.de/de/16674.php



Das zweite Forum für Startups startet im Oktober in Köln

StartupCon

Die StartupCon 2015 öffnet am 23.10.2015 in Köln die Tore. Politik und Wirtschaft sind sich einig, dass der Gründerstandort Deutschland seine Vorreiterrolle innerhalb der EU nur mit einer nachhaltigen Strategie behalten kann. Die StartupCon möchte ihren Beitrag leisten dieses Ziel zu erreichen, Wissen, Kontakte und den Geist des Entrepreneurships zu vermitteln.

Das Thema Start-up rückt auch international immer mehr in den Fokus. Wir haben die Gründerszene innerhalb Deutschland kurz vorgestellt (vgl. Seite 5); danach hat auch Köln eine spannende Gründerszene zu bieten. Und so findet die StartupCon 2015 genau hier statt – in der guten Stube der Stadt Köln, im Gürzenich. Veranstalter ist Business-on.de, das regionale Wirtschaftsportal.

Auf dem Forum sollen Anreize und Räume für neue innovative Ideen und Kooperationen geschaffen werden, aus denen langfristig neue Arbeitsplätze entstehen können. Das Ziel besteht dabei nicht allein in der engeren Vernetzung der Start-up-Szene. Hier werden alteingesessene erfolgreiche Unternehmen mit der digitalen Denkweise der jungen Generation verbunden, neue Kooperationen werden initiiert, Synergien gefördert. Durch diese Erweiterung der Horizonte wird die Wirtschaft auf lokaler, regionaler und nationaler Ebene gefördert.

Neu: die StartupExpo

Im Rahmen der StartupCon haben 80 Startups die Möglichkeit sich mit ihrem Geschäftsmodell und ihren Lösungen für den Mittelstand, die Wirtschaft und den Endverbraucher vorzustellen. So können sie Kontakte knüpfen, Investoren und Inkubatoren treffen.

Die StartupCon bietet über 20 Vorträge, Workshops, Panels, Networking mit der Szene und die komplette Verpflegung. Um 9:00 Uhr startet das diesjährige Forum im Kölner Gürzenich. Die Namen der Keynote-Speaker sprechen auch diesmal wieder für sich. Die Teilnehmer dürfen sich auf so bekannte Namen wie Frank Thelen, Jörg Binnenbrücker, Hans Sarpei, Julian Riedelbauer, Carlo Matic, Stephan Schubert, Marcus Tober, Benjamin Bak, Dennis Just, Eva Missling, Maximilian Scharpenack, Steffen Matz, David Schirmacher und andere Experten der Gründerszene freuen.



Informationen – Kontakt – Anmeldung:

StartupCon 2015

Die Konferenz für Start-ups am 23. Oktober 2015 im Gürzenich Köln,
9:00 Uhr – 18:00 Uhr, <http://www.startupcon.de/kontakt>
99 Euro für Start-ups, Gründungsinteressierte, Gründungswillige, Studenten etc.
249 Euro für Corporate (inkl. Mehrwertsteuer)



Unser Engagement für den Mittelstand.

Der Mittelstand ist das Rückgrat unserer Wirtschaft, Motor für Wachstum und Innovation. Er schafft Ausbildungs- und Arbeitsplätze und investiert in Forschung und Entwicklung. Bereits jedes zweite Unternehmen in Köln und Bonn vertraut auf die Leistungen unseres Hauses. Damit sind wir der wichtigste Finanzpartner des Mittelstandes in der Region.

Gut für Köln und Bonn.

 Sparkasse
KölnBonn