**Branchen & Betriebe:** Die reale und die virtuelle Welt wachsen zusammen. **Seite 8**

**Geld & Geschäft:** Stiftungen helfen, Unternehmen zu sichern. Auch Mittelständische. **Seite 18**

**Leben & Wissen:** Die Digitalisierung verändert die Art der Arbeit rasant. **Seite 21**


# DIE WIRTSCHAFT

Köln


LIEBERMANN
COMMUNICATIONS

WIR KÜMMERN UNS
UM DEN GUTEN RUF IHRES
UNTERNEHMENS.

www.heike-liebermann.com

Weis Wirtschaftsmedien GmbH,
Hahnenstr. 12, 50667 Köln
ZKZ 6388 PVST Deutsche Post

Ausgabe 2/16 www.diewirtschaft-köln.de Preis: 2,00 Euro

# Gute Startposition

## Prognos-Studie: Zukunftsforscher sehen Köln im Rennen um neue Märkte gut aufgestellt

**Der Kölner Wirtschaft geht es gut. Aber wird das in Zukunft auch noch so sein? Viele Lebensbereiche unterliegen einem immer schnelleren Wandel, auf den sich Unternehmen einstellen müssen. Damit es ihnen auch im Jahr 2030 noch gut geht.**

Für die gerade veröffentlichte Studie „Standort Köln – Perspektive 2030“ ermittelten die Forscher der Prognos AG, wie die in der Stadt angesiedelten Industrie- und Dienstleistungsbetriebe heute aufgestellt sind – und was sie tun müssen, um auf die veränderten Bedingungen der mittelfristigen Zukunft optimal eingestellt zu sein.

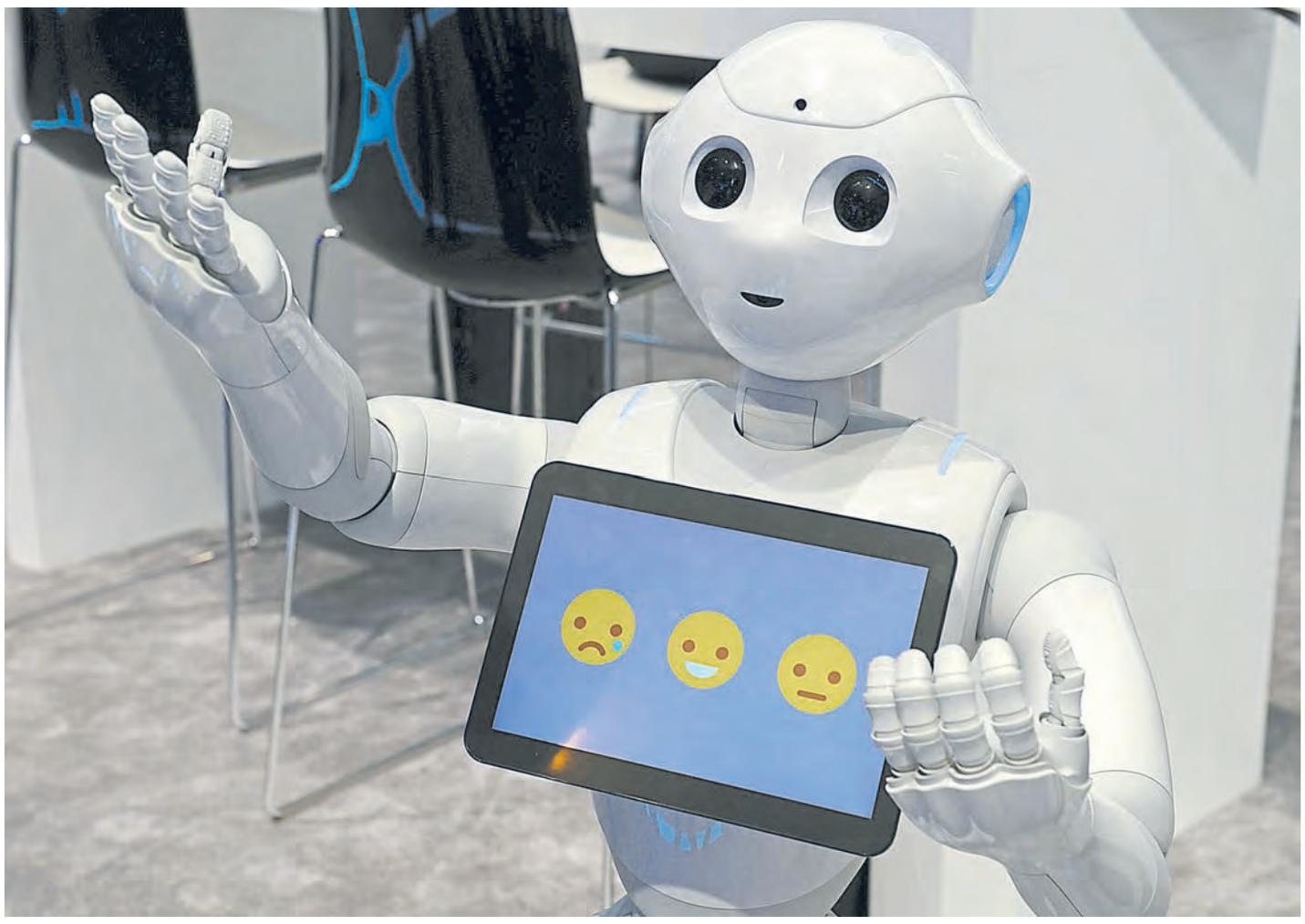
Als wichtigsten Faktor ermittelt die Studie die fortschreitende Digitalisierung, quer durch alle Branchen: „Die Digitalisierung verändert Produkte, Prozesse und Geschäftsmodelle der Unternehmen.“

Das führe nicht nur zu der Notwendigkeit, Abläufe innerhalb der einzelnen Unternehmen anzupassen, vielmehr müssten firmenübergreifend ganze Strukturen auf den Prüfstand gestellt und der ganze Wirtschaftsstandort als zusammenhängendes „Ökosystem“ begriffen werden: „Ausschlaggebend wird in Zukunft nicht mehr nur die Kompetenz des Einzelnen sein, sondern die intelligente Verknüpfung der Fähigkeiten ganz unterschiedlicher Produzenten und Dienstleister.“

Immerhin könne die Kölner Wirtschaft von einer guten Startposition aus ins Rennen um die Märkte der Zukunft gehen. So sei die Beschäftigungsentwicklung im Vergleich zu Land und Bund überdurchschnittlich positiv, das Wachstum der Erwerbstätigen überdurchschnittlich stark. Das Bruttoinlandsprodukt stieg von 2008 bis 2013 um fast 12 Prozent auf 53 Milliarden Euro – und damit stärker als in Metropolen wie Hamburg, Düsseldorf oder Frankfurt/Main. Zwischen 2009 und 2012 wurden in Köln mehr Unternehmen als im Bundesdurchschnitt gegründet. Auch in Sachen Forschung und Entwicklung liegt Köln in der Spitzengruppe: Mit einem Anteil von 1,1 Prozent aller Beschäftigten arbeiten hier deutlich mehr Menschen an zukunftsträchtigen Technologien als im Landesdurchschnitt.

Und schließlich gehen die Zukunftsforscher davon aus, dass Köln eine „junge“ Stadt bleiben wird: Um 200.000 soll die Einwohnerzahl in den nächsten 25 Jahren wachsen, wegen der „hohen Attraktivität der Stadt“ seien darunter viele junge und gut ausgebildete Personen.

**Fortsetzung auf Seite 3**



**Auch wenn der Bereich Digitalisierung einen immer höheren Stellenwert erhält,** letztlich sind es doch Menschen und nicht Roboter, die für Fortschritt, Produktivität und eine gesunde Wirtschaft sorgen. Und die kommen auch in Zukunft gerne nach Köln. Foto: dpa

## EDITORIAL

### *Nicht abwarten – anpacken*

Heute halten Sie die zweite Ausgabe der „Wirtschaft Köln“ in der Hand. Neben Nachrichten und Trends, Best-Practice-Beispielen aus Kölner Betrieben, Blicke in die Bilanzen und Prognosen verschiedener Branchen geht es aus unterschiedlichen Blickwinkeln um das brennende Thema Digitalisierung. Köln scheint nach diversen Prognosen für die Zukunft gut aufgestellt. Das allerdings gilt fürs Umland schon weniger. Gerade im Bereich Glasfaser und schnelle Verbindungen müsse allenthalben die Infrastruktur verbessert werden, fordern Unternehmensverbände und Kammern vehement. Der technologische Fortschritt dürfe nicht vor den Toren der Region Halt machen. Um die Leistungsfähigkeit der Unternehmen voll ausschöpfen zu können und im internationalen Wettbewerb zu bestehen, müssen die Bemühungen aus Wirtschaft und Politik gebündelt in die gleiche Richtung gehen. Neben Autobahnen, Bahntrassen und Flughäfen darf der digitale Ausbau nicht auf der Strecke bleiben. Köln und die Region befinden sich auf einem guten Weg, sind aber noch lange nicht am Ziel. Gerade in den ländlichen Gebieten gibt es noch viel zu tun. Jeder ist gefordert, sich einzubringen und dem digitalen Wandel positiv gegenüber zu stehen. Packen wir‘s an. (cba)

# Jeck op Büggele

## In Ehrenfeld geht säckeweise die Post ab

**Fond of bags – vernarrt in Taschen, so kann man den ausgeschriebenen Namen der Kölner F.O.Bags GmbH schön übersetzen. Das Unternehmen, das im Jahr 2010 als ergobag an den Start ging, vereint heute sieben unterschiedliche Taschen-Label unter einem Dach. Sieben Bags als Begleiter durchs Leben – von Baby bis Business.**

Sven Oliver Pink, Jahrgang 1979, mag ob seiner beruflichen Stationen bei Kienbaum (Unternehmensberatung) und American Express (Geld) für die Gründung eines Start-ups prädestiniert sein. Da kann doch nichts schiefgehen. Erst recht nicht, wenn die Idee, womit man am Markt punkten kann, so einfach ist.

Schulkindern die Bücherlast vom Rücken nehmen, die Vorteile ausgeklügelter Wanderrucksäcke auf einen kindgerechten ergobag übertragen. Ein paar aufgeschnappte Worte auf einer Party, wie schwierig es doch sei, den passenden Ranzen fürs Kind zu finden, eine Physiotherapeutin, die schon Kinder mit Haltungsschäden behandelte, und schon verfolgte Pink die richtige Fährte.

Die ihn von Berlin ins Rheinland führte, Köln war die zentrale Anlaufstelle für seine Mitgründer, in Ehrenfeld fand der ergobag seine Heimat. Und konnte von hier aus seinen Siegeszug durch den Fachhandel des Ruhrgebiets und der Rhein-Main-Region antreten. Über 20 Millionen potenzielle Käufer in weniger als zwei Stunden erreichbar, von der Hauptstadt aus undenkbar.

Köln erweist sich als Umfeld für neue Mitarbeiter attraktiv, oder, wie Pink erläutert, „schreckt als Standort nicht ab“. Potenzielle neue Mitarbeiter sehen Köln als lebenswert, bei sieben unterschiedlichen Varianten seiner Taschen und Rucksäcke gibt es auf den Feldern Design, Vertrieb und Produktmanagement genug zu tun. Absolut im Trend liegt satch, der Rucksack für Kinder ab Klasse 5 konzipiert. Und wie Pink und sein Team nach dem Kauf von Offermann, Deutschlands ältester Lederwarenmarke, verfahren werden, dürfen wir mit Spannung verfolgen. Klar ist: Sie bleiben „Jeck op Büggele“.

GREIF & CONTZEN
IMMOBILIENMAKLER • IVD

Büroimmobilien in
Kölns besten Lagen

GERMAN
PROPERTY PARTNERS
Hamburg • Berlin • Düsseldorf • Köln | Bonn • Frankfurt • Stuttgart • München

www.greif-contzen.de

# Leben und Arbeiten mit Sinn für alle

## Unternehmer Sandro Dalla Torre im Porträt: Mit Klarheit zum Erfolg und direkt in den „Circus Halli-Galli"

**KLARHEIT:** Für Sandro Dalla Torre das wichtigste Instrument zur Selbstführung.

**Man hält Sandro Dalla Torre leicht für älter als er ist. Für andere 30-Jährige wäre das vermutlich frustrierend – bei dem jungen Unternehmer aus Köln stellt sich die Frage erst gar nicht. Dazu spricht er zu souverän von Orientierung, Organisation, Motivation – und von „KLARHEIT", seinem selbst entwickelten und selbst erprobten Produkt.**

Einem Produkt, das man anfassen kann – und muss – und das es nur in zwei, nicht gerade hippen Farben gibt: Hellgrau und Anthrazit.

Das liegt nicht etwa daran, dass Dalla Torre keine Fantasie hätte – im Gegenteil. Die hat er schon als Produzent von House-Musik mehr als deutlich bewiesen. Da hat nicht nur die Kölner Szene aufgehorcht und losgetanzt. Der groß gewachsene Mann mit der entspannten Ausstrahlung hat einfach eine Mission: Er will für Klarheit in der Welt sorgen. Und Menschen anhand eines Tools, eines Instrumentes zur Selbstführung, dabei unterstützen, auf einfache und spielerische, aber effektive Weise ihre Ziele zu erreichen. Die wahren Ziele, ihre eigenen. Nicht das, was ihnen ein Boss oder die Familie, ein Youtubestar oder eine Werbe-Ikone vorgibt.

> **„Für mich ist leichter und klarer geworden, was mir wichtig ist und was ich erreichen will."**
> Sandro Dalla Torre, Klarheit

Im vergangenen Jahr hat Dalla Torre „KLARHEIT" per Crowdfunding-Kampagne realisiert – „ohne vorherige Erfahrung im Crowdfunding", wie er erzählt. Das Ziel von 17 000 Euro wurde um mehr als 11 000 Euro überschritten. Seitdem entwickeln sich ein Kundenstamm und eine treue Community um das DIN A5-große Buch. Erste Nutzerbefragungen versprechen weitere Erfolge und kürzlich war „KLARHEIT" auch schon im Fernsehen, ganz ohne Dalla Torres Zutun oder dickes Werbebudget: In einer Ausgabe von „Circus HalliGalli" räumte Klaas Heuer-Umlauf den Rucksack von Joko Winterscheidt aus – und förderte unter anderem „KLARHEIT" zutage.

Und es gibt bereits einige weitere prominente Nutzer: Felix Klemme, den „Life Coach" aus Bonn etwa oder Sven Groeneveld, den früheren Tennisprofi und heutigen Trainer von Tennisspielerin Maria Sharapova. Auch der Kölner Psychologe und Autor Frank Berzbach nutzt es. Dazu kommen als zufriedene Kunden Berater von Hays und McKinsey, Studenten, Freiberufler, Manager und viele andere.

### Selbstverantwortung

Wie so viele leidenschaftliche Unternehmer suchte Sandro Dalla Torre am Anfang die Lösung für ein eigenes Problem: Wie schaffe ich es bloß, das, was ich wirklich will, zu realisieren? Dazu kam eine echte Leidenschaft für Geschäftsmodelle, für Führungsfragen und Strukturprobleme – und deren Lösungen.

Und nun also „KLARHEIT". So schlicht – und so einfach wie anspruchsvoll. Ein Buch, in das man ganz viel eintragen kann, darf und muss. Selbsterforschungsbuch, Terminkalender, Taschen-Coach, Motivationstrainer und Inspirator mit Hintersinnsprüchen – von Deepak Chopra über Konrad Adenauer bis Götz Werner – in einem.

Dalla Torre hat seinen Buchkalender so konzipiert, dass die Benutzung sich schnell erschließt und der Anwender ausreichend Hilfestellung bekommt beim bewussten Zurück-Schritt aus der digital-virtuellen in die wirkliche Welt. Anfassen, fühlen, denken, handeln – darum geht es.

### Fokus

Eingeflossen in die Entwicklung sind auch neueste Erkenntnisse der Hirnforschung. Auch deshalb ist „KLARHEIT" ein Produkt zum Anfassen geworden und keine App. „Das steht im Zusammenhang mit Fokus", erklärt Dalla Torre. „Mit der Hand zu schreiben, erfordert mehr Langsamkeit und mehr Überlegung. Mehr Konzentration auf das, was man da macht. Und es erfordert eine andere Verarbeitung der Informationen im Gehirn, als wenn man irgendwo nebenbei etwas eintippt und es dann wieder löscht."

Was hat ihm denn selbst Klarheit gebracht in den etwa 20 Monaten, in denen er das Kernprodukt seiner Marke entwickelt, erprobt und immer wieder überprüft und optimiert hat?

Dalla Torre muss nicht lange überlegen: „Für mich ist leichter und klarer geworden, was mir wichtig ist und was ich erreichen will." Und das ist vor allem Leben und Arbeiten mit Sinn, nicht nur für sich, sondern auch für andere.

Wohlgesetzt kommen seine Sätze. Flüssig, unaufgeregt. Überzeugt, aber nicht überheblich. „Näher an sich selbst sein." – „Sehen, was passiert.": zwei weitere Errungenschaften seines Lebens in und mit Klarheit. „Mir gibt es eine größere Entspanntheit und Ruhe, wenn ich weiß: es steht alles an einem Ort", erklärt Dalla Torre. „Ich kippe quasi alles aus meinem Kopf da rein, dann steht es da und ich habe es im Überblick. Alles, was mir sonst lose durch den Kopf fliegt und was ich festhalten will, schreibe ich dort auf." Und wichtig sei ihm noch: „Selbst sehen, wie man sich entwickelt – dass man sich entwickelt. Und dass man dafür eben selbst verantwortlich ist."

### Entwicklung

> **„Die meisten von uns tragen mehr Potenzial in sich, als sie zutage fördern."**
> Sandro Dalla Torre, Klarheit

Aktuell arbeitet Dalla Torre daran, die Vertriebs- und Marketingmöglichkeiten zu explorieren und experimentell verschiedene Wege zu testen: Soll „KLARHEIT" mehr online oder mehr offline beworben und vertrieben werden? Geht er in den Buchhandel damit, zu den großen Online-Händlern wie Amazon oder eher in Concept Stores? Oder alles? Wo und wie kann der Direktvertrieb erfolgen? Welche Rolle können und sollen Youtube, Instagram und Co. spielen? „Das ist alles sehr lebendig gerade", freut sich Dalla Torre. Zwar ließe sich derzeit noch wenig konkret voraussehen, „aber es ist alles mit guter Intention, positiver Vision und Resonanz versehen".

Parallel arbeitet Dalla Torre an der Weiterentwicklung seines Produktes. Darin werden auch Erfahrungen und Anregungen der bisherigen Nutzer verarbeitet. Eine erste Kundenumfrage hat außer-ordentlich positive Ergebnisse gebracht: „97 Prozent würden sich ‚KLARHEIT' wieder kaufen, 93 Prozent haben es weiterempfohlen", berichtet der Unternehmer. Die Nutzer fühlen sich durch „KLARHEIT" im Mittel um 20 Prozent orientierter und zu 25 Prozent besser organisiert. „Manche sind inzwischen schon richtige Fans geworden", freut sich Dalla Torre. Und er sieht sich in seiner Strategie bestätigt: „Die persönliche Schiene kommt sehr gut an."

Für den Herbst plant er eine zweite Crowdfunding-Kampagne, damit sein komplett in Deutschland hergestelltes Produkt noch weiter entwickelt werden kann und „richtig abhebt". Auch Zusatzprodukte und -dienstleistungen hat der Unternehmer schon geplant.

Mit „KLARHEIT" reagiert Sandro Dalla Torre sowohl auf Überfluss wie auf Mangel in der Gesellschaft: „Die meisten von uns tragen mehr Potenzial in sich, als sie zutage fördern", betont er. „Selbstverwirklichung ist gerade ein enormes Thema. Der materielle Überfluss, in dem wir leben und den wir als gegeben hinnehmen, bringt das mit sich." In unserer Gesellschaft bilde nicht mehr die materielle Versorgung einen Engpass, sondern die Orientierung in dem ganzen Angebot an Möglichkeiten und Informationen. Dalla Torre: „Man muss ständig Entscheidungen treffen. Das führt häufig zu Verunsicherung und Stress. Orientierung und Fokus kann man aber entwickeln: Indem ich mich selbst immer wieder reflektiere und herausfinde, was mir wirklich wichtig ist und was meine Ziele sind. Dann kann ich mich darauf konzentrieren und habe eine Basis für meine Entscheidungen. Das entspannt, macht effektiv und hilft, das eigene Potenzial zu entfalten. ‚KLARHEIT' als Selbstführungstool kann diesen Prozess unterstützen."

**Unternehmer mit Leidenschaft:** Sandro Dalla Torre.

Fotos (2): Sandra Sondermann


## IMPRESSUM

**DIE WIRTSCHAFT** Köln

**Verlag und Herausgeber:** Weis Wirtschaftsmedien GmbH, Hahnenstr. 12, 50667 Köln, Telefon 0221.4743924, Telefax: 0221.4743925

**Redaktionsleitung:** Eugen Weis (ViSdP), Hahnenstr. 12, 50667 Köln, E-Mail: redaktion@diewirtschaft-koeln.de

**Anzeigen:** Anzeigenleitung: Eugen Weis, Hahnenstr. 12, 50667 Köln, E-Mail: anzeigen@diewirtschaft-koeln.de

**Objektleitung:** Alexander Weis, Telefon: 0221.4743924, Telefax 0221.4743925

**Druck:** Aschendorff Druckzentrum GmbH & Co. KG, An der Hansalinie 1, 48163 Münster, Telefon: 0251.690-0, Telefax: 0251.690-215;

**Auflage:** 18 725 Exemplare

**Die Vernetzung zwischen Unternehmen und Forschungseinrichtungen** wie Unis, Hochschulen oder auch dem Deutschen Zentrum für Luft- und Raumfahrt (Foto) soll intensiviert werden, rät die Prognos-Studie „Standort Köln – Perspektive 2030". Foto: DLR

## Die Kernmärkte und ihre Branchen

Information und Kommunikation: IT, Telekommunikation, Hardware

Kultur- und Kreativwirtschaft: Medien, Film, Rundfunk, Games, Design, Werbung, Portale

Destination Köln: Tourismus, Einzelhandel, Gastronomie, Messe

Business City: Versicherungen, Banken, Beratung, unternehmensnahe Dienstleistungen

Industrie: Automotive, Maschinenbau, Chemie, Energie

Logistik und Handel: Verkehr und Logistik, Mobilität, Großhandel

Gesundheit / Life Science: Gesundheitswesen, Life Science

## Beschäftigte nach Kernmärkten

(Stand 2013)

Information und Kommunikation: 24.662

Kultur- und Kreativwirtschaft: 38.958

Destination: 65.139

Business City: 89.194

Industrie: 55.533

Logistik und Handel: 45.733

Gesundheit / Life Science: 67.980

**Fortsetzung von Seite 1**

Anders als in vorhergehenden Studien haben die Prognos-Forscher für „Standort Köln – Perspektive 2030" versucht, Branchen nicht einzeln und voneinander gelöst zu betrachten, sondern Beziehungen zwischen ihnen aufzuspüren und Verflechtungen und Wertschöpfungssysteme zu berücksichtigen.

Im Ergebnis wurden sieben Kölner „Kernmärkte" eruiert, in denen unterschiedliche Branchen mit vergleichbaren wirtschaftlichen Eigenschaften zusammengefasst sind (siehe Infokasten).

Neben der Analyse der gesellschaftlichen Entwicklung und deren möglicher Auswirkungen auf den Standort Köln zeigt die Studie auch ganz praktische Handlungsmöglichkeiten für die jeweiligen Kernmärkte und ihre Branchen auf. Etwa die Stärkung der touristischen Kompetenzen: „Köln bietet beste Voraussetzungen dafür, einer der in Zukunft wenigen zentralen Einkaufs- und Erlebnis-Hotspots in Deutschland zu werden."

Chancen wie diese lassen allerdings freilich auch Umkehrschlüsse zu: Stellen sich die Unternehmen nicht auf die Anforderungen der Zukunft ein, könnten sie ihre gute Ausgangslage verspielen und sich im Konkurrenzkampf mit anderen Regionen abhängen lassen.

Das beinhaltet laut Prognos-Studie auch, dass sich die Branchen in den nächsten Jahren wandeln müssen. Und enger zusammenrücken. „Ausschlaggebend wird in Zukunft nicht mehr nur die Kompetenz des Einzelnen sein, sondern die intelligente Verknüpfung der Fähigkeiten ganz unterschiedlicher Produzenten und Dienstleister", lautet ein Schluss der Studie. Dafür sollten digitale und kreative „Ökosysteme" gebildet werden, in denen sich Unternehmen mit unterschiedlichen Kernkompetenzen austauschen, um gemeinsam Innovationen zu generieren, nutzerorientierte Leistungsbündel zu definieren und gemeinsam Produkte sowie Dienstleistungen zur Marktreife zu bringen. Dabei ist explizit die Wissenschaft eingeschlossen: Die Region Köln als Standort von Universität, Hochschulen und international renommierten Instituten sollte verstärkt auf dieses Potenzial zugreifen – zum Beispiel in Form von Kompetenznetzwerken, in denen außerhalb von innerbetrieblichen Prozessen nach neuen Lösungen und Möglichkeiten gesucht werden kann.

Und schließlich werden auch Politik, Verwaltung und Verbänden in die Verantwortung genommen: Diese könnten „die Unternehmen dabei unterstützen, (...) Chancen zu nutzen und die Herausforderungen zu meistern".

Physische und digitale Infrastrukturen seien nämlich ebenso eine wichtige Basis wie auch ein kritischer Faktor für die Entwicklung der Stadt. Da dürfe von der öffentlichen Hand dann eben nicht an der falschen Stelle gespart werden: „Trotz der damit einhergehenden finanziellen Belastungen sind Investitionen in die Infrastruktur dringend notwendig", fordern die Verfasser der Studie.

Gemeinsam mit den Wirtschaftsakteuren solle ein „Masterplan Infrastruktur" erstellt werden, der eine Prioritätenliste mit Brücken, Straßen und anderen Projekten auflistet, die mit Blick auf die langfristige Sicherung des Standorts vorrangigen Sanierungsbedarf haben.

So viele Vorschläge, Warnungen und Hinweise die Studie auch enthält – letztlich gibt sie doch einen vorrangig positiven Motivationsschub für alle in der Wirtschaftsregion Köln ansässigen Protagonisten: Die Ausgangslage ist gut, die erwarteten Entwicklungen spielen der Region in die Karten, die Bandbreite der Möglichkeiten, sich auf die Zukunft einzustellen ist groß – es spricht also nichts dagegen, dass die Metropole und ihr Einzugsbereich auch in 15 Jahren noch Wohlstand und Wohlgefühl vereinen kann. Vielleicht sogar noch mehr als heute bereits. **sch**

**Die Studie „Standort Köln – Perspektive 2030" wurde im Auftrag des Dezernats für Wirtschaft und Liegenschaften der Stadt Köln vom Forschungsinstitut Prognos AG erstellt.**

# Freiräume als Statussymbol

Ein Generationenwechsel steht bevor. Die geburtenstarken Jahrgänge der Babyboomer gehen in den nächsten Jahren in den Ruhestand. Nachrücken wird die 1980er-Generation.
Doch die verhält sich anders als ältere Arbeitnehmer und verlangt nach einer neuen Berufswelt.

**Sie gilt als anspruchsvoll, freizeitorientiert, in manchen Unternehmen sogar als unverschämt. Denn sie pfeift auf Hierarchien, will pünktlich Feierabend machen und wechselt alle Nase lang den Job. Die Rede ist von der „Generation Y“, die seit einigen Jahren in den Arbeitsmarkt eintritt. „Selten hat eine neue Generation so viele Auswirkungen auf Wirtschaft, Arbeitsleben und Talent-Management gehabt“, schreibt Strategieberater Dr. Anders Parment in seinem Buch „Die Generation Y“. Die Ypsiloner sind jedoch auf dem Arbeitsmarkt begehrt, denn sie haben die „Macht der Demografie“ auf ihrer Seite.**

So rechnet eine McKinsey-Studie mit zwei Millionen fehlenden Fachkräften bis 2020. „Diese Generation ist nicht schlechter als andere“, sagt Andreas Rosing, geschäftsführender Gesellschafter der Firma Laudert in Vreden. Sie sei sogar „in überwiegendem Maße wissbegierig“. Tatsächlich sind die jungen Beschäftigten vergleichsweise gut ausgebildet, nie war die Akademikerquote höher. Viele haben schon in der Schulzeit Auslandserfahrungen gesammelt und wichtige soziale Fähigkeiten erworben. „Das begrüßen wir sehr“, so Rosing, selbst Vater von drei Kindern im Alter zwischen 19 und 26 Jahren.

„Sie sind leidenschaftlich, strebsam und arbeitswillig“, man müsse sich aber mit ihnen beschäftigen, ihnen immer wieder Feedback geben, so der 51-Jährige weiter. Denn als erste Generation mit dem Internet sowie viel Lob, Förderung und Aufmerksamkeit von Eltern und Lehrern aufgewachsen, sind sie ständige Kommunikation und individuelle Zuwendung gewöhnt.

Ob sie das Feedback aber annehmen, entscheiden sie selbst. Einfach Befehle entgegennehmen? „Ältere Mitarbeiter haben nicht von vornherein Autorität, sondern sie müssen sich Autorität erst erwerben“, hat Autor Anders Parment festgestellt. Wer aber durch Kompetenz und Leistung punktet, von dem lassen sich auch die Vertreter der Generation Y gerne führen und anleiten.

Auch sonst ticken die Millennials anders als ihre Vorgängergenerationen: „Harte Anreize wie Gehalt, Boni und Aktienpakete treiben uns weniger an als die Aussicht auf eine Arbeit, die Freude macht und einen Sinn stiftet. Sinn zählt für uns mehr als Status. Glück schlägt Geld“, schreibt Kerstin Bund, in ihrem Buch „Glück schlägt Geld“.

In einer Überflussgesellschaft aufgewachsen, sind die Ypsiloner materiell gesättigt. „Die Bezahlung ist nicht unwichtig“, sagt Luisa Gehlmann aus Billerbeck. Noch wichtiger sei der 23-jährigen Projektmanagerin beim Mediendienstleister Laudert aber, „dass ich gerne zur Arbeit fahre und mein Herzblut in die Arbeit stecke“. Die Aufgabenbereiche müssten interessant sein und sie wolle eigenverantwortlich arbeiten können.

Bei der Generation Y gilt nicht der als erfolgreich, der ein eigenes Büro hat oder einen dicken Firmenwagen fährt, sondern wer sich seine Arbeit möglichst frei einteilen kann. „Was bei der Generation auffällig ist: Sie wollen nicht starr im 40-Stunden-Rhythmus arbeiten“, sagt Unternehmensberater Rainer Schlief aus Münster. Die klassische Präsenzkultur in Büros ist ihnen suspekt. Wieso sollten sie an einem bestimmten Ort zu einer festgelegten Zeit arbeiten, fragt Kerstin Bund, wenn es mit neuen Technologien auch anders geht?

Die „Generation Why“ stellt Verhältnisse und Vorstellungen, die bisher als selbstverständlich galten, infrage, und fordert Flexibilität vom Arbeitgeber, um Privates und Arbeit unter einen Hut zu bekommen.

Fortsetzung auf der nächsten Seite

**Direkte Kommunikation:** In einer vernetzten, transparenten Informationsgesellschaft aufgewachsen, wünschen sich Vertreter der Generation Y wie Luisa Gehlmann unkompliziertes Feedback. Am liebsten „über den kurzen Dienstweg“ und auf Augenhöhe wie mit ihrem Vorgesetzten, dem Leiter der Medienproduktion Frank Jansen-Beckmann.
Foto: Laudert

### Die Generation Y

Je nach Studie und Autor umfasst die Generation Y unterschiedliche Geburtenjahrgänge. Strategieberater und Buchautor Dr. Anders Parment bezieht sich auf Menschen, die zwischen 1984 bis 1994 geboren wurden. Journalistin und Buchautorin Kerstin Bund spricht von den „um die 30-Jährigen“, geboren zwischen 1980 und 1995. Wieder andere benennen eine weitere Spanne von 1978 bis 2000. Die Vertreter der Generation Y werden auch als Millennials bezeichnet. Kerstin Bund schränkt zudem ein, dass die Generation Y nicht alle nach 1980 Geborenen sind, sondern „vor allem jene meiner Altersgenossen, die behütet und relativ begütert aufgewachsen sind, die über einen gefragten Hochschulabschluss oder eine gute Berufsausbildung verfügen. Das trifft auf etwa ein Viertel der heute 20- bis Anfang 30-Jährigen zu.“

### Zeitstrahl

| 1946–1964 \| **Baby-Boomer** | 1965–1976 \| **Generation X** | 1977–1998 \| **Generation Y** | ab 1999 \| **Generation Z** |
|---|---|---|---|
| **1964** | **1976** | **1998** | |

## Die Identifikation muss hoch sein

Kampf um die besten Talente

Fortsetzung

Für die „Digital Natives“, die während der Arbeit Facebook und Whatsapp nutzen und nach Feierabend noch berufliche E-Mails beantworten, verschmelzen beide Welten ohnehin zunehmend. „Die Infrastruktur ist ja da. Man ist per E-Mail und Telefon erreichbar. Da finde ich es sehr positiv, wenn ich nach einem Auswärtstermin eine Aufgabe zu Hause zu Ende bringen kann“, sagt Luisa Gehlmann.

Die Generation Y will also nicht weniger leisten, ganz im Gegenteil: „Ich bin durchaus bereit, in Hochphasen mehr zu arbeiten“, sagt die studierte Medientechnikerin. Für einen beruflichen Termin würde die Hobbyfußballerin auch ein Training platzen lassen. Dafür könne sie auch mal um 15 Uhr Feierabend machen, wenn ein wichtiger privater Termin anliege, ohne sich ihrem Chef erklären zu müssen. Gefragt sind also flexible Arbeitszeitmodelle, die ihren Beschäftigten Autonomie bieten – auch für längere Unterbrechungen wie eine Weltreise oder eine Familienauszeit.

Dann gibt’s auch gute Bewertungen für den Arbeitgeber: „Laudert ist familienfreundlich, das finde ich toll“, sagt die 23-Jährige. Auch die lockere Arbeitsatmosphäre, dass sich alle duzen und sie Vorgesetzte „auf kurzem Dienstweg“ nach Feedback fragen könne, trage dazu bei, dass sie in Vreden bleiben will.

Bei einem Betrieb, der im Netz schlechte Bewertungen erhält, würde sich die junge Frau dagegen nicht bewerben. „Die Identifikation muss hoch sein.“ Auch daran müssen sich Arbeitgeber gewöhnen: Nicht nur sie bewerten ihre Mitarbeiter, sondern auch umgekehrt. Doch wer als Unternehmen nach außen gut dasteht, der gewinnt auch in Zukunft im Kampf um die besten Talente.

# „Nichts ist mehr sicher, aber alles geht weiter“

Erik Albrecht ist der Generation Y auf der Spur

**Was treibt die heute 15- bis 30-Jährigen um und an? Was bedeutet dies heute und in Zukunft für die Kultur in den Unternehmen? Der Jugendforscher Klaus Hurrelmann und der Journalist Erik Albrecht haben ein erhellendes Buch geschrieben, das für Diskussionen sorgt: „Die heimlichen Revolutionäre. Wie die Generation Y unsere Welt verändert“.**

Wie finde ich meinen Goldfisch? – was tun, wenn Nachwuchskräfte rar werden?“ Erik Albrecht hat die Antworten.

***Stellen Sie sich vor, Sie wären für ein Unternehmen verantwortlich. Welche Regeln würden gelten?***

**Erik Albrecht:** (lacht) Davon bin ich etwas weit entfernt, aber ich versuch`s. Auf jeden Fall sollte es Teamarbeit geben, bei der man freundschaftlich miteinander umgeht. Gerade junge Mitarbeiter sollten über die anstehenden Projekte hinaus die Möglichkeit bekommen, sich weiter zu bilden, zu qualifizieren und auch an sich selbst zu arbeiten. Die Hierarchien sollten möglichst flach sein. Die Chefs würden ihren Mitarbeitern zeigen, dass sie ihre Arbeit sehen und würdigen.

***Das alles beinhaltet Dialog und Austausch. Warum würden Sie mit so einem Regelwerk arbeiten wollen?***

**Albrecht:** Weil genau dies die Generation Y prägt. Ob in der Familie, in der Schule oder im Studium – der Dialog ist sehr wichtig. In der Familie haben sie statt eines autoritären Führungsstils den partnerschaftlichen Umgang miteinander erlebt. In der Schule spielt für sie der Frontalunterricht deutlich weniger eine Rolle als für frühere Generationen. Und ihre Erfahrungen in sozialen Netzwerken bestehen im Wesentlichen aus Kommunikation. Diese gibt jungen Leuten das Gefühl, dass sie an diesem Ort richtig sind.

***Es gibt viele Berufe, in denen klare Strukturen vorhanden sind. Denken Sie an die Berufsfeuerwehr. Auch die benötigt Nachwuchs. Kann sie bei jungen Menschen punkten?***

**Albrecht**: Die Feuerwehr hat den großen Vorteil, dass die Generation Y nach einem Sinn in der Arbeit sucht. Dies kann die Feuerwehr zweifellos bieten. Sie hat darüber hinaus eher das Problem, dass sie auch mit Übermotivierten zu tun hat.

***Sie selbst sind 35. Kamen Sie sich schon alt vor, als Sie die Vertreter der Generation Y interviewt haben?***

**Albrecht**: Ja, bei den 16- und 17-Jährigen war das so. Ein Gymnasiast aus Würselen erzählte mir, welche Folgen es hatte, als er vier Wochen ohne sein Handy auskommen musste und nicht mehr wusste, wie er sich mit seinen Freunden verabreden kann. Der Gedanke, in die Stadt zu gehen und zu warten war für ihn unvorstellbar.

***Von Ihnen stammt der Satz „Nichts ist mehr sicher, aber alles geht weiter“. Er soll das Grundgefühl der Generation Y beschreiben.***

**Albrecht**: Ja, es ist Teil der Grundeinstellung dieser Generation, die vom 11. September bis zur Euro- und Finanzkrise viele Krisen erlebt hat. Bei der Finanzkrise herrschte auch in Deutschland zeitweise eine Untergangsstimmung. Heute reden wir über Beschäftigungsrekorde und die Nachfrage nach Fachkräften. Es geht also weiter. Das sorgt bei allen Veränderungen für eine eher optimistische Einstellung.

***Mussten Sie diese Erkenntnisse aus den Interviews destillieren?***

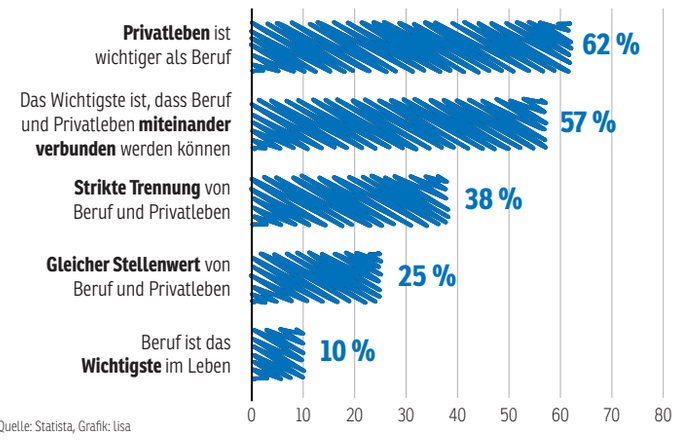
**Albrecht**: Wir sind zweigleisig vorgegangen. Klaus Hurrelmann und ich konnten auf die Ergebnisse zahlreicher, auch unter Federführung von Hurrelmann entstandener Jugendstudien zugreifen. So war es möglich, von den Einzelfällen auf das Gesamte zu schließen. In den Interviews war auffällig, dass die Jugendlichen die Frage beschäftigt, in welche Richtung sie gehen wollen.

***Wie kommt es, dass die Familie bei jungen Menschen wieder einen hohen Stellenwert hat?***

**Albrecht**: In dieser unsicheren Welt ist die Familie ein Stabilitätsanker. Die Jugendlichen haben selbst noch bei ihren Eltern erlebt, wie schwierig es ist, Familie und Beruf unter einen Hut zu bringen. Deshalb ist ihnen wichtig, beides miteinander vereinbaren zu können.

***Was ist denn das Revolutionäre an der Generation Y?***

**Stellenwert des Berufes für die Generation Y**




Quelle: Statista, Grafik: lisa

**Albrecht**: Das oberflächliche Bild dieser Generation – stromlinienförmig, harmoniesüchtig, karriereorientiert – stimmt nicht. Sie geht zwar nicht auf die Barrikaden, aber sie macht schon deutlich, wie sie leben will. Arbeitgeber müssen sich damit arrangieren. Sie beeinflussen eher auf eine heimliche Art die Veränderungen in den Unternehmen.

***Sehen Sie eine Bereitschaft, diesen Kulturwandel mitzumachen?***

**Albrecht:** Ich merke jedenfalls, dass es ein Thema in der Wirtschaft ist. Plötzlich wird man um Lesungen aus dem Buch und um Vorträge gebeten. Das hat mich schon überrascht. Aber es scheint so, dass diese Generation auch Firmen zum Teil vor vollendete Tatsachen stellt.

EUROTREUHAND INKASSO

IHR INKASSOPARTNER

» Keine Vertragsbindung
» Keine Jahresgebühren
» Keine Nichterfolgspauschalen
» TÜV-geprüftes Inkasso
» Alle Zahlungseingänge werden zuerst mit Ihren Forderungen verrechnet

EuroTreuhand Inkasso GmbH
Amsterdamer Str. 133b
50735 Köln
Tel +49 (0)221-285 401-0
www.eurotreuhandinkasso.de

Mitglied im: BFI&F e.V. Bundesverband für Inkasso und Forderungsmanagement

Testen Sie uns!

# „www – Women World Wide“

women&work 2016 im Zeichen der Digitalisierung / Jetzt für Vier-Augen-Gespräche anmelden

**Am 4. Juni findet die women&work, Deutschlands größter Messe-Kongress für Frauen, zum 6. Mal in Bonn statt. Kongress-Schwerpunkt der sechsten women&work ist das Thema „www – women world-wide“.**

**Frauenpower:** Am 4. Juni 2016 in Bonn können ambitionierte Frauen Kontakte zu über 100 Top-Arbeitgebern knüpfen und berufliche Chancen ausloten. Eine Anmeldung für vorterminierte Vier-Augen-Gespräche ist noch bis zum 30. Mai möglich. Foto: woman&work

Internationalität und Globalisierung spielen dabei eine Rolle, genauso wie interkulturelle Kompetenzen. Aber auch Digitalisierung und Fortschritt werden thematisiert, denn sie sind elementare Treiber für eine Flexibilisierung der Arbeitswelt und im besten Fall auch für eine bessere Vereinbarkeit von Beruf und Familie.

In Vorträgen, Podiumsdiskussionen und PechaKucha-Präsentationen wird der Frage nachgegangen, was Frauen im internationalen Kontext voneinander lernen und wie Austausch und Kooperation auf internationaler Basis angeregt und intensiviert werden können. Thematisiert wird aber auch die Frage, inwieweit die zunehmende Digitalisierung die Arbeitswelt verändert. „Bereits vor zwei Jahren haben wir das Thema der women&work 2016 geplant“, erklärt die Initiatorin der Frauenmesse. „Durch das momentane Flüchtlingsdrama und die daraus entstehenden europaweiten Herausforderungen ist das Thema aktueller denn je. Wir erwarten, mit der women&work 2016 spannende Akzente zu einer weltoffenen Debatte beitragen zu können.“

Themenpartner der women&work 2016 ist UN Women Nationales Komitee Deutschland e.V. Die Gleichstellung der Geschlechter und die Förderung von Frauen in Führungspositionen in Wirtschaft und Politik sind zentrale Themen von UN Women. Von der tatsächlichen Gleichstellung von Mann und Frau im Berufsleben ist auch Deutschland noch weit entfernt: Frauen verdienen im Durchschnitt 22 Prozent weniger als Männer, Frauen sind in Führungspositionen deutlich unterrepräsentiert und arbeiten öfter Teilzeit, um Beruf und Familie zu vereinbaren. „Die women&work, mit ihrem Schwerpunkt auf Frauen und Karriere, kann eine wichtige Rolle dabei spielen, Frauen in der Wirtschaft zu fördern. Die Messe ist eine wichtige Netzwerk-Veranstaltung für Frauen und ist auf die spezifischen Herausforderungen und Bedürfnisse im Berufsleben zugeschnitten. UN Women Nationales Komitee Deutschland unterstützt als Kooperationspartner die Ziele der women&work und freut sich auf eine erfolgreiche Messe“, so Karin Nordmeyer, Vorsitzende des Deutschen Komitees für UN Women.“

Parallel zum Kongress-Programm können die Messebesucherinnen an den Ständen von über 100 Unternehmen über ihre beruflichen Perspektiven sprechen, beim Speed-Mentoring Kontakt zu Führungsfrauen zahlreicher Firmen knüpfen, sich in der „Karriere- und Leadership-Lounge“ coachen lassen, ihre Bewerbungsunterlagen auf Vordermann bringen oder ein aktuelles Bewerbungsfoto machen lassen.

**Weitere Informationen zur women&work gibt es unter der Adresse www.womenandwork.de im Internet.**

Ein intelligentes Auto verlangt nach einem schlauen Angebot.

Profitieren Sie jetzt von dem attraktiven Business-Paket[1] für die neue E-Klasse.

Überzeugen Sie sich selbst von der intelligentesten Business-Limousine ihrer Klasse und profitieren Sie zusätzlich mit dem FlottenSterne Programm von attraktiven Angeboten sowie umfassenden Fahrzeugservices.

| Leasingbeispiel für Geschäftskunden[2] E 220 d[3] mit Business-Paket[1]: | |
|---|---|
| Kaufpreis ab Werk[4] | 50.297,75 € |
| Leasing-Sonderzahlung | 3.212,90 € |
| Laufzeit in Monaten | 18 |
| Gesamtlaufleistung | 30.000 km |
| Mtl. Leasingrate | 499,– € |

[1] LED High Performance Scheinwerfer, Garmin® MAP PILOT inkl. Vorrüstung, Park-Pilot, inklusive Park-Assistent PARKTRONIC und Rückfahrkamera, Sitzheizung für Fahrer und Beifahrer, Remote Online, Kraftstofftank 66 Liter. [2] Alle Preise zzgl. USt. Ein Leasingbeispiel der Mercedes-Benz Leasing GmbH, Siemensstraße 7, 70469 Stuttgart, Stand 15.03.2016. Ist der Darlehens-/Leasingnehmer Verbraucher, besteht nach Vertragsschluss ein gesetzliches Widerrufsrecht nach § 495 BGB. [3] Kraftstoffverbrauch E 220 d innerorts/außerorts/kombiniert: 4,7–4,3/4,1–3,6/4,3–3,9 l/100 km; $CO_2$-Emissionen kombiniert: 112–102 g/km. [4] Unverbindliche Preisempfehlungen des Herstellers, zzgl. lokaler Überführungskosten.

Mercedes-Benz
Das Beste oder nichts.

Anbieter: Daimler AG, Mercedesstraße 137, 70327 Stuttgart
Partner vor Ort: Daimler AG, vertreten durch Mercedes-Benz Vertrieb PKW GmbH, Mercedes-Benz Center Köln, Mercedes-Allee 1, 50825 Köln, Tel. 0221 57960-444, www.mercedes-benz-koeln.de – Niederlassung Aachen, Gneisenaustr. 46, 52068 Aachen, Tel. 0241 5195-10 00, www.mercedes-benz-aachen.de


# Frauen brauchen mehr Sichtbarkeit bei Arbeitgebern

Organisatorin Melanie Vogel im Kurzinterview

**Frauen in der Wirtschaft brauchen ein Forum. Eine von ihnen hat selbst Nägel mit Köpfen gemacht und organisiert einen Kongress: Melanie Vogel.**

Melanie Vogel ist Initiatorin der women&work, Deutschlands größtem Messe-Kongress für Frauen, der am 4. Juni bereits zum sechsten Mal in Bonn stattfindet. Über 100 Top-Arbeitgeber stehen den Besucherinnen Rede und Antwort rund um das Thema „Frauen im Beruf“.

***Frau Vogel, was müssen Frauen Ihrer Meinung tun, um nach oben kommen?***

**Melanie Vogel:** Wichtig sind klare berufliche Visionen, Selbstbewusstsein, Durchsetzungskraft und Durchhaltevermögen sowie eine strukturierte Karriereplanung. Nicht zu vergessen auch das Engagement in Netzwerken und der regelmäßige Kontakt zu Entscheidungsträgern.

***Was können die Besucherinnen unter dem Thema „www – Women World-Wide“ auf der women&work erwarten?***

**Vogel:** In Vorträgen, Podiumsdiskussionen und PechaKucha-Präsentationen wird der Frage nachgegangen, was Frauen im internationalen Kontext voneinander lernen und wie Austausch und Kooperation auf internationaler Basis angeregt und intensiviert werden können. Thematisiert wird aber auch die Frage, inwieweit die zunehmende Digitalisierung die Arbeitswelt verändert.

***Wer kann zur women&work kommen?***

**Vogel:** Von der Studentin bis zur Führungskraft sind alle Frauen eingeladen, denen Beruf und Karriere wichtig sind.

***Kann man sich im Vorfeld bewerben?***

**Vogel:** Ja. Bis zum 30. Mai besteht die Möglichkeit, sich für vorterminierte Gespräche bei den Unternehmen anzumelden.

**Melanie Vogel** organisiert die Wirtschaftsmesse für Frauen. Foto: woman&work

# Touristiker sind zufrieden

## Fast sechs Millionen Menschen machten 2015 Station in Köln – Tendenz steigend

**Köln boomt:** Touristiker wie Geschäftsleute freut das gleichermaßen. Spülen die hohe Anziehungskraft der Sehenswürdigkeiten und das Flair doch in jedem Jahr sechs Millionen zahlungskräftige Touristen aus aller Herren Länder in die Stadt. Und es werden von Jahr zu Jahr mehr – eine Erfolgsgeschichte. Foto: Koelntourismus

**Eine Million Einwohner hat Köln. Übernachtet haben im vergangenen Jahr sechs Mal so viele Menschen in der Domstadt: 5,98 Millionen Übernachtungsgäste zählten die Hoteliers 2015, ein Plus von 4,3 Prozent im Vergleich zum Jahr davor und ein echtes Rekordergebnis.**

Laut KölnTourismus erhöhte sich dabei der Anteil an Übernachtungen von Gästen aus dem Ausland um 6,6 Prozent auf 2,08 Millionen. Die Zahl der Übernachtungen deutscher Gäste steigerte sich um 3,2 Prozent auf 3,9 Millionen. Insgesamt haben sich die Übernachtungszahlen seit dem Jahr 2000 verdoppelt. Den jährlichen touristischen Bruttoumsatz schätzt KölnTourismus auf 6,6 Milliarden Euro.

Zahlen, die deutlich belegen, dass der Tourismus für Köln und die Region ein bedeutender Wirtschaftsfaktor ist, der beständig wächst und entsprechend gehegt und gepflegt werden sollte. Gepflegt und gebaut wird bei Kölns Touristenattraktion Nummer Eins bereits seit der Grundsteinlegung vor 768 Jahren: Ungeschlagen und mit Abstand auf dem Spitzenplatz thront der Kölner Dom. Nahezu jeden Touristen zieht es zur Hohen Domkirche St. Petrus, so der offizielle Name der Kathedrale. Rund 6,5 Millionen Besucher bringen den Dom auch bundesweit auf den ersten Platz der Touristen-Ziele. Dicht dahinter in der Gunst der Köln-Besucher: Das Römisch-Germanische Museum, 4711- und Farina-Haus, die romanischen Kirchen und offensichtlich die Kombination „Kölsch mit Schokolade“, denn die Brauhäuser werden ebenso gerne besucht wie das Schokoladenmuseum. Ebenfalls Publikums-Magnet: eine in den vergangenen Jahren durch Kölner und durch Menschen aus aller Welt selbst geschaffene Attraktion: Die Liebesschlösser auf der Hohenzollernbrücke. Erfreulich, dass es auch ein Gebäude mit einem sehr ernsten Thema auf die Liste der stark frequentierten Plätze schafft: Das NS-Dokumentationszentrum der Stadt zählte 2015 rund 77 400 Eintritte. Das ehemalige Gefängnis der Gestapo zieht mit seinem breitangelegtem Programm, seiner Bibliothek und als Museum Schulklassen ebenso an wie geschichtsinteressierte ältere und jüngere Menschen – die offensichtlich nicht so rar sind, wie öfters befürchtet wird.

Weihnachtsmärkte, Veranstaltungen in der Lanxess-Arena, Kongresse und Tagungen, international besetzte Messen,

**Der Dom:** Der unbestreitbare Höhepunkt in Köln. Foto: andreas moeltgen fotografie

**Liebesschlösser** ziehen Menschen in die Stadt.

Events wie die Kölner Lichter, große Sportveranstaltungen wie der Marathon, natürlich der Karneval, das breite kulturelle Angebot von Theater über Konzerte bis hin zu Museen mit wechselnden Sonderausstellungen – all das bringt Hunderttausende Menschen in die Domstadt. Hunderttausende Menschen, die sich in einer aufgeräumten, sauberen und sicheren Stadt mit positivem Image naturgemäß sehr viel wohler fühlen als in einer Metropole, die mit Übergriffen in der Silvesternacht in die Schlagzeilen gerät.

Köln hat durch diese Vorkommnisse und die damit verbundenen negativen Berichterstattungen einen Image-Schaden erlitten. Es gilt nun, diesen wieder gut zu machen. Sicherheit, Sauberkeit, Stadtbild, Image und Markenbildung sind Themen, die Köln verstärkt angehen will. Im Tourismus sollen neue Schwerpunkte gesetzt und Themen abseits der ausgetretenen Pfade angeboten werden. KölnTourismus hat kürzlich für 2016/2017 das Thema „#urbanCGN – cologne urban lifestyle“ vorgestellt. Die Stadt soll als kreatives Erlebnisareal in den Fokus rücken. Dabei werden Geschichten abseits der touristischen Pfade erzählt und auch einmal Nischenthemen aus der kreativen Szene rund um Kunst, Kultur, Mode, Design, Festivals und Musik besetzt. Schließlich hat Köln viel mehr zu bieten als Dom und Rhein. Zudem steht Köln als Tourismus-Destination nicht alleine da: Die Region zieht mit und ergänzt das Angebot der Metropole. Wander- und Kulturrouten im Bergischen, oberes Rheintal oder Schloss Augustusburg in Brühl als Unesco-Stätten – die Region ist ein Gesamtpaket, das sich gut vermarkten lässt.

**Köbes** als Touristenmagnet Fotos (3): koelntourismus

### KÖLNKUCKEN

Visitkoeln liefert über die Social Media-Kanäle spannende und zum Teil ungewohnte Köln-Einsichten. Abrufbar zum Beispiel unter Blog.koelntourismus.de und #urbanCGN

Damit sich die Touristen in Köln wohl fühlen, ist hinter den Kulissen harte Arbeit nötig. Neben den alltäglichen Herausforderungen des laufenden Betriebes müssen die Unternehmen aus Tourismus und Gastronomie dabei zunehmend mit Fachkräftemangel und steigenden Arbeitskosten, Anforderungen des nachhaltigen Wirtschaftens und wachsenden Ansprüchen der Gäste klar kommen. In Köln sorgte zudem die Kulturförderabgabe, als „Bettensteuer“ bekannt geworden, für Unmut. Nachdem der Rat der Stadt Köln beschlossen hat, die Satzung zur Erhebung der Kulturförderabgabe zu ändern um das Verfahren zu verschlanken, Formulare zusammenzulegen und zu vereinfachen, Sammelbescheinigungen zu ermöglichen und Alternativen zur Arbeitgeberbescheinigung für beruflich zwingend erforderliche Reisen anerkannt werden sollen, ist etwas Ruhe rund um die Kulturförderabgabe eingekehrt. Weniger ruhig wird es dagegen zugehen, wenn im Mai die Live-Show „Monster High“ in der Lanxess-Arena rockt, Adele dort auftritt, das Acht-Brücken-Festival mit Musik der Moderne lockt oder Queen + Adam Lambert im RheinEnergieStadtion ihr einziges Deutschland-Konzert geben. Es wird laut. Und das ist gut so.

Mehr finanzielle Transparenz und Sicherheit für Ihr Unternehmen!

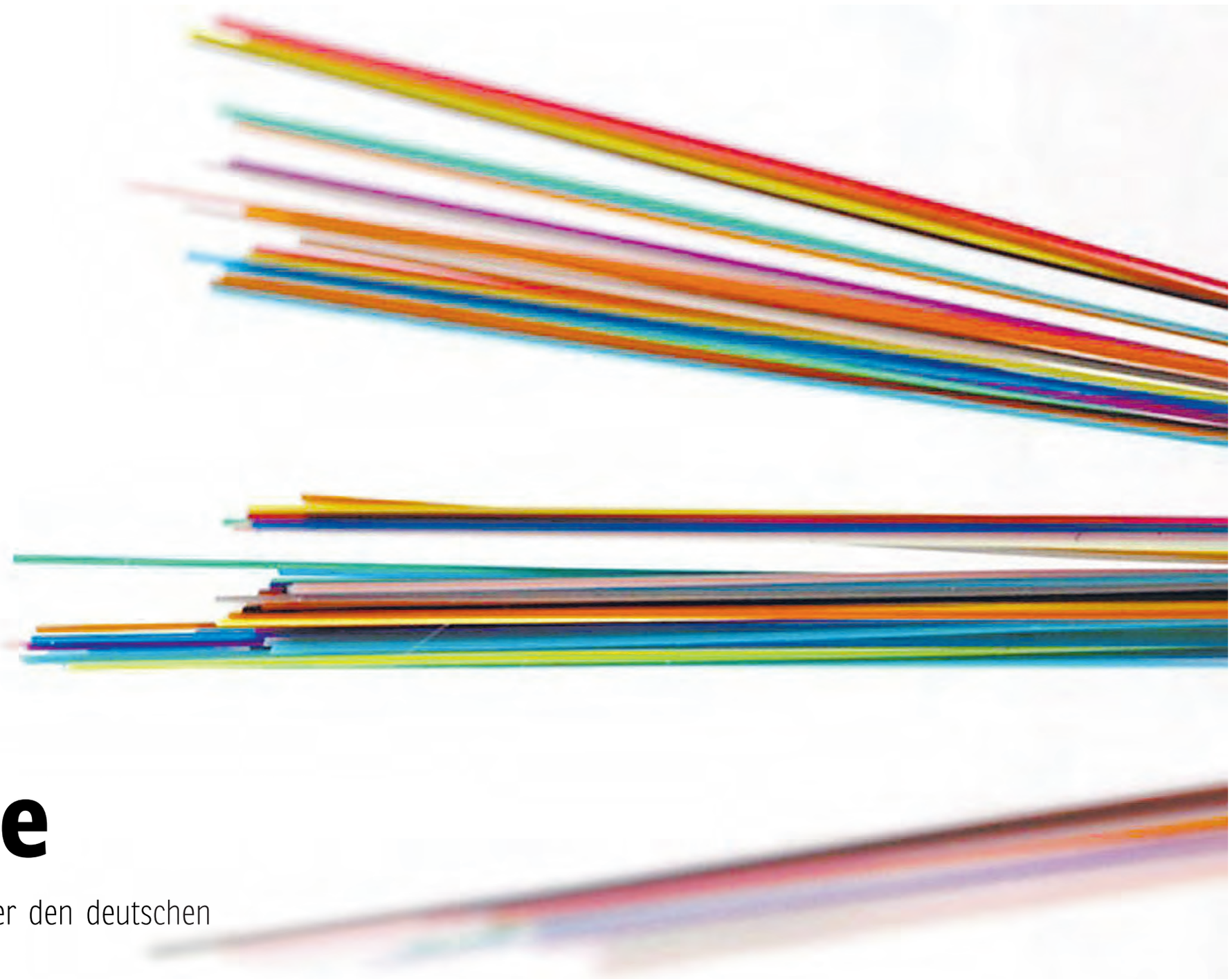
Treffen Sie die RICHTIGEN unternehmerischen Entscheidungen!

Die Bürgel Bonitätsauskünfte helfen Ihnen, die Kreditwürdigkeit Ihrer Geschäftspartner und das Zahlungsausfallrisiko besser einschätzen zu können.

Rufen Sie uns an!
Wir beraten Sie gern.

BÜRGEL Köln GmbH
Vor den Siebenburgen 2 · 50676 Köln
Tel.: +49 221 97374-200 · Fax: +49 221 97374-299
info@buergel-koeln.de · www.buergel-koeln.de

BÜRGEL WIRTSCHAFTSINFORMATIONEN



# Die digitale Metropole

Digitaler Wandel: Köln spielt unter den deutschen Großstädten ganz vorne mit

**Modernste Technik:** Köln ist längst im digitalen Zeitalter angekommen.

Foto: NetCologne/Marius Becker

**Man kann sie fürchten oder lieben, sich bei ihr zurückhalten oder voll einsteigen. Nur eines geht nicht: sie auszublenden. Denn sie ist längst allgegenwärtig. Sie verändert unsere Art zu arbeiten, zu leben, zu kommunizieren. In der Wirtschaft beeinflusst sie Märkte, Geschäftsmodelle, die komplette Berufswelt. Neue Unternehmen entstehen, ungewohnte Berufsbilder werden geboren, die etablierte Wirtschaft muss sich radikalen Veränderungen stellen. Digitalisierung ist es, die reale und virtuelle Welt zusammenwachsen lässt und uns nach dem Einsatz von Wasser- und Dampfkraft, Fließbändern und Mikroelektronik die vierte industrielle Revolution bringt.**

Ob Privatperson oder Unternehmen: Ein jeder muss sich entscheiden, ob und wie man mitmachen will. Reicht ein Eintrag im Telefonbuch oder sollen vielleicht doch mit Webseite, Präsenz in den sozialen Medien und Online-Shop neue Kunden, Märkte und mehr Umsatz generiert werden?

Egal wie die Entscheidung fällt, egal in welchem Ausmaß die Teilhabe an diesem essenziellen Wandel stattfindet – damit Digitalisierung überhaupt möglich ist, müssen die Grundlagen geschaffen werden. Was bei Kölner Brücken und Straßen mehr schlecht als recht funktioniert, klappt bei der Digitalisierung: funktionierende Infrastruktur aufbauen. Laut einer aktuellen Studie von PricewaterhouseCoopers ist Köln die digitalste aller deutschen Städte. Köln selber nennt sich „Breitbandhauptstadt“, denn beim Zugang zu hohen Datengeschwindigkeiten liegt die Domstadt recht weit vorne.

Der regionale Netz-Betreiber NetCologne GmbH, deren Anteile zu 100 Prozent die städtische GEW Köln AG hält, hat in den vergangenen Jahren den Ausbau des eigenen Glasfasernetzes weiter vorangetrieben. Seit einigen Wochen macht das Kölner Kabelnetz im Download für bislang rund 154 000 Haushalte von Privatkunden 400 Mbit pro Sekunde möglich.

Köln ist auch die Stadt, in der René Obermann, früher Vorstandsvorsitzender der Deutschen Telekom, Günther Oettinger, EU-Kommissar für Digitale Wirtschaft und Gesellschaft, NRW Wirtschaftsminister Garrelt Duin und NRW-Ministerpräsidentin Hannelore Kraft bei „Digital Talks“ in der Industrie- und Handelskammer zu Köln mit Social-Media-Experten und Unternehmern über die digitale Zukunft der Stadt diskutieren und es die Twitter-Diskussionen zu diesen Veranstaltungen unter dem Hashtag #digitalk regelmäßig auf die vorderen Plätze der „Trending Topics“-Charts Deutschland schaffen.

Köln ist die Stadt, in der sich Akteure, Experten und Unternehmen unter dem Dach der IHK zu „Digital Cologne“ vernetzen.

Köln ist zudem die Stadt, in der bereits seit zwei Jahren auf immer mehr öffentlichen Plätzen und Straßen Hot-Spots zur kostenlosen Internet-Nutzung mit WLAN bereitgestellt werden. Viele publikumsstarke Plätze sind an das WLAN-Netz „HOTSPOT.KOELN“ angebunden, und mehr als 400 Hotspots sind bereits in der Stadt installiert. Im Durchschnitt wählen sich knapp 30 000 Nutzer täglich in das Netz ein.

Der kostenfreie Zugang zum Internet für Touristen, Besucher und Kunden soll weiter ausgebaut werden. Geschäfte, Cafés, Bars, Restaurants oder Hotels können mitmachen, in dem sie an ihrem Internet-Anschluss einen „Access Point“ zulassen und damit erlauben, dass andere sie als Hotspot nutzen.

Noch einen Schritt weiter gehen die Freifunker, die bundesweit aktiv sind und sich entsprechend auch in Köln um den Aufbau eines nicht-kommerziellen, freien Bürgernetzes bemühen.

Hemmschuh bei all dem: In Deutschland herrscht eine weltweit in dieser Form einzigartige Gesetzeslage, „WLAN-Störerhaftung“ genannt. Danach haftet der Anschlussinhaber eines Internetzugangs, wenn andere über seinen Anschluss Rechtsverletzungen begehen, beispielsweise illegale Downloads ziehen. Doch jetzt könnte diese Störerhaftung kippen. Diskutiert wird ein Gesetz, das Anbieter offener Funknetze von der Störerhaftung befreit.

**Fortsetzung auf der nächsten Seite**

**Viel Tradition und noch mehr Moderne:** Köln ist eine der fortschrittlichsten Metropolen auf dem digitalen Sektor in Deutschland. Foto: NetCologneMarius Becker

**Fortsetzung**

Auch in der Kölner Region gibt es keine Sonne ohne Schatten: Ein wenig Sorgen macht das Umland. Vor allem im oberbergischen Kreis ist schnelles Internet nicht flächendeckend gewährleistet, und längst nicht alle Industrie- und Gewerbegebiete sind mit einem leistungsstarken und zukunftsfähigen Anschluss versehen. Entsprechend fordern die Unternehmen mit ihren Interessenverbänden eine Fokussierung des Breitbandausbaus auf die vorhandenen und neuen Industrie- und Gewerbegebiete. Denn ein Wirtschaftsraum ohne Breitbandausbau wird künftig abgehängt werden.

Sorge macht zudem der Mittelstand. Vor gut einem Jahr stellte Dr. Tobias Kollmann, Beauftragter für die Digitale Wirtschaft in NRW, fest, dass sich gut die Hälfte aller kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) noch gar nicht mit der Thematik „Digitalisierung“ befasst hätte. In den vergangenen Monaten haben zwar viele KMUs nachgebessert, aber so richtig sind Herausforderungen und Riesenchancen der Digitalisierung dort noch nicht angekommen. High Noon sozusagen. Aufzuhalten ist die Vernetzung von Maschinen, Produkten und Prozessen in der Wirtschaft jedenfalls längst nicht mehr.

Der „Monitoring-Report Digitale Wirtschaft“ des Bundeswirtschaftsministeriums, 2014 vorgestellt, verweist auf Prognosen, denen zufolge bis 2020 weltweit 10,9 Milliarden Euro für die intelligente Vernetzung von Produktentwicklung, Produktion, Logistik und Kunden ausgegeben werden. Maschinen werden miteinander kommunizieren, Prototypen neuer Bauteile aus dem 3-D-Drucker kommen, gebucht und bezahlt wird per Smartphone, Autos kommen ohne Fahrer ans Ziel, Marketing findet über soziale Netzwerke statt.

Die Devise für die nächsten Monate sollte daher lauten: Mitmachen!

**WO GIBT ES WAS?**

www.netcologne.de, www.digital-cologne.de, www.unitymedia.de
https://kbu.freifunk.net/, www.eco.de

**Guido Kahlen** Foto: Alex Weis

# Standortmarketing ganz lokal

## Lokal denken, global lenken: Die Kölsche Internet-Endung für Kölner Unternehmen

Die eigene Webseite ist im Internet das Aushängeschild jedes Unternehmens. Und sie kann einen klaren Wettbewerbsvorteil bieten, wenn sie vor allem eines ist: schnell und leicht zu finden.

Bei der Vielzahl an .de- oder .com-Adressen sind allerdings häufig nur noch besonders lange oder unattraktive Kombinationen verfügbar und so landet die eigene Homepage im Google-Ranking schnell weit unten. Für Kölner Unternehmen gibt es eine alternative Lösung, denn die Domstadt gehört zu den wenigen Städten weltweit, die über eine eigene Internetendung im World Wide Web verfügen. Schon heute haben sich über 30 000 Unternehmer und Privatleute für eine Webadresse mit .koeln oder .cologne am Ende entschieden.

### Lokalen Bezug herstellen

Köln lebt wie kaum eine andere Stadt in Deutschland vom Lokalpatriotismus seiner Bewohner. Das weiß auch Stadtdirektor Guido Kahlen: „Es ist schön zu sehen, wie viele Unternehmen und Privatleute sich mit unserer Stadt identifizieren und das auch durch ein klares Statement im Netz unterstreichen. Das macht uns als Stadt natürlich stolz und zeigt, dass wir mit .koeln und .cologne als Internetstadt die richtigen Trends setzen.“ Die Stadt Köln ist schon heute unter www.stadt.koeln erreichbar und plant perspektivisch eine komplette Umstellung des eigenen Internetauftritts auf die neue Domain.

### Namhafte Unternehmen mit dabei

Unter den 30 000 registrierten Domains finden sich neben der Stadt Köln viele weitere bekannte Kölner Unternehmen und Vereine. So zum Beispiel das Traditionshaus Farina, die Kölner Haie, die Kölner Aidshilfe, der Kölner Zoo oder auch Klosterfrau.

### Registrierung der .koeln/.cologne-Domains

Infos rund um die Köln-Domains sind auf der Homepage der Registry dotkoeln, einer Marke der NetCologne, erhältlich: www.dot.koeln. Hier ist unter anderem eine Übersicht zu allen Anbietern hinterlegt, bei denen eine Registrierung aktuell möglich ist. dotkoeln ist über alle Anbieter hinweg der technische Betreiber der neuen Adressen und sorgt dafür, dass sie weltweit erreichbar sind.

# Einzelhändler engagieren sich für Gemeinwohl

Studie „Handel³“: Kaufleute sind Arbeitgeber, Steuerzahler und soziales Bindeglied. IHK Köln unterstützt die Branche mit einem Aktionsplan.

**Die Mehrheit der Händler** nimmt sich laut Studie neben den Verkaufs- und Beratungsgesprächen Zeit für einen „Plausch an der Ladentheke“ mit dem Kunden. Foto: colourbox.de

**Mehr als 70 Prozent der Einzelhändler engagieren sich über ihre betriebliche Tätigkeit hinaus für ihren Standort.**

Diese soziale Verantwortung übernehmen sie nicht nur aus wirtschaftlichen Gründen, sondern weil sie sich als Teil der Gemeinschaft vor Ort verstehen. Das ist ein Ergebnis der Pilotstudie „Handel³ – Die dritte Dimension des Einzelhandels“. Die IHK NRW, ein Zusammenschluss der 16 Kammern des Landes, hatte diese Studie in Kooperation mit dem NRW-Wirtschaftsministerium beim Gutachterbüro Junker + Kruse in Auftrag gegeben. Ziel war es, einen Überblick über die Effekte des Einzelhandels für das Gemeinwohl zu erhalten.

„Der Handel versorgt die Menschen und ist gleichzeitig wichtiger Arbeitgeber und Steuerzahler. Mit der Studie können wir belegen, dass der Handel auch die Funktion eines bedeutsamen sozialen Bindeglieds in unserer Gesellschaft übernimmt“, erklärt Elisabeth Slapio, Geschäftsführerin Innovation und Umwelt der IHK Köln. Dass der Handel dazu noch erheblich zum Gemeinwohl einer Stadt beitrage, sei den Wenigsten bewusst. Die IHK Köln unterstützt die Branche aktuell mit ihrem Aktionsplan „Der Handel – Wir seh’n uns.“, insbesondere fördert sie den Austausch der Händler untereinander und die Kommunikation.

NRW-weit wurden in 16 unterschiedlich großen Modellstädten Einzelhändler schriftlich befragt. Außerdem gab es persönliche Interviews mit Händlern, Spenden- und Sponsoring-Empfängern vor Ort und mehr als 1000 Verbraucherbefragungen

Dorothee Junck, Inhaberin des Buchladens Neusser Straße in Nippes, kann die Ergebnisse der Umfrage auch für Köln bestätigen: „Viele Kölner und Kölnerinnen fühlen sich in den zahlreichen Fachgeschäften und Dienstleistern vor Ort gut aufgehoben. Dort kennt man sich und weiß, auf was man Wert legt. Ganz nebenbei sorgt man mit diesem Kauf dafür, dass das Geld in der Region bleibt und sinnvolle Dinge wie Spielplätze, Schwimmbäder oder Theater finanziert werden können. Die Einzelhändler übernehmen Verantwortung für den gemeinsamen Lebensraum und lebendige Veedel.“

> **„Ganz nebenbei sorgt man mit diesem Kauf dafür, dass das Geld in der Region bleibt und sinnvolle Dinge wie Spielplätze, Schwimmbäder oder Theater finanziert werden können.“**
>
> Dorothee Junck, Inhaberin des Buchladens Neusser Straße in Nippes

Laut Studie wenden Einzelhändler durchschnittlich ein bis zwei Arbeitstage im Monat für die ehrenamtliche Tätigkeit auf – und das häufig fünf bis 20 Jahre lang. Daneben ist der Handel auch ein wichtiger Geldgeber im Ort. Über Spenden, Sponsoring und Sachleistungen beteiligt er sich an zahlreichen örtlichen Festen und Einrichtungen und unterstützt verschiedene Veranstaltungen. Jeder Einzelhändler investiert jährlich etwa 1400 bis 1900 Euro pro Jahr in diese Zwecke.

Die Studie trifft ebenfalls Aussagen darüber, wohin das Geld fließt: Größtenteils profitiert der Bereich „Kinder & Jugend“. Zudem wird in geringerem Umfang in die „Brauchtumspflege“ investiert. Im Sponsoring dominiert der Bereich „Sport & Freizeit“. Auch für karitative Einrichtungen sind Leistungen der Einzelhändler eine wichtige Finanzierungsquelle. Laut der Studie stammen gut 15 Prozent des Gesamtbudgets der befragten Einrichtungen vom örtlichen Handel.

Viele Einrichtungen können auf diese Zuwendungen nicht verzichten. Jens Schneiders zum Beispiel unterstützt mit seinem Biolebensmittel-Onlinehandel Beeming Box mit Sitz in Hürth Kinderhilfsprojekte – am Wohnort seiner Kunden: „Die wichtige Rolle des Einzelhandels für das lokale Gemeinwohl muss deutlicher kommuniziert und für den Kunden erlebbar gemacht werden. Die damit mögliche Differenzierung und Positionierung gegenüber den reinen ‚Online Pure Playern‘ schafft einen deutlichen Wettbewerbsvorteil. Eine direkte Vernetzung von Online-Geschäftsmodellen mit dem klassischen Einzelhandel hätte das Potenzial einen echten Social Impact zu generieren,von dem alle Protagonisten profitieren würden.“

Neben dem finanziellen Aspekt spielen die Einzelhändler eine weitere wichtige soziale Rolle. Die Mehrheit der Händler nimmt sich neben den Verkaufs- und Beratungsgesprächen Zeit für einen „Plausch an der Ladentheke“ mit dem Kunden. Dieser „Smalltalk“ nimmt gut ein Fünftel der Tagesarbeit eines Händlers ein. Allerdings wird die soziale Bedeutung des Handels laut Studie von den Kunden kaum wahrgenommen. Nur weniger als einem Drittel der befragten Kunden war bewusst, dass sich der Einzelhändler nicht nur für sein Geschäft, sondern auch für seinen Ort einsetzt.

> **„Die wichtige Rolle des Einzelhandels für das lokale Gemeinwohl muss deutlicher kommuniziert und für den Kunden erlebbar gemacht werden.“**
>
> Jens Schneiders, Biolebensmittel-Onlinehandel Beeming Box, Hürth

**Studie**

Die Basis der Studie „Handel³ – Die dritte Dimension des Einzelhandels“ bilden Befragungen in 16 Modellstädten mit unterschiedlich großen Einwohnerzahlen (drei Oberzentren, fünf Mittelzentren und acht Grundzentren).

www.ihk-nrw.de („Publikationen“)

# Höhere Preise?

## Der Umsatz mit der Vermietung von Büroimmobilien ist gestiegen

**Neue Direktion am Rheinufer:** Die Sanierung des imposanten Gebäudes mit seiner klassizistischen Fassade ist fast abgeschlossen.

Fotos (2): Copyright Greif &Contzen 2016

**Der Büromarkt in Köln boomt. Das geht aus einem Bericht der Immobilienmaklerfirma Greif & Contzen für das Jahr 2015 hervor.**

Demnach lag mit rund 290 000 Quadratmetern die Zahl der vermittelten Büroflächen um zwölf Prozent über derjenigen des Vorjahres, als sich Nutzer für insgesamt 260 000 Quadratmeter fanden. Zugleich sind im vergangenen Jahr vergleichsweise wenig Neubauflächen entstanden. Insbesondere im Zentrum fehlen große, moderne Büros, wie Frank Pönisch, Geschäftsführer der Greif & Contzen Beratungsgesellschaft, auf Anfrage berichtet. Die zwei flächenmäßig größten Vermietungen umfassen Verträge über jeweils 11 000 Quadratmeter: Für das derzeit noch im Bau befindliche Gebäude Coeur-Cologne am Breslauer Platz unterschrieb HRS einen Mietvertrag. Und für das Personalamt der Bundeswehr im Stadtteil Longerich starteten die Bauarbeiten. Auf Platz drei lag mit rund 10 000 Quadratmetern die Anmietung des Malteser Hilfsdienstes im Deutzer Feld. Angesichts einer nach wie vor soliden Nachfrage gehen die Makler davon aus, dass der Umsatz auch in diesem Jahr nochmals wächst.

Firmen, die sich für Neubauflächen interessieren, haben allerdings nur eine vergleichsweise geringe Auswahl. So wurden im vergangenen Jahr gerade einmal Büros mit einer Gesamtfläche von 49 000 Quadratmetern fertiggestellt – noch weniger Flächen entstanden zuletzt im Jahr 2001. Ein Großteil der Büros, die unter anderem in dem Objekt Holzmarkt 1, in dem Ensemble Kubikon Ehrenfeld und in mehreren Gebäuden des Gerling Quartiers fertig wurden, sind außerdem bereits vermietet. Bei der Maklerfirma geht man davon aus, dass die Bautätigkeit in diesem Jahr an Fahrt gewinnt und sich das Angebot verdoppeln dürfte.

„Insbesondere in der Innenstadt sind die Entwicklungspotenziale aber wegen der bereits starken Verdichtung begrenzt“, bemerkt Pönisch. In Frage kämen hier deshalb in erster Linie Modernisierungen von bestehenden Gebäuden und Restrukturierungsmaßnahmen.

Ein Beispiel hierfür ist die Neue Direktion Köln am Rheinufer nördlich des Hauptbahnhofs: Die Sanierung des imposanten Gebäudes mit seiner klassizistischen Fassade ist fast abgeschlossen. Wie die Makleragentur Greif & Contzen berichtet, will die Europäische Agentur für Flugsicherung die Räume mit einer Gesamtfläche von mehr als 20 000 Quadratmetern noch in diesem Jahr beziehen. Auch das Gürzenich-Quartier sowie die Leitradlofts in Ehrenfeld würden in den nächsten Monaten fertiggestellt.

Trotz eines eher begrenzten Angebots an Büroimmobilien ist das Mietniveau nach Auffassung der Makler noch moderat. So betrug die Durchschnittsmiete im vergangenen Jahr knapp zwölf Euro pro Quadratmeter. In sehr guten Lagen und für besonders hohe Standards würden allerdings auch Höchstmieten von bis zu 25 Euro bezahlt, wie zum Beispiel in den modernisierten oberen Etagen des Köln-Turms oder in dem aufwendig restrukturierten Objekt Kaiser-Wilhelm-Ring 17-21.

Aufgrund schrumpfender Leerstände und einer weiterhin guten Nachfrage rechnet Pönisch für dieses Jahr erstmals mit steigenden Durchschnittspreisen. Zwar standen auch 2015 deutlich weniger Büros leer als im Vorjahr, bislang sei das Mietniveau aber stabil geblieben.

Die für den Umsatz wichtigsten Branchen waren Behörden und Verbände, das allgemeine Dienstleistungsgewerbe, Unternehmensberatungen und die Medienwirtschaft. Sie vereinten auf sich zusammen über die Hälfte der vermieteten Flächen. Öffentliche Einrichtungen machten mit etwa 20 Prozent die wichtigste Mietergruppe aus. Dies, heißt es im Bericht der Maklerfirma, sei auf mehrere große Vertragsabschlüsse der Stadt Köln sowie der Bundesagentur für Arbeit und auf den Baubeginn des Personalamts der Bundeswehr zurückzuführen. (kn)

### INNENSTADT ZIEHT AN

In den Jahren 2011 bis einschließlich 2015 wurden jeweils durchschnittlich rund 127 000 Quadratmeter Bürofläche in der Innenstadt vermietet. Für das Stadtgebiet insgesamt beträgt das fünfjährige Mittel circa 279 000 Quadratmeter. Somit konzentriert sich fast die Hälfte des Marktgeschehens auf das Stadtzentrum. Neben den großen Vermietungen an HRS und DLA Piper in der Innenstadt sticht besonders der Teilmarkt Bankenviertel hervor. Alleine hier nahmen die Stadt Köln und das IT-Unternehmen Cleverbridge zusammen mehr als 10 000 Quadratmeter Bürofläche ab.

### WENIGER LEERSTÄNDE

Im Verlauf des Jahres 2015 sank der Büroflächenleerstand von circa 510 000 auf nur noch etwa 440 000 Quadratmeter. Gemessen am Bestand entspricht dies einer Quote von rund 5,7 Prozent. An den Kölner Ringen und im Teilmarkt Ossendorf sank der Leerstand um über 30 Prozent. Dies ist einerseits auf einzelne Großvermietungen, insbesondere aber auf viele Mietvertragsabschlüsse im kleinteiligen bis mittleren Bereich zurückzuführen.

# Raum für Unternehmen

## TechnologiePark: Produktionshallen und Büros in Vorbereitung

Der TechnologiePark Bergisch Gladbach will noch weiter wachsen und schafft Raum für neue Unternehmen. Geplant ist die Errichtung moderner Produktionshallen, kombiniert mit Büroflächen.

Um Fläche für diese Neubauten zu schaffen, wird derzeit das in die Jahre gekommene, aus drei Gebäudekörpern bestehende Haus 34 abgerissen. Die Nutzer dieses Gebäudes waren bereits frühzeitig in andere Flächen innerhalb des Park umgezogen.

Vorgesehen ist der Neubau von drei Produktionshallen mit einer Nutzfläche von jeweils 500 Quadratmetern. Die Hallen, mit entsprechenden Anlieferzonen, werden über Kranbahnen verfügen, deren Nutzlasten ebenso wie die anderen Ausstattungsmerkmale noch auf die individuellen Anforderungen der künftigen Nutzer abgestimmt werden können. Die Büroflächen sollen auf die Hallen aufgesetzt werden.

„Solche Kombinationsflächen Produktion/Büro mit modernster, auf die individuellen Bedürfnisse der Nutzer abgestimmten Ausstattungen sind in der Region besonders nachgefragt – noch dazu an einem Standort der verkehrlich so gut angebunden ist wie der Park. Der nächste Autobahnanschluss mit der A 4 ist ja nur 500 Meter entfernt“, betont Parkmanager Albert Hanseder-Schiessl. Interessierte Unternehmen können sich direkt an das Parkmanagement wenden.

Der Park setzt damit seine Entwicklungsstrategie „Fit für die Zukunft“ konsequent fort.

Neue Wege geht der Park auch bei den Büroflächen. Unter dem Stichwort „Büro 4.0“ werden derzeit neue Büroarbeitswelten entwickelt: mit großzügigen Freiflächen für Besprechungen, kreative Treffen aber auch für Pause und Kommunikation sowie mit individuell gestaltbaren Arbeitsplätzen.

**BERATUNG**
BRAUCHT ERFAHRUNG.

Wir bündeln Kompetenzen
und Wissen aus vielen Jahren
in Führungspositionen
für eine erfahrene Beratung.

- Allgemeine Unternehmensführung
- Fertigung und Logistik
- Marketing und Vertrieb
- Finanzen und Controlling

SENIOREN BERATEN
DIE WIRTSCHAFT

Ansprechpartner: Josef Billen
August-Storm-Str. 11 | 51491 Overath
Tel. 02206 83004 | Fax 02206 868678
E-Mail: j.billen@sbdw.de
**www.senioren-beraten-wirtschaft.de**

# Köln zeigt sich auf der Expo Real

Vom 4. bis 6. Oktober findet in München Europas größte B2B-Messe für Immobilien statt

**Noch läuft die Bewerbungsfrist für die Expo Real 2016 in München. Michael Josipovic, stellvertretender Chef der Wirtschaftsförderung Köln, geht aber davon aus, dass sich aus der Domstadt rund 40 Firmen präsentieren – ungefähr so viele wie im vergangenen Jahr.**

Unter den Teilnehmern: die MesseCity Köln, die über das Großprojekt von Strabag Real Estate und ECE in Cannes informiert. Außerdem vertreten sein wird die Firma Cofely, die einen Überblick gibt über Gebäudetechnik und Facility-Services, und die Metropol Immobiliengruppe, die aktuelle Projekte präsentiert.

Josipovic zeigt sich überzeugt, dass Köln sehr gute Perspektiven für Investitionen und hochkarätige Projektentwicklungen zu bieten hat. „Der Standort ist heiß begehrt“, sagt er auf Anfrage. Die Prognosen für die Bevölkerungsentwicklung reichten von 15 bis 19,2 Prozent bis zum Jahr 2040. Das entspricht einem Zuwachs von mehr als 150 000 Menschen. Zum einen, so der Wirtschaftsförderer, biete diese Entwicklung Investoren Sicherheit. Zum anderen stelle sie aber auch eine Herausforderung für die Stadt dar. So müssten nicht nur Wohnraum und Arbeitsplätze geschaffen werden. Auch die Infrastruktur müsse entsprechend ausgebaut werden.

Den Präsentationsvortrag auf der Messe hält nach Auskunft von Josipovic Kölns Oberbürgermeisterin Henriette Reker.

Die Expo Real ist Europas größte B2B-Fachmesse für Immobilien und Investitionen. Auf 64 000 Quadratmetern präsentieren die Aussteller ihr Angebot rund um Immobilien und Investitionen. Im vergangenen Jahr nahmen insgesamt 1707 (2014: 1653) Aussteller aus 33 Ländern an der Messe teil. Sie betreiben Networking und diskutieren in Symposien, Konferenzen und Gesprächsrunden über aktuelle Marktlagen und Entwicklungen. Die Top-Ten-Ausstellerländer waren neben Deutschland – in dieser Reihenfolge – Österreich, Niederlande, Schweiz, Polen, Großbritannien, Rumänien, Luxemburg, USA, Frankreich und die Russische Föderation. Der Anteil internationaler Unternehmen nahm erneut zu und lag bei 23 Prozent.

Präsentiert werden Flächen für jeden Bedarf, Gewerbeflächen für Unternehmensansiedlungen und -verlagerungen sowie moderne Gewerbe- und Einzelhandelsimmobilien. (kn)

### Teilnehmer

Die Teilnehmer der Expo Real bilden die gesamte Wertschöpfungskette ab: Projektentwickler und Projektmanager; Investoren und Finanzierer; Immobilienberater und -vermittler; Architekten und Planer; Corporate Real Estate Manager; Expansionsleiter; Wirtschaftsregionen und Städte.

**Gemeinsamer Auftritt:** Auf der Expo Real präsentiert sich auch in diesem Jahr die Metropolregion Köln/Bonn. Foto: Expo Real

**Zeigen Sie Ihrer Telefonanlage die rote Karte!**
Wechseln Sie jetzt Hosted PBX ein, die zukunftsfähige IP-Telefonanlage.
Professionell betreut und sicher im Rechenzentrum von NetCologne.
Vertrauen Sie auf die herausragende Spielstärke unseres Topstars für
Ihre Business-Telefonie: flexibel, sicher und besonders wirtschaftlich.

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

**WEIL UNS VIEL VERBINDET**

NETCOLOGNE

# Unternehmen häufen viel Eigenkapital an

Eigentlich ist die Wirtschaft auf Investitionen gut vorbereitet. Aber die Firmen halten sich zurück. Schuld ist ein schwächelndes Umfeld.

**Deutsche Unternehmen haben in den vergangenen Jahren viel zusätzliches Eigenkapital aufgebaut. Dadurch sind sie weniger abhängig von externen Geldgebern, wie eine Studie des Instituts der deutschen Wirtschaft Köln (IW) zeigt.**

Neuen Investitionen steht also eigentlich nichts im Weg.

Doch wegen schlechter Wirtschaftsaussichten halten sich die Firmen zurück. Noch immer investieren deutsche Unternehmen weniger als 2007, dem Jahr vor der Finanzkrise. Zumindest am Geld hapert es aber nicht, wie die IW-Studie zeigt. Im Gegenteil: Angesichts der historisch niedrigen Zinsen sind Kredite sehr günstig, zudem haben die Unternehmen seit fast 20 Jahren immer mehr Eigenkapital angehäuft: Insbesondere kleine und mittelständische Unternehmen, die in Deutschland 99 Prozent aller Unternehmen stellen, haben ihren Eigenkapitalanteil von 1997 bis 2012 mehr als verdreifacht – von gut sieben auf 24 Prozent. Auch Großunternehmen erhöhten ihr Eigenkapital im selben Zeitraum um gut vier Prozentpunkte auf knapp 30 Prozent.

Finanziell gesehen sind die Unternehmen auf Investitionen daher gut vorbereitet. Denn eine Unternehmensfinanzierung durch Eigenkapital ist in der Regel unabhängiger und krisenfester als eine durch fremdes Geld. Zudem kann eine hohe Eigenkapitalquote helfen, günstigere Kreditkonditionen auszuhandeln.

„Die deutschen Unternehmen könnten jetzt investieren, beispielsweise in die Digitalisierung“, sagt IW-Finanzökonom Markus Demary. Doch bislang halten sie sich zurück. „Das liegt vor allem am schwächelnden Wirtschaftsumfeld.“

Negativ, so die IW-Wissenschaftler, wirken sich verschiedene politische Projekte aus: Zum einen reguliert Europa seine Banken immer strenger, dadurch werden sie vorsichtiger bei der Kreditvergabe. Zum zweiten will die Politik die Finanzierung über Anleihen am Kapitalmarkt zulasten der Bankkredite, wie in den USA, fördern. Dabei, so die IW-Studie, fahren kleine und mittelständische Unternehmen mit ihrer Hausbank häufig besser.

Traditionell gilt Deutschland als bankenfinanziert – im Unterschied etwa zu den USA, wo die Kapitalmarktfinanzierung eine große Rolle spielt (EZB, 2007). So beläuft sich im Euroraum der Anteil der Bankkredite am Fremdkapital der nicht finanziellen Unternehmen nach Angaben des Instituts auf 88,3 Prozent, während in den USA der Anteil der Unternehmensanleihen am Fremdkapital bei 86,4 Prozent liegt.

Es sei davon auszugehen, dass die Unternehmensgröße einen Einfluss auf das Finanzierungsverhalten hat. So würden Unternehmen möglicherweise erst ab einer bestimmten Größe eine Finanzierung am Kapitalmarkt nachfragen, da dort größere Volumina an Finanzmitteln emittiert würden, höhere Dokumentationspflichten und Prospektpflichten bestünden, höhere Compliance-Kosten anfielen und zudem ein Liquiditätsmanagement vonseiten des Emittenten aufgrund der hohen Volumina erforderlich sei.

**Weil Banken immer strenger reguliert werden,** werden diese vorsichtiger bei der Kreditvergabe. Foto: colourbox.de

# Wehe dem, der voreilig „Bitte zahlen!“ ruft

Das Trinkgeld hat ganz einige Gesetze – man muss es nicht geben, aber oft ist es angemessen. Was gilt eigentlich an der Theater-Garderobe, im Taxi, Edelrestaurant oder Hotel?

**„Bitte zahlen!“ – Wer sich erst in diesem Moment Gedanken über die Frage macht, ob jetzt ein Trinkgeld angemessen ist, gerät rasch auf brüchiges Eis. – Warum gibt man eigentlich dem Kellner oder Friseur ein Trinkgeld? Schuldet man den beiden etwas? Oder tut man es aus Dankbarkeit. Die richtige Antwort zu geben, ist nicht einfach.**

Mit spitzen Fingern greift der Senior ins Portemonnaie. Münzgeld klimpert. Die Familie erstarrt. Sie ahnt, was jetzt kommt. Die Kinder schauen zur Decke, die Ehefrau würde am liebsten im Boden versinken. „Für Sie“, murmelt der Gastgeber dem Herrn im Frack zu – eine einzelne Euro-Münze wechselt den Besitzer. Der Kellner, der über Stunden das mehrgängige Essen im Restaurant serviert hat, verkneift sich jede Reaktion. Ein Euro Trinkgeld! Mit Blick auf die Höhe der Gesamtrechnung ein Fauxpas. Taktlos angesichts der Leistung des gastronomischen Betriebs und der Mitarbeiter.

„Dann ist es besser, auf das Trinkgeld ganz verzichten“, raten Experten dem Knauserigen und Geizigen. Denn die Pflicht zur Zahlung eines Trinkgelds (angemessen wären fünf bis zehn Prozent des Rechnungsbetrags gewesen) gibt es hierzulande nicht.

Es ist laut Gewerbeordnung „ein Geldbetrag, den ein Dritter ohne rechtliche Verpflichtung dem Arbeitnehmer zusätzlich zu einer dem Arbeitgeber geschuldeten Leistung zahlt“. Paragraf 107 der Gewerbeordnung widmet sich eingehend der „Berechnung und Zahlung des Arbeitsentgelts“. Dort wird gesagt: „Die Zahlung eines regelmäßigen Arbeitsentgelts kann nicht für die Fälle ausgeschlossen werden, in denen der Arbeitnehmer für seine Tätigkeit von Dritten ein Trinkgeld erhält.“ Folglich erhält auch der in diesem Fall brüskierte Kellner für seine Arbeit natürlich einen Lohn. Das Bedienen wird bezahlt, das Trinkgeld kommt einem Bonus gleich.

Gute Leistung – gutes Trinkgeld. Mit dieser Faustformel ist man gemäß Knigge im Grundsatz auf der sicheren Seite.

Der alte Herr hätte also durchaus tiefer in seine Geldbörse greifen sollen. So ein Betrag, lehrt die Erfahrung, würde dafür sorgen, dass der Mitarbeiter des Restaurants beim nächsten Besuch noch aufmerksamer als ohnehin schon bedient und für den einen oder anderen Extrawunsch ein offenes Ohr hat.

Also ist alles ganz einfach? Keineswegs, denn in der Trinkgeld-Welt gibt es Fallstricke, Unsicherheiten und immer wiederkehrende Fragen. Spätestens wenn die Urlaubsfahrt ins Ausland ansteht, schaut jeder Reisende neugierig in die Fachliteratur.

Was erwartet ein Kellner, der am Champs-Élysées in Paris den Café au lait serviert? Was ist zu tun, wenn einem in den USA am Supermarkt von einem hilfsbereiten Menschen die Einkaufstüte zum parkenden Pkw gebracht wird? Und ist es richtig, in einem rappelvollen spanischen Restaurant an der Plaza Mayor mitten in Madrid das Trinkgeld einfach auf dem Tisch liegen zu lassen, obwohl sich die nächsten Gäste bereits an der Tafel drängeln? Fragen über Fragen.

Wenn man schon „Bitte zahlen!“ gerufen hat, ist es zu spät, sich mit Sitten und Gebräuchen zu befassen. Deshalb macht es Sinn, auch sein eigenes Trinkgeld-Verhalten beizeiten zu überdenken. Mit Altruismus allein kommt man nicht weit. Denn wer nur die eigene Selbstlosigkeit großzügig unter Beweis stellen will, vergisst, dass Trinkgeld auch immer mit einer Leistung zu tun hat, die ein Zweiter erbringt. Folglich sind kluge Vorgehensweisen sinnvoll.

Das Trinkgeld wird hierzulande im Nachgang zur Leistung gegeben. Bei Taxifahrten sind rund zehn Prozent der Summe üblich, im Hotel gibt man für den Zimmerservice pro Lieferung zwei bis fünf Euro. Werden Gepäckstücke transportiert, sollte man pro Koffer zwei Euro bereithalten. An der Garderobe bedankt man sich für freundlichen Service mit 50 Cent oder mehr. Warum zahlt man eigentlich nach der Leistung? Man könnte doch die Abfolge drehen: Erst mit ein paar Münzen den Leistungserbringer wohlgesonnen stimmen, dann froh darüber sein, dass alles wie am Schnürchen klappt. In einem Trinkgeldtest, den RTL durchführte, menschelte es vor zwei Jahren mächtig. Ein Restaurant in Süddeutschland wurde auf die Probe gestellt: zwei Kunden – eine gleichlautende Bestellung. Der eine Gast wartete geduldig auf das Essen und seine Getränke. Der andere hatte die Kellnerin mit einem kleinen Trinkgeld darauf hingewiesen, dass er „ein wenig in Eile“ sei. Siehe da, das Essen kam fixer aus der Restaurantküche. Als Kunde Nummer 1 noch einmal freundlich nach seiner Mahlzeit fragte, war Kunde Nummer 2 schon beim Dessert.

„Bestechung!“ könnte man angesichts dieser Situation schimpfen. In Ländern wie Ägypten oder Marokko wäre die Reaktion darauf ein vielsagendes Grinsen. Denn im Orient lebt es sich mit dem Bakschisch deutlich komfortabler. Mehr noch: Ohne diese pekuniäre Ermunterung bliebe vieles ungetan und unerledigt.

Also hat das Trinkgeld, wie wir es kennen, im tiefsten Innersten gar keinen Zweck. Gehört man in einem Restaurant zu den Stammkunden, steigt stets im selben Hotel ab oder nutzt eine Einrichtung regelmäßig, sieht das stets anders aus. Geht hier das Trinkgeld von Hand zu Hand, genießt der Gast den ein oder anderen Vorzug und ist zumindest gern gesehen. Und wer die Geste des Trinkgeldgebens nicht zur generösen Selbstdarstellung nutzt, kommt gut durch die Welt.

# Niedrige Rohstoffpreise nutzen Covestro

## Konzern hält an Jahresprognosen fest

Die Bayer-Tochter Covestro hat dank niedrigerer Rohstoffkosten und einer robusten Nachfrage ihre Ertragskraft im ersten Quartal kräftig gesteigert. In den ersten drei Monaten des Jahres verdiente das Unternehmen deutlich mehr, wie Covestro in Leverkusen berichtete.

Unter dem Strich legte der Gewinn um 58,3 Prozent auf 182 Millionen Euro zu, das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (Ebitda) kletterte im Jahresvergleich um 29,3 Prozent auf 508 Millionen Euro. Der Umsatz sank um 5,9 Prozent auf 2,875 Milliarden Euro.

Trotz eines geringeren Wachstumstempos der Weltwirtschaft hält Konzernchef Patrick Thomas an den Prognosen für 2016 fest. Der Covestro-Börsengang im vergangenen Oktober war einer der größten in Deutschland seit dem Boomjahr 2000. Derzeit hält der Pharma- und Agrarchemiekonzern Bayer noch rund 64 Prozent an Covestro.

Der Kunststoffspezialist – bis vor kurzem noch bekannt als Bayer MaterialScience – stellt unter anderem den transparenten Kunststoff Polycarbonat her. Die Materialien werden etwa in der Auto-, Bau- und Elektroindustrie verwendet. Weltweit hat Covestro 15 700 Mitarbeiter. (dpa)

# Zahl der Aktionäre ist gestiegen

Der Anteil der Anleger ist aber immer noch gering – zunehmend investieren junge Menschen ihr Geld in Wertpapiere

**Die Zahl der Aktionäre und Aktienfondsanleger in Deutschland ist 2015 um 560 000 gestiegen, wie eine Studie des Deutschen Aktieninstituts zeigt. Insgesamt haben demnach gut neun Millionen Menschen ein Aktieninvestment. Das entspricht 14 Prozent der Bevölkerung über 14 Jahre und damit dem höchsten Stand seit drei Jahren.**

**Auf und Ab an der Börse:** Anleger sollten Aktien nicht als kurzfristiges Spekulationsobjekt, sondern als langfristige Anlageform sehen. Foto: colourbox.de

„Die Deutschen fassen offenbar wieder Vertrauen in die Aktie“, sagt Christine Bortenlänger, geschäftsführender Vorstand des Deutschen Aktieninstituts. Direkte und indirekte Aktieninvestments hätten dabei gleichermaßen zu der Steigerung beigetragen. Offensichtlich würden Anleger zunehmend erkennen, dass Aktieninvestments kurzfristig zwar mit Kursausschlägen nach oben und unten verbunden sein können. Langfristig trete dieser Nachteil jedoch zugunsten einer attraktiven Aktienrendite in den Hintergrund. „Wenn Anleger in der Aktie kein kurzfristiges Spekulationsobjekt mehr sehen, sondern eine nachhaltig renditeträchtige Anlageform, ist dies ein gutes Zeichen für die Aktienkultur in Deutschland“, stellt Bortenlänger fest. Positiv sei auch zu werten, dass es in der Gruppe der Anleger unter 40 Jahren im Vergleich zum Vorjahr ein Plus von rund 170 000 Aktionären und Aktienfondsanlegern zu verzeichnen gibt. Das entspricht einer Steigerung von mehr als zehn Prozent.

Auch in den neuen Bundesländern besitzen laut der Studie immer mehr Menschen Aktien. Gab es 2011 im Osten Deutschlands nur 8,6 Prozent Aktienanleger, sind es heute bereits 12,6 Prozent. In Westdeutschland ist der Anteil im gleichen Zeitraum dagegen mit 14,4 Prozent stabil geblieben.

Diese Entwicklungen müssten sich jedoch in den kommenden Jahren weiter verfestigen, damit das Potenzial der Aktie für Vermögensbildung und Unternehmensfinanzierung besser als bisher ausgeschöpft werde, heißt es in der Pressemitteilung des Instituts weiter. „Dass nur 14 Prozent der Bevölkerung am Aktienmarkt partizipieren, ist immer noch viel zu wenig“, kritisiert Bortenlänger.

Breite Bevölkerungskreise spürten nach wie vor eine große Unsicherheit bei der Aktienanlage und den langfristigen positiven Effekte auf die Vermögensbildung. So benötigt man beispielsweise bei einer monatlichen Sparrate von 100 Euro – bei einer historischen Aktienrendite von rund neun Prozent pro Jahr – etwa 26 Jahre, um ein Vermögen von 120 000 Euro zu erwirtschaften. Das ergäbe dann eine monatliche private Zusatzrente von 500 Euro, die der Sparer 20 Jahre lang zur Aufbesserung seiner Altersrente einsetzen könnte. Bei der Rendite deutscher Staatsanleihen beträgt die Ansparzeit dafür beim aktuellen Zinsniveau mehr als 70 Jahre. Die stärkere Nutzung von Aktie und Aktienfonds habe also eine überaus wichtige vermögenspolitische Komponente, sind die Experten des Instituts überzeugt.

Besonderes leisten.

Sie sind anspruchsvoll. Sie suchen die persönliche Ansprache. Sie erwarten eine individuelle Betreuung. Genau das sind seit mehr als 160 Jahren unsere Stärken. Ob vermögender Privatkunde, Firmenkunde oder institutioneller Kunde – wir nehmen uns Zeit. Nur so lernen wir Sie kennen. Und erst dann können wir Sie bei Ihren finanzstrategischen Fragen ganzheitlich und produktneutral beraten. Rufen Sie uns doch einfach an. Jens Olden freut sich auf ein erstes Gespräch mit Ihnen. Telefon 0228 850262-0.

**www.bankhaus-lampe.de**

GEGR·1852

Bankhaus Lampe

BERLIN · BIELEFELD · BONN · BREMEN · DRESDEN · DÜSSELDORF · FRANKFURT/MAIN
HAMBURG · MÜNCHEN · MÜNSTER · OSNABRÜCK · STUTTGART · LONDON · WIEN

# Guter Draht zur macht sich bezahlt

## Warum Mittelständler transparent mit ihrem Geldinstitut kommunizieren sollten und auf welche Punkte es dabei ankommt

**Wer einen guten Draht zu seiner Hausbank hat, bekommt leichter und zu besseren Bedingungen Gelder als mögliche Mitstreiter. Denn wer einen vertrauensvollen Umgang mit seinem Bankberater pflegt, kann seine Finanzierungsbedingungen aktiv beeinflussen. Dadurch gelingen Investitionen und Übernahmen. Außerdem ist genügend Liquidität vorhanden, um die eigene Existenz zu sichern.**

Dass Mittelständler mit einer guten Finanzkommunikation mehr Finanzmittel bekommen, im Vergleich weniger Sicherheiten stellen müssen und sich in ihrer betriebswirtschaftlichen Performance positiv abheben, belegt auch eine Studie der Euler Hermes Deutschland AG, die in Zusammenarbeit mit GE Capital, der Commerzbank und dem Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI) unter der Schirmherrschaft des Bundeswirtschaftsministeriums entstanden ist.

„Firmen, die ihre Kapitalgeber nicht nur mit Routineinformationen wie Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung versorgen, sondern sie zeitnah, umfassend, persönlich und mit kreativen Methoden informieren, haben Vorteile bei der Finanzierung ihres Geschäfts“, sagt dazu Peter Lemke von Euler Hermes.

Als Unternehmen aus der Region mit einer vorbildlichen Finanzkommunikation gelten beispielsweise der Anlagenbauer Bernd Münstermann GmbH & Co. KG aus Telgte und die im Handel mit Messe- und Präsentationssystemen tätige Klaus Lünnemann GmbH aus Ibbenbüren. Beide wurden bereits von Euler Hermes und seinen Partnern mit dem Wirtschaftspreis „Beste Finanzkommunikation im Mittelstand“ (Fikomm) ausgezeichnet – Lünnemann 2007 und Münstermann 2008.

Bei Lünnemann zeigte sich die Jury vor allem vom ausführlichen und akkuraten betriebswirtschaftlichen Berichtswesen beeindruckt. Bei Münstermann war ebenfalls die „vorbildliche Informationspolitik“ ausschlaggebend für den Preis: Nicht nur Kapitalgeber, sondern auch alle Mitarbeiter erhalten die Plan- und Ist-Zahlen sowie umfangreiche Informationen über die jeweils aktuelle Lage des Unternehmens.

Im vergangenen Jahr siegte die Erdnuß Druck GmbH aus Sendenhorst in der Kategorie „Kleiner Mittelstand“ (unter zehn Mio. Euro Jahresumsatz). Die Wurzeln der Erdnuß Druck GmbH aus Sendenhorst reichen bis in das Jahr 1861 zurück. Das heute auf den Bogenoffsetdruck spezialisierte Unternehmen setzt mit zehn Mitarbeitern 1,3 Millionen Euro um.

Obwohl eines der kleinsten Unternehmen im Teilnehmerfeld um den „Fikomm Award 2014“, legt Erdnuß Druck vierteljährlich seinen Kreditgebern einen „Kurzbericht“ vor, in dem sich alle zentralen betriebswirtschaftlichen Kennzahlen finden – übersichtlich aufbereitet und durch eine qualitative Kommentierung ergänzt. Das war, wie es bei der Preisübergabe im Hamburg hieß, allerdings nicht immer so. „Wir waren früher ganz schöne Geheimniskrämer und haben, wenn man ehrlich ist, überwiegend ‚Management by Kontoauszug´ betrieben“, sagt Bernhard Erdmann, Geschäftsführer von Erdnuß Druck. „Betriebswirtschaft war etwas für Anzugträger. Bis Anfang 2000 war das kein Problem, weil Banken Unternehmen das Geld quasi hinterherwarfen. Mit der Einführung der Basel-II-Richtlinien vollzogen sie aber eine Vollbremsung mit quietschenden Reifen.

Aufgrund der hohen Zahl von Insolvenzen und Druckereischließungen waren sie bei der Finanzierung dieser Branche sehr zurückhaltend. Wir mussten das Steuer also radikal herumreißen und haben ein Informationssystem aufgesetzt mit Quartalskurzberichten – alles mit internem Know-how und ohne externe Berater. Wir können unseren Bankern schließlich am besten erklären, wie unser Geschäft funktioniert – in guten wie in schlechten Zeiten.“

Grundsätzlich ist ein gutes Verhältnis zu den Banken für Unternehmen überlebenswichtig. Denn Studien zufolge ist der klassische Bankkredit die wichtigste Fremdkapitalquelle für kleine und mittlere Unternehmen. Gerade kleinere Firmen aber sind es, die oft nur über eine unzureichende Finanzkommunikation verfügen.

Künftig dürfte es zudem schwieriger werden, gewünschte Kredite überhaupt zu bekommen: „Die Basel III-Bestimmungen und die Regulierungsvorhaben der Finanzmärkte auf EU-Ebene dürften sich insgesamt negativ auf die Möglichkeiten der Banken auswirken, Kredite auszuleihen“, erläutert Marc Evers, Mittelstandsexperte beim Deutschen Industrie- und Handelskammertag (DIHK).

Die Industrie- und Handelskammern bieten auch deshalb aus guten Grund in der Region regelmäßig Experten-Sprechtage zur Finanzierung an. Denn für Betriebserweiterungen, Verlagerungen, Umstrukturierungen, Übernahmen oder auch Sanierungen gibt es Finanzierungs- und Förderprodukte.

Darüber informiert die IHK gemeinsam mit den Experten von NRW-Bank und Bürgschaftsbank in persönlichen Gesprächen. Diese Gespräche sollen laut IHK grundsätzlich mit gezielten Handlungsempfehlungen enden. „Zum Termin kann gerne der Steuer- und/oder Unternehmensberater mitkommen“, heißt es zum Beispiel bei der IHK Nord Westfalen. Auch die Vertreter der Hausbank seien bei diesem Angebot gern gesehen. Eine gute Finanzkommunikation ist wichtig. „Das machen wir auch unseren Kunden immer wieder klar“, sagt dazu Andreas Glandorf, Geschäftsführer der inpraxi Unternehmensberatung GmbH & Co. KG aus Osnabrück. ►

**„Wir können unseren Bankern schließlich am besten erklären, wie unser Geschäft funktioniert – in guten wie in schlechten Zeiten.“**

Bernhard Erdmann, Geschäftsführer Erdnuß Druck

Fortsetzung von Seite 16

„Leider werden wir oft erst geholt, wenn das Kind schon in den Brunnen gefallen ist. Wenn jemand von außen gebraucht wird, um eine Liquiditätskrise durch eine professionelle Finanzkommunikation doch noch abzuwenden“, ergänzt Johannes Müller, Wirtschaftsberater aus Bünde.

Zu einer guten Finanzkommunikation gehören laut Glandorf eine fundierte Planung, Soll-Ist-Vergleiche, eine Liquiditätsanalyse und eine Strategieentwicklung. „Zunächst einmal zur Steuerung für den Unternehmer selbst, dann für die Banken in Form eines Planungsberichts, einem mindestens vierteljährlichem Reporting und einer kurzfristigen Info, wenn etwas nicht passt“, sagt Glandorf. Dabei empfehle es sich, strukturelle Trends aus der eigenen Branche mitzuliefern und eine Brücke zu schlagen von der Entwicklung der globalen Märkte zu den eigenen Zahlen.

Viele Mittelständler zeigen sich im Kontakt mit ihrer Bank eher misstrauisch und verschlossen, sie haben Angst vor zu viel Transparenz, haben die Euler-Hermes-Experten beobachtet. Gerade kleine und mittlere Unternehmen informierten aus einem gewissen Unabhängigkeitsanspruch ihre Kapitalgeber nur ungern und wüssten meist nicht, wie die Bank die übermittelten Informationen überhaupt nutze. Dadurch überließen sie Zahlen und Daten wie beispielsweise den Jahresabschluss oft unkommentiert ihrer Bank. Die Interpretation des Materials sei dann allein Sache des Kreditgebers, obwohl der Mittelständler bestimmte Entwicklungen im Zahlenwerk bereits im Vorfeld hätte erläutern können.

Oft fehlt auch die Darstellung von Zukunftsplänen. Helfen können Kreditmediatoren, die zwischen Unternehmen und Bank in Finanzierungsfragen vermitteln, wenn die Gespräche stocken und beide Seiten sich verhärtet haben.

Die Lösung liegt oft in einer verbesserten Ansprache der Banken durch zielgruppenoptimierte Informationen und Maßnahmen, kurz einer verbesserten Finanzkommunikation. Dafür können sich Unternehmen professionelle Hilfe holen. Um mögliche Hürden vor anstehenden Bankgesprächen zu erkennen und zu beseitigen, bietet das IKME auf seiner Internetseite www.ikme.de einen kostenlosen Stresstest „Unternehmensfinanzierung“ mit vielen Fragen und sofortiger Auswertung an. Dieser sensibilisiert Mittelständler für Themen, an denen sie noch arbeiten müssen, um auch in Zukunft über ausreichend Liquidität zu verfügen.

**„Eine gute Finanzkommunikation ist wichtig. Das machen wir auch unseren Kunden immer wieder klar.“**

Andreas Glandorf, Geschäftsführer der inpraxi Unternehmensberatung GmbH & Co. KG

## ONLINE-STRESSTEST FÜR UNTERNEHMEN

Damit Unternehmer und Geschäftsführer prüfen können, wie ihre Chancen auf neue Kredite von der Hausbank etwa zur Vorfinanzierung neuer Aufträge stehen, bietet das Deutsche Institut für Kreditmediation (IKME) im Internet unter www.ikme.de einen „Stresstest Unternehmensfinanzierung“. Der Test ist kostenlos und dauert etwa 15 Minuten. Abgefragt werden allgemeine Daten zum Unternehmen, zur Finanzierungssituation sowie Angaben zur Finanzkommunikation zwischen Unternehmen und Hausbank und zu aktuellen Kreditverhandlungen. Alle Angaben werden verschlüsselt übertragen und vertraulich behandelt. „Oft sehen Unternehmen nur isolierte Ereignisse, etwa dass die Bank den gewünschten Kredit nicht verlängert oder dass es Probleme bei den Sicherheiten gibt“, sagt Rainer Langen, Leiter des IKME. Der Stresstest bette eine solche Erfahrung in den Gesamtzusammenhang ein, indem er eine Verbindung zwischen der Bankverhandlung, der Güte der Finanzkommunikation und dem wirtschaftlichen Umfeld, in dem sich das Unternehmen befinde, herstelle. „Dadurch wird das Unternehmen dafür sensibilisiert, sich darüber klar zu werden, wo es mit Blick auf seine Finanzierungssituation steht. Denn nur so kann es mögliche Hürden vor anstehenden Bankgesprächen erkennen.“

Anwender erhalten direkt nach der Beantwortung der Fragen eine Auswertung: Eine Kreditampel steht entweder auf Grün, Gelb oder Rot. Grün bedeutet eine gute Finanzierungssituation, das Unternehmen dürfte auch in Zukunft über ausreichend Liquidität verfügen. Gelb signalisiert dem Unternehmen, dass es unter Umständen Unterstützung braucht. Steht die Kreditampel auf Rot, gibt es unmittelbaren Handlungsbedarf, da unter Umständen die Existenz des Unternehmens gefährdet sein kann.

# Aus der Praxis heraus entwickelt

## Buchtipp: Strategien für den Firmenerfolg

**Bei schönem Wetter kann jeder segeln. Wie gut der Kapitän ist, zeigt sich erst, wenn ein Sturm aufzieht. Das gilt genauso für die Qualitäten eines Unternehmers: Auch der Chef muss aktiv und vorausschauend steuern, um nicht Spielball von Zufälligkeiten oder Widrigkeiten zu werden.**

Unternehmer müssen in einem sich ständig verändernden Umfeld agieren. Das Buch „Managen Sie nur oder führen Sie auch?“ von Ludger Sunderdieck und Dr. Volker Kipp ist ein aus der Praxis heraus entwickeltes Navigationssystem für mittelständische Unternehmen. Unternehmer sind heute umso erfolgreicher, je zielstrebiger sie in dem Wechselspiel zwischen Bewahrung und Veränderung Kurs halten.

Ist das Unternehmen so gut aufgestellt, dass die Geschäftsführung jederzeit drei Monate ausfallen könnte? Sind die Beziehungen zu Kunden und Geschäftspartnern belastbar und effizient? Werden die Mitarbeiter informiert und in die Verantwortung eingebunden? Sind die Prozesse bestmöglich gestaltet? Hat das Unternehmen strukturierte Ziele und Leitlinien?

Sunderdieck und Kipp bringen langjährige Führungserfahrungen in den Bereichen Banken, Private Equity, Venture Capital, Beratung und Industrie mit. Die Autoren nennen wesentliche Erfolgsfaktoren, verraten, warum manche Unternehmen nur mittelmäßig sind, welche Strategien zur Steigerung des Unternehmenserfolgs führen und wie die Maßnahmen der Sieger aussehen. Das Buch richtet sich an Unternehmensgründer und an etablierte Unternehmer gleichermaßen und erhebt den Anspruch, ein Handbuch zu werden. Wesentliche Leitsätze sind:

Ganzheitlichkeit – nicht nur die Symptome, auch die Ursachen werden im gesamtunternehmerischen Kontext betrachtet. Erfahrung – es werden Maßnahmen vorgestellt, die an anderer Stelle bereits erfolgreich waren. Kosten-Nutzen-Orientierung – Kosten, Nutzen und Qualität stehen bei allen Empfehlungen im Vordergrund. Umsetzung – das Buch hält eine Fülle von Hinweisen für die Realisierung im Unternehmen parat.

Als Ziel nennen die Autoren: Unternehmen zu besseren Erträgen, höherem Wachstum, effizienteren Prozessen und geringeren Kosten zu verhelfen – und so nachhaltigen Unternehmenserfolg langfristig zu sichern und zu steigern.

Das Buch hat zehn Kapitel, die unabhängig voneinander verwendet werden können. Jeder Abschnitt enthält praktische Erfahrungen aus bewährten Aktivitäten und Maßnahmen – leicht verständlich und einfach umsetzbar.

Viele Unternehmergespräche und konkrete Einblicke in Unternehmen in sehr unterschiedlichen Situationen bilden eine Grundlage des Buches. Im Ergebnis wurden praxiserprobte Anregungen, Anlagen und praxisorientierte Checklisten erstellt. Eine Auswahl: umfangreiche Potenzialanalyse für einen Maßnahmen- und Aktivitätenplan, Beispiele einer Kennzahlenanalyse, betriebswirtschaftliche Auswertung mit Produktivitätsentwicklungsdaten, Liquiditäts- und Finanzplanung, Zielvereinbarungs-, Unternehmens- und Mitarbeiterbeurteilungsbeispiele, ein Risikoinventurvorschlag, Optimierungsbeispiele für den Produktionsprozess, Benchmarkingvorschläge, TQM (Total Quality Management)-Selbstanalyse, Vorschläge für die Einrichtung eines Verbesserungsprozesses sowie eines Ideenmanagementsystems. Summa summarum: Ein Überblick über unternehmerische Erfolgsfaktoren.

**Appel-Verlag, 392 Seiten,**
**ISBN 978-3-944 756-01-1, 98 Euro**

GEMEINSAM ZUM ERFOLG

Mit 5 großen Einrichtungs-Centren zählt OSTERMANN zu den Marktführern in Westdeutschland. Unsere professionelle Auslieferungsflotte braucht Verstärkung.

Wir suchen:

Subunternehmer (m/w)

für die Auslieferung und Montage unserer hochwertigen Markenküchen ab Lager LEVERKUSEN

Idealerweise denken wir bei der Vergabe dieser Aufgabe an selbständige Profis mit Erfahrung in der Küchenmontage. Motiviert, leistungsfähig, flexibel und kundenorientiert.

Voraussetzung ist ein eigenes Fahrzeug mit zwei Monteuren. Wünschenswert wäre eine Zusatzqualifikation bzw. Legitimation für Elektro- und Wasseranschlüsse.

Sind Sie interessiert?
Dann freuen wir uns auf Ihre Kontaktaufnahme. Unseren Logistikleiter Herrn Moll erreichen Sie unter der Nummer 02302 985 1610 oder 1603.

Logistik Witten: Brauckstr. 31, 58454 Witten
Logistik Leverkusen: Carl-Duisberg-Str. 105, 51373 Leverkusen

Die großen Einrichtungs-Centren in NRW und auf ostermann.de
OSTERMANN
Einrichtungshaus Ostermann GmbH & Co. KG • Firmensitz: Fredi-Ostermann-Str. 1-3, D-58454 Witten

# Wirklich Gutes bewirken

Stiftungsgründungen können auch für Mittelständler ein sinnvolles Instrument sein

**„Der Stifter sollte für den Zweck der Stiftung brennen."**
Stiftungsmanager Horst-Walter Görgen

**Stiftungen helfen, den Fortbestand eines Unternehmens langfristig zu sichern. Für Mittelständler sind sie außerdem eine attraktive Möglichkeit, ihre Nachfolge zu regeln und sich gemeinnützig zu engagieren.**

Um steuergünstig die Nachfolge zu regeln und die Kontinuität im Unternehmen zu sichern, brachte Peter Pohlmann seine 1989 in Bergkamen gegründete Möbelhauskette Poco-Domäne in eine Stiftung ein. Das war 2008. Seine drei Kinder erklärten den Erbverzicht auf das Firmenvermögen – sie hatten andere Berufe gewählt. Pohlmann hatte sich für das Modell einer Doppelstiftung entschieden: 95 Prozent der Unternehmensanteile übergab er an die gemeinnützige Peter-Pohlmann-Stiftung. Die verbleibenden fünf Prozent brachte er in die Tripos Familienstiftung ein. Dieser stehen die Kinder vor, gemeinsam haben sie in der Familienstiftung die Stimmrechte für das Unternehmen.

So wie Pohlmann entscheiden sich viele mittelständische Unternehmer, die keinen Nachfolger finden, aber dennoch das Familienvermögen als Ganzes erhalten wollen: Nach Angaben des Bonner Instituts für Mittelstandsforschung (IfM) stand bis 2015 jährlich in 22 000 Familienunternehmen die Übergabe an. Experten schätzen, dass 86 Prozent der Übergaben altersbedingt und damit planbar sind. „Wer in den kommenden fünf Jahren die Nachfolgethematik angehen muss, sollte jetzt das Gespräch mit seiner Bank, seinem Steuerberater und seinem Rechtsanwalt suchen, um zu prüfen, ob eine Stiftungsgründung eine sinnvolle Lösung sein könnte", empfiehlt Mirjam Schwink, Leiterin Stiftungsmanagement bei der Baden-Württembergischen Bank.

Stiftungen sind Einrichtungen, denen ein Vermögen bestehend aus Kapital, Aktien, Kunstsammlungen, Immobilien oder Firmenanteilen für einen bestimmten Zweck dauerhaft und unwiderruflich gewidmet ist. Die Erträge des Stiftungsvermögens in Form von Zinsen, Dividenden, Pacht oder Mieten finanzieren die Stiftungsziele. Ein Unternehmen, das in eine Stiftung eingebracht ist, kann also weder verkauft noch zerschlagen werden. Erben und Mitarbeiter sind versorgt. Allerdings kann einmal in eine Stiftung eingebrachtes Vermögen auch nicht mehr entnommen werden, die Stiftung gehört nur noch sich selbst. Aktuell gibt es knapp über 20 000 rechtlich selbstständige und damit vom Bundesverband Deutsche Stiftungen erfasste Stiftungen. Das Deutsche Stiftungszentrum (DSZ) schätzt die Zahl der Stiftungen mit Unternehmensbezug – sei es, weil sie Unternehmenseigner sind oder von einem Unternehmen gegründet wurden – bundesweit auf bis zu 2000.

Begünstigt hätten diese Entwicklung drei Faktoren: Das starke Anwachsen von Vermögenswerten in privater Hand, die Idee des Bürgerengagements und zwei Stiftungsreformgesetze. Letztere hätten dafür gesorgt, dass Stiftungen leichter gegründet würden und steuerlich attraktiver seien.

Damit sich ein solcher Schritt für Mittelständler rechnet, sollte ein Unternehmen ein dreistelliges Umsatzvolumen haben. Sonst stehe der Verwaltungsaufwand in keinem Verhältnis zu den Erträgen, denn die Stiftungsgründung und die laufenden Arbeiten verursachten auch Kosten. Außerdem brauche der Unternehmer bei einem solchen weitreichenden Schritt den Konsens in der Familie. Schließlich müssten die Erben notariell unterschreiben, dass sie auf ihren Pflichtteil verzichten und dem Unternehmen keine Liquidität entziehen. Im Gegenzug könnten sie den Anspruch auf regelmäßige Ausschüttungen bekommen.

„Der Stifter sollte für den Zweck der Stiftung brennen", rät Stiftungsmanager Horst-Walter Görgen. Diesen kann er im Rahmen der Satzung selbst bestimmen. Allerdings sollte sich ein Stiftungsgründer mit zu konkreten Vorgaben zurückhalten, denn ein gewisser Entscheidungsspielraum sei für die Arbeit der Stiftungsorgane notwendig, sagt Ralph van Kerkom von der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft PKF Fasselt Schlage. Da eine Änderung des Stiftungszwecks nachträglich nur schwer möglich ist, wählen viele Stifter einen weitgefassten Zweck, wofür die Erträge des Stiftungsvermögens verwendet werden. Pohlmann entschied sich für einen Dreiklang aus Kultur, Forschung und Bildung: Seine Stiftung schüttet jährlich etwa 100 000 Euro aus. Damit fördert sie einmal im Jahr eine große Veranstaltung im Konzerthaus in Dortmund, zeichnet Diplomarbeiten aus, die sich mit den Veränderungen der Gesellschaft und deren Auswirkungen auf den Handel befassen und unterstützt das Chancenwerk des Interkulturellen Bildungs- und Fördervereins für Schüler und Studenten IBFS e.V., in dem Migranten Nachhilfeunterricht bekommen.

## 21 301 STIFTUNGEN IN DEUTSCHLAND

Stiften bleibt Trend – 583 rechtsfähige Stiftungen bürgerlichen Rechts sind 2015 neu errichtet worden. Damit steigt die Zahl der Stiftungen in Deutschland auf 21.301, teilte der Bundesverband Deutscher Stiftungen heute in Berlin auf seiner Jahrespressekonferenz mit. Auf 100 000 Bürger kommen 26 Stiftungen. Die Wachstumsquote liegt bundesweit bei 2,5 Prozent.
Quelle: www.stiftungen.org / Bundesverband Deutscher Stiftungen

HOTEL AM AUGUSTINERPLATZ

Das Designhotel im Herzen von Köln

Das Hotel am Augustinerplatz liegt zentral in der Kölner Innenstadt – Altstadt, Dom, Rheinufer und Hauptbahnhof erreichen Sie fußläufig.

In unseren 53 Zimmer verbinden sich Komfort und anspruchsvolles Design. Geschäftsreisende profitieren von unserem Business Package sowie der Nähe zur Kölnmesse. Für individuelle Wünsche steht Ihnen unser freundliches Team mit Rat und Tat zur Seite – für einen wundervollen Aufenthalt in Köln!

Hohe Straße 30 · 50667 Köln · Telefon 0221 27 28 02-0 · info@hotel-am-augustinerplatz.de
hotel-am-augustinerplatz.de · http://www.facebook.com/HotelKoeln

# Auf Augenhöhe mit den alten Meistern

Museum Wallraf-Richartz hängt Bilder tiefer, um Kindern Kunst im Wortsinn nahezubringen

**Kinder zur Kunst bringen ist keine leichte Aufgabe. Das Museum Wallraf-Richartz geht im zweiten Stockwer den umgekehrten Weg: Es bringt die Kunst zu den Kindern – zumindest auf deren Ebene. Indem ist Bilder barocker Meister eine Etage tiefer hängt.**

Einmal auf Augenhöhe mit Meistern wie Rembrandt und Co. zu sein, davon träumen viele Menschen. Kunstinteressierten Kindern erfüllt das Wallraf nun diesen Wunsch: In seiner neuen Sonderausstellung „Republik der Kinder“ hängt das Museum barocke Meisterwerke nicht nur deutlich niedriger als üblich, sondern zeigt dazwischen auch Werke von jungen Künstlern im Alter von sieben bis zwölf Jahren, die eigens für die Schau gerahmt und mit Wandtexten versehen wurden. Von Schulkindern, die sich von der Schaulust und Erzählfreude der niederländischen Malerei des 17. Jahrhunderts inspirieren ließen.

Während der Laufzeit können aber auch noch alle Besucherkinder an einem Publikumswettbewerb teilnehmen. Dafür müssen sie nur selber zum Pinsel greifen, ein Foto von dem Gemälde machen und dies an kinderrepublik@wallraf.museum schicken. Jedes eingesandte Werk ist auf dem Bildschirm in der Ausstellung zu sehen.

Riesige Sitzsäcke laden die jungen (aber natürlich auch die älteren) Besucher dazu ein, die alten und jungen Meister in aller Ruhe zu genießen.

Während des „Goldenen Zeitalters“ kam den Kindern und ihrer Erziehung in den Niederlanden eine außergewöhnlich große Bedeutung zu. Die Familie galt als Kern und Garant der wohlhabenden Gesellschaft und Bildung war eine wichtige Voraussetzung für das wirtschaftliche Wachstum. Diese Auffassung spiegelt sich auch deutlich in der Kunst von damals wider. Wie die neue Präsentation in der Barockabteilung des Wallraf zeigt, spielen Kinder in vielen Gemälden eine wichtige Rolle – entweder als Hauptdarsteller in Porträts oder in zahlreichen Nebenrollen bei Genre- und Landschaftsmalereien – eine „Republik der Kinder“ eben, die auch Erwachsene in ihren Bann ziehen wird. Die Ausstellung ist vom 20. April bis zum 1. Mai zu sehen.

**Mit der Kunst auf Augenhöhe:** Emil Kriegeskorte steht im Wallraf-Richartz-Museum vor dem Gemälde „Johannes Cunaeus mit Sohn Philippus“ von Jan Mijtens aus dem Jahr 1663. Endlich mal richtig erkennen, was auf einem Gemälde zu sehen ist. Das geht jetzt auch für Kinder. Foto: Oliver Berg/dpa

**Eine Familie am Meer**, Collage von Magdalena Tichelkamp, Ceylin Tuncel, Sonia Batijarevic, Emil Kriegeskorte, Emil Peipe und Lucas Diese,Katholische Grundschule Mainzer Straße Köln.

**Hexenschloss und Zauberland,** Deckfarbe auf Papier von Santa Al-Reshidani und Ilayda Kaya, Heinrich-Mann-Gymnasium Köln, Klasse 5 E, Fotos (2): Nino Malgadey

# „Erwartungen übertroffen“

50. Art Cologne mit Besucherplus

Die Art Cologne, älteste Kunstmesse der Welt, hat ihre 50. Ausgabe mit einem Besucherplus beendet.

Über 60 000 Kunstinteressierte kamen zur wichtigsten deutschen Kunstmesse – nach 56 000 im Vorjahr, wie die Messe mitteilte. „Unsere hohen Erwartungen sind noch einmal übertroffen worden“, berichtete Daniel Hug, Direktor der Art Cologne. Zum diesjährigen Teilnehmerfeld zählten 218 Galerien aus 24 Ländern.

Ein Werk von Joan Miró wechselte für über eine Million Euro den Besitzer. Auch Werke von Thomas Schütte, Martin Kippenberger, Sigmar Polke, Richard Jackson, Georg Baselitz, Damien Hirst, Gotthard Graubner, August Macke, Anish Kapoor, Paul Klee und Robert Rauschenberg wurden verkauft. Die Besucher seien in Kauflaune gewesen, die Galeristen sehr zufrieden.

Auf der größten deutschen Kunstmesse wurden Werke zeitgenössischer Kunst sowie der klassischen Moderne präsentiert. Die Hälfte

der Aussteller kam aus dem Ausland, bei den Besuchern war es etwa jeder dritte.

Die Art Cologne ist die älteste Kunstmesse der Welt. Sie wurde 1967 als „Kunstmarkt Köln“ von den Kölner Galeristen Hein Stünke und Rudolf Zwirner gegründet.

Beste Chancen für Ihre Karriere:

Aufstiegsqualifiungen mit DEKRA Akademie

- Geprüfte/-r Technische/-r Betriebswirt/-in (IHK)
  Start 19.09.2016 (berufsbegleitend)
- Geprüfte/-r Wirtschaftsfachwirt/-in (IHK)
  Start 24.10.2016 (berufsbegleitend)
- Geprüfte/-r Fachwirt/-in im Gesundheits und Sozialwesen (IHK)
  Start 24.10.2016 (berufsbegleitend)
- Geprüfte/-r Logistikmeister/-in (IHK)
  Start 28.11.2016 (berufsbegleitend)
- Geprüfte/-r Kraftverkehrsmeister/-in
  Start 28.11.2016 (berufsbegleitend)
- Vorbereitung auf die Externenprüfung
  – Fachkraft für Lagerlogistik (IHK)
  – Kaufleute im Büromanagement (IHK)
  – Kaufleute in Spedition- und Logistikdienstleistungen (IHK)
  Start 16.09.2016 (berufsbegleitend)
- Vorbereitung auf die Ausbildereignungsprüfung AEVO (IHK) in Voll- und Teilzeit jederzeit möglich

Förderungen sind möglich. Fragen Sie uns!
Infos unter 02261.29030 oder E-Mail an frank.schmidt@dekra.com
DEKRA Akademie GmbH · Poststraße 2 · 51643 Gummersbach · www.dekra-akademie.de/gummersbach

DEKRA
Alles im grünen Bereich.

# Drei auf einen Streich

## Für besonders Leistungsstarke: Triales Studium kombiniert drei Abschlüsse

**Vom dualen Studium haben viele schon einmal gehört. Dabei werden Ausbildung und Bachelorabschluss miteinander kombiniert. Aber Triales Studium? Das ist nur etwas für besonders Leistungsstarke. Denn dabei machen Studenten drei Abschlüsse auf einmal: eine Ausbildung, einen Bachelor und obendrauf noch den Meister.**

Bisher gibt es das Triale Studium nur für Handwerksberufe. Die meisten Kooperationen existieren derzeit in Nordrhein-Westfalen: Die Handwerkskammern Hannover, Köln und Düsseldorf bieten Programme an, Partnerhochschulen sind die Hochschule Niederrhein und die private, staatlich anerkannte Fachhochschule des Mittelstands (FHM) mit den Standorten Hannover, Schwerin und Köln. Welche Ausbildung infrage kommt, hängt von den jeweiligen Partnern ab. Grundsätzlich komme jede Firma in Betracht, erklärt Bettina Wolf-Moritz von der Handwerkskammer Köln. Welche Gewerke im Angebot sind, erfahren Schulabgänger bei der jeweiligen Hochschule oder den Handwerkskammern (HWK). „Ein typischer Ausbildungsberuf ist das nicht“, sagt Aygül Tolan vom Berufsinformationszentrum (BIZ) in Wuppertal. Das knapp fünfjährige Studium erfordert viel Disziplin. Statt drei Jahren sind die Gesellen im Trialen Studium nur zwei bis zweieinhalb Jahre in der Ausbildung. „Den Betrieben ist klar, dass sie von diesen Azubis nicht ganz so viel erwarten können“, sagt Peter Panzer von der HWK Köln. Deshalb sei es wichtig, vor Ausbildungsbeginn klare Absprachen zu treffen. Der Vorteil des Modells: Zeitersparnis. Wenn man Ausbildung, Studium und Meister hintereinander macht, würde das acht bis neun Jahre dauern.

Der Stundenplan vereint Praxis und Theorie. Während sich beim dualen Studium Uni- und Praxisphasen abwechseln, ist das Triale Studium anfangs als Abendschule organisiert. Das heißt: Zusätzlich zur Ausbildung müssen die Teilnehmer abends oder am Wochenende in die Uni. Nach der Gesellenprüfung studieren sie dann eine Zeit lang in Vollzeit. Als letztes folgen Bachelorarbeit und die Meisterschule mit abschließender Prüfung.

„Drei Bildungsabschlüsse in gut vier Jahren, das ist schon eine Herausforderung», erzählt Werner Marquis, Sprecher der Arbeitsagentur in Nordrhein-Westfalen.

Daniel Wolter aus Estorf hat im vergangenen Jahr ein Triales Studium begonnen, seine Ausbildung macht er im Bereich Sanitär Heizung Klima (SHK). „Meine Motivation ist, dass ich später den Betrieb von meinem Vater übernehmen oder einen eigenen Betrieb aufmachen möchte“, erklärt er. Auch Student Marcel Gleitz hat Ambitionen: „Ich will durch das Studium schneller an eine Führungsebene im Handwerk gelangen“, sagt der 20-Jährige, der in einem Handwerksunternehmen Kaufmann für Büromanagement lernt. „Voraussetzungen sind hohe Motivation und die Fähigkeit, sich selbst organisieren zu können“, fasst Beraterin Tolan zusammen. „Man muss sich darauf einstellen, dass man wenig Freizeit hat.“ (dpa)

**Daniel Wolter** hat sich für ein Triales Studium entschieden, weil er den Betrieb des Vaters übernehmen will. Er macht eine Ausbildung im Bereich Sanitär Heizung Klima. Foto: Sabine Wilp/dpa

**Ausbildung im Handwerk, ein Bachelor und der Meister:** Das Triale Studium bietet drei Abschlüsse auf einmal. Foto: dpa

# Bildung im Netz

## Aufwand kann hoch sein

Machen Berufstätige eine Weiterbildung im Netz, sollten sie den Lernaufwand realistisch einschätzen. „Nur weil man eine Ausbildung im Internet macht, lernt man nicht schneller“, sagt Katrin Hülsmann vom Deutschen Institut für Weiterbildung. Ist eine wöchentliche Arbeitszeit angegeben, sollte man diese deshalb unbedingt ernst nehmen. Grundsätzlich kann eine Weiterbildung im Netz eine spannende Alternative sein. „Viele sind das noch nicht gewohnt und denken nicht daran, dass es diese Möglichkeit gibt.“ Der Vorteil: Berufstätige haben dann keine lange Anfahrt und können im Netz lernen, wann sie wollen.

Wer schon weiß, welche Weiterbildung er machen möchte, kann unter www.iwwb.de nach passenden Weiterbildungen suchen. Dort gibt es die Möglichkeit, bei der Suche unter dem Button „Mehr Optionen“ gezielt nach E-Learning-Angeboten zu schauen.

Eine andere Option ist, sich bei den Arbeitsagenturen, den Kammern oder beim Servicetelefon des Bildungsministeriums unter der Telefonnummer 030/ 20 17 90 90 zu informieren. (dpa)

# Keine Chance

## Zwei Drittel bilden sich fort

Zwei von drei Arbeitnehmern (66 Prozent) können ihr Wissen und Können im Job ständig weiterentwickeln. Das geht aus einer repräsentativen Arbeitnehmer-Umfrage des Deutschen Gewerkschaftsbunds hervor. Jeder Zehnte bemängelt, dass das nicht geht. Das ist aber nicht mit einem Aufstieg gleichzusetzen: Mehr als jeder dritte Arbeitnehmer (37 Prozent) hat in seinem Betrieb keine Chance aufzusteigen. Für die Umfrage wurden 4916 abhängig Beschäftigte befragt. (dpa)


**Studium neben dem Beruf in Köln**

- Bachelor of Arts (B.A.) Betriebswirtschaft
- Betriebswirt/in (VWA)
- Betriebswirt/in (VWA) mit Schwerpunkt Gesundheitsmanagement
- Betriebswirt/in (VWA) mit Schwerpunkt Marketing
- Gesundheits-Ökonom/in (VWA)
- Marketing-Ökonom/in (VWA)

- IHK-Abschlüsse werden angerechnet
- Berufs- oder ausbildungsbegleitend studieren ohne Einschränkung der Vollzeittätigkeit: in 7,5 Semestern zum Bachelor
- Präsenzstudium am Abend in den zentral gelegenen Hörsälen der Universität zu Köln
- Lehre durch Professoren der Universität zu Köln und anderer regionaler Hochschulen sowie durch erfahrene Praktiker

VWA KÖLN
Verwaltungs- und Wirtschafts-Akademie in der Universität zu Köln

Weitere Informationen und Neuigkeiten:
www.vwa-koeln.de | facebook.de/vwakoeln
Gerne beraten wir Sie telefonisch oder per E-Mail:
0221 25 62 35 | info@vwa-koeln.de

**Ihr Spezialist für Firmenschulungen in der Region Köln**

- Prozessmanager/-in IHK
- Wirtschaftsmediation
- EU-Fördermittelberatung
- Ausbildereignung I AEVO
- Kaufmännische Fachschulungen
- Outplacement I Profiling
- Mitarbeiterführung I Businesscoaching
- Verkaufstraining
- Customer Service
- Kommunikation I Team

Unser großes Team von 50 Spezialisten steht Ihnen für passgenaue Lösungen zur Verfügung.

FREY COMPETENCE GMBH
Konrad-Adenauer-Ufer 79-81
50668 Köln
Telefon: 0221 2221007-0
mail@frey-competence.de
www.frey-competence.de
frey competence
BERATUNG | COACHING | TRAINING

# Die Ausbildung der Zukunft

## So ändert die Digitalisierung die Lehre

**Marie Klein hatte bis zu ihrer Ausbildung mit Computern nicht viel am Hut. Sie lernt Tischlerin bei Bächer Bergmann aus Köln. Die Tischlerei setzt neben CNC-Maschinen auch 3D-Drucker ein. „So können wir mit viel höherer Geschwindigkeit produzieren, als wenn wir von Hand tischlern“, erklärt Geschäftsführer Sebastian Bächer.**

Und die Maschinen lassen sich für jeden Auftrag neu programmieren. Statt Massenware zu fertigen, bleibt das Endprodukt sehr individuell.

„Es ist schon ganz schön kompliziert“, sagt Klein über die Arbeit mit den Computern. „Doch dann habe ich mich reingefuchst, und dann geht es auch.“ In der Berufsschule befasst sie sich mit den CNC-Maschinen, also mit per Computer steuerbaren Werkzeugmaschinen, kaum. Stattdessen setzt sie sich mit Holzarten und ihren Bearbeitungsmöglichkeiten auseinander – so wie Generationen angehender Tischler vor ihr. Dabei gehört die Arbeit am Computer im Betrieb dazu.

Als angehende Tischlerin erlebt Marie Klein, was in vielen Bereichen der Arbeitswelt passiert: Die Digitalisierung verändert die Art der Arbeit rasant. Neue Herstellungs- und Fertigungsverfahren entstehen und verlangen Mitarbeitern neue Kompetenzen ab.

Ihre Ausbildung an der Berufsschule hält mit den Neuerungen jedoch nur ein Stück weit mit.

Schon jetzt ist die Veränderung der bestehenden Ausbildungsberufe in vollem Gange. Beim Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB) gibt es Überlegungen, wie bestehende Ausbildungen den neuen Entwicklungen angepasst werden können. So werden zum Beispiel die bestehenden vier IT-Ausbildungen derzeit grundlegend überarbeitet, erklärt Torben Padur vom BIBB.

Der Beruf des Produktionstechnologen soll sich so verändern, dass er den Anforderungen an den Facharbeiter 4.0 genügt. Das bezieht sich auf den Begriff der Industrie 4.0, in der die Maschinen einer Fabrik zunehmend untereinander vernetzt sind.

Auch in der Ausbildung im Einzelhandel könnte es Änderungen geben. „Es gibt Überlegungen, ob beim Einzelhandelskaufmann das Qualifikationsfach E-Commerce eingeführt werden muss“, erklärt Sophia Tiemann, Geschäftsführerin der Industrie- und Handelskammern in Nordrhein-Westfalen.

Die Arbeitswelt und somit auch die Ausbildungen sind im Wandel. Doch was bedeuten die Umbrüche nun für die Jugendlichen? Was müssen sie in Zukunft können? „Ausbildungen werden in Zukunft viel interdisziplinärer sein, als sie es heute sind“, glaubt Alexander Bickel von der Firma Festo Didactic.

Das Unternehmen bietet Lehrmittel für die technische Ausbildung an. Wichtig sei außerdem, sich neuen Technologien nicht zu verschließen, sondern sich aktiv damit zu beschäftigen. Das bedeute nicht zwingend, dass jeder programmieren lernen muss. Den Beruf des Programmierers gebe es schließlich schon. Aber man sollte nicht mit Computern auf Kriegsfuß stehen, wie Tischler Bächer sagt. (dpa)

**Vor ihrer Ausbildung** hatte Marie Klein mit Computern nicht viel zu tun. Klein lernt Tischlerin in Köln. Foto: dpa

# Gaming ist groß im Kommen

## Weiterbildungen werden digital – aber der klassische Unterricht stirbt auch nicht aus

Der Trend zum Mobile Learning ist schon seit mehreren Jahren ein Thema. „Was das zeitliche und räumliche Lernen angeht, wird es flexibler“, weiß Michael Cordes, Weiterbildungsexperte bei der Stiftung Warentest.

Denn wer Lerninhalte per Video, Podcast oder Online-Reader einfach auf seinem Smartphone oder Laptop abrufen kann, muss sich nicht an feste Stundenpläne oder Kapitel halten. Damit geht auch der Begriff der Bildungs-Nuggets einher: Inhalte werden in kleine Häppchen verpackt, die je nach Bedarf abgerufen werden können, zum Beispiel als Erklär-Video oder Podcast.

Das heißt allerdings nicht, dass klassischer Unterricht ausstirbt: Blended Learning, also die Verbindung von Präsenzphasen mit E-Learning, war in den vergangenen Jahren das Schlagwort der Weiterbildungsbranche. Auch Massive Open Online Courses, kurz MOOCs, spielen eine große Rolle, gerade bei hochqualifizierten Adressaten. „Man schaut sich weltweit an, was angeboten wird“, erklärt Prof. Esther Winther vom Deutschen Institut für Erwachsenenbildung (DIE) in Bonn.

Winther erklärt weitere digitale Trends: Da sind einmal virtuelle Klassenräume. Hier treffen sich Lehrer und Lernende wie im echten Unterricht – nur dass sie eben an einem virtuellen Tisch sitzen und mit ihren Mitschülern und Tutoren über den Computer kommunizieren. „Gaming ist groß im Kommen“, so Winther. Spiele als Wissensvermittlung? „Das kann aufgebaut sein wie ein Brettspiel“, erklärt Winther. Oder Kollegen treten in Spielen direkt gegeneinander an.

Insgesamt steigt die Beteiligung an Weiterbildungsangeboten. Das größte Wachstum haben firmeninterne Seminare, sagt Carsten Löwe. Er ist Geschäftsführer des Wuppertaler Kreises (WK), dem Bundesverband für betriebliche Weiterbildung. „Das offene Seminar wird trotzdem nicht aussterben“, prophezeit er. Laut der aktuellen Verbandsumfrage ist vor allem die Entwicklung persönlicher Kompetenzen wichtig, zum Beispiel Zeitmanagement, Konfliktfähigkeit oder Sprachkenntnisse. Und diese Weiterbildung findet immer öfter eigenverantwortlich statt. „Im Allgemeinen ist die Erkenntnis da, dass man sich engagieren muss, um beruflich fit zu bleiben“, sagt Löwe. (dpa)

**Wenn Anforderung zur Belastung wird:** Firmen tun gut daran, auf die Gesundheit ihrer Mitarbeiter zu achten.

# Gesundheit ist nicht nur die Abwesenheit von Krankheit

Immer mehr Firmen erkennen den hohen Nutzen des „Betrieblichen Gesundheitsmanagements“

**Wettbewerbsdruck, demografischer Wandel, alternde Belegschaften und Nachwuchssorgen: Unternehmen müssen sich vielfältigen Herausforderungen stellen. Das geht nur mit gesunden, qualifizierten, motivierten und leistungsstarken Beschäftigten. Betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM) ist eine Möglichkeit, die Gesundheit der Mitarbeiter zu unterstützen und so den Weg zum gesunden Unternehmen zu ebnen.**

BGM ist schon lange kein „karitatives Zuschussgeschäft“ mehr. Wer in die Gesundheit seiner Mitarbeiter investiert, sichert sich langfristig Wettbewerbsvorteile. Ein Patentrezept gibt es allerdings nicht – jedes Unternehmen braucht ein maßgeschneidertes Konzept.
In den vergangenen Jahren hat sich das Verständnis des Begriffs „Gesundheit“ grundlegend geändert.
Gesundheit ist nicht mehr nur die Abwesenheit von Krankheit, sondern umfasst sowohl physisches als auch psychisches Wohlbefinden und Lebensqualität. „Gesundheit ist also kein Zustand, sondern ein Prozess, bei dem der Mensch als Ganzes in seiner Entwicklung und mit all seinen Potenzialen gesehen wird“, wie der Bundesverband der Betriebskrankenkassen schreibt.
Und Gesundheit ist keine Privatsache, denn Unternehmen sind direkt betroffen, wenn Mitarbeiter krank oder eingeschränkt leistungsfähig sind.
Ein wichtiger Faktor für das allgemeine Wohlbefinden ist die Zufriedenheit am und mit dem Arbeitsplatz. Anforderungsvielfalt ermöglicht den Einsatz unterschiedlicher Fertigkeiten und vermeidet einseitige Beanspruchung. Arbeitnehmer wollen kooperieren und kommunizieren. Ein positives Sozialklima ist die Basis für vertrauensvolle Arbeitsbeziehungen und Teamfähigkeit – es hilft, Belastungen zu stemmen.
Handlungsspielräume stärken das Selbstbewusstsein. Lern- und Entwicklungsmöglichkeiten sowie eine Leistungsbewertung und -anerkennung und ein partizipativer Führungsstil runden das Bild ab. Wenn diese Anforderungen erfüllt sind, ist ein großer Schritt weg von innerer Kündigung, hin zu Mitarbeiterzufriedenheit, Motivation und Leistungsbereitschaft getan. Dies kann sich auch auf betriebliche Fehlzeiten auswirken.
Hohe Arbeitnehmer-Fehlzeiten können ein Indiz sein, dass im Unternehmen etwas im Argen liegt.
Wie eine Studie der Initiative Gesundheit und Arbeit aus dem vergangenen Jahr belegt, wächst die Anzahl der Arbeitsunfähigkeitstage in Deutschland seit einem Jahrzehnt kontinuierlich. Zwar haben körperliche Arbeitsbelastungen durch Technisierung und Automation im Arbeitsalltag abgenommen, dafür haben aber vor allem die psychischen und sozialen Belastungen an Bedeutung gewonnen.
Die großen Volkskrankheiten wie Bluthochdruck, Fettstoffwechselstörungen, Rückenschmerzen, Typ-2 Diabetes und Übergewicht sind ebenfalls weiter auf dem Vormarsch. Die Kosten sind immens: Rund 400 Euro kostet im Bundesdurchschnitt der krankheitsbedingte Fehltag eines Arbeitnehmers.
Im Umkehrschluss bedeutet es aber nicht, dass bei geringen Fehlzeiten die Belegschaft eines Unternehmens auch gesund ist.
Im Gegenteil: Beschwerden halten viele Beschäftigte nicht ab, weiter zur Arbeit zu gehen, sei es aus Angst um den Arbeitsplatz oder aus falschem Übereifer.
Die Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin hat festgestellt: Wenn Mitarbeiter krank ins Büro kommen, kann das für Unternehmen teuer werden. Denn durch diesen „Präsentismus“ entstehen Produktivitätsverluste, weil die Mitarbeiter in ihrer Arbeits- und Leistungsfähigkeit eingeschränkt sind und sich Fehler und Arbeitsunfälle häufen.
Doch es geht noch weiter: Wer sich nicht auskuriert, riskiert eine spätere, eventuell umso längere Krankschreibung oder im schlimmsten Fall sogar die dauerhafte Arbeitsunfähigkeit. Auch die Ansteckungsgefahr ist nicht zu unterschätzen.

> **„Die moderne Arbeitswelt setzt Beschäftigte und Unternehmen inhaltlich und zeitlich unter einen enormen Anpassungsdruck.“**
> Initiative Neue Qualität der Arbeit

# Gesundheitsmanagement als Weg in die Zukunft

Eine Antwort auf die zunehmenden Herausforderungen in der Arbeitswelt

**Ein Weg für Unternehmen, ihre krankheitsbedingten Fehlzeiten zu senken, gleichzeitig wirksam das Phänomen des Präsentismus zu bekämpfen und sich so im Endeffekt Wettbewerbsvorteile zu sichern, ist das betriebliche Gesundheitsmanagement (BGM).**

„Die moderne Arbeitswelt setzt Beschäftigte und Unternehmen inhaltlich und zeitlich unter einen enormen Anpassungsdruck. Gesunde, qualifizierte, motivierte und leistungsstarke Mitarbeiter sind der entscheidende Faktor, um die aktuellen und zukünftigen Herausforderungen in einer globalisierten Weltwirtschaft zu meistern“, so die Initiative Neue Qualität der Arbeit, INQA.

Das BGM ist eine moderne Unternehmensstrategie, die Antwort auf die zunehmenden Herausforderungen der Arbeitswelt gibt. Es ist ein ganzheitlicher und nachhaltiger Prozess und vereint klassischen Arbeits- und Gesundheitsschutz mit betrieblicher Gesundheitsförderung, Eingliederungs- und Personalmanagementstrategien. Natürlich ist betriebliches Gesundheitsmanagement kein Allheilmittel: Schlechte Geschäftsmodelle oder Produkte werden auch durch gesunde Mitarbeiter nicht besser. Aber: Mitarbeiter sind das wichtigste Kapital eines Unternehmens. Die Investition in die Mitarbeiter und ihre Gesundheit ist damit immer auch eine Investition in die betriebliche Zukunft.

Betriebliches Gesundheitsmanagement lohnt sich aber nicht nur für das einzelne Unternehmen, das laut Studien mit jedem investierten Euro im Ergebnis 2,70 Euro durch reduzierte Fehlzeiten einsparen kann. Auch aus volkswirtschaftlicher Sicht ist BGM positiv: Ein Mehr an Gesundheit im Betrieb entlastet nämlich auch die Sozialkassen. Laut einer Studie der Strategieberatung Booz & Company zahlt sich jeder in betriebliche Prävention investierte Euro für die deutsche Volkswirtschaft mit fünf bis 16 Euro aus. Der Effekt dabei beruht auf der reinen Verringerung von Krankheitstagen und den damit verbundenen direkten Kosten für Medikamente und medizinische Behandlung.

Besonders profitieren die Hauptpersonen, die Beschäftigten. Sie verbessern ihre körperliche und psychische Verfassung, ändern ihr Verhalten und tragen im Unternehmen ein gesundheitsförderndes Umfeld mit. Im besten Fall übertragen sie das Erlernte auch ins Private. So wird das Unternehmen ein Lernort für gesundheitsgerechtes Verhalten. Die Wirkung des BGM geht damit weit über den betrieblichen Rahmen hinaus. Das kann langfristig helfen, die Gesamtkosten im Gesundheitswesen zu senken – eine Win-win-Situation für alle Beteiligten.

Zur Einführung des BGM in Unternehmen werden verschiedene Anreize geboten: Jedes Unternehmen kann bis zu 500 Euro pro Jahr und Mitarbeiter in Gesundheitsförderung investieren – und das lohnsteuer- und abgabenfrei. Auch Unfallversicherungsträger und Krankenkassen geben mit Prämien oder Boni attraktive Anreize.

Betriebliches Gesundheitsmanagement ist umfassend, ganzheitlich und vor allem eins – individuell. Es gibt nicht *das* betriebliche Gesundheitsmanagement, denn jedes Unternehmen ist anders. Wichtig ist, was die jeweiligen Mitarbeiter brauchen und wünschen. Wer das nicht weiß, kann den Bedürfnissen seiner Beschäftigten auch nicht gerecht werden.

BGM ist nicht allein auf die Behebung aktueller Probleme ausgerichtet, wie beispielsweise den Abbau eines hohen Krankenstands. Es ist zukunftsweisend, getreu dem Motto: „Gesund arbeiten bis ins Alter“. Betriebliche Rahmenbedingungen werden gemeinsam mit den Beschäftigten so geschaffen, dass ihre physische und psychische Gesundheit gestärkt und ihre Arbeitsfähigkeit erhalten bleibt.

Die Unternehmenskultur hat erheblichen Einfluss auf die Umsetzung und Verankerung des Gesundheitsmanagements. Gesundheitsmanagement ist eine interdisziplinäre Aufgabe für alle Unternehmensbereiche, wobei den Führungskräften eine besondere Verantwortung zukommt.

Sie sichern die Information und Kooperation, die Einbeziehung aller Betroffenen und die Zielerreichung. Maßnahmen nach dem „Gießkannenprinzip“ werden so vermieden. Denn der beste Rückenkurs nützt nichts, wenn der Arbeitsplatz nicht ergonomisch gestaltet ist. Und wenn es in der Kantine abwechselnd Pommes/Currywurst und Spaghetti Bolognese gibt, kann auch keine Ernährungsberatung nachhaltig greifen.

Der BGM-Prozess selbst ist ein stetiger Lernkreislauf, von der Bedarfsanalyse und Zieldefinition über die Planung und Ausführung geeigneter Maßnahmen bis hin zur kontinuierlichen Kontrolle und Bewertung der Ergebnisse.

**Die wichtigsten Punkte für Unternehmen bei jeder individuellen Form des betrieblichen Gesundheitsmanagements:**

1. Fragen, fragen, fragen. Was wollen, was wünschen die Mitarbeiter? Wie können sie sich beteiligen? Nur so wird Gesundheitsmanagement im Unternehmen fest verankert.
2. Die Antworten aushalten und annehmen können. Wer nach dem Üben von Kritik schief angesehen wird, wird sie wahrscheinlich in Zukunft nicht mehr offen äußern.
3. Kommunizieren, getreu dem Motto „Tue Gutes und rede darüber“. Denn ohne richtige und regelmäßige Kommunikation an die Belegschaft stellt sich der gewünschte Erfolg nur schwer ein. Außerdem entsteht „Gesundheit“ nicht von heute auf morgen. Geduld und ein langer Atem sind erforderlich, es geht nicht alles auf einmal.

Besonders in kleinen und mittleren Unternehmen ist die Einführung des betrieblichen Gesundheitsmanagements derzeit noch nicht flächendeckend. Das ist oft auf Schwierigkeiten bei der Umsetzung zurückzuführen. Unterstützung bei der Einführung oder Verbesserung eines bestehenden betrieblichen Gesundheitsmanagements finden Unternehmen unter anderem bei Krankenkassen, den Unfallversicherungsträgern und der Deutschen Rentenversicherung oder auch bei kommerziellen Anbietern wie Gesundheitszentren, Ernährungsberatern oder Instituten für betriebliche Gesundheitsförderung.

**Best-Practice-Beispiele, gerade auch aus kleinen und mittleren Unternehmen, finden sich online unter www.inqa.de sowie unter www.bmg.bund.de.**

## WER MACHT WAS?

| ARBEITGEBER | ARBEITNEHMER |
|---|---|
| gesunde Kantinenkost | Ernährungskurse, -beratung |
| gesundheitsfördernde Arbeitsplatzgestaltung | Rückenkurse, Walking |
| gesundheitsgerechte Mitarbeiterführung | Kurse zur Entspannung, Stressmanagement, Weiterbildung |
| Rauchfreier Betrieb, Verbesserung des Betriebsklimas (Mobbing, Mitarbeiterführung) | Kurse zur Tabakentwöhnung, Hilfs- und Beratungsangebote |
| Etablierung von Gesundheitszirkeln, bauliche Maßnahmen zur Gesundheitsförderung | |
| Arbeitsplatzwechsel, flexible Arbeitszeiten | |
| Leitbild, transparente Kommunikation, Führungskompetenz | |

# DIE **GEWERBEWOCHEN** BEI IHREN **KÖLNER FORD HÄNDLERN** BIS 31.05.2016.

**0,00 %**[1]
effektiver Jahreszins

**€ 1.000,–**[2]
Gewerbebonus

## FORD **FOCUS TURNIER** BUSINESS

1.5 l TDCI 70 kW (95 PS), Ford Navigationssystem mit 20,3 cm Touchscreen, Freisprecheinrichtung, Park-Pilot-System hinten, Berganfahrassistent, Klimaanlage, Tempomat, Fahrersitz mit Lendenwirbelstütze u. v. m.

Mit der monatlichen Finanzierungsrate von

**€ 114,–**[1,2]

| | Ford **FOCUS** |
|---|---|
| Kaufpreis (netto) | € 15.872,27 |
| Kaufpreis | € 18.888,- |
| Laufzeit | 36 Monate |
| Jährliche Laufleistung | 10.000 km |
| Sollzinssatz p.a. (gebunden) | 0,00 % |
| Effektiver Jahreszins | 0,00 % |
| Nettodarlehnsbetrag | € 15.588,- |
| Anzahlung | € 3.300,- |
| Gesamtdarlehnsbetrag | € 15.588,- |
| Restrate | € 11.598,- |

## FORD **KUGA** SYNC EDITION

2.0 l TDCI 88 Kw (120 PS), Klimaanlage, elektrisch anklappbare Außenspiegel, 17“ Leichtmetallfelgen, Berganfahrassistent, Freisprecheinrichtung, Tempomat, Park-Pilot-System hinten, Sportsitze vorne, Audiosystem CD u. v. m.

Mit der monatlichen Finanzierungsrate von

**€ 129,–**[1,2]

| | Ford **KUGA** |
|---|---|
| Kaufpreis (netto) | € 19.495,80 |
| Kaufpreis | € 23.200,- |
| Laufzeit | 36 Monate |
| Jährliche Laufleistung | 10.000 km |
| Sollzinssatz p.a. (gebunden) | 0,00 % |
| Effektiver Jahreszins | 0,00 % |
| Nettodarlehnsbetrag | € 19.900,- |
| Anzahlung | € 3.300,- |
| Gesamtdarlehnsbetrag | € 19.900,- |
| Restrate | € 15.385,- |

## FORD **MONDEO TURNIER** BUSINESS

1.5 l TDCI 88 kW (120 PS), Ford Navigationssystem mit 20,3 cm Touchscreen, Freisprecheinrichtung, Klimaautomatik, Beheizbare Frontschreibe und Vordersitze, Park-Pilot-System vorne und hinten, Tempomat, 16“ Leichtmetallräder, Dachreling, Berganfahrassistent u. v. m.

Mit der monatlichen Finanzierungsrate von

**€ 178,–**[1,2]

| | Ford **MONDEO** |
|---|---|
| Kaufpreis (netto) | € 21.840,34 |
| Kaufpreis | € 25.999,- |
| Laufzeit | 36 Monate |
| Jährliche Laufleistung | 10.000 km |
| Sollzinssatz p.a. (gebunden) | 0,00 % |
| Effektiver Jahreszins | 0,00 % |
| Nettodarlehnsbetrag | € 22.099,- |
| Anzahlung | € 3.900,- |
| Gesamtdarlehnsbetrag | € 22.099,- |
| Restrate | € 15.869,- |

## FORD **S-MAX** BUSINESS

2.0 l TDCI 110 kW (150 PS), Ford Navigationssystem mit 20,3 cm Touchscreen, Tempomat mit intelligentem Geschwindigkeitsbegrenzer, Verkehrsschild-Erkennungssystem, Freisprecheinrichtung, Klimaautomatik, 17“ Leichtmetallräder, Vordersitze beheizbar, Park-Pilot-System vorne und hinten u. v. m.

Mit der monatlichen Finanzierungsrate von

**€ 198,–**[1,2]

| | Ford **S-MAX** |
|---|---|
| Kaufpreis (netto) | € 24.033,61 |
| Kaufpreis | € 28.600,- |
| Laufzeit | 36 Monate |
| Jährliche Laufleistung | 10.000 km |
| Sollzinssatz p.a. (gebunden) | 0,00 % |
| Effektiver Jahreszins | 0,00 % |
| Nettodarlehnsbetrag | € 24.700,- |
| Anzahlung | € 3.900,- |
| Gesamtdarlehnsbetrag | € 24.700,- |
| Restrate | € 17.770,- |

# AUCH FÜR UNSERE **NUTZFAHRZEUGE!**

**0,00 %**[1]
effektiver Jahreszins

## FORD **TRANSIT CUSTOM** CITYLIGHT

2.2 l TDCI 74 kW (101 PS), Ganzjahresreifen, Audiosystem, Beifahrerdoppelsitz, Trennwand mit Fenster, Schiebetüre rechts, el. Fensterheber, Zentralverriegelung mit Fernbedienung u. v. m.

Mit der monatlichen Finanzierungsrate von

**€ 133,–**[1]

| | Ford **TRANSIT CUSTOM** |
|---|---|
| Kaufpreis (netto) | € 17.245,20 |
| Kaufpreis | € 20.521,79 |
| Laufzeit | 48 Monate |
| Jährliche Laufleistung | 10.000 km |
| Sollzinssatz p.a. (gebunden) | 0,00 % |
| Effektiver Jahreszins | 0,00 % |
| Nettodarlehnsbetrag | € 17.357,03 |
| Anzahlung | € 3.164,76 |
| Gesamtdarlehnsbetrag | € 17.357,03 |
| Restrate | € 11.106,03 |

## FORD **TRANSIT** BASIS

2.0 l TDCI 77 kW (105 PS), EURO 6, Doppelflügelhecktüre, el. Fensterheber, Zentralverriegelung mit Fernbedienung, Beifahrerdoppelsitz, ESP, ABS, Trennwand mit Fenster u. v. m.

Mit der monatlichen Finanzierungsrate von

**€ 160,–**[1]

| | Ford **TRANSIT BASIS** |
|---|---|
| Kaufpreis (netto) | € 20.006,51 |
| Kaufpreis | € 23.807,74 |
| Laufzeit | 48 Monate |
| Jährliche Laufleistung | 10.000 km |
| Sollzinssatz p.a. (gebunden) | 0,00 % |
| Effektiver Jahreszins | 0,00 % |
| Nettodarlehnsbetrag | € 20.113,77 |
| Anzahlung | € 3.693,97 |
| Gesamtdarlehnsbetrag | € 20.113,77 |
| Restrate | € 12.593,77 |

Abbildungen zeigen Wunschausstattung gegen Mehrpreis.

**Kraftstoffverbrauch (in l/100 km nach VO (EG) 715/2007 und VO (EG) 692/2008 in der jeweils geltenden Fassung): 5,0 – 3,8 (kombiniert); $CO_2$-Emissionen: 129 – 98 g/km (kombiniert).**

**Ihr individuelles Angebot erhalten Sie bei folgenden Ford Partnern:**

**AUTO STRUNK**
**Auto-Strunk GmbH**
Neusser Str. 460–474 | 50733 Köln
Tel.: 0221/74 94 0
**www.auto-strunk.de**

**LA LINEA**
**La Linea Franca KFZ-Handelsges. mbH**
Humboldtstr. 134 | 51149 Köln (Porz)
Tel.: 02203/30 47 0
**www.lalinea.de**

**KIERDORF**
**Autohaus KIERDORF Vertriebs GmbH**
Oskar-Jäger-Str. 166–168 | 50825 Köln
Tel.: 0221/40 08 50
**www.autohaus-kierdorf.de**

**GEBERZAHN**
**Autohaus Rudolf Geberzahn GmbH & Co KG**
Rösrather Str. 511 | 51107 Köln
Tel.: 0221/89 90 70
**www.ford-geberzahn.de**

**R&S**
**R&S Mobile GmbH & Co. KG**
Robert-Bosch-Str. 4 | 50769 Köln
Tel.: 0221/70 91 70
**www.rsmobile.de/gewerbe-ford**

# www.fordhändler-köln.de

[1] Ein Finanzierungsangebot der Ford Bank (Josef- Lammerting- Allee 24-34, 50933 Köln) für gewerbliche Einzelabnehmer ohne gültigen Ford Rahmenvertrag bei Kaufvertragsabschluss und Abschluss eines Darlehnsvertrages bis zum 31.05.2016. Die Finanzierung mit 0,00 % effektivem Jahreszins gilt für die Modelle Ford Fiesta, B-MAX, EcoSport, Focus (außer Focus RS und Focus Electric), C-MAX (außer C-MAX Energi), Kuga, Mondeo, S-MAX, Galaxy, Edge, Tourneo Courier, Tourneo Connect, Transit Courier, Transit Connect, Transit Custom und Ford Transit. [2] Der Gewerbebonus i. H. v. € 1.000,- gilt für gewerbliche Einzelabnehmer ohne gültigen Ford Rahmenvertrag bei Kaufvertragsabschluss bis zum 31.05.2016 für die Modelle Ford Fiesta, Focus (ohne RS, Electric), B-MAX, EcoSport, Tourneo Courier, C-MAX (ohne Energie), Kuga, Mondeo, S-MAX , Galaxy und Tourneo Connect gewährt und wurde in den Angeboten bereits berücksichtigt.