WWW.DIEWIRTSCHAFT-KOELN.DE | AUSGABE 05.17

DIE WIRTSCHAFT

DAS WIRTSCHAFTS-MAGAZIN FÜR KÖLN UND DIE REGION

IMAGE DER DOMSTADT FÖRDERN

Für mehr Wirtschaft, Tourismus und Marketing

Ab Seite 44

KÖLNS IMMOBILIEN IMMER TEURER

Nicht nur Wohnraum ist in Köln teuer. Auch Gewerbeimmobilien verzeichnen einen stetigen Preisanstieg.

Ab Seite 6

HUMANOIDE ROBOTER

In freundlicher Mission

Ab Seite 50

NEUE IMPULSE FÜR MEETINGS UND EVENTS.

Eine erfolgreiche Veranstaltung ist mehr als nur Tische und Stühle. Persönlicher Kontakt, 365 exklusive Zimmer, neueste Technik, innovative Meeting-Konzepte und modernes Design – wir beraten Sie gern!

KÖLN MARRIOTT HOTEL

JOHANNISSTRASSE 76-80. 50668 KÖLN
KOELNMARRIOTT.DE

MARRIOTT
KÖLN

Vorwort

KRÄFTE BÜNDELN, MARKE SCHAFFEN

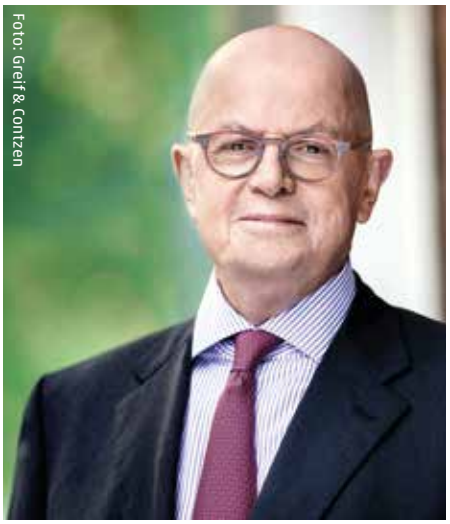


Foto: Greif & Contzen

2.003 Aussteller aus 75 Ländern, rund 41.500 Besucher: Anfang Oktober zeigte die EXPO REAL in München als wichtigster Branchentreff der europäischen Immobilienwirtschaft einmal mehr eindrucksvoll Stärke, Bedeutung und Vielfalt der Branche. Mittendrin: die Region Köln/Bonn, die sich partnerschaftlich präsentierte und dabei unter dem Motto „Der Speckgürtel von Köln“ die umliegenden Kreise mitnahm. Wie Köln/Bonn agierten auch andere europäische Regionen, sodass es in diesem Jahr auffällig viele große Gemeinschaftsstände gab. Ein voraussichtlich unumkehrbarer Trend, denn im weltweiten Wettbewerb um Fachkräfte, Investitionen, Touristen und Bürger können Städte und Kreise nur in größeren Zusammenschlüssen stark und sichtbar sein. Um erfolgreich zu bleiben, müssen Kräfte gebündelt und starke Marken gebildet werden. So wie es die Kölner Region mit der Einbettung in die Metropolregion Rheinland vorhat – eine Region von internationaler Bedeutung, die selbstbewusst darauf drängen kann, bei den international und überregional agierenden Unternehmen einerseits und in Berlin, Brüssel sowie global andererseits ihrer Bedeutung entsprechend wahrgenommen zu werden.

Skeptiker sagen, mit solchen Zusammenschlüssen über Stadt- und Kreis-Grenzen hinweg würden wir uns innerhalb der Kooperationen untereinander unnötig Konkurrenz machen, aber das Gegenteil ist der Fall: Wenn wir uns alle als Metropolregion begreifen, dann schließt das einen gesunden Wettbewerb innerhalb der Region nicht aus. Der wichtige erste Schritt ist jedoch, potenzielle Investoren und Unternehmen auf die Region als Ganzes aufmerksam zu machen, damit die Entscheidung im Vergleich mit anderen Metropolregionen der Welt „pro Rheinland“ heißt. Davon profitieren wir unterm Strich alle sehr viel mehr, als wenn diese Entscheidungen zugunsten anderer Regionen in Europa oder der Welt fallen.

Das gemeinsame Marketing auf internationaler Ebene muss deshalb rasch ausgebaut werden. Das Rheinland hat exzellente Standortbedingungen für Unternehmen, eine breit aufgestellte Hochschullandschaft sowie viele hoch qualifizierte Ausbildungsbetriebe, die die Fachkräfte von morgen ausbilden. Es bietet eine diversifizierte Branchenstruktur mit hochwertigen Arbeitsplätzen und ist dabei sowohl landschaftlich wie auch kulturell sowie durch die bekannt freundliche Mentalität überaus attraktiv: Pluspunkte, um die weitere Ansiedlung von Unternehmen zu fördern, Spitzenkräfte hierherzuholen und die Region zukunftsfest aufzustellen. Pluspunkte, über die wir reden, die wir stärken und die wir offensiv vermarkten sollten. Und zwar schnell.

Theodor J. Greif,
Geschäftsführer der
Greif & Contzen Immobilien GmbH

Jede Ausgabe stellt DIE WIRTSCHAFT das Vorwort passend zu unserem Titelthema interessanten Experten zur Verfügung.

Namentlich gekennzeichnete Artikel geben nicht in jedem Falle die Meinung des Verlages wieder.

HIGHLIGHTS DIESER AUSGABE

Gewerbeimmobilien – Stetig steigende Preise

..... ab Seite 06

RUBRIK: MACHER & MÄRKTE

Großer Umbau Rudolfplatz

..... ab Seite 16
Foto: ksg / Ponnie Images

Außerdem: **Infrastruktur bremst Gewerbemarkt** Seite 10 | **Optimierte Prozesse im Büro** Seite 11

RUBRIK: BRANCHEN & BETRIEBE

Aufstrebendes Start-Up: Cognigy

..... ab Seite 24
Foto: Cognigy GmbH

Außerdem: **Nachhaltig Wirtschaften** ab Seite 18 | **Interview: Walter Passmann** ab Seite 20 | **Studie: Digitalisierung in Deutschland** Seite 23

RUBRIK: GELD & GESCHÄFT

Drei Säulen für ein starkes Köln

..... ab Seite 44
Foto: Horst Gerlach - istockphoto.com

Außerdem: **Gleiches Geld für gleiche Arbeit** ab Seite 36 | **Herbst-Konjunkturbericht der IHK Köln** ab Seite 40 | **Diversity: Vielseitigkeit zahlt sich aus** ab Seite 42

RUBRIK: LEBEN & WISSEN

Vereinbarkeit von Beruf und Familie

..... ab Seite 56
Foto: JenkoAtaman / Fotolia.com

Außerdem: **Traditionsunternehmen: hitschler** Seite 53 | **Erfolgreich mit Growth Hacking** ab Seite 60 | **Event-Location: HafenRaum** Seite 66

IMPRESSUM

Verlag und Herausgeber:
Weis Wirtschaftsmedien GmbH
Eugen Weis
Hahnenstr. 12, 50667 Köln
Telefon 0221.4743924
info@diewirtschaft-koeln.de
www.diewirtschaft-koeln.de

Redaktions- und Objektleitung:
Alex Weis (ViSdP),
Hahnenstr. 12, 50667 Köln
Telefon: 0221.4743924
redaktion@diewirtschaft-koeln.de

Redaktion:
Heribert Eiden *(he)*, Monika Eiden *(mei)*, Matze Ehlers *(me)*, Catrin Kindler *(ck)*, Ina Laudenberg *(il)*, Edda Nebel *(en)*, Alena Staffhorst *(as)*, Astrid Waligura *(aw)*, Eugen Weis *(ew)*

Fotos: Alexander Weis, Fotolia.com sowie Kunden und privat

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

Jahrgang: 2, Heft 5/2017

Druck: Druckhaus DOC
Zeißstr. 23-27, 50171 Kerpen
Telefon: 02237.9757011

Gestaltung / Layout:
Amann Design
Rixdorfer Str. 9, 51063 Köln
Telefon: 0221.3465088
E-Mail: kontakt@amanndesign.de

Auflage: 17.000 Exemplare

Beilage: Auto-Centrum Walter Coenen

© Weis Wirtschaftsmedien GmbH 2017 - Nachdruck und Vervielfältigungen jeglicher Art, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung des Verlages. Alle Urheberrechte liegen bei DIE WIRTSCHAFT / oder beim Verlag bzw. den Autoren. Auch Werbeschaltungen sind urheberrechtlich geschützt. Es gelten unsere AGBs. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist Köln.

Audi in Köln – für Köln.

Sportliches Leasingangebot nur für Gewerbetreibende[1]

z.B, Audi RS6 Avant performance 4.0 TFSI quattto, 8-stufig tiptronic*
Ausstattung: Nardograu, Luftfederung mit elek. geregelter Dämpfung, Alu-Gussräder 21“, Audi Sound system, Bluetooth-Schnittstelle, Dekoreinlagen Carbon in RS-Optik Audi exclusive, Einparkhilfe plus, Diebstahlwarnanlage, Fahrerinformationssystem, Gepäckraumklappe elektrisch öffnend und schließend, Geschwindigkeitsregelanlage, Komfortklimaautomatik, LED-Heckleuchten, LED-Scheinwerfer, Leder Valcona, MMI Navigation plus, Multifunktions-Sportlederlenkrad, S-Sportsitze vorn, Sitzheizung vorn, Vordersitze elek. einstellbar inkl. Memory-Funktion u.v.m.

Monatliche Leasingrate netto[1,2]:

€ 999,00 zzgl. MwSt.

Leistung: 445 kW (605 PS)

Sonderzahlung: € 0,–
Jährliche Fahrleisung: 10.000 km
Vertragslaufeit: 36 Monate

*** Kraftstoffverbrauch l/100 km: innerorts 13,4; außerorts 7,4; kombiniert 9,6; CO_2-Emission g/km kombiniert: 223 g/ km; Effizienzklasse: E.**

[1] Abgebildete Sonderausstattungen sind im Angebot nicht unbedingt berücksichtigt. Es gelten die Merkmale des deutschen Marktes. Ein Angebot der Audi Leasing, Zweigniederlassung der Volkswagen Leasing GmbH, Gifhorner Straße 57, 38112 Braunschweig. Bonität vorausgesetzt. Weitere Informationen erhalten Sie unter www.audi.de. Das Angebot gilt nur solange der Vorrat reicht und nur für Kunden, die zum Zeitpunkt der Bestellung bereits sechs Monate als Gewerbetreibender (ohne gültigen Konzern-Großkundenvertrag bzw. die in keinem gültigen Großkundenvertrag bestellberechtigt sind), selbstständiger Freiberufler, selbstständiger Land- und Forstwirt oder Genossenschaft aktiv sind. Bei der vom Kunden ausgeführten Tätigkeit muss es sich um seine Haupteinnahmequelle handeln.
[2] zzgl. Überführungskosten (655,46 € netto) und Zulassungskosten. Änderungen, Aktionsende und Fehler vorbehalten.

FLEISCHHAUER
Unternehmensgruppe

Audi Zentrum Köln-Mitte

Autohaus Jacob Fleischhauer GmbH & Co. KG
Weinsbergstraße 160, 50823 Köln-Ehrenfeld, Tel.: 02 21 / 57 74-411
thomas.goethe@fleischhauer.com
www.audi-zentrum-koeln-mitte.audi

Audi Zentrum Köln

Autohaus Jacob Fleischhauer GmbH & Co. KG
Bonner Str. 328, 50968 Köln-Raderberg, Tel.: 02 21 / 3 76 83-199
henrik.launhardt@fleischhauer.com
www.audi-zentrum-koeln.audi

Autohaus Jacob Fleischhauer GmbH & Co. KG

Frankfurter Str. 665–675, 51145 Köln-Porz
Tel.: 0 22 03 / 37 07-32
christian.herrmann@fleischhauer.com
www.fleischhauer-koeln.audi

Foto: Eugenesergeev - Fotolia.com

STETIG STEIGENDE IMMOBILIENPREISE

Nicht nur Wohnraum ist in Köln teuer. Auch Gewerbeimmobilien verzeichnen einen stetigen Preisanstieg.

Ob Büro oder Lager, Kleingewerbe oder Großproduktion – Gewerbeimmobilien in Köln haben ein durchweg hohes Preisniveau. Sinkender Bestand trifft auf hohe Nachfrage. Gerade im Bürosektor, wo höher ausgestattete Objekte gefragt sind, ist die Auswahl begrenzt.

Der Markt der Gewerbeimmobilien in Köln zeigt für das Jahr 2017 steigende Preise. Den Grund kennt Peter Lausmann, Senior PR Manager Corporate Communications bei Jones Lang LaSalle SE: „Über alle Assetklassen hinweg hat der Produktmangel im Markt allerdings zu eher steigenden Preisen geführt." Büros als Investmentklasse dominieren den Markt. Die Produktknappheit in diesem Segment hat allerdings dazu geführt, dass auch viele Entwicklungsflächen verkauft worden sind.

Der Büromarktbericht des Kölner Immobilienspezialisten Greif & Contzen gibt den Kölner Büroflächenumsatz für 2016 mit 440.000 Quadratmetern an. Dieser Wert ist allerdings ein absoluter Ausreißer nach oben. In den Jahren zuvor lag er bei unter 300.000 Quadratmetern, und für 2017 liegt die Prognose bei 330.000 Quadratmetern. Grund für den Spitzenwert von 2016 war eine Großflächenanmietung von 60.000 Quadratmetern durch die Zurich Versicherung in Köln-Deutz.

Büro-Leerstandsquote bei unter fünf Prozent

Ein Indikator, wohin die Reise für die Preise geht, ist die Leerstandsquote. Die ist in den vergangenen Jahren stetig gesunken – von 7,4 Prozent im Jahr 2013 auf 4,6 Prozent in 2016. Für dieses Jahr lautet die Prognose von Greif & Contzen einen weiteren Fall auf 3,8 Prozent. Uwe Mortag, Geschäftsführer der Larbig & Mortag Immobilien GmbH, weiß die Zahlen einzuordnen. Im Gespräch mit DIE WIRTSCHAFT sagt er: „Ein Leerstand von weniger als fünf Prozent erzeugt einen Druck am Markt, der die Preise steigen lässt."

Herwig Lieb, Regional Manager Köln bei Colliers International, skizziert die Lage so: „Der Kölner Markt für Gewerbeimmobilien hat sich in den letzten Jahren sehr dynamisch entwickelt. War vor einigen Jahren immer nur die Rede von den fünf deutschen Immobilienhochburgen Berlin, Düsseldorf, Frankfurt, Hamburg und München, so wird Köln heute in einem Atemzug mit diesen Städten genannt."

Die gewichtige Rolle Kölns bei Gewerbeimmobilien sieht auch Peter Lausmann von JLL. „Köln hat sich auf einem hohen Niveau etabliert. Der Vermietungsmarkt hat die Marke von 300.000 Quadratmetern in den vergangenen beiden Jahren jeweils übertroffen und wird mit bislang 257.300 Quadratmetern nach drei Quartalen auch in diesem Jahr diese Marke sicher überspringen. Auch der Investmentmarkt hat bewiesen, dass Köln für Großabschlüsse gut ist und sich mittlerweile auf über 1,5 Milliarden Euro Transaktionsvolumen im Jahr etabliert hat. Aktuell sind in diesem Jahr bereits 1,67 Milliarden Euro erreicht."

Hohe Nachfrage auch bei Produktionshallen, Lagerflächen und Ladenlokalen

Als Immobilieninvestment dominiert das Bürosegment den Markt. Allerdings sorgt die Produktknappheit dafür, dass auch vie-

le Entwicklungsflächen verkauft wurden. Aber auch bei Produktionshallen, Lagerflächen und Ladenlokalen ist die Nachfrage aktuell in guten Lagen im Kölner Stadtgebiet hoch. Der Einzelhandelsmarkt in der Kölner City profitiert enorm von seinen diversifizierten Lagen, die unterschiedlichen Mieterbesatz anlocken. Die rasche Entwicklung des Teilmarktes Deutz auf dem Bürosektor ist bemerkenswert.

Laut Greif & Contzen konnte der Stadtteil in diesem Jahr die beiden größten Flächenumsätze verzeichnen. Knapp 19.000 Quadratmeter Bürofläche hat das Bundesamt für Familie und zivilgesellschaftliche Aufgaben angemietet. Die international aufgestellte Strabag AG baut zur Eigennutzung 17.100 Quadratmeter Bürofläche an der Siegburger Straße. Das größte deutsche Verkehrswegebauunternehmen errichtet an der Hausnummer 241 ein fünfgeschossiges Gebäude plus Tiefgarage. Die Investitionssumme liegt bei rund 45 Millionen Euro, ausführendes Generalunternehmen ist die Ed. Züblin AG, die Strabag SE Gesellschaft für Hoch- und Ingenieurbau.

Neben Deutz und Deutzer Hafen stehen auch andere Lagen außerhalb der City wie zum Beispiel Kalk/Mülheim oder Bayenthal/Marienburg hoch im Kurs und liegen über ihren langjährigen Durchschnittswerten. „Diese Verschiebung vom Zentrum in die Peripherie geht primär auf die Flächenknappheit in zentralen Lagen und das Ausschöpfen der vorhandenen Flächenpotenziale in peripheren Teilmärkten zurück“, berichtet Simon Löseke, Director Office Agency bei Savills in Köln, und fährt fort: „Bezugsfertige Büroflächen im Bestand sind in unserer Rheinmetropole Mangelware.“ Die logische Konsequenz: Gegenüber dem Vorquartal sank die Leerstandsquote um weitere 30 Basispunkte auf 5,0 Prozent. Savills geht davon aus, dass diese bis zum Jahresende die 5-Prozent-Grenze unterschreiten wird.

Uwe Mortag, Larbig & Mortag GmbH

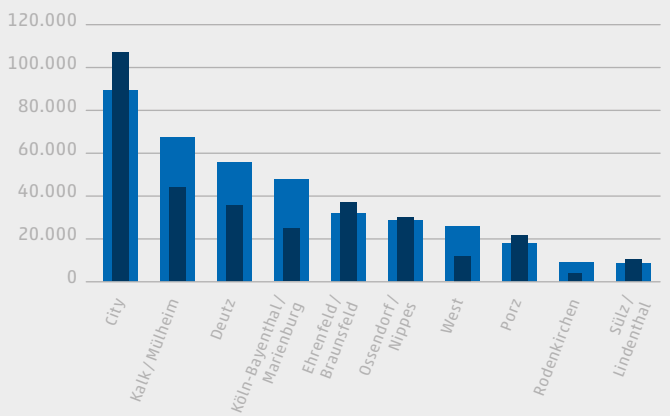
Foto: Heribert Elden

Die Porzer City wird umgekrempelt

Nach langen Jahren des Stillstands tut sich im Stadtteil Porz endlich Neues. Das ehemalige Hertie-Gebäude am Friedrich-Ebert-Platz wird abgerissen, an gleicher Stelle werden unter dem Titel „Neue Mitte Porz“ drei frei stehende Gebäude inkl. Tiefgaragen gebaut. Insgesamt werden so auf 30.000 Quadratmeter Bruttogrundfläche Einkaufsmöglichkeiten, Wohnraum und Raum für kirchliche Nutzungen geschaffen. Die Attraktivität der Porzer Innenstadt wird durch einen Supermarkt, diverse kleinere Einzelhandels- und Gastronomieflächen gesteigert. Außerdem entstehen rund 100 Wohnungen, wobei hier ein Anteil von 30 Prozent öffentlich gefördertem Wohnraum vorgesehen ist.

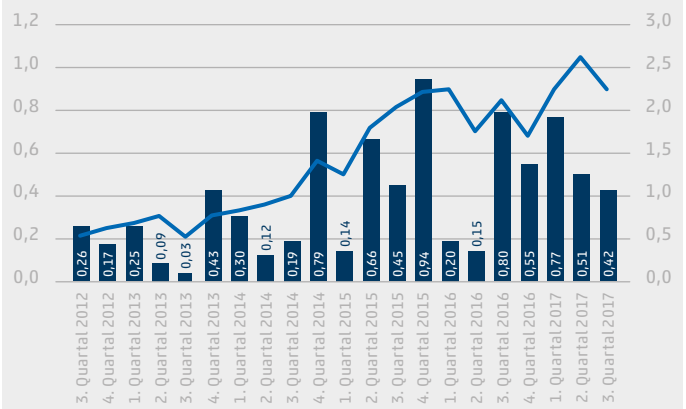
Der höchste Nachfrageüberhang besteht im mittleren Preissegment zwischen 13,00 und 16,00 Euro je Quadratmeter. Zwar kommen in den nächsten zwei Jahren fast 200.000 Quadratmeter neue Bürofläche auf den Markt, jedoch bedient ein Großteil davon das hochpreisige Segment. „Viele Mieter sind derzeit nicht bereit, höhere Mieten zu zahlen. Vielmehr agieren sie häufig abwartend, neigen zur Prolongation (Verlängerung der ursprünglichen Geltungsdauer des Mietvertrags) und versuchen, sich auf ihrer Bestandsfläche zu arrangieren“, stellt Löseke fest und blickt voraus: „In Anbetracht des zunehmend geringer werdenden Flächenangebots wird das Mietniveau mittelfristig steigen.“ Er rät Mietern daher, lieber heute als morgen abzuschließen und ausreichend Vorlauf einzuplanen, um auch neue Projektentwicklungen bei der Prüfung zu berücksichtigen – auch in höheren Preiskategorien. Hier herrscht noch ein Angebotsüberhang, sodass Mieter größere Auswahlmöglichkeiten haben.

Flächenumsatz Köln nach Teilmarkt



Quelle: Savills

Gewerbetransaktionsvolumen Köln



Quelle: Savills

Foto: Greif & Contzen

Bürostandort mit Flair: Die Seilerei in der Schanzenstraße.

Die neu fertiggestellten Büroflächen bleiben auf einem hohen Level. Analog zum Mietflächenmarkt gab es auch bei Neubauten im Jahr 2016 einen Spitzenwert, 110.000 Quadratmeter Bürofläche wurden in der Domstadt hochgezogen. Die Prognosen für 2017 sehen 95.000 Quadratmeter neue Fläche vor.

Die Frage, wie sich in den einzelnen Segmenten die Preise entwickeln, bedarf einer differenzierteren Betrachtung. Im Bürosegment stehen die Mieten aufgrund der relativ angespannten Leerstandssituation unter Druck. Gerade erstklassige Immobilien konnten in der jüngeren Vergangenheit eine leichte Mietpreissteigerung verzeichnen. Höchstmieten lagen im Jahr 2016 bei Euro 24,80, Tendenz weiter steigend, in diesem Jahr könnten sie die 25 Euro je Quadratmeter erreichen.

Im Einzelhandelsbereich war einerseits in den Premiumlagen und einfachen Lagen ein konstantes Preisniveau zu beobachten, andererseits konnten hochwertige B-Lagen preislich deutlich aufschließen. So hat sich zum Beispiel der Bereich um die Mittelstraße immer mehr zu einer Lage entwickelt, die von internationalen Premium-Brands geschätzt wird.

Durch das reduzierte Angebot ist bereits jetzt eine Mietpreissteigerung sichtbar. Dabei zeigt sich ein deutlicher Unterschied zwischen den Größenklassen. Nochmals Uwe Mortag von Larbig & Mortag: „Flächensuchende unter 1.000 Quadratmetern finden eine ausreichende Anzahl an Mietobjekten vor. Ab 1.000 Quadratmeter ist die Auswahl im gesamten Stadtgebiet an Immobilienalternativen deutlich eingeschränkter, vor allem dann, wenn der Nutzer seinen Flächenbedarf auf einer Etage abbilden möchte und einen höheren Objektstandard erwartet."

Großflächen sind absolute Mangelware

„Flächennachfragen weit über 5.000 Quadratmeter treffen auf einen Immobilienmarkt mit fast null Leerstand. In dieser Größenklasse gibt es nur noch eine Handvoll Bestandsimmobilien, die auch verfügbar sind. Hier müssen sich suchende Unternehmen auf längere Vorlaufzeiten für die Anmietung von Großflächen einstellen", skizziert Mortag die Situation mit seit Jahren linear ansteigenden Preisen.

„Kölner Gewerbeimmobilien stehen bei immer mehr Investoren in den Suchprofilen, jedoch stellt die kleinteilige und lokal geprägte Eigentümerstruktur weiterhin gewisse Hürden dar. Im Bereich der Großtransaktionen ist der Markt jedoch in hohem Maße institutionalisiert und vermehrt auch internationalisiert", berichtet Elmar Wirths, Director/Head of Cologne Office bei Savills. Nichtsdestotrotz entfiel im bisherigen Jahresverlauf mit 32 Prozent weniger als ein Drittel des Transaktionsvolumens auf ausländische Käufer. Damit lag ihr Anteil deutlich unter dem Mittel der vergangenen fünf Jahre von 43 Prozent.

Außerdem ist feststellbar, dass immer mehr Akteure auch gemischt genutzte Immobilien in ihr Portfolio integrieren. Im bisherigen Jahresverlauf entfiel ein Drittel und damit sogar der zweitgrößte Anteil am Transaktionsvolumen auf Mischobjekte – nur Büroimmobilien waren mit 42 Prozent noch stärker vertreten. Dies lag jedoch im Wesentlichen an den beiden größten Transaktionen, die jeweils eine Mischnutzung aufweisen.

Logistikbranche braucht Flächen für die „letzte Meile"

Und für die Logistikbranche sieht Herwig Lieb von Colliers International: nach Jahren der Konstanz eine neue Entwicklung. „Seit ca. 1,5 Jahren zieht die Nachfrage wieder an. So rücken ‚Brownfield-Entwicklungen' wieder in den Fokus von Nutzern und Investoren, innerstädtische Logistik ist wieder ein Thema auf der Agenda und Lagen außerhalb

Foto: Pixabay/pixel2013

Aurora geht, das neue Immobiliengebiet Deutzer Hafen ist in der Entwicklung.

Foto: PARETO

Neubau der Bank für Sozialwirtschaft am Konrad-Adenauer-Ufer.

des Eifeltors gewinnen stetig an Bedeutung und Attraktivität." Als Brownfield-Entwicklungen bezeichnen Experten die Errichtung von Lagern auf ehemaligen Industrie- oder Militärflächen. Auch wenn die Beseitigung von Altlasten oft teuer und zeitintensiv ist, lohnen sich solche Projekte gerade in guten Lagen durchaus.

Gute Lagen werden für die Logistiksparte immer wichtiger. Denn der weiter zunehmende Onlinehandel verstärkt die Nachfrage nach guten Citylagen, um die „letzte Meile" zu bedienen, ein Begriff aus dem Bereich der Telekommunikation, der den Anschluss des Netzes von der Straße hin zum Endgerät bezeichnet. „Lösungen für die letzte Meile setzen ein funktionierendes System an Logistikimmobilien voraus, die aufeinander abgestimmt den Warenfluss optimieren. Nur ein Zusammenspiel der großen Zentrallager und mittleren Nachschubstellen am Stadtrand mit den Mikrodepots in der Innenstadt wird die gewünschten schnelleren Lieferzeiten ermöglichen", so Michael Dufhues, Vorstand der BREMER AG in der Studie „Logistik und Immobilien 2017" der bulwiengesa AG.

„Möglichst nahe am Kunden zu sein und diesen, wenn nötig, sogar am gleichen Tag zu beliefern – das wird zukünftig der Anspruch sein, sowohl an die Logistiker als auch an die Entwickler", so Tobias Kassner, der Leiter der oben genannten Studie. Ihm wie auch allen anderen Logistikexperten ist dabei eines bewusst: Citylogistik-Flächen wird es nicht zu ‚Grüne-Wiese'-Mieten geben können.

Köln ist einer der attraktivsten Wohn- und Arbeitsstandorte in Deutschland mit einer hohen Lebensqualität und einem weltoffenen und freundlichen Lebensgefühl. Ein gut ausgebautes öffentliches Verkehrsnetz sorgt für schnelle Verbindungen innerhalb des Stadtgebiets. Aber auch europäische Großstädte sind von Köln aus innerhalb weniger Stunden zu erreichen: Brüssel, Amsterdam, Luxemburg, London und Paris. Köln verfügt über einen citynahen und gut funktionierenden Flughafen und ist Teil der Rhein-Ruhr-Region – einer der größten und wirtschaftlich stärksten Regionen weltweit.

Insofern ist Köln für Gewerbe jeglicher Prägung ein interessanter Standort. Die Innenstadt ist beim Handel begehrt. Die Entwicklungspotenziale sind im Rechtsrheinischen mit Deutz, Deutzer Hafen, Mülheim-Süd und Kalk höher als linksrheinisch. Obwohl auch hier mit Ossendorf/Butzweilerhof und Braunsfeld/Ehrenfeld starke Gebiete noch viele Möglichkeiten bieten. Sowohl für alteingesessene Traditionsunternehmen mit Expansionswünschen als auch neue Unternehmen von außerhalb.

Heribert Eiden

GEWERBEMARKT KÖLN UND UMLAND

Infrastruktur-Probleme bremsen Wachstum

Foto: Greif & Contzen

Hallenfläche wird in der Kölner Region knapp. Der Gewerbemarkt ist reif für spekulativen Neubau.

Auf den ersten Blick sieht alles gut aus: Auf dem Markt für Industrie-, Lager- und Logistikimmobilien erwarten wir bis zum Jahresende einen Gewerbeflächenumsatz von rund 300.000 Quadratmetern. 50 Prozent über dem Vorjahreswert. Nachdem der Flächenumsatz bereits bis Ende September 2017 im Kölner Stadtgebiet bei rund 100.000 Quadratmetern Hallenfläche lag, rechnen wir für Köln bis Jahresende mit rund 130.000 Quadratmetern. Eine Zahl, mit der der Fünfjahresdurchschnitt um über 60 Prozent übertroffen würde. Nimmt man das Kölner Umland hinzu, kam die Logistikregion in den ersten drei Quartalen des Jahres bereits auf eine Vermietungsleistung von circa 220.000 Quadratmetern.

Grundlage dieses Wachstums sind vor allem mehrere große Mietvertragsabschlüsse sowie Baumaßnahmen für den Eigenbedarf oberhalb von 10.000 Quadratmetern. Unter anderem haben der Papierproduzent Papyrus Deutschland und der IT-Dienstleister Computacenter jeweils etwa 22.000 Quadratmeter angemietet – Papyrus in Köln-Niehl, Computacenter in Kerpen. Und in Köln-Ossendorf legte der aus Münster stammende Getränke-Lieferdienst „flaschenpost“ mit rund 5.500 Quadratmetern Hallenfläche den Grundstock für künftige Expansion. Nur einige Beispiele aus vielen, die die ungebrochene Attraktivität der Kölner Region belegen.

Und so sind derzeit lediglich rund 130.000 Quadratmeter an Gewerbeflächen im Kölner Stadtgebiet noch zu haben; 19 Prozent weniger als im Vorjahreszeitraum. Im Umland gingen die freien Hallenflächen sogar um rund 30 Prozent auf etwa 310.000 Quadratmeter zurück. Vor allem kleinere Halleneinheiten zwischen 800 und 2.000 Quadratmetern sind kaum auf dem Markt.

Hohe Nachfrage, geringes Angebot: eine Marktkonstellation, die den Mieten für Lagerhallen in Kölner Gewerbegebieten einen leichten Aufwärtstrend beschert. In Neubauten werden rund 4,85 bis 5,00 Euro pro Quadratmeter Hallenfläche erzielt. Im Umland bewegen sich die Preise je nach Standort und Objekteigenschaften zwischen 2,40 und 4,80 Euro pro Quadratmeter. Eine hohe Nachfrage besteht auch bei den Verkaufsobjekten. Und auch hier lässt das knappe Angebot die Preise steigen – wenn bislang auch in diesem Segment in der Kölner Region durchaus moderat – und drückt damit auch auf die Nettoanfangs-Spitzenrendite für Logistikimmobilien, die seit Jahresanfang um 0,1 Prozentpunkte auf 4,9 Prozent sank.

So weit, so gut. Noch. Denn auf den zweiten Blick zeigen sich Schwächen, die mittelfristig den Kölner Gewerbemarkt erheblich ausbremsen könnten: Zum einen macht die Knappheit an verfügbaren Grundstücken und an geeigneten Nutzflächen dem Markt zu schaffen. Kapazitäten fehlen, der Mangel wird sich weiter verschärfen. Köln und das Umland sind reif für spekulativen Neubau.

Zum anderen sind es vor allem Verkehrsprobleme, die sich negativ auf die Standortakzeptanz auswirken. Infrastrukturelle Probleme erweisen sich insbesondere bei den Gewerbegebieten im Kölner Norden als Wachstumshürden. Hier fällt auf, dass die Einschätzungen zur Standortqualität durch die Probleme bei der Verkehrsinfrastruktur bereits spürbar kritischer werden.

Behinderungen wie aktuell die Sperrung der Leverkusener Autobahnbrücke für den Schwerlastverkehr, die zahlreichen Baustellen, eingeschränkte Erreichbarkeit und schlechte Straßenzustände schlagen also bereits fühlbar auf die Standortakzeptanz der Kölner Region durch. Um die Logistikregion erfolgreich zu halten, ist Gewerbebauland für Neubaumaßnahmen deshalb ebenso notwendig wie eine konsequente und rasche Verbesserung der Verkehrsinfrastruktur. Zu lange wurde hier zu wenig oder das Falsche getan.

Foto: Greif & Contzen

Gastautor: Frank Klähn, Leiter des Unternehmensbereichs Industrie- und Logistikimmobilien bei Greif & Contzen

OPTIMIERTE PROZESSE IM BÜRO

Der Maßanzug für ein modernes Arbeitsumfeld

Illustration: Colliers

Ausgewogene Mischung an Büro-, Rückzugs- und Kommunikationsflächen.

Zukunftsfähige Unternehmen müssen das gesamte Arbeitsumfeld und alle Arbeitsprozesse ihrer Mitarbeiter im Vorfeld genauestens analysieren, um eine effiziente und für den Mitarbeiter angenehme Arbeitsumwelt zu schaffen.

Herwig Lieb, Niederlassungsleiter des Immobiliendienstleisters Colliers International in Köln, ist überzeugt: „Die Analyse und Entwicklung von individuellen Arbeitswelten sollte heutzutage noch vor der ersten Besichtigung der präferierten Büroimmobilie erfolgen." Nur so sei gewährleistet, dass die Immobilie den Anforderungen und den Bedürfnissen der Mitarbeiter und des Unternehmens entspricht.

Prozessoptimierung gehört in anderen Wirtschaftssektoren, wie dem produzierenden Gewerbe, seit Jahrzehnten zum Standard. Die effiziente Arbeitsplatzorganisation innerhalb der Büros wird bei vielen Unternehmen nach wie vor eher stiefmütterlich behandelt. Einige Branchen schwören bei der Arbeitsplatzorganisation immer noch auf das geliebte „stille Kämmerlein" (sprich Einzelzimmer), um effizient zu arbeiten. „Nach einer dezidierten Analyse der Arbeitsabläufe stellt sich aber oft heraus, dass eine ausgewogene Mischung aus Kommunikationsbereichen und Ruhezonen das Optimum darstellt. Nur so lässt sich der Austausch zwischen den einzelnen Abteilungen gezielt fördern und Synergien lassen sich nutzen", erklärt Büro-Experte Cem Ergüney. Er führt in der Colliers-Niederlassung das Büromietungs-Team und kennt die Grundbedürfnisse seiner Kunden ganz genau.

Die passende Liegenschaft für die moderne Arbeitswelt

Themen wie das „Wohlfühlen am Arbeitsplatz", das „Anbieten von Service-Dienstleistungen auf der eigenen Fläche für die Mitarbeiter" und das „Schaffen einer Infrastruktur für die Vereinbarkeit von Beruf und Familie" rücken immer stärker in den Fokus. Diese Themen haben einen maßgeblichen Einfluss bei der Auswahl der passenden Büro-Liegenschaft und auf die Gestaltung der modernen Arbeitswelt in der angemieteten Fläche.

Auch vor dem Hintergrund der immer knapper werdenden „Ressource" an Arbeitnehmern, der angespannten Lage auf dem Arbeitsmarkt und des Mangels an Fachkräften hinterfragen immer mehr Unternehmen ihre bisherigen Büroformen. Werden die besten Mitarbeiter bei mir bleiben? Werde ich auch zukünftig die Topperformer für mich gewinnen können?

Die demografische Entwicklung gepaart mit der fortschreitenden Digitalisierung verändert die Arbeitsabläufe sowie die Anforderungen an Bürowelten massiv – wobei wir hier erst am Anfang der Entwicklung stehen. Projektspezifische Aufgaben und sich ständig ändernde Marktbedingungen erfordern entsprechende Teamkonstellationen und flexible Raumlösungen. Die technische Voraussetzung innerhalb der Immobilie muss als Standard bei der Büroauswahl betrachtet werden.

Schaffung eines optimalen Arbeitsumfeldes

Doch wie sollten Unternehmen vorgehen, die sich dazu entschließen, ihr Arbeitsumfeld effizienter und optimaler zu gestalten? „Über allem stehen folgende Überlegungen: Wie schaffe ich ein optimales Arbeitsumfeld, damit ich meine Mitarbeiter halte, an Attraktivität für neue Kollegen insbesondere der Generation Y gewinne und meine Arbeitsabläufe optimiere? Zu der Analyse dieser Fragestellungen gehört auch die Erfassung von innerbetrieblichen Prozessen sowie der Mitarbeiterstruktur etwa nach Tätigkeiten, Teamgrößen und Desk-Sharing-Quoten. Dadurch werden der individuelle Bedarf und das Optimierungspotenzial des Arbeitsumfeldes ermittelt", erklärt Cem Ergüney.

Die zielgerichtete Umsetzung eines modernen Arbeitsumfeldes im Unternehmen erfordert verschiedene Maßnahmen. Diese kommen im Idealfall für den Kunden alle aus einer Hand. Deshalb umfasst das Angebot von Colliers International auch Work-Place-Consulting sowie Change- und Projektmanagement. Oft ergeben sich bei der anfänglichen Analyse Einsparpotenziale an Fläche und Miete, da der Bedarf bisher falsch eingeschätzt wurde. „Die extrahierten Daten in Verbindung mit branchenspezifischen Erfahrungen ergeben einen Richtwert für die Größe der idealen Liegenschaft", erklärt Ergüney. Die Gebäudekubatur sowie die technische Ausstattung müssen die Anforderungen an die Unternehmensentwicklung befriedigen und zu guter Letzt – im Idealfall – über die Architektursprache auch verkörpern.

Matze Ehlers

ES GEHT UM MEHR ALS NUR UMS GELD

Foto: colourbox.de

Wie sich Fehler bei der Finanzierung von Gewerbeimmobilien vermeiden lassen, erklärt Finanzexperte Maximilian Blusch von der Sparkasse KölnBonn im Interview.

DIE WIRTSCHAFT: Herr Blusch, was sollte man bei der Finanzierung einer Gewerbeimmobilie bedenken?

Maximilian Blusch: Mit einer Immobilienfinanzierung im gewerblichen Bereich hängen zahlreiche Themenfelder zusammen, die vielfach nicht bedacht werden. Oft ist der Kaufvertrag schon in trockenen Tüchern, bevor die Finanzierung steht. Im Gespräch taucht dann unter Umständen Kredit- oder Absicherungsbedarf auf, den der Kunde noch nicht berücksichtigt hat. Es geht bei der Finanzierung eben nicht nur darum, Geld zur Verfügung zu stellen. Bei einer umfassenden Beratung muss man über den Tellerrand hinausschauen. Allein die Finanzierungsseite hat eine Menge Facetten, die im Gespräch vorab geklärt werden können.

DIE WIRTSCHAFT: Welche sind das konkret?

Maximilian Blusch: Hier geht es um Fragen wie: Ist es wichtig, dass die Mittel über einen langen Zeitraum zinsgesichert sind? Wie flexibel soll die Finanzierung sein? Kann man öffentliche Mittel einbinden? Darüber hinaus gibt es noch viele weitere Aspekte.

DIE WIRTSCHAFT: Also Themen, die nicht direkt mit der Finanzierung zu tun haben?

Maximilian Blusch: Richtig. Meine erste Frage im Beratungsgespräch ist: „Warum kaufen Sie eine Gewerbeimmobilie?“ Oft ist mit dem Kauf einer Immobilie beispielsweise die Ausweitung des Geschäftsmodells verbunden – wodurch ein größeres Lager notwendig wird. Wer aber sein Lager vergrößern möchte, will dieses auch füllen. Dann braucht es eben nicht nur eine Immobilien-, sondern auch eine Lagerfinanzierung. Das können wir bei der Finanzierung in einem Gesamtkonzept einplanen.

DIE WIRTSCHAFT: Ein Finanzierungsbaustein können auch öffentliche Fördermittel sein.

Maximilian Blusch: Insbesondere Mittelständler können hierdurch Investitionen schneller realisieren. Unter anderem die Kreditanstalt für Wiederaufbau KfW oder die NRW-Bank haben hier eine Fülle von Angeboten. Das reicht von allgemeinen Förderprogrammen bis hin zu Spezialförderungen – beispielsweise für energetische Optimierungen. Einer meiner Kunden ist eine Großbäckerei. Hier stand der Kauf eines neuen Ofens an, der mit einer Wärmerückgewinnung arbeitet und somit Strom spart. Dafür gibt es ein Programm, das sogar Zuschüsse vorsieht. Sprich: Nach dem Einbau bekam der Bäckereibetrieb einen Teil der Schuld erlassen. Die Sparkasse versucht, öffentliche Fördermittel bei jeder Finanzierung einzubinden. Hierfür gibt es bei uns eigene Fördermittelexperten, die zu den Kundengesprächen dazukommen.

DIE WIRTSCHAFT: Vielen Unternehmen ist Flexibilität bei der Finanzierung wichtig. Welche Möglichkeiten gibt es hier?

Maximilian Blusch: Neben Sondertilgungen oder der Vereinbarung von flexiblen Laufzeiten für Teilbeträge der Finanzierung kann man Flexibilität bei den Zinsen auch über moderne Finanzierungsinstrumente erreichen. Liquidität und Zinsbindung werden hierbei getrennt behandelt

und die Einschätzung der Zinsentwicklung des Kunden berücksichtigt. Das heißt: Die Liquidität wird auf einer variablen Zinsbasis bereitgestellt und gleichzeitig mit einer Zinssicherung gekoppelt. Wer beispielsweise mit gleichbleibenden Zinsen rechnet, aber Zinsausschläge durch unerwartete, externe Schocks vermeiden will, kann dies mit modernen Zinssicherungsinstrumenten regeln.

DIE WIRTSCHAFT: Kann über solche Instrumente auch ein Festzins vereinbart werden?

Maximilian Blusch: Ja, auch das ist möglich. Der Vorteil: Die Vereinbarung ist unabhängig von dem Finanzierungsvertrag. Beispielsweise kann ein Swap beim späteren Verkauf der Immobilie getrennt veräußert oder weiterverwendet werden. Bei einem klassischen Darlehen geht das nicht, da alles zusammen verpackt ist.

DIE WIRTSCHAFT: Wie lassen sich Risiken absichern?

Maximilian Blusch: Dieses Thema wird leider oft vernachlässigt. Grundsätzlich gilt: Versichern sollte man Risiken, die unkalkulierbar und somit existenzbedrohend sind. Immer wenn der Unternehmer ein neues Risiko eingeht – und hierzu gehört eben auch eine neue Immobilie –, sollte ein umfassender Versicherungscheck gemacht werden. Hierbei können wir nicht nur abklären, welche Versicherung für die Immobilie infrage kommt, sondern auch prüfen, ob auch darüber hinaus der gesamte Versicherungsschutz des Unternehmens noch bedarfsgerecht ist.

Foto: colourbox.de

DIE WIRTSCHAFT: Wie sieht so ein Versicherungscheck aus?

Maximilian Blusch: Beim Check wird jede Police von unseren Versicherungsfachberatern durchleuchtet, um zu erkennen, was genau wie versichert ist. Der Vorteil für den Kunden: Nicht er muss sich mehrere Tage durch seine Versicherungsunterlagen wühlen – das tun wir für ihn. Oft kann man noch sparen – beispielsweise wenn ein falscher Tarif oder eine Doppelversicherung vorliegt. Unsere Spezialisten sehen zudem schnell Lücken und Fehler in den Verträgen, die im Versicherungsfall fatale Folgen für das Unternehmen haben können.

Vielen Dank für das Gespräch.

Finanzexperte Maximilian Blusch von der Sparkasse KölnBonn.

NEUES AMT IN REKORDBAUZEIT

In nur acht Monaten entsteht für die Kölner Agentur für Arbeit aus 391 Raummodulen ein Bürogebäude mit 19.500 Quadratmetern

Fotos: ALHO Holding GmbH

Wie Lego in Groß: Montage der vorgefertigten Raummodule.

Die Agentur für Arbeit Köln baut mit ALHO als Investor und Generalübernehmer die neue Arbeitsagentur der Domstadt. Bei einem europaweit ausgeschriebenen Vergabeverfahren konnte sich der Modulbau-Spezialist aus Friesenhagen gegenüber seinen Mitbewerbern erfolgreich durchsetzen. Bis zum 31. Dezember 2017 wird das rund 19.500 Quadratmeter große Verwaltungsgebäude in Modulbauweise errichtet sein.

Es ist ein herausragendes Projekt in vielerlei Hinsicht: Auf dem knapp 14.000 Quadratmeter großen Grundstück des ehemaligen Flughafengeländes Butzweilerhof in Köln wird die ALHO Systembau in einer Rekordbauzeit von nur acht Monaten das Verwaltungsgebäude aus 391 präzise im Werk vorgefertigten Raummodulen errichten. Es bietet moderne Arbeitsplätze für die über 600 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Arbeitsagentur. Geplant ist, dass Anfang 2018 die Eingangszonen, die arbeitnehmerorientierte Vermittlung, die Berufsberatung, der gemeinsame Arbeitgeber-Service von Arbeitsagentur und Jobcenter, der gemeinsame Integration Point, die Alg-Plus-Teams des operativen Service, die Fachdienste, die Gremien und die Geschäftsführungen sowie das Berufsinformationszentrum hier Einzug halten werden. Für die Bereiche ohne direkten Kundenkontakt wie den internen Verwaltungsbereich, das Callcenter und die Familienkasse werden Räumlichkeiten an anderen Standorten innerhalb der Stadt angemietet.

Kammstruktur mit Campus-Charakter

Der nach zwei Seiten kammartig angeordnete vier- bis sechsgeschossige Gebäudekomplex wird sich aus 391 Raummodulen zusammensetzen, die nach exakter Vorplanung im ALHO-Werk in Morsbach gefertigt werden. Ein sechsgeschossiger Längsriegel bildet das Gebäuderückgrat, zu dem senkrecht auf beiden Seiten Gebäudeflügel in vier- bis fünfgeschossiger Bauweise angeordnet sind. Die Kammstruktur zielt auf einen Campus-Charakter hin, mit dem die Planer den großen Flächenbedarf im Gebäude optimal decken. Gleichzeitig entstehen zwischen den Riegeln attraktive Freiflächen. Die Grundrissgestaltung ermöglicht größte Unabhängigkeit und Flexibilität, da sich alle Büros nach außen orientieren und somit gleiche Arbeitsplatzbedingungen für alle Mitarbeiter garantiert werden können. Außerdem verleiht die prägnante Kammstruktur dem Gebäude architektonische Signifikanz sowie Identität in einem einheitlichen Volumen. Die Erschließung des Bürokomplexes erfolgt von der Butzweilerhof-Allee. Der Haupteingang zur Magistrale liegt in der Gebäudemitte und wird zugunsten einer besucherfreundlich übersichtlichen Orientierung gestalterisch hervorgehoben. Die Anordnung der Treppenanlagen an den Kopfseiten der Baukörper lässt eine flexible Gestaltung und Unterteilung der Flächen zu.

Die Vorteile innovativen Modulbaus nutzen

Die ALHO-Gruppe ist mit europaweit rund 1.000 Mitarbeitern einer der führenden Anbieter und Hersteller im Bereich des innovativen Modulbaus. Die Modulbauweise bietet zahlreiche Vorteile: Zum einen ist durch die industrielle Vorfertigung der einzelnen Module im Werk ein gleichbleibend hoher Qualitätsstandard gewährleistet. Zum anderen kann in den ALHO-Werkshallen das ganze Jahr über witterungsunabhängig produziert werden. Der hohe Vorfertigungsgrad der Module von bis zu 80 Prozent steht für kurze Bauzeiten sowie geräusch- und schmutzarme Baustellen vor Ort. Neben Gestaltungsmöglichkeiten, die denen im konventionellen Bauen ebenbürtig sind, bietet modulares Bauen einzigartigen Spielraum und Flexibilität bei Standort, Größe und Nutzung, die bei Modulgebäuden jederzeit veränderbar sind. Vor allem in puncto Wirtschaftlichkeit überzeugen die modularen Gebäude. Der nachhaltige Ressourceneinsatz, intelligente Gebäudetechnik und die hohe Flexibilität und Umnutzbarkeit führen dazu, dass ALHO Modulgebäude über den gesamten Lebenszyklus betrachtet günstiger sind als vergleichbare konventionelle Gebäude. Trotz der Vorfertigung sind Modulgebäude keine Bauten von der Stange, sondern individuell vom Architekten entworfene Gebäude, die in puncto Gestaltung alle Freiheiten bieten.

Nach Anbringen der Tonfassade wird die modulare Struktur unsichtbar.

„Ich schaue zweimal hin, wenn ich eine Investition plane. Wer in kürzester Zeit hochwertig, flexibel und wirtschaftlich bauen will, für den ist die ALHO Modulbauweise die erste Wahl."

Modulbau ist mehr als eine Alternative zu konventionellen Bauweisen. Denn ALHO baut anders:

- **70 % kürzere Bauzeit** und **Terminsicherheit** durch witterungsunabhängige, serielle Produktion
- Planungs- und Investitionssicherheit durch **Festpreisgarantie**
- **Geringe Life Cycle Costs** durch integrale Planung und nachhaltige Bauweise
- **Kontrollierte Qualität** durch zertifizierte Werksfertigung
- **Hohe Flexibilität** durch freitragende Stahlskelettstruktur mit nichttragenden Wänden

Fixe Kosten. Fixe Termine. Fix fertig. www.alho.com

50 JAHRE ALHO MODULBAU

ALHO
MODULARE GEBÄUDE

Planung

Modulproduktion

Montage

Fertigstellung

AUS RUDOLF WIRD ENDLICH EIN PLATZ

Eine Brücke verschwindet, ohne eine Lücke zu hinterlassen. Das gibt es mal wieder nur in Köln.

Foto: ksg / Ponnie Images

Der neue Eingangsbereich der Hahnentorburg.
Entwurf: kister scheithauer gross architekten und stadtplaner (ksg), Köln

Die Anzahl schöner Plätze in Köln und die Zahl eher hässlicher Ruhezonen – vielleicht sind sie ausgeglichen, eher ist anzunehmen, dass die öden Plätze vorne liegen. Doch jetzt kommt mit der Neugestaltung des Rudolfplatzes ein großer Wurf in die Stadtpläne.

Hundhausen
Auf uns können Sie bauen.

Planen und Bauen für Ihren Erfolg

Spatenstich am 6. September 2017
Projekt: Neubau eines Produktions- und Verwaltungsgebäudes für Geberit GmbH
Unsere Leistungen: Schlüsselfertige Erstellung

W. Hundhausen Bauunternehmung GmbH · Bäckerstraße 4 · 57076 Siegen · Tel.: (0271) 408-0 · www.hundhausen.de

Tiefbau · Straßenbau · Gleisbau · Hochbau · Ingenieurbau · Schlüsselfertigbau
Bodenbeschichtungen · Wasserbau · Stahlbeton-Fertigteile · Beton-Fertiggaragen

Wer lange in dieser Stadt lebt, hätte eigentlich Anfang Juli Beifall klatschend am Rudolfplatz stehen müssen, um den Beginn der Abrissarbeiten einer missratenen Brückenkonstruktion zu verfolgen. Die verband die mittelalterliche Hahnentorburg mit einem Gebäudekomplex, in dem vor langen Jahren einmal das „Theater am Rudolfplatz“ mit drei Kinosälen untergebracht war: Auch dieses Ensemble fällt den Baggern zum Opfer.

Und das zu Recht. Wer jetzt auf das freigestellte Tor blickt, kann erahnen, was der Rudolfplatz alles hergeben könnte. Ein richtiger Ort zum Verweilen, ein interessantes Stadttor, das sogar durch einen neuen Anbau aufgewertet wird. Dieser Anbau führt hinab in Kellerräume, die dann der Ehrengarde als neuer Versammlungsraum zur Verfügung stünden. Bisher feierten und tagten die Karnevalisten auf der Brücke.

Das Stadttor gehört zwar der Stadt, nutzen dürfen es jedoch die Ehrengardisten. Die im Gegenzug allerdings auch für die Erhaltung aufkommen müssen. In diesem Fall für den Anbau, dessen Entwurf vom Kölner „Architekturbüro Kister, Scheithauer, Groß“ stammt und aus einem Architekturwettbewerb als Sieger hervorging. Der neue Anbau, der sich regelrecht an das Tor aus dem Mittelalter anschmiegt, stünde als Soll in den Büchern der Jecken. Der Stadt entstünden keinerlei Kosten. Billig wird es nicht für die Garde. Aber – Ehrensache eben – das Projekt wird gestemmt. Die Finanzierung über Jahrzehnte lässt erahnen, dass hier ein deutlich sechsstelliger Betrag in die Hände genommen wird.

Darüber hinaus böte sich die Chance, im Zuge von Umbau und Neugestaltung des Platzes nochmals über die Verkehrsführung der Pkw in Ost-West-Richtung nachzudenken. Würde die Fahrspur stadtauswärts auch über die Richard-Wagner-Straße geführt, bliebe noch mehr Platz übrig – für die Menschen. Gedankenspiele in diese Richtung gab es immer wieder mal. Wer lange in dieser Stadt wohnt, weiß das. Und er weiß auch – wenn es jetzt nicht realisiert wird, dann ist für die nächsten Jahrzehnte eine Chance vertan.

Heribert Eiden

PETER KRINGS ERWEITERT STANDORT ESCHWEILER

Erweiterung und Ausbau der Kapazitäten für Handling, Lagerung und Versandvorbereitung von Industrieverpackungen

Fotos: Andreas Steindl / www.fotograf-aachen.de

Der Verpackungsspezialist Peter Krings erweitert beeindruckend seine Lagerkapazitäten

Eschweiler: Mit Riesenschritten verändert sich derzeit die Niederlassung Eschweiler von Peter Krings – dem Spezialisten für Industrieverpackungen in der Region Aachen. Mehr als 2,5 Millionen Euro werden dort derzeit verbaut. Mit welchen Projekten im Detail die im Gewerbehof F. A. Neuman in Eschweiler-Stich ansässige Zweitniederlassung fit für die Zukunft gemacht wird, erläuterten die Bauherren Dr. Stephan Zaum, Geschäftsführer der F. A. Neuman Holding, und Bernhard Krings, geschäftsführender Gesellschafter der Peter Krings GmbH & Co. KG, bei einem Empfang für die Mitarbeiter der beiden Unternehmen.

In Eschweiler stehen die Zeichen für Peter Krings auf weiteres Wachstum. Das überzeugte auch den Investor in die baulichen Erweiterungen und Vermieter, die F. A. Neuman Gruppe. Dr. Stephan Zaum, Geschäftsführer der Holding, gratulierte vor diesem Hintergrund seinen langfristigen Ankermietern im Gewerbehof: „Es ist eine immer wieder neu beeindruckende Erfolgsgeschichte, die seit über 155 Jahren stetig um neue Kapitel angereichert wird. Wir freuen uns, dass einige der neuen Kapitel am Standort Eschweiler geschrieben werden."

Investition in Höhe, Tiefe und Breite

Ein ganzes Bündel von Maßnahmen wird die Möglichkeiten für den Industrieverpacker vor Ort auf ein neues Niveau heben. Herausragend sei hier, so Bernhard Krings, insbesondere ein neuer Portalkran mit einer Hakenhöhe von beeindruckenden 9 m, der zur Be- und Entladung von Containern benötigt wird. „Daneben erweitern wir aber auch die Lagerkapazitäten im überdachten und nicht überdachten Bereich, da wir eine wachsende Nachfrage nach unseren Services verzeichnen", so Krings. Immer mehr Kunden aus Industrie, Maschinenbau und weiteren Investitionsgüterbranchen vertrauen im Anschluss an die eigene Fertigung auf den Service seines Unternehmens. Das Know-how – zum Beispiel für komplexe Lagerungs-Konstruktionen der Bauteile in der Verpackung oder den Schutz der Güter vor zu großen Temperaturschwankungen – sehe man den meist als große Holzkisten daherkommenden Verpackungen nicht an. „Wer jedoch einmal einen Schadensfall beim Versand einer Maschine oder eines sensiblen und hochwertigen Bauteils durch falsche Verpackung erlebt hat, der weiß zu schätzen, wie wichtig das Know-how ist, das wir in jede unserer Verpackungen hineinstecken."

Know-how für den sicheren Versand von Industriegütern – seit über 155 Jahren

Komplette Industrieanlagen oder filigrane Elektronikbauteile: Die Unternehmen in der Wirtschaftsregion Aachen-Düren-Heinsberg vertrauen beim nationalen und internationalen Versand den Experten, den in Stolberg und Eschweiler ansässigen Industrieverpackern. Nach individuellen Anforderungen und international höchsten Qualitätsstandards werden Konstruktionen aus Massivholz, OSB, Sperrholz oder anderen Holzwerkstoffen nach Bedarf mit Metall oder Kartonagen kombiniert, Güter zum temperaturgeführten Versand eingeschweißt sowie Lagerung und Logistik angeboten. Fertigung, Verpackung, Lagerung und Service sind die vier Säulen des Familienunternehmens unter der Geschäftsführung von Bernhard Krings.

ⓘ *Weitere Infos: www.peter-krings.de*

Der neue Portalkran mit seiner beeindruckenden Höhe schafft noch mehr ...

SERIE: NACHHALTIG WIRTSCHAFTEN

BETON – EINE BAUSÜNDE?

Foto: BAUKRAFT Naturbaustoffe GmbH / Juergen Rengel

Bauen mit nachwachsenden Rohstoffen: dazu berät Oliver Ney (rechts) in der firmeneigenen Holzausstellung.

Die Firma Baukraft Naturbaustoffe GmbH in Köln-Widdersdorf hat über 25 Jahre Erfahrung auf dem ökologischen Baustoffmarkt. Das Expertenteam berät in puncto Bauen, Renovieren und Denkmalschutz.

Nachhaltigkeit und Ökologie prägen nicht nur zunehmend unseren neuen Lebensstil, sondern sind auch in der Wirtschaft zu zentralen Themen geworden. Ob in der Lebensmittelindustrie, Mode, Kosmetik oder auch im Baugewerbe – immer mehr Unternehmen schwingen die grüne Fahne und setzen auf Konzepte, die der Umwelt und dem Menschen nützen.

Die Firma Baukraft Naturbaustoffe GmbH ist kein Neuling im Segment Green Building. Von Beginn an hat Gründer Karl Schmitz auf natürliche Lösungen für Wohnen und Arbeiten gesetzt. Auch die neue Geschäftsleitung aus Oliver Ney und Tanya Mitchell führt das Unternehmen im Sinne der Nachhaltigkeit und Wohngesundheit. „Unsere Produkte tragen dazu bei, im gesamten Lebenszyklus eines Bauprojektes Energie, Wasser und Material so ressourceneffizient wie möglich einzusetzen. Gleichzeitig werden schädliche Auswirkungen auf die Gesundheit und die Umwelt reduziert“, fasst Tanya Mitchell zusammen. Der Betrieb in Widdersdorf hat mittlerweile acht Mitarbeiter und generiert einen Jahresumsatz von 1,1 Millionen Euro. Baukraft verfügt über ein umfassendes Sortiment an hochwertigen Naturbaustoffen für den Haus- und Innenausbau. Auf einer Lagerfläche von 1500 qm werden Dämmstoffe für Dach, Wand und Fußboden sowie Lehm- und Kalkputze angeboten. Hinzu kommen Fußbodenbeläge für Wohnen, Arbeit und Gewerbe bis hin zu Naturfarben, Holzölen, Holzwachsen und vielem mehr.

Lehm statt Beton

Im Sinne der Nachhaltigkeit rät Oliver Ney seinen Kunden beispielsweise zum Baustoff Lehm, anstatt Beton zu verwenden. Das hat verschiedene Gründe: „Wenn ich allein die Emissionswerte vergleiche, staune ich immer wieder. Der CO2-Ausstoß aller Fluglinien ist jährlich kaum halb so groß wie die CO2-Emission der Weltbetonproduktion“, führt Oliver Ney an. „Nach Wasser ist Beton der Rohstoff, der von uns Menschen am meisten verbraucht wird. Pro Mensch und Jahr kommt ein Kubikmeter Beton in die Welt, und jede Tonne Beton verursacht rund 100 Kilogramm CO2-Müll. Ein ausgewachsener Baum braucht zehn Jahre, um diese Menge wieder auszugleichen“, rechnet der Experte zusammen. Sein Fazit: „Für mich ist das eine Bausünde, Beton zu verwenden, zumal man damit nicht für Generationen bauen kann, ohne sanieren zu müssen.“ Wie kein anderer Baustoff erfülle dagegen Lehm ökologische und baubiologische Anforderungen, weiß Oliver Ney aus langjähriger Erfahrung. „Lehm ist lokal verfügbar, schont Ressourcen und ist beliebig wiederverwertbar. In der Herstellung benötigt er wenig Energie, er ist angenehm zu verarbeiten und gibt keine Schadstoffe ab.“ Seit vielen Jahren arbeitet die Firma Baukraft deshalb mit dem Lieferanten Claytec zusammen, der unter anderem das Kunstmuseum Kolumba in der Kölner Innenstadt mit einem eigens für dieses Museum kreierten Lehmputz im Farbton Kolumba-Grau ausgestattet hat. „Als Baustoff verbessert Lehm entscheidend das Raumklima“, erklärt Oliver Ney. „Durch die Aufnahme und Abgabe von Wasserdampf reguliert er die Luftfeuchtigkeit auf natürliche Weise. Das ist nicht nur für Archivalien und Kunstgegenstände zuträglich, wie im Falle eines Museums. Auch der Mensch profitiert von einem gesunden Klima, ob zu Hause oder im Büro. Wenn das Klima nicht stimmt, leiden zum Beispiel unsere Atemwege.“ Noch ein wichtiges Kriterium für den Businessalltag: „Lehmbauplatten im Trockenbau haben außerdem hervorragende Schallschutzeigenschaften, was sie für den Einsatz im mitunter hektischen und lauten Büroalltag prädestiniert“, fügt Oliver Ney hinzu.

Foto: BAUKRAFT Naturbaustoffe GmbH / Juergen Rengel

Wer ökologisch baut, hat länger was davon.

Foto: BAUKRAFT Naturbaustoffe GmbH

Neue Geschäftsführung: Tanya Mitchell und Oliver Ney

Energetische Sanierung spart Kosten

Eine Diskussion, die das Baukraft-Team immer wieder führt, ist die bezüglich der Kosten. „Ökologisch bauen sei viel zu teuer. Dabei stimmt das auf lange Sicht gar nicht“, ärgert sich Oliver Ney. Der Fachmann erklärt: „Natürlich sind ökologisch produzierte Produkte erst mal teurer in der Anschaffung, aber der Wert, der in ihnen steckt, macht sich über die Jahre mehr als bezahlt. Ich habe ein gesundes Raumklima, also auch ein besseres Arbeitsklima, ich spare bei richtiger Planung teure Belüftungs- und Klimaanlagen. Firmen können hier in ihre Mitarbeiter und eine echte nachhaltige Corporate Identity investieren. Ein gutes Beispiel ist der ‚Lange Eugen‘ in Bonn. Der ehemalige Sitz der Parlamentarier wurde komplett ökologisch saniert und als Teil des UN-Campus umgebaut, der jetzt das UN-Sekretariat der Klimarahmenkonvention beherbergt.“ Eigentümern, Bauherren und Investoren bietet das Baukraft-Team eine kompetente und produktneutrale Bauberatung, beispielsweise zur Auswahl von Baustoffen und zur Ausführung von Konstruktionen nach ökologischen Gesichtspunkten. Für Maßnahmen, die den Energieverbrauch und die Energieverluste senken, gebe es sehr zinsgünstige Kredite und Zuschüsse von der staatlichen Förderbank KfW, weiß Oliver Ney und rät hier zu umfassender Beratung im Vorfeld baulicher Maßnahmen.

Mit gutem Beispiel vorangehen

Die Firma Baukraft berät ihre Kunden seit jeher unter dem Leitgedanken der Nachhaltigkeit und lebt die Grundsätze auch im eigenen Unternehmen. So hat der Betrieb seinen Sitz auf dem Gelände von Haus Rath, einem alten denkmalgeschützten Gutshof. Die Büros und Verkaufsräume über zwei Etagen sind komplett mit eigenen Materialien selbst ausgebaut. Das Unternehmen bezieht Ökostrom und wird von einer nachhaltigen Bank betreut. „Versichert sind wir ebenfalls über einen Anbieter, der nur in grüne Anlagen investiert“, sagt Tanya Mitchell. „Als nächste Schritte sind geplant, ein Firmen-Lastenfahrrad anzuschaffen und den Mitarbeitern ein Jobticket anzubieten.“ Baukraft engagiert sich außerdem im branchenübergreifenden Zusammenschluss ÖKOBau Rheinland und ÖKOBau NRW. Der Vorkämpfer Karl Schmitz ist maßgeblich an der Gründung von ÖKOBau Deutschland beteiligt, der alle engagierten Händler und Verarbeiter unter einem Dach versammeln möchte. „Nach den immer wieder verheerenden Brandkatastrophen in Häusern, die mit Styropor gedämmt wurden, ist nun auch in der Politik ein Umdenken erforderlich. Wir brauchen ein KfW-Kreditprogramm, das die Verwendung von Produkten aus nachwachsenden Rohstoffen am Bau fördert“, fordert Oliver Ney. „Ein weiteres Ziel der Vereinigung ist die Angleichung der deutschlandweit unterschiedlichen Landesbauverordnungen. In Süddeutschland ist man bei der Verwendung von Holzständerbauten im mehrstöckigen Wohn- und Gewerbebau schon viel weiter“, ergänzt Tanya Mitchell.

Astrid Waligura

ⓘ *Weitere Infos: www.baukraft-naturbaustoffe.de*

Ökologisches Vorzeigeprojekt aus Köln

Kolumba, das Kunstmuseum des Erzbistums Köln, ist ein Bauprojekt von Weltrang und zudem eines, bei dem der Baustoff Lehm eine wichtige Rolle spielt. Der von Peter Zumthor lange vorbereitete Neubau in der Kölner Innenstadt ist seit dem 15. September 2007 geöffnet. Zwei Jahre später erhielt der Schweizer Architekt für das Museum Kolumba den Pritzker-Preis, der als Nobelpreis in seiner Branche gilt.
Warum gerade Lehm? Die großen Flächen der Innenwände sollten ohne Dehnungsfugen beschichtet werden. Damit schieden harte und spröde Materialien aus. Selbstverständlich war es aber auch die Ästhetik, die Peter Zumthor den Baustoff Lehm wählen ließ. Er favorisierte einen eigens entwickelten lichtgrauen Farbton, der schon bald als Kolumba-Grau bezeichnet wurde. Das Kölner Unternehmen Stuck & Akustik Weck realisierte die anspruchsvolle Aufgabe des Verputzens. Das Traditionsunternehmen ist auf große Bauvorhaben spezialisiert. Schwerpunkte sind Sanierung und Lehmbau. Und so wurde der Lehm verarbeitet: „Eine zwei Millimeter dicke Lehmschicht wurde mit Japankellen aufgezogen. Sie wurde mit Wasser und Quarkmilch so lange gefilzt und geglättet, bis die geforderte Qualität mit ihrem dezenten Glanz erreicht war. Auf teilweise über 14 Meter hohen Wänden entstanden beeindruckende 6.500 Quadratmeter Lehmputz, die als beispielhaft gelten können“, erklärt Ulrich Röhlen, Technischer Leiter der Firma Claytec, die das Kolumba-Projekt als Hersteller der verwendeten Lehmbaustoffe begleitet hat. Seit über 30 Jahren gilt Claytec als Vorreiter und Spezialist im Bereich Lehmbau.

ⓘ *Weitere Infos: www.claytec.com*

Foto: Thomas Kocula k/ Claytec

Im Kolumba Museum wurden mehr als 25 Tonnen Lehm verbaut.

VOM AKTENVERNICHTER ZUM INFORMATIONSLOGISTIKER

Der Kölner Spezialist für die Aktenvernichtung und Archivierung stellt sich neu auf und startet als documentus Köln GmbH.

Walter Passmann

Wenn eine erfolgreiche Marke über 30 Jahre im Markt verankert ist und die Partner dieser Marke einen substanziellen Wechsel auf allen Ebenen anstreben, ist das für das Unternehmen von existenzieller Bedeutung.

Der Wandel muss dann im Herzen enden, schließlich ist die Marke über viele Jahre aufgebaut worden und mit dem neuen Firmennamen verbinden sich alle Zukunftschancen. In unserem Interview mit dem Geschäftsführer der Fa. documentus Köln GmbH, Walter Passmann, möchten wir einen Einblick in die innerste Strategie dieses Unternehmens geben, welche durchaus als hochinteressantes Lehrbeispiel für viele Firmen dienen kann, die sich ähnlichen Anforderungen ausgesetzt sehen.

DIE WIRTSCHAFT: Mehr als 30 Jahre Reisswolf. Wieso und warum löst man sich von so einer starken Marke?

Walter Passmann: Richtig ist, dass die Marke Reisswolf ihren originären Ursprung in der Vernichtung von Akten und Datenträgern hat und es für diese Leistung keine bessere Marke als Reisswolf gibt und gegeben hat. Reisswolf stand für eine Branchenlösung; die Branche der Aktenvernichtung. Aus diesem Blickwinkel ist zu bestreiten, ob diese Marke wirklich so stark ist wie zunächst vermutet. Die Stärke auf der einen Seite ist gleichzeitig ihre größte Schwäche. Sie lässt sich nämlich nicht dehnen und nicht ohne Weiteres auf andere Leistungen und Angebote übertragen. Wir haben schon längst das Sprungbrett von der analogen Welt in die digitale Welt verlassen und stellten dabei fest, dass uns die bisherige Marke begrenzt, uns nicht zur Entfaltung kommen lässt. Leistungen, die schon heute zu unserem Portfolio zählen und künftig aufgenommen werden, lassen sich unter der alten Marke nicht konsequent und glaubhaft am Markt platzieren.
Zudem haben wir die Marke auf Basis eines Markenlizenzvertrages geführt. Leider hatten der Markeninhaber und wir – neben weiteren Kollegen aus der Gruppe – eine andere Idee von der Zukunft und Tragfähigkeit unserer bisherigen und künftigen Geschäftsmodelle. Dies hat zu Verwerfungen innerhalb der Kooperation geführt. Darüber hinaus hat der Lizenzgeber die Marke als Druckmittel missbraucht, um eine politische, wirtschaftliche sowie regionale Ausweitung seines Einflussbereiches zu schaffen; und dies auf Kosten einzelner Kooperationspartner, die in den letzten Jahren und Jahrzehnten ebenso dazu beigetragen haben, die Marke zu stärken und ihre Regionen professionell und schlagkräftig zu bearbeiten. Dies ist eine Frage des Stils und des Umgangs miteinander. Sie können aus investitionsbereiten, agilen und freien Unternehmern keine Franchisenehmer machen. Wir verfolgen mit unseren Partnern einen anderen Stil. Und die Konsequenz heißt … documentus!

DIE WIRTSCHAFT: Warum documentus?

Walter Passmann: Natürlich wollen wir unseren langjährigen Kunden und potenziellen Neukunden auch weiterhin die gewohnte Leistungspalette rund um die Aktenvernichtung und Archivierung anbieten. Gleichzeitig wollen wir uns durch diversifizierte Angebote und Lösungen mit der digitalen Welt verbinden. Wir sind uns sicher, mit der neuen Wort-Bild-Marke documentus genau dieses Ziel zu erreichen. Keine Begrifflichkeit verbindet derart die analoge Welt mit der digitalen. Die Marke documentus deckt den Informationszyklus von Menschengedenken an ab und bietet für die künftigen Leistungen und Lösungen keinerlei Begrenzung. Vielleicht hilft an dieser Stelle das Bild des Informationslogistikers – ganz gleich, ob analog oder digital – am besten beides …

DIE WIRTSCHAFT: Welche Konsequenzen hat der Markenwechsel für den Standort Köln und die bundesweite Kooperation?

Walter Passmann: Klar ist, dass ein Markenwechsel mit sehr viel operativen und strategischen Maßnahmen verbunden ist. Schon immer haben wir auf eine starke Kommunikation gesetzt und das müssen wir jetzt mehr denn je. Zunächst sind der Betrieb und sämtliche Betriebsmittel umzurüsten und neu zu branden. Die Mitarbeiter sind zu informieren und müssen auf dem neuen Weg mitgenommen werden. Unsere Kunden haben wir frühzeitig über den bevorstehenden Markenwechsel in Kenntnis gesetzt und wir nutzen alle denkbaren Kommunikationskanäle, um die Geschichte dieses Wandels zu erzählen.
Unsere elf documentus-Partner in Deutschland haben ähnliche Aufgaben zu erfüllen,

damit wir – sehr zeitnah – ein einheitliches Gesamtbild abgeben und am Markt einheitlich auftreten. Einige wenige Betriebe haben sich gegen den Markenwechsel und für die Fortführung des Unternehmens unter der Marke Reisswolf entschieden. Diese Betriebe fungieren nunmehr als Kooperationspartner der documentus Deutschland GmbH, damit unsere bundesweiten Kunden in den Leistungsfeldern der Aktenvernichtung und Archivierung auch weiterhin professionell bedient werden. Ihren Gesellschafterstatus haben diese Betriebe jedoch an der documentus Deutschland GmbH verloren.

DIE WIRTSCHAFT: Ändert sich nur das Gesicht des Unternehmens oder ebenso die künftige Ausrichtung und Strategie?

Walter Passmann: Wie schon angedeutet sind wir in Sachen Akten- und Datenvernichtung sowie physischer Archivierung nach wie vor Problemlöser und erster Ansprechpartner. Hinzu kommen jedoch die Expertise in Sachen Digitalisierung sowie unser Mut zum Wandel in sich immer schneller verändernden Zeiten. Das Papier wird weniger – komme, was wolle. Der Gesetzgeber tut alles, um Deutschland fit zu machen für die Digitalisierung. Unser bisheriges Geschäftsmodell basiert auf Papier, Papiermengen sowie auf analogem Informationsfluss. Auch der Gesetzgeber bedingt unsere Existenz.
Doch die Information ist die Erfolgswährung der Zukunft. Informationen fließen quantitativ und temporär in ungeahnten Dimensionen. Cloud-Anwendungen werden in den Unternehmen für Einsparpotenziale sorgen und vermehrt aus Informationen Wissen generieren. Durch kluge und belastbare Kooperationsmodelle werden wir für unsere Bestandskunden und Neukunden Lösungen entwickeln, die helfen, der Notwendigkeit zum digitalen Wandel Rechnung zu tragen. Zigtausende Kunden vertrauen uns immer schon in Sachen Datenschutz und im Umgang mit ihren sensiblen Informationen und Daten. Bei den derzeitigen und künftigen Herausforderungen aller Branchen kann man uns auch weiterhin vertrauen. Erste cloudbasierte Lösungen haben wir bereits in unser Portfolio mit aufgenommen.

DIE WIRTSCHAFT: Wie reagieren Ihre Mitarbeiter und Kunden auf diesen Markenwechsel?

Walter Passmann: „Mutig, aber konsequent!“ Das ist der Tenor des Feedbacks aus den Märkten und aus dem Umfeld unserer Kunden. Alle documentus-Betriebe sind mittelständisch geprägt und inhabergeführt. Dadurch haben wir ohnehin eine hohe Identifikation und Loyalität der Mitarbeiter den Unternehmern gegenüber. Die Mitarbeiter vertrauen auf die Kompetenz des Managements. Mit nicht weniger Enthusiasmus und Leidenschaft als bisher brennen unsere Mitarbeiter für die neue Marke documentus. Und wir im Management tun das auch!

DIE WIRTSCHAFT: Wo steht documentus Köln in fünf bis zehn Jahren?

Walter Passmann: „Wachsen und gestalten durch Kooperationen!“ Dies ist das ausgewiesene Ziel der mittel- bis langfristigen strategischen Planung. Wir erweitern unser Portfolio und gehen in Richtung eines ganzheitlichen Logistikansatzes in der analogen und digitalen Welt der Informationen. Und am Ende landet das letzte analoge Stück Papier – das eine sensible Information enthält – in einem Sicherheitsbehälter von documentus oder wird als analoges Back-up in eines unserer Sicherheitsarchive verbracht und für die Ewigkeit archiviert.

Eugen Weis

MULTIKULTURELLES ARBEITEN IM ALLTAG

Internationale Teams bieten viele Vorteile, wenn man die kulturellen Eigenarten berücksichtigt.

Foto: Robert Kneschke / Fotolia.com

Toleranz und Sensibilität sind Voraussetzungen für eine gute Zusammenarbeit

Viele Unternehmen nutzen bereits die Vorteile, die sich durch die Vielfalt und die Kreativität eines internationalen Teams bieten. Wichtig ist dabei, die kulturellen Eigenheiten der ausländischen Mitarbeiter zu berücksichtigen.

Im Zuge der Globalisierung planen immer mehr Unternehmen, sich auch auf den internationalen Märkten zu platzieren und zu behaupten. Da ist es natürlich sinnvoll und wichtig, Mitarbeiter aus dem jeweiligen Land zu beschäftigen. Jedoch auch Unternehmen, die nur im Inland tätig sind, profitieren von Arbeitskräften aus verschiedenen Herkunftsländern. Aber sei es nun die Globalisierung bzw. die Internationalisierung, die ein Unternehmen dazu bringt, Menschen mit unterschiedlichen kulturellen Hintergründen zu beschäftigen, oder aber die Zuwanderung der letzten Jahre, die kulturelle Vielfalt eines Unternehmens kann durchaus gewinnbringend sein.

Den eigenen Horizont erweitern

Wenn Menschen verschiedener Herkunft aufeinandertreffen, kann dies in erster Linie eine Bereicherung und eine Erweiterung des eigenen Horizontes sein. Allerdings birgt dies auch ein großes Konfliktpotenzial. Personen, die in einem völlig anderen Kulturkreis aufgewachsen sind, dort gelebt und gearbeitet haben, sind oft nicht in der Lage, ihre gewohnten Denk- und Verhaltensweisen einfach so abzulegen. Was für uns hierzulande nicht einmal mehr überlegenswert ist, kann für diese Menschen eine kaum überwindbare Hürde sein. Dies bringt unter Umständen einige Probleme mit sich. Während es bei uns beispielsweise völlig normal und erwünscht ist, sich bei einem Gespräch gegenseitig in die Augen zu blicken, ist in arabischen Ländern ein gesenkter Blick ein Ausdruck von Respekt.

In unseren Gefilden sind Pünktlichkeit, Zuverlässigkeit und ein gutes Zeitmanagement das A und O. Andere Kulturen nehmen es damit nicht so genau, bedingt auch durch z. B. eine andere Infrastruktur.

In Deutschland gilt ein fester Händedruck als Zeichen von Stärke und Offenheit, bei den Chinesen ist ein schwacher Händedruck üblich, der dort gutes Benehmen ausdrückt.

Small Talk um den heißen Brei

Der Umgang mit Vorgesetzten ist unter Umständen ein völlig anderer, als man es gewohnt ist. Auch redet man in Deutschland nicht lange um den heißen Brei herum, sondern kommt recht schnell zur Sache. In einigen anderen Kulturkreisen ist es durchaus üblich, erst einmal ausschweifend Small Talk zu führen, bevor man auf den Punkt kommt.

Gerade aber diese Unterschiede können den Arbeitsalltag erheblich bereichern. Mit Kollegen aus anderen Kulturkreisen zu arbeiten, kann dabei helfen, z. B. Probleme aus einem anderen Blickwinkel zu betrachten und neue kreative Wege zu gehen. Dazu gehört allerdings eine große Portion Toleranz und Sensibilität von beiden Seiten.

Die Aufgabe der Führungskräfte ist es dabei, diese vorzuleben und zu kommunizieren. Sie stellen zudem die Regeln des täglichen Miteinanders auf und müssen dafür sorgen, dass diese umgesetzt werden. Wobei die Regeln natürlich nicht nur im Umgang mit ausländischen Mitarbeitern gelten.

Mittlerweile werden bereits Seminare angeboten, um die Mitarbeiter aus den verschiedenen Herkunftsländern mit den deutschen Sitten und Gebräuchen, speziell auch im Arbeitsleben, vertraut zu machen. Ebenso werden Sprachkurse veranstaltet, da die Sprache ein äußerst wichtiger Aspekt für ein friedliches Miteinander ist. Aber auch für hiesige Mitarbeiter und im Besonderen für Führungskräfte gibt es Kurse, in denen die Teilnehmer im richtigen Umgang mit verschiedenen Kulturen geschult werden.

Toleranz im Umgang miteinander

Und auch innerhalb des Unternehmens können Vorgesetzte viel dafür tun, dass das Miteinander funktioniert, durch interne Schulungen zum Beispiel.

Im Grunde gelten auch für international gemischte Arbeitsgruppen bzw. Teams die gleichen Regeln wie für alle Mitarbeiter:

- Höflichkeit und Respekt im Umgang miteinander
- kein Mobbing
- keine Diskriminierung
- Toleranz gegenüber anderen

Wenn diese einfachen Grundregeln eingehalten werden, sollte eine fruchtbare Zusammenarbeit möglich sein, völlig unabhängig davon, aus welchem Kulturkreis jemand kommt. Nur so lässt sich das gemeinsame Ziel erreichen.

Monika Eiden

DIGITALISIERUNG DAHEIM UND AM ARBEITSPLATZ

Studie der ARAG in Zusammenarbeit mit dem Meinungsforschungsinstitut Kantar TNS

Foto: Folienfeuer / Fotolia.com

Digitale Gesprächspartner sind noch selten in den deutschen Wohnungen zu finden.

Im Rahmen ihrer allgemeinen Markt- und Gesellschaftsforschung wollte die ARAG genauer wissen, wie die Deutschen im Privat- und Berufsleben zur Digitalisierung stehen. Gemeinsam mit dem Meinungsforschungsinstitut Kantar TNS wurden Anfang August 2017 dazu 1.000 Deutsche befragt.

85,4 Prozent der Befragten sind zu Hause mit dem Internet verbunden. 69,1 Prozent nutzen das Smartphone als digitales Endgerät und 67,9 Prozent gehen mit Laptop oder Tablet ins Netz. Insbesondere bei den bis 39-Jährigen – hier besitzen 90,7 Prozent ein Smartphone – gehören digitale Geräte längst zum privaten Alltag. Nur 13,3 Prozent der Befragten nutzen privat keine elektronischen Medien.

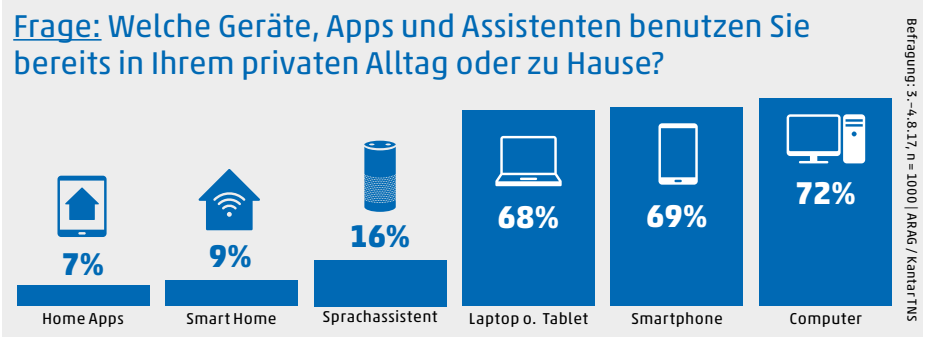
Gespräche mit dem digitalen Mitbewohner

Digitale Sprachassistenten wie Apples Siri, Amazons Alexa, Cortana von Microsoft oder Google Home sind hingegen eher selten in deutschen Wohnzimmern zu finden. Nur 16,3 Prozent der Deutschen nutzen diese smarten Gesprächsassistenten.

Auch Apps fürs Handy, die Prozesse im Haus steuern können, z. B. für Überwachungskameras, Heizung oder Licht, sind längst noch nicht flächendeckend verbreitet. Bei lediglich 7,3 Prozent der Befragten sind die modernen Helfer im Einsatz. Immerhin: 9,2 Prozent der Deutschen wohnen bereits in einem sogenannten Smart Home. Also in einem Haushalt, in dem Haushalts- und Multimedia-Geräte interagieren.

Bei digitalen Anwendungen und Apps zweifelt gut ein Drittel der Befragten, ob man durch sie wirklich Zeit spart (34,9 Prozent). Dass es sich dabei eher um Spielereien handelt, die am Ende mehr Zeit, Energie und Geld kosten, als man durch ihren Nutzen einspart, denken 21,1 Prozent, vor allem Männer (23,4 Prozent).

Bei den Frauen sind es 18,9 Prozent. Rund ein Viertel macht sich immerhin Gedanken um den Datenschutz. Vor allem Frauen sind hier der Ansicht, es würden zu viele persönliche Daten gesammelt (25,8 Prozent bei den Frauen, 21,7 Prozent bei den Männern).



Quelle: ARAG / Kantar TNS

Digitalisierung sichert Arbeitsplätze?

Aus der Arbeitswelt ist die Digitalisierung nicht mehr wegzudenken. In der aktuellen Umfrage gaben dementsprechend 55,6 Prozent der berufstätigen Befragten an, die zunehmende Digitalisierung habe ihren Arbeitsplatz in den vergangenen Jahren verändert. Zwar gaben 66,9 Prozent der betroffenen Erwerbstätigen an, dass die Anforderungen an sie durch die fortschreitende Digitalisierung gestiegen seien.

Aber 57,5 Prozent meinten auch, dass ihre Arbeitsleistung dadurch gestiegen sei. Demgegenüber meinen nur 7,5 Prozent, dass die Anforderungen an sie gesunken seien. Lediglich 10,5 Prozent der Befragten meinen, dass ihre Arbeitsleistung gesunken wäre. Unter Umständen kann die Digitalisierung am Arbeitsplatz sogar entlastend wirken. 37,9 Prozent empfinden ihre Arbeit mit den digitalen Technologien als weniger anstrengend.

Davon ist die Mehrheit der betroffenen Arbeitnehmer überzeugt. 56,0 Prozent meinen, die neuen Technologien machten den Arbeitgeber zukunftsfähiger und so den eigenen Arbeitsplatz sicherer. Lediglich jeder zehnte Erwerbstätige – 10,2 Prozent – befürchtet, dass durch eine fortschreitende Digitalisierung sein Arbeitsplatz in absehbarer Zukunft überflüssig werden könnte.

Ob Privat- oder Berufsleben – die überwiegende Mehrheit der Deutschen steht der Digitalisierung also durchaus positiv gegenüber. Vom Segensbringer für die Allgemeinheit mag der technologische Fortschritt zwar noch etwas entfernt sein. Vom Fluch allerdings auch!

Matze Ehlers

INTELLIGENTE SPRACHSTEUERUNG

Start-up aus dem Rheinland entwickelt sich zur festen Größe im Bereich künstliche Intelligenz

Foto: Cognigy GmbH

Die beiden Cognigy-Gründer Philipp Heltewig (links) und Sascha Poggemann (rechts)

Laut einer Studie von Gartner Inc. wird bis zum Jahr 2020 jeder Mensch durchschnittlich mehr Unterhaltungen mit Bots als mit seinem Ehepartner führen. Das aufstrebende Tech-Start-up Cognigy hat sich zum Ziel gesetzt, intelligente Sprachsteuerung auf ein neues Level zu heben.

Gemeinsam mit renommierten Partnern entwickelt Cognigy kundenspezifische Lösungen für vielfältige Anwendungsszenarien und eine verbesserte User-Experience. Durch die Enterprise Software COGNIGY. AI wird Anwendern erstmals ein natürliches und tief gehendes Gespräch mit Websites, Chatbots, humanoiden Robotern und IoT-Anwendungen sowie mit intelligenten Endgeräten wie Amazon Alexa und Google Home ermöglicht. Gestartet mit den zwei Gründern im Jahr 2016, beschäftigt Cognigy mittlerweile zehn Leute aus sieben verschiedenen Ländern und entwickelt sich zu einer festen Größe im Bereich künstliche Intelligenz (KI).

Starkes Gründerteam für IT-Start-up

Die beiden Gründer Philipp Heltewig und Sascha Poggemann bilden die perfekte Symbiose, um ein erfolgreiches IT-Start-up auf die Beine zu stellen. Heltewig, der die Harvard Business School im US-amerikanischen Boston, Massachusetts, besuchte und einen Master of Science in Business Information Systems in Münster und Brisbane, Australien, abschloss, kann bereits auf einen großen Erfahrungsschatz als Unternehmer zurückgreifen: Unter anderem war er am Verkauf der Start-ups M2O Publishing, @worx und Sitecore beteiligt.
Sascha Poggemann, der einen Master in Informationstechnologie an der FH Münster absolvierte, ist ein Experte im Bereich vernetzter Geräte und Internet of Things. Er verfügt über mehr als zehn Jahre Erfahrung im Bereich der Kommunikationstechnik und leitete unter anderem das Entwicklerteam der iExergy GmbH, das die Smart-Home-Lösung wibutler von der Konzeption bis zur Marktreife führte.

Potenzial wurde früh entdeckt und gefördert

Das Potenzial von Cognigy erkannte nicht nur der Startup-Inkubator STARTPLATZ, der das Start-up 2016 in sein Accelerator-Programm aufnahm, sondern auch das renommierte Unternehmen Vaillant, die sich über das Programm kennenlernten. Der Markt- und Technologieführer im Bereich Heiztechnik übernahm die Patenschaft für die junge Firma.
Am 11.Oktober 2017 gewann Cognigy außerdem als einziges deutsches Start-up die regionale Qualifikation auf der StartupCon in Köln, und nimmt nun im Mai 2018 am Finale des 1 Million Dollar Pitches Startup World Cup in San Francisco teil.

Kontakt zu anderen Start-ups ist wichtig

In der Startphase kooperierte Cognigy mit diversen Start-ups, um erste Demos und Prototypen zu bauen. Hier profitieren Gründer von einem starken Öko-System, welches Inkubatoren wie der STARTPLATZ bereitstellen. Start-ups wie das ioxLab, Foxbase und Cognigy sitzen alle im Düsseldorfer STARTPLATZ und stehen dadurch automatisch im regelmäßigen Austausch.
„Besonders das Netzwerk ist für junge Start-ups sehr entscheidend. Unseren Standort im Düsseldorfer STARTPLATZ haben wir uns bewusst ausgesucht und wir sind noch immer sehr glücklich über diese Entscheidung.“ so Sascha Poggemann, Gründer von Cognigy, der sich zum Ziel gesetzt hat, intelligente Sprachsteuerung auf ein neues Level zu heben und auf einem sehr guten Weg dazu ist. Die Zeit war nie besser für ein solches Vorhaben und der Markt ist bereit dafür: Die Wirtschaftswoche titelt, dass künstliche Intelligenz alltäglich wird, Amazons Sprachplattform Alexa wird immer beliebter und auf der CES in Las Vegas präsentieren Unternehmen, wie digitale Assistenten das Leben in den eigenen vier Wänden revolutionieren.

Gastautor: Ronnie Pregitzer

ⓘ Weitere Informationen zu Cognigy findet man auf der Website www.cognigy.com

STARTPLATZ

DIE WIRTSCHAFT *ist offizieller Partner vom STARTPLATZ - dem größten Start-up-Inkubator in NRW und Treffpunkt für die rheinische Gründerszene in Köln und Düsseldorf: www.startplatz.de*

BRIEFE GÜNSTIGER VERSENDEN

Beim täglichen Versand größerer Briefmengen bietet die Wahl des richtigen Partners enorme Einsparpotenziale

Gewinn = Umsatz minus Kosten. Diese Rechnung ist bekannt: Das Vorgehen der Großindustrie, durch Kostensenkung Gewinnmaximierung zu erzielen, ist auch für das kleine und das mittelständische Unternehmen nachahmenswert. Wie man durch einfache Korrekturen seine Kosten senken und damit den Ertrag steigern kann, zeigt das Beispiel „Porto“ beim täglichen Briefversand.

Ein Vergleich der verschiedenen Briefdienstleister kann sich gerade für kleine und mittelständische Unternehmen schnell rechnen. Dabei ist der Wechsel ganz einfach und unkompliziert. So erklärt sich auch, dass die alternativen Anbieter ihren Marktanteil kontinuierlich ausbauen. Besonders erfolgreich ist Postcon: Deutschlands größter alternativer Briefdienstleister überzeugt bereits heute Geschäftskunden aller Branchen und Größenordnungen mit niedrigen Portokosten und flexiblen Versandlösungen.

Gut. Günstig. Postcon.

„Bereits ab 50 Briefen täglich sparen Unternehmer mit Postcon dauerhaft Zeit und Porto“, weiß Chief Sales Officer Michael Mews. „Als Spezialisten für Geschäftspost erledigen wir den Briefversand gut und günstig dank unserer individuellen Porto-Kalkulation.“ Zuverlässig, effizient und kostenoptimiert bringt Postcon, gemeinsam mit Dritten, die geschäftliche Post bundesweit auf den Weg zu ihren Empfängern. Zusatzservices wie Frankierung, Adressenrecherche, klimaneutraler Versand oder Einschreiben komplettieren das Portfolio der Postprofis.

Foto: Postcon

Die Profis der Postcon sind Spezialisten für Geschäftspost

ⓘ *Weitere Informationen und individuelles Angebot unter 0800 3 533 533 oder www.postcon.de*

Die perfekte Büroeinrichtung **für gesunde und leistungsfähige Mitarbeiter** zum attraktiven Preis!

elektromotorisch höhenverstellbare Sitz-/Stehtische
ab 399,–

2/3 sitzen
Fachärzte empfehlen
1/3 stehen

Sonderaktion!
Sparen Sie 10%* auf Sitz-/Stehtische
bei Ihrem nächsten Einkauf im DELTA-V Online-Shop unter:
www.delta-v.de/DW1017
Gültig bis: 30.11.2017

Nur für Industrie, Handel, Gewerbe und vergleichbare Institutionen. Alle Preise zzgl. gesetzl. MwSt.
*10%-Gutschein gilt nur für Sitz-/Stehtische

• Vielseitiges, hochwertiges Sortiment für die Einrichtung von Büro und Betrieb
• SERVICE PUR, kostenloser professioneller Liefer- und Aufstellservice

DELTA-V GmbH • Büro- und Betriebseinrichtungen
Eichenhofer Weg 71 • 42279 Wuppertal **(Showroom)**
Tel. Fachberatung: 0 23 39 / 90 98 50 • Fax: 0 23 39 / 90 95 01
e-Mail: info@delta-v.de • **Online-Shop: delta-v.de**

Besuchen Sie unseren Showroom in Wuppertal mit über 1.000 m²

DELTA-V
Büro- und Betriebseinrichtungen

ÜBERZEUGT VON DER PFLICHTMITGLIEDSCHAFT

Interview mit Dr. Werner Görg, Präsident der IHK Köln

Foto: Ulrich Kaiser / IHK Köln

IHK-Präsident Werner Görg in lebhafter Diskussion mit Schülern des FWG.

Nicht nur die Kölner Industrie- und Handelskammer steht wegen der Beitragspflicht in der Kritik. Bundesweit sorgt die IHK-Pflichtmitgliedschaft für Gesprächsstoff. Ein aktueller Beschluss des Bundesverfassungsgerichts lautet, diese sei nicht zu beanstanden. Im Gespräch verteidigt Dr. Werner Görg die solidarische Beitragsfinanzierung und erläutert, was die IHKs alles leisten – in Sachen Ausbildung, Fachkräftemangel, Unternehmensgründung und Integration.

DIE WIRTSCHAFT: Herr Dr. Görg, Anfang August hat das Bundesverfassungsgericht einen Beschluss veröffentlicht, in dem es heißt, die IHK-Beitragspflicht für Unternehmen sei nicht zu beanstanden. Hat diese Entscheidung bei Ihnen im Haus Jubel ausgelöst?

Werner Görg: Natürlich ist das eine gute Nachricht für die regionale Wirtschaft. Durch die solidarische Beitragsfinanzierung können die Gebühren – beispielsweise für die Organisation der dualen Ausbildung – für alle niedrig gehalten werden. Wir nehmen Aufgaben wahr, die sonst der Staat übernehmen müsste. Und auch das wäre selbstverständlich nicht kostenlos für Unternehmen.

DIE WIRTSCHAFT: Zuletzt wurde die Pflichtmitgliedschaft im Jahr 2001 vom Verfassungsgericht auf den Prüfstand gestellt. Wären Sie froh, wenn es wieder 16 Jahre dauern würde, bis die 79 deutschen IHKs hinsichtlich der Zwangsmitgliedschaft auf den Prüfstand müssten?

Werner Görg: Ich bin überzeugt von der Sinnhaftigkeit der Pflichtmitgliedschaft. Dadurch ist jedes Unternehmen bei uns vertreten und jede Stimme zählt gleich, egal wie groß das Unternehmen ist, ob überhaupt Beitrag gezahlt wird oder wie hoch dieser ist. Jede Meinung ist wichtig und kann geäußert werden. Denn das ist die Aufgabe einer Industrie- und Handelskammer: die Meinung der regionalen Wirtschaft einzuholen und gegenüber Politik und Verwaltung zu vertreten.

DIE WIRTSCHAFT: In der Hansestadt Hamburg hat eine Gruppe kritischer Unternehmer die Geschicke der altehrwürdigen Institution übernommen. Wäre das auch in Köln denkbar?

„Ein kritischer Diskurs ist uns wichtig"

Werner Görg: Ein kritischer Diskurs ist wichtig und natürlich dürfen sich Unternehmerinnen und Unternehmer, die sich gerne für die regionale Wirtschaft engagieren möchten, auch als Kandidatinnen und Kandidaten zu einer Vollversammlungswahl aufstellen lassen. Dann entscheidet die demokratische Wahl. Allerdings ist das Argument, die Pflichtbeiträge abzuschaffen, das in Hamburg als Wahlargument genannt wurde, ja aktuell mit dem Beschluss des Bundesverfassungsgerichts nicht mehr zu realisieren.

DIE WIRTSCHAFT: Ein oft geäußerter Vorwurf ist Klüngel mit den großen Unternehmen am Ort.

Werner Görg: Dazu zwei Dinge. Erstens mal ganz plastisch gesagt: In der Vollversammlung der IHK Köln sitzen Vorstandsvorsitzende gemeinsam mit Einzelhändlern und mittelständischen Unternehmen. Jede Stimme wiegt genau gleich viel und hat den gleichen Einfluss. Die Mischung aus unterschiedlichen Branchen, der regionalen Verortung und der Größe der Unternehmen wird durch die Wahlgruppen möglichst spiegelbildlich zur tatsächlichen Beschaffenheit der regionalen Wirtschaftsstruktur abgebildet. Dadurch haben wir einen guten Querschnitt durch die regionale Wirtschaft als Entscheidungsgremium in der Vollversammlung.

Was macht die IHK konkret, und inwiefern kommt dies der Stadt zugute?

DIE WIRTSCHAFT: Nach außen scheint es, dass eher die vermeintlichen Negativpunkte in Sachen IHKs die breite Öffentlichkeit erreichen. Was die IHKs leisten, findet in den Medien eher selten statt. Deshalb ganz direkt gefragt: Was macht die IHK konkret, und inwiefern kommt dies der Stadt zugute?

Werner Görg: Der große Bereich Aus- und Weiterbildung, inklusive Prüfungen in rund 200 IHK-Berufen, ist sicher am besten bekannt. Die IHK Köln nimmt nicht nur die Prüfungen ab und arbeitet gemeinsam mit Unternehmen an den Berufsbildern, sie berät auch bei der Suche nach passenden Azubis, bei Problemen während der Ausbildungszeit oder wenn Betriebe zum ersten Mal ausbilden möchten. Sie informiert über die Ausbildungsberufe und ist mit zahlreichen Veranstaltungen und Initiativen für die duale Berufsausbildung aktiv. Die Ausbildungsvermittler helfen jungen Leuten bei der Suche nach dem passenden Ausbildungsplatz, speziell für geflüchtete Menschen gibt es einen Willkommenslotsen, der bei der Ausbildungsplatzsuche hilft. Im Bereich Weiterbildung bietet die IHK Köln eine Fülle von Qualifizierungen für jedes Alter.

IHK-Themen sind Gründung und Nachfolge, die Schlüsselbranchen sowie Finanz- und Rechtsfragen

Dazu kommt aber zum Beispiel noch die Standortpolitik, in die wir uns aktiv einmischen. Das betrifft Gewerbeflächen, die Infrastruktur für Verkehr und auch den Datenfluss sowie das Stadtbild insgesamt, Stichwort Masterplan Köln. Eine Stadt, die für Unternehmen attraktiv ist, bietet attraktive Arbeitsplätze, hat ein gesundes Sozialgefüge und kann Lebensqualität entfalten. Die IHK Köln setzt sich für den Handel ein und hat die Entwicklungen in Schlüsselbranchen wie der ITK oder der Medien- und Kreativwirtschaft im Blick. Darüber hinaus berät und informiert die IHK Köln Unternehmen zu Themen wie Innovationen, Digitalisierung, Gründung und Nachfolge, Fachkräftesicherung, Finanzierungs- und Rechtsfragen. Das ist immer noch nur ein Ausschnitt, und schon der ist so vielfältig, dass ich die Themen hier nur anreißen kann. Auch Zuwanderern helfen wir, ob nun Flüchtlingen mittels Sprachkursen über unsere Stiftung oder auch Fachkräften, die ihre Berufsabschlüsse hier anerkennen lassen wollen. Und mit diesen Maßnahmen helfen wir den Betroffenen, den Unternehmen, den Sozialsystemen, den Kommunen. Ich könnte so noch endlos weitermachen …

DIE WIRTSCHAFT: Wenn Sie nicht Präsident der IHK wären, gäbe es eine andere Institution, der Sie gerne vorstehen würden?

Werner Görg: Ich kann mir absolut keine Aufgabe vorstellen, die für mich ähnlich reizvoll, spannend und vielseitig sein könnte.

DIE WIRTSCHAFT: Ihr Lieblingsort in Köln?

Werner Görg: Einen absoluten Favoriten habe ich da nicht. Aber ich genieße jedes Mal den Gang über die Hohenzollernbrücke, von der aus man einen herrlichen Blick auf das alte und das neue Köln hat: Groß St. Martin genauso wie die Kranhäuser oder den Rheinboulevard.

DIE WIRTSCHAFT: Wie können Sie am besten entspannen?

Werner Görg: Am besten mit Sport, Klavierspielen und mit meiner Familie.

Heribert Eiden

EIN STUHL MUSS PASSEN WIE EIN ANZUG

„Richtiges Sitzen will gelernt sein."

Kennt sich bestens aus: Geschäftsführer Stefan Dreetz, seit 30 Jahren Fachmann im Bereich Büromöbel.

Foto: Damian Jäger

Auch Laien wissen es nicht erst seit gestern: Sitzen auf den falschen Stühlen verursacht schmerzhafte Rückenleiden. „Das richtige Sitzen will gelernt sein", sagt Stefan Dreetz, Geschäftsführer bei TOP Büromöbel in Köln-Ehrenfeld. Der Kauf eines ergonomisch richtigen Stuhles sei daher eine sinnvolle, langfristige Investition und motiviere täglich bei der Arbeit, weiß der Experte zudem. Gemeinsam mit seinem kompetenten Mitarbeiter-Team berät er daher fachlich versiert und individuell abgestimmt auf die Wünsche seiner Kunden: „In unserer Ausstellung an der Oscar-Jäger-Straße halten wir Kölns umfangreichste sowie kreativste Auswahl an individuellen Sitzmöbeln fürs Büro bereit."

Nach Untersuchungen der deutschen Berufsgenossenschaften stellen Rücken-, Kopf- und Nackenschmerzen den mit Abstand größten Anteil der betrieblichen Fehlzeiten: 30 Prozent aller Ausfallzeiten betreffen Rückenprobleme im weitesten Sinne. Und genau hier sieht Stefan Dreetz die Schnittstelle zu seinem Angebot: „Neben mangelnder Bewegung sind insbesondere monotone Arbeitsprozesse dafür ausschlaggebend. Daher sollte ein ergonomisch richtiger Stuhl auch zu den körperlichen Gegebenheiten eines jeden Einzelnen passen: Ein Stuhl muss passen wie ein Anzug." Er sollte über einen verstellbaren Schiebesitz verfügen, höhenverstellbare Armlehnen haben und eine Synchrontechnik, die bei jeder Bewegung unterstützend mitgeht.

Wem das noch zu technisch klingt, der ist eingeladen, die rund 1600 m2 große Ausstellung vor Ort zu besuchen und sich von einem der sieben Mitarbeiter persönlich beraten zu lassen, Probesitzen der circa 150 Stühle inklusive. Über die Beratung hinaus bietet TOP Büromöbel ein breit gefächertes Angebot vom Liefer- und Montageservice über die CAD-Planung bis hin zu Sonderanfertigungen und Leihmöbeln. Hier finden Kunden außerdem den größten Drehstuhlladen samt Ergonomiezentrum, in dem verschiedene Sitzsysteme zum Test vor Ort einladen.

Auf eine Besonderheit macht Stefan Dreetz außerdem aufmerksam: „Jeder Versicherte, bei dem die berufliche Rehabilitation und das notwendige Hilfsmittel zur Aufrechterhaltung und zum Erhalt der Arbeitsfähigkeit und des Arbeitsplatzes dienen, kann einen Antrag auf Bezuschussung seines Bürostuhles stellen. Die Deutsche Rentenversicherung Bund und andere Träger bieten hier zahlreiche Leistungen an." Das Team von TOP Büromöbel informiert ausführlich über die Möglichkeiten einer Kostenübernahme.

ⓘ *Weitere Informationen unter www.topbueromoebel.com*

Wir sitzen in Köln

Besuchen Sie unsere große Ausstellung in Köln-Ehrenfeld
und finden auch Sie Ihren passenden Stuhl.
Einfach vor Ort ausprobieren, gleich mitnehmen
oder ruckzuck liefern lassen.

topbueromoebel.com
Oskar-Jäger-Str. 117 - 123 · 50825 Köln · Tel. 02 21 / 95 44 79-0

2goldfisch.de

Wachsen ist einfach.

Unser Engagement für den Mittelstand.

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

sparkasse-koelnbonn.de

Wenn's um Geld geht

Sparkasse KölnBonn

AFRIKAS ROLLE IN DER ÖKONOMIE

Im Fokus des Africa Business Forums 2017 von DIE FAMILIENUNTERNEHMER und DIE JUNGEN UNTERNEHMER standen interkontinentale Kooperationen

Fotos: Christian Walenczyk

Teilnehmer des Africa Business Forums 2017.

Zum Africa Business Forum 2017 von Nordrhein kamen am 22. September 2017 im Hilton Hotel am Dom ca. 70 Geschäftsleute aus Deutschland und Afrika zusammen. Zum einen ging es um den Austausch von geschäftlichen Erfahrungen auf und mit dem afrikanischen Markt. Zum anderen stand die Initiation von Kooperationen und Investitionen auf der Agenda. Bei den spannenden Vorträgen der hochrangigen Referenten des BMZ „Marshallplan" von KPMG und der DEG sowie einer Podiumsdiskussion, bei Interviews und Netzwerkrunden wurden viele Fragen erörtert und interkontinentale Kontakte geknüpft.

In diesem Jahr wurde insbesondere die Schlüsselrolle Afrikas hinsichtlich der Lösung globaler ökonomischer Herausforderungen unter die Lupe genommen. Denn obschon die afrikanische Volkswirtschaft seit 2010 durch günstige Rohstoffentwicklung und eine gute Regierungsführung auf dem Vormarsch war, so musste sie in den letzten zwei Jahren einige Dämpfer erleiden. Die niedrigen Rohstoffpreise und die verlangsamte Nachfrage aus China schwächen die afrikanische Wirtschaft zunehmend. Und doch gehen optimistische Stimmen davon aus, dass in Zukunft keine wichtige globale Frage mehr ohne Afrika gelöst werden kann und eine stärkere Verbindung mit Afrika erreicht werden muss.
Dieser Meinung war nicht nur die Moderatorin des Africa Business Forums 2017, Sophie Masipa, Head of Communications and Media Relations der Mo Ibrahim Foundation, sondern auch die anderen Referenten.

Geschäftstätigkeit zwischen Deutschland und Afrika optimieren

Nachdem der Mitinitiator des Forums Olaf Ziegs, Regionalvorsitzender von DIE FAMILIENUNTERNEHMER Nordrhein und Geschäftsführer von Z PLUS M Die Marketing Agentur, seine Eröffnungsrede gehalten hatte, wurde das Mikrofon an Florian von Eisenhart-Rothe, DEG mbH, weitergegeben. Er präsentierte „German Desks – DEGs Strategie zur Optimierung der Geschäftstätigkeit" zwischen Afrika und Deutschland. Diese beinhaltet im Rahmen von Leuchtturmprojekten zwei Best-Case-Beispiele hinsichtlich einer Langzeitfinanzierung für einen Saftproduzenten in Kenia und Erdnuss-Öl-Hersteller in Senegal. Ehe die Kaffeepause zu ersten Netzwerkgesprächen einlud, stellte Andreas Beckermann vom Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung den „Marshallplan mit Afrika" vor, welcher von den Gästen zunächst kritisch hinterfragt wurde. Letztlich konnte er jedoch inhaltlich überzeugen.
Christian Lindtfeld, Senior Manager Familienunternehmen von der KPMG, referierte anschließend über die Chancen deutscher Familienunternehmen auf dem afrikanischen Kontinent. Die folgende Podiumsdiskussion mit hochrangigen Gästen (u. a. die Referenten und Christoph Kannengießer, Geschäftsführer vom Afrika-Verein der dt. Wirtschaft) eröffnete die Chance, weitere Fragen des interessierten Publikums ausführlich zu beantworten.

Viele deutsch-afrikanische Kooperationen auf dem Weg

Kurz bevor es in die Mittagspause und ans Netzwerken ging, bedankte sich Masipa bei den Organisatoren Olaf Ziegs und Roland Ndaka Fru für ihr außerordentliches Engagement und dafür, dass durch sie bereits viele deutsch-afrikanische Kooperationen geschlossen werden konnten. Ihr Credo für diesen Tag: „Start small, grow big!" Im Anschluss nutzten alle Teilnehmer die Gelegenheit, Kontakte mit den internationalen Unternehmern zu knüpfen, um über mögliche gemeinsame Projekte zwischen Afrika und Deutschland zu sprechen.

Matze Ehlers

Netzwerken ist ein wichtiger Bestandteil des Forums.

Der Regionalkreisvorsitzende von DIE FAMILIENUNTERNEHMER und Organisator des Forums Olaf Ziegs.

BEREIT FÜR DIE ZUKUNFT: NETCOLOGNE DATA CENTER

Optimaler Schutz und beste Performance für Ihre IT und Daten in der Region. Vom Server-Housing bis zur individuellen ITK-Lösung.

Sprechen Sie mit unseren Experten über eine individuelle Lösung für Ihr Unternehmen.

0800 2222-550 | business@netcologne.koeln
www.netcologne.koeln/datacenter

**NETCOLOGNE BUSINESS.
VERNETZT MIT DER ZUKUNFT.**

NETCOLOGNE

DIE GEWERBEFLÄCHEN-MANAGER

Ein ausgewogener Branchenmix ist das A und O bei der Gewerbeansiedlung

Foto: Heribert Eiden

Herausgeber Eugen Weis (links) im Gespräch mit Silke Ratte und Volker Suermann von der RBW.

In Bergisch Gladbach sind Gewerbeflächen begrenzt. Umso wichtiger ist die optimale Vermarktung des raren Guts. „Die Wirtschaft“ fragte nach bei der Rheinisch Bergischen Wirtschaftsförderungsgesellschaft RBW. Längst etabliert ist der Technologie-Park Bergisch Gladbach, ein neues Terrain in Obereschbach wird gerade entwickelt – und ist schon ausverkauft.

Wichtig für die Erschließung neuer Gewerbeflächen sind die Autobahnen. Die A 4 führt quasi direkt vorbei an Obereschbach, die Abfahrt Moitzfeld ist nur einen Kilometer entfernt. Von hoher Qualität ist auch die Datenautobahn: Die Daten-Infrastruktur mit schnellem Breitband bietet in der Norm bis zu 100 Mbit/s, auf Wunsch bis zu 10 Gbit/s. „Wenn Sie das heute nicht bieten können, brauchen Sie gar nicht mit dem ersten Spatenstich zu beginnen“, so Martin Westermann von der Stadt Bergisch Gladbach.

Obereschbach ist eigentlich ausgebucht, ca. 45.000 Quadratmeter Grundfläche sind verkauft. Sollte ein potenzieller Käufer abspringen, stehen interessierte Unternehmen schon in den Startlöchern. „Das ist natürlich ein schöner Erfolg, zeigt aber auch auf, dass in Bergisch Gladbach große Flächen für weitere Gewerbeparks fehlen“, so Westermann. Ein Grund für den Mangel an Flächen ist dabei die Topografie der Region – bergisch eben. Um bebaubare Ebenen zu schaffen, wurden große Mengen Boden an einigen Stellen abgetragen, um sie an anderen Stellen aufzuschütten. Der Fachmann spricht in diesem Falle von einer Geländemodellierung.

Neue Flächen für alte Bekannte

Der Fokus in Obereschbach richtet sich dabei nicht nur auf die Ansiedlung neuer Unternehmen. Vielmehr soll Betrieben aus der Region die Möglichkeit gegeben werden, geplante und nötige Expansionen endlich zu verwirklichen. Das Gewerbegebiet punktet mit seiner Anbindung an die Metropolen der Region. Neue Arbeitgeber finden passendes Personal, und wer in Bergisch Gladbach und den umliegenden Gemeinden wohnt, lebt zwar auf dem Land, hat aber sämtliche Annehmlichkeiten einer Großstadt quasi vor der Haustür.

Auf der anderen Seite der Autobahn liegt der TechnologiePark Bergisch Gladbach, eine multifunktionale, rund 72.500 Quadratmeter große Gewerbefläche. Für Unternehmen, die schnell einen neuen Standort suchen, bietet der Park freie Mietflächen in Bestandsgebäuden. „Darüber hinaus stehen auf dem weitläufigen Areal weitere 55.000 Quadratmeter Entwicklungsfläche für Neubauten bereit, die maßgeschneidert nach Mieterwunsch errichtet werden können“, erläutert Parkmanager Albert Hanseder-Schiessl.

Unter dem Label „Büro 4.0“ entwickelt der Park für Unternehmen auch moderne Büroarbeitsplätze der Zukunft. Dabei steht der Mensch im Mittelpunkt. Arbeitsprozesse optimieren, die Effizienz steigern und dem Wohlfühlfaktor der Mitarbeiter gerecht werden – das hat man sich auf die Fahnen geschrieben. Ganz aktuell sind „Die TECHNOLOGEN GmbH“ in die Arbeitswelt der nächsten Generation gestartet. Gemeinsam mit dem Wachstumsunternehmen haben das Rheinisch-Bergische TechnologieZentrum (RBTZ) und der TechnologiePark ein Konzept entwickelt und umgesetzt, das den „Technologen“ nicht nur deutlich mehr Raum, sondern vor allem eine komplett neue Arbeitswelt bietet.

Ein anderer Standort war keine Option. „Wir wollten zwar weiterhin die Standortvorzüge des TBG und die professionelle Beratung des RBTZ nutzen, aber klassische Büros kamen für uns nicht mehr infrage“, schildert Geschäftsführer Benjamin Esterle die Situation. „Denn exzellente Arbeitsleistung ist letztlich nur in einer exzellenten Arbeitsumgebung möglich. Zum einen macht die Arbeit dann mehr Spaß und eine gute Arbeitsumgebung fördert die Leistungsfähigkeit der Mitarbeiter“, so Esterle.

Open-Space-Lösung mit Loftcharakter

Schnell war eine passende Fläche identifiziert. Eine Industriehalle direkt neben dem RBTZ. Nach dem Komplettumbau der Halle erzeugen jetzt hohe Decken einen Loftcharakter und die rund 230 Quadratmeter große Fläche bietet beste Bedingungen für die gewünschte Open-Space-Lösung. „In-

dividuell gestaltet nach unseren Anforderungen und Ideen bietet sie jetzt eine Arbeitswelt, die leistungsfördernd und motivierend wirkt“, so Esterle.

In die neue Arbeitswelt für „Die TECHNOLOGEN“ haben der Park und das junge Unternehmen gemeinsam einen sechsstelligen Betrag investiert. „Für uns ist das auch eine Investition in die Zukunft des TBG“, erklärt TechnologiePark-Manager Albert Hanseder-Schiessl. Das zeigten Erfolgsgeschichten wie die der Oevermann Networks GmbH, die als kleines Start-up vor über 20 Jahren im RBTZ gegründet wurde, mit inzwischen rund 100 Mitarbeitern Ende letzten Jahres ihre Flächen erneut erweitert und gemeinsam mit dem Park zu einer modernen Arbeitswelt umgestaltet hat, oder die ebenfalls im TZ gestartete FRT GmbH, die heute 3-D-Oberflächenmesstechnik für Forschung und Produktion weltweit entwickelt und produziert.

„Das RBTZ ist nicht nur Katalysator für Gründungen, sondern auch eine wichtige Keimzelle für den TechnologiePark“, betont Martin Westermann, Geschäftsführer des RBTZ, das in seiner 20-jährigen Geschichte rund 700 Gründungsvorhaben begleitet und über 110 Gründungsunternehmen am Standort angesiedelt hat. „Denn prosperiert das Geschäft der Gründer im RBTZ, wie jetzt bei den TECHNOLOGEN, können sie ohne Weiteres am Standort weiter wachsen. Ohne Adresswechsel, jedoch mit der Möglichkeit, die zentralen Infrastruktureinrichtungen und Services des Parks und des RBTZ weiterhin zu nutzen.“

Foto: Stadt Bergisch Gladbach

In Bau ist das neue Gewerbegebiet Obereschbach.

Duales Konzept kommt allen zugute

Westermann bringt die Vorzüge dieses „dualen Konzeptes“ von öffentlich-rechtlichem TechnologieZentrum und privatwirtschaftlichem TechnologiePark auf den Punkt: „Es schafft seit über 20 Jahren eine Win-win-Si-

start NRW

Passgenaue Unterstützung für Ihr Unternehmen

Sie brauchen Unterstützung bei personellen Engpässen oder bevorstehenden Personalanpassungen? Mit START als Partner sind Sie auf der sicheren Seite, denn wir

- bereiten die Beschäftigten perfekt auf die Aufgaben in Ihrem Unternehmen vor,
- ermöglichen die risikolose Erprobung und die kostenlose Übernahme unseres Leiharbeitspersonals,
- unterstützen Sie in allen Fragen des Arbeits- und Gesundheitsschutzes,
- bezahlen die Leiharbeitnehmerinnen und -arbeitnehmer über einen Haustarifvertrag (IG Metall und ver.di) mit Vergütungen oberhalb der Branchentarifverträge,
- bieten die Möglichkeit der Partnerschaftlichen Ausbildung in mehr als 60 Berufen,
- eröffnen mit Beschäftigtentransfer neue Perspektiven.

Wir freuen uns auf den Kontakt mit Ihnen!

START NRW GmbH wird von einer breiten Basis regionaler Gesellschafter getragen. Dazu zählen z. B. Verbände der nordrhein-westfälischen Wirtschaft, Handwerk.NRW, das Land NRW, die kommunalen Spitzenverbände und der DGB.

START NRW GmbH

Friedrich-Ebert-Straße 75
51429 Bergisch Gladbach
Tel.: 02204 74838-0
Fax: 02204 74838-59
bgladbach@start-nrw.de

Meckenheimer Allee 67–69
53115 Bonn
Tel.: 0228 98186-0
Fax: 0228 98186-29
bonn@start-nrw.de

Hamburger Straße 14 a
50321 Brühl
Tel.: 02232 94564-0
Fax: 02232 94564-49
bruehl@start-nrw.de

Neumarkt 25
50667 Köln
Tel.: 0221 944024-0
Fax: 0221 944024-29
koeln@start-nrw.de

Opladener Platz 3
51379 Leverkusen
Tel.: 02171 58237-0
Fax: 02171 58237-29
leverkusen@start-nrw.de

Mülheimer Straße 1
53840 Troisdorf
Tel.: 02241 8711-0
Fax: 02241 8711-29
troisdorf@start-nrw.de

Flächendeckend in NRW: **www.start-nrw.de**

tuation für das Gründerzentrum, den TechnologiePark, für die Gründer und im Sinne der regionalen Wirtschaftsförderung auch für die Stadt und den Kreis."

Mieter schätzen neben dem wirtschaftlichen Flächenangebot vor allem das ausgefeilte Servicekonzept: vom zentralen Empfang und Sicherheitsdienst über den Hausmeister- und Reinigungsservice bis hin zum Mittagstisch sowie zu Catering und Veranstaltungsservice und vielem mehr. Konferenz- und Veranstaltungsräumlichkeiten sind für Mieter kostenfrei buchbar. Die große Standortgemeinschaft von über 140 Unternehmen bietet einen weiteren Vorzug: Eine ganze Reihe von Firmen im Park offerieren ihnen ihre Dienstleistungen meist zu Sonderkonditionen – vom Büroservice über Internetdienstleister und Werbeagentur bis hin zur Arbeitsmedizin.

Foto: TBG

Imponierende Dimensionen: Der Technologiepark aus der Vogelperspektive.

Ultraschnelles Breitband ein Muss

Mit seinem Glasfasernetz stellt der Park den angesiedelten Unternehmen auch eine ultraschnelle Datenautobahn bereit. „Die Datenanbindung des TBG ist ein absolutes Alleinstellungsmerkmal für Bergisch Gladbach", stellt der Breitbandbeauftragte der Stadt Bergisch Gladbach Jonas Geist fest. Joachim Wenzel vom im TechnologiePark ansässigen Ingenieurbüro Zammit bringt die Standortvorzüge auf den Punkt: „Toplage und Anbindung mit optimaler Erreichbarkeit unserer Kunden, flexible Flächen zum flexiblen Wachsen, guter Service – wir sind rundum zufrieden mit dem TBG."

Heribert Eiden

Foto: TBG

Der Campus als Teil des Technologieparks.

Optionales Ford Lease Full-Service-Paket nur
€ 0,99[1] *netto*

Ford Lease Gewerbe-Offensive

Budget-Buddy trifft Geschäfts-Garant.

FORD **FOCUS TURNIER** TREND

1,5 l TDCi-Dieselmotor 70 kW (95 PS), Start-Stopp-System, Audiosystem CD mit USB-Anschluss und Audio-Fernbedienung, Außenspiegel beheizbar, Fahrersitz mit einstellbarer Lendenwirbelstütze, Kartentasche an Fahrer- und Beifahrersitzrückenlehne u. v. m.

Günstig mit der monatl. Full-Service-Leasingrate von

€ 185,- netto[2,3] **(€ 220,15** brutto**)**

FORD **MONDEO TURNIER** TREND

1,5 l TDCi Dieselmotor 88 kW (120 PS), Start-Stopp-System, 16"-Stahlräder, Audiosystem CD mit USB-Anschluss und Audio-Fernbedienung, Außenspiegel in Wagenfarbe lackiert, elektrisch einstellbar und beheizbar, mit integrierten Blinkleuchten, Ford Easy Fuel u. v. m.

Günstig mit der monatl. Full-Service-Leasingrate von

€ 225,- netto[2,4] **(€ 267,75** brutto**)**

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): Ford Focus: 4,3 (innerorts), 3,4 (außerorts), 3,8 (kombiniert); CO_2- Emissionen: 98 g/km (kombiniert). Ford Mondeo: 4,8 (innerorts), 3,7 (außerorts), 4,1 (kombiniert); CO_2-Emissionen: 107 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

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

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

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

www.fordhändler-köln.de

[1] Das Ford Lease Full-Service-Paket ist optional ab € 0,99 netto (€ 1,18 brutto) monatlich erhältlich. Eingeschlossen sind Wartungs- und Inspektionsarbeiten sowie anfallende Verschleißreparaturen in vereinbartem Umfang. Für weitere Fragen zu Details und Ausschlüssen zu allen Services können Sie sich gerne an uns wenden. Nur erhältlich im Rahmen eines Ford Lease Vertrages. [2] Ford Lease ist ein Angebot der ALD AutoLeasing D GmbH, Nedderfeld 95, 22529 Hamburg, für Gewerbekunden (ausgeschlossen sind Großkunden mit Ford Rahmenabkommen sowie gewerbliche Sonderabnehmer wie z. B. Taxi, Fahrschulen, Behörden). [3] Gilt für einen Ford Focus Turnier Trend 1,5-l-TDCi-Dieselmotor 70 kW (95 PS) (Start-Stopp-System), € 185,- netto (€ 220,15 brutto) monatliche Leasingrate, € 319,40 netto (€ 380,09 brutto) Leasing-Sonderzahlung, bei 36 Monaten Laufzeit und 30.000 km Gesamtlaufleistung. Leasingrate auf Basis eines Fahrzeugpreises von € 19.495,80 netto (€ 23.200,- brutto), zzgl. € 587,39 netto (€ 698,99 brutto) Überführungskosten. [4] Gilt für einen Ford Mondeo Turnier Trend 1,5-l-TDCi-Dieselmotor 88 kW (120 PS) (Start-Stopp-System), € 225,- netto (€ 267,75 brutto) monatliche Leasingrate, € 319,40 netto (€ 380,09 brutto) Leasing-Sonderzahlung, bei 36 Monaten Laufzeit und 30.000 km Gesamtlaufleistung. Leasingrate auf Basis eines Fahrzeugpreises von € 25.294,12 netto (€ 30.100,- brutto), zzgl. € 747,89 netto (€ 889,99 brutto) Überführungskosten. Irrtum und Drucksatzfehler vorbehalten.

GLEICHES GELD FÜR GLEICHE ARBEIT

Neue Herausforderungen bei der Überlassung von Arbeitnehmern

Foto: Kadmy/fotolia.com

Wer Leiharbeiter z.B. für Inventur oder Auftragsspitzen einsetzt sollte auf einiges achten

Seit dem 1. April 2017 sind die Änderungen des Arbeitnehmerüberlassungsgesetzes (AÜG n. F.) in Kraft. Auch wenn die Änderungen wesentliche Kernbereiche der Vertragsbeziehungen zwischen Entleiher, dem Verleiher und dem Leiharbeitnehmer betreffen, bleiben wichtige Fragen offen.

1. Anforderungen an die Form des Überlassungsvertrags

Der Überlassungsvertrag zwischen Verleiher und Entleiher muss schriftlich geschlossen werden und bedarf damit der Originalunterschriften beider Parteien auf einem Dokument oder einer qualifizierten elektronischen Signatur nach dem Signaturgesetz (§§ 12 Abs. 1 Satz 1 AÜG n. F., 126, 126a BGB). Darüber hinaus muss der Vertrag zwischen Verleiher und Entleiher gemäß § 1 Abs. 1 Satz 5 AÜG n. F. ausdrücklich als Arbeitnehmerüberlassungsvertrag gekennzeichnet werden (sog. Etikettierungspflicht). Diese formalen Anforderungen gelten auch für bereits bestehende Überlassungsverträge, die lediglich über den 1. April 2017 hinaus fortgeführt werden (Fachliche Weisungen der Bundesagentur für Arbeit zum AÜG, Stand 1. April 2017, S. 20). Gleiches gilt für die Auftragsvergabevereinbarung.

Wird der einzelne Arbeitnehmer erst im Zuge der Erfüllung des Überlassungsvertrags durch den Verleiher unter Bezugnahme auf den Überlassungsvertrag namentlich benannt, bedarf diese Konkretisierung (ausnahmsweise) nicht der dargestellten Schriftform (Fachliche Weisungen, S. 20). Dennoch muss auch eine Konkretisierung des Abrufs in Textform, z. B. per E-Mail und Bestätigung durch den Vertragspartner, erfolgen. Zudem sind Beginn und Ende genau zu dokumentieren, um die Überlassungshöchstdauer jederzeit überprüfen zu können.

Bei einem Verstoß gegen Kennzeichnungs- und Offenlegungspflichten droht nach § 16 Abs. 1 Nr. 1c, 1d, Abs. 2 AÜG n. F. eine Geldbuße von bis zu EUR 30.000 pro Verstoß.

Zudem wird bei einem Verstoß gegen die Offenlegungs- und Konkretisierungspflicht ein Arbeitsverhältnis zwischen Entleiher und Leiharbeitnehmer fingiert (vgl. §§ 9 Abs. 1 Nr. 1a, 10 Abs. 1 AÜG n. F.). Ein Arbeitsverhältnis kommt nur dann nicht zustande, wenn der Leiharbeitnehmer fristgemäß eine sog. Festhaltenserklärung gegenüber der Agentur für Arbeit nach den §§ 9, 10 AÜG n. F. abgibt.

2. Festlegung der Überlassungsdauer

In § 1 Abs. 1b Satz 1 AÜG n. F. wird nunmehr festgelegt, dass ein Leiharbeitnehmer einem Entleiher für maximal aufeinanderfolgende 18 Monate überlassen werden darf. Die wesentliche Streitfrage, was unter einer „vorübergehenden" Arbeitnehmerüberlassung zu verstehen ist, ist damit gesetzlich konkretisiert worden.

Die Höchstüberlassungsdauer bezieht sich hierbei auf den einzelnen Leiharbeitnehmer und nicht auf einen bestimmten Arbeitsplatz. Dies bedeutet, dass ein Arbeitsplatz – nach entsprechender unternehmerischer Entscheidung – dauerhaft mit Leiharbeitnehmern besetzt werden kann. Andererseits bedeutet dies auch, dass ein Leiharbeitnehmer maximal 18 aufeinanderfolgende Monate im Betrieb beschäftigt werden darf. Diese Regelung kann nicht dadurch umgangen werden, dass der Leiharbeitnehmer auf einem anderen Arbeitsplatz beschäftigt wird oder aufseiten des Verleihers eine andere Person auftritt, der Leiharbeitnehmer also den Arbeitgeber wechselt.

Grundsätzlich wird die Höchstüberlassungsdauer gemäß den Fristenregelungen in den §§ 187 f. BGB bestimmt. Bei einem regelmäßigen Einsatz (z. B. einmal pro Woche) endet sie deshalb 18 Monate nach dem ersten Einsatztag (Bayreuther, NZA 2017, 18). Die Tage, an denen nicht gearbeitet wurde, werden also regelmäßig nicht herausgerechnet.

Der Ablauf der Frist wird (nur) durch abgrenzbare Unterbrechungen analog § 209 BGB gehemmt (Bayreuther, NZA 2017, 18). Der Zeitraum der Unterbrechung ist dann nicht zur Höchstüberlassungsdauer hinzuzurechnen. Dies setzt eine sog. relevante Unterbrechung voraus. Eine solche relevante Unterbrechung (die nicht als Einsatzzeit gewertet wird) liegt dann vor, wenn der Verleiher (tatsächlich) wieder über die Arbeitszeit des Leiharbeitnehmers verfügen kann und kein enger zeitlicher

Zusammenhang zwischen den verschiedenen Einsätzen besteht. Für den Zeitraum darf also insbesondere kein Verleihvertrag zwischen dem Verleiher und dem jeweiligen Entleiher bezüglich des bestimmten Leiharbeitnehmers bestehen. In einem solchen Fall werden dann nur die einzelnen Einsatzzeiten zusammengerechnet.

Eine Zusammenrechnung der Einsatzzeiten erfolgt nur dann nicht, wenn zwischen den verschiedenen Einsätzen mehr als drei Monate liegen, in denen der Leiharbeitnehmer nicht beim Entleiher eingesetzt wurde. In einem solchen Fall beginnt die Frist der Höchstüberlassungsdauer von Neuem zu laufen.

In einem Tarifvertrag der Einsatzbranche kann eine abweichende Überlassungshöchstdauer festgelegt werden. Darüber hinaus können für Geltungsbereiche eines Tarifvertrages auch abweichende tarifvertragliche Regelungen im Betrieb eines nicht tarifgebundenen Entleihers durch Betriebs- oder Dienstvereinbarung bis zu einer übernommenen Überlassungshöchstdauer von 24 Monaten vereinbart werden.

Eine Überschreitung der Überlassungshöchstdauer führt ebenfalls zur Fiktion eines Arbeitsverhältnisses mit dem Entleiher. Zudem kann bei wiederholtem Verstoß die Verleiherlaubnis widerrufen werden. Schließlich stellt das Überschreiten der Höchstüberlassungsdauer zudem eine bußgeldbewehrte Ordnungswidrigkeit für den Verleiher dar.

3. Equal Pay

Grundsätzlich muss ein Leiharbeitnehmer ab dem ersten Einsatztag von seinem vertraglichen Arbeitgeber (also dem Verleiher) das gleiche Entgelt erhalten, wie es ein vergleichbarer Mitarbeiter im Betrieb des Entleihers erhält. Wird kein vergleichbarer Mitarbeiter im Entleihbetrieb beschäftigt, so hat der Leiharbeitnehmer das Entgelt zu erhalten, das er bekommen würde, wenn er für die gleiche (bzw. eine vergleichbare) Tätigkeit beim Entleiher eingestellt worden wäre (vgl. BAG, Urteil vom 14. Februar 2014, 5 AZR 1047/12, BB 2014, 1658 ff.).

Soweit im Entleihbetrieb ein allgemeines Entgeltschema angewandt wird, ist demnach das Gehalt zu gewähren, das der Leiharbeitnehmer bei fiktiver Einordnung in dieses Entgeltschema erhalten würde. Andernfalls muss der Leiharbeitnehmer die Vergütung beziehen, die einem Mitarbeiter bei Einstellung realistischerweise angeboten würde. Insoweit ist insbesondere die Grenze des allgemeinen gesetzlichen Mindestlohns (derzeit EUR 8,84 Brutto/Arbeitsstunde) zu gewähren. Zudem wäre auch die marktübliche Vergütung zu berücksichtigen. Insoweit gilt auch § 8 Abs. 1 Satz 2 AÜG n. F., wonach der Leiharbeitnehmer hinsichtlich des Arbeitsentgelts gleichgestellt ist, wenn er ein für vergleichbare Arbeitnehmer in der Einsatzbranche geltendes tarifvertragliches Arbeitsentgelt erhält.

Im Rahmen eines Gesamtvergleichs sind alle vom Entleiher geleisteten Bruttovergütungen (Lohn für geleistete Stunden, Urlaubsvergütung sowie Entgeltfortzahlung im Krankheitsfalle und an Feiertagen, Zulagen und Zuschläge, vermögenswirksame Leistungen sowie (steuerpflichtige) geldwerte Vorteile eines zur privaten Nutzung überlassenen Firmenwagens) zu berücksichtigen (BAG, Urteil vom 14. Februar 2012, 5 AZR 1047/12).

Von dem Grundsatz des Equal Pay kann nur durch Tarifvertrag und für maximal bis zu 15 Monate abgewichen werden. Im Geltungsbereich eines Tarifvertrags kann dieser zudem auch einzelvertraglich einbezogen werden, wenn der jeweilige Arbeitgeber nicht tarifgebunden ist.

Der Entleiher haftet nur in sehr begrenztem Umfang, wenn der Grundsatz des Equal Pay verletzt wird. Es entsteht insbesondere kein Arbeitsverhältnis zwischen dem Entleiher und dem Leiharbeitnehmer (BT Drucks. 18/9232, S. 26). Dennoch obliegen dem Entleiher Auskunftspflichten bezüglich der wesentlichen Arbeitsbedingungen gegenüber dem Verleiher (§ 12 Abs. 1 S. 4 AÜG n. F.) sowie gegenüber dem Leiharbeitnehmer, soweit dieser eine entsprechende Information fordert (§ 13 AÜG n. F.). Deren Verletzung kann ggf. zu Schadensersatzansprüchen führen.

Eine Haftung des Entleihers besteht aber für fehlende Sozialversicherungsbeiträge, falls der Equal-Pay-Anspruch des Leiharbeitnehmers höher als die gezahlte Vergütung gewesen sein sollte (§ 28e Abs. 2 SGB IV). Er muss also für die Differenzvergütung in die darauf entfallenden Sozialversicherungsbeiträge einstehen. Dies setzt allerdings voraus, dass die zuständige Einzugsstelle den Verleiher zuvor erfolglos abgemahnt hat. Eine entsprechende Auskunftspflicht sollte deshalb in den Leiharbeitsvertrag aufgenommen werden.

4. Zusammenfassung

Vor dem Hintergrund drohender Bußgelder sowie der Fiktion eines Arbeitsverhältnisses mit einem betroffenen Leiharbeitnehmer bzw. dem möglichen Entzug der Verleiherlaubnis ist besondere Sorgfalt darauf zu verwenden, die formalen Anforderungen, die im Rahmen der Personalgestellung zu beachten sind, einzuhalten. Dies gilt insbesondere auch im Hinblick auf die Kennzeichnungspflicht eines Arbeitnehmerüberlassungsvertrags. Insoweit ist die sog. „Vorratserlaubnis“ nicht mehr geeignet, etwaige Bußgelder oder die Fiktion eines Arbeitsverhältnisses zu verhindern.

Foto: Luther Rechtsanwaltsgesellschaft mbH

Foto: Luther Rechtsanwaltsgesellschaft mbH

Gastautorinnen:
Dr. Eva Rütz, Rechtsanwältin bei Luther Rechtsanwaltsgesellschaft mbH, eva.ruetz@luther-lawfirm.com

Jana Voigt, Rechtsanwältin bei Luther Rechtsanwaltsgesellschaft mbH, jana.voigt@luther-lawfirm.com

NACH JAHRESWECHSEL ERHÖHT ABSCHREIBEN

Erhöhung der Grenze zur Sofortabschreibung ab 2018

Foto: Gina Sanders - Fotolia.com

Investitionen über den Jahreswechsel hinausschieben kann sich lohnen.

Anschaffungskosten für Wirtschaftsgüter sind grundsätzlich über ihre Nutzungsdauer abzuschreiben. Etwas anderes gilt jedoch für geringwertige Wirtschaftsgüter (GWG).

Anschaffungskosten für GWG können bereits im Jahr der Anschaffung in vollem Umfang als Betriebsausgabe geltend gemacht werden. Bisher galt die GWG-Grenze von 410 Euro. Dieser Schwellenwert wird für Wirtschaftsgüter, die nach dem 1. Januar 2018 angeschafft werden, auf 800 Euro erhöht. Der Bundestag hat dies zum Zweck der Entlastung des Mittelstands und der Handwerksbetriebe am 24. Juli 2017 beschlossen.

Um die GWG-Regelung in Anspruch nehmen zu können, muss das Wirtschaftsgut abnutzbar, beweglich und selbstständig nutzungsfähig sein. Ist das Wirtschaftsgut nur im Zusammenhang mit anderen Geräten nutzbar, scheidet die Anwendung der GWG-Regelung aus. So können beispielsweise die Anschaffungskosten für einen Monitor, der nur mit einem PC genutzt werden kann, nicht über die GWG-Regelung abgeschrieben werden.

Als weitere Voraussetzung ist die Höhe der Anschaffungskosten zu prüfen. Hierbei muss beachtet werden, dass auch Porto- und Verpackungskosten zu den Anschaffungskosten gehören. Die Anschaffungskosten sind jedoch stets um einen eventuell enthaltenen Umsatzsteuerbetrag zu kürzen. Dies gilt selbst dann, wenn die Umsatzsteuer nicht als Vorsteuer geltend gemacht werden kann.

Neue Schwellenwerte bei der Bildung eines Sammelpostens

Alternativ zu der GWG-Regelung gibt es die Möglichkeit, einen Sammelposten zu bilden. Diese Möglichkeit kann für Wirtschaftsgüter in Anspruch genommen werden, deren Anschaffungskosten zwischen 150 Euro (ab dem 1. Januar 2018 250 Euro) und 1.000 Euro liegen.

Für die Abschreibung im Rahmen eines Sammelpostens werden die in einem Jahr angeschafften Wirtschaftsgüter in einen Sammelposten eingestellt. Dieser wird dann im Jahr der Bildung und den folgenden vier Jahren in Höhe von jeweils 20 Prozent aufgelöst. Eine zeitanteilige Auflösung kommt somit auch im Jahr der Bildung nicht in Betracht. Sollten einzelne Wirtschaftsgüter innerhalb des 5-Jahres-Zeitraums aus dem Betriebsvermögen ausscheiden, bleibt auch dies ohne Bedeutung für die Auflösung des Sammelpostens.

Jährliches Wahlrecht

Sowohl bei der GWG-Regelung als auch bei der Bildung des Sammelpostens handelt es sich um ein Wahlrecht. Dieses Wahlrecht kann für Wirtschaftsgüter, deren Anschaffungskosten zwischen 150 Euro und 410 Euro (ab dem 1. Januar 2018 zwischen 250 Euro und 800 Euro) liegt, nur einheitlich ausgeübt werden. Dies bedeutet, dass für die in einem Jahr angeschafften Wirtschaftsgüter mit Anschaffungskosten zwischen 150 Euro und 410 Euro (ab dem 1. Januar 2018 zwischen 250 Euro und 800 Euro) entweder die GWG-Regelung oder die Bildung des Sammelpostens in Anspruch

genommen werden kann. Im Folgejahr kann das Wahlrecht für die dann angeschafften Wirtschaftsgüter neu ausgeübt werden.

Dokumentationspflichten

Wirtschaftsgüter, deren Anschaffungskosten mehr als 150 Euro (ab dem 1. Januar 2018 250 Euro) betragen, müssen in ein gesondert zu führendes Verzeichnis aufgenommen werden. Bei Anschaffungskosten unter 150 bzw. 250 Euro entfällt diese Verpflichtung. Diese Wirtschaftsgüter können ohne weitere Aufzeichnungen im Jahr der Anschaffung abgeschrieben werden.

Investitionsabzugsbeträge nutzen

Anschaffungskosten können aufgrund eines in den Vorjahren gebildeten Investitionsabzugsbetrages (IAB) um einen Herabsetzungsbetrag gekürzt werden, soweit Betriebsgrößenschwellenwerte nicht überschritten werden. Damit kann die Unterschreitung der Grenzen für die Sofortabschreibung bzw. die Bildung eines Sammelpostens gestaltet werden.
Ein IAB darf gebildet werden für die voraussichtliche Anschaffung von beweglichen abnutzbaren Wirtschaftsgütern innerhalb von drei Jahren. Der IAB darf höchstens 40 Prozent der voraussichtlichen Anschaffungskosten betragen und mindert den Gewinn des Jahres, in dem er gebildet wird.

Optimale Investitionsentscheidungen zum Jahreswechsel

Es gibt somit mehrere Möglichkeiten, um die Anschaffungskosten von kleineren Investitionen optimal steuerlich geltend zu machen. Zum Jahreswechsel 2017/2018 sollten Unternehmen prüfen, ob geplante Investitionen erst nach dem 1. Januar 2018 durchgeführt werden können, um von der Erhöhung der jeweiligen Schwellenwerte zu profitieren. Zudem kann mit der Bildung von Investitionsabzugsbeträgen zum Jahresende 2017 eine Überschreitung der Schwellenwerte in 2018 und Folgejahren vermieden werden.

Foto: privat

Gastautorin: STBin Sabine Klein
Dipl.-Kfm. Hans M. Klein + Partner mbB
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft / Steuerberatungsgesellschaft

Wir fördern
das Gute in NRW.

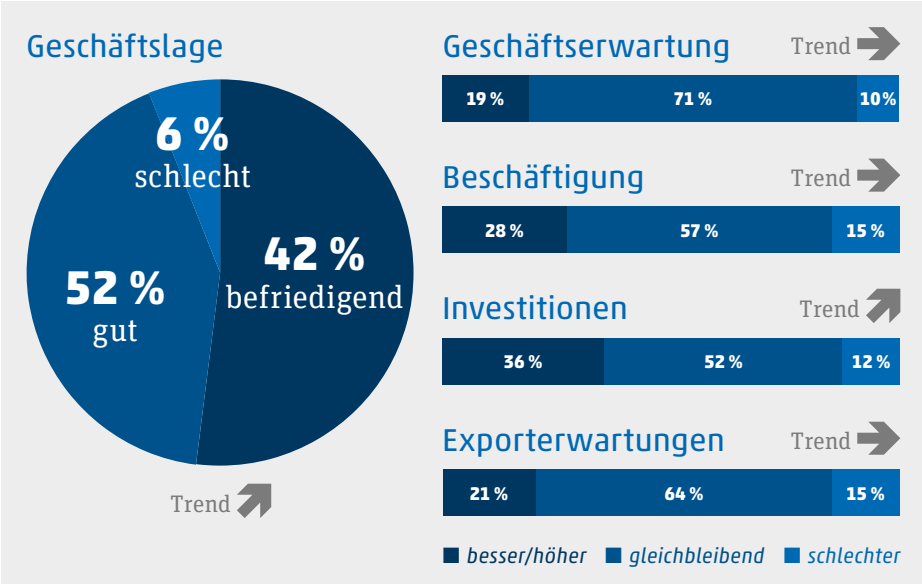
Sabine Baumann-Duvenbeck und ihr Kraftpaket – unterstützt durch die Fördermittel der NRW.BANK.

Die Stärke mittelständischer Unternehmen ist ein wichtiger Motor der Wirtschaft in unserer Region. Eine Eigenschaft, die es wert ist, gefördert zu werden. Z. B. durch den NRW.BANK.Effizienzkredit: Zinsgünstige Darlehen von 25.000 bis 5 Millionen Euro für Modernisierungen, die Ihre Anlagen zukunftsfähig machen. Sprechen Sie mit uns über Ihre unternehmerischen Ziele.
www.nrwbank.de/staerke

NRW.BANK
Wir fördern Ideen

HERBST-KONJUNKTUR-BERICHT DER IHK KÖLN

Die Unternehmen blicken zuversichtlich in die Zukunft und IHK-Köln-Hauptgeschäftsführer Ulf Reichardt spricht von einem goldenen Herbst mit besten Aussichten.



Im Herbst 2017 melden die Unternehmen im IHK-Bezirk eine sehr gute Lage. Die Erwartung der Unternehmen in Köln und Leverkusen, im Rheinisch-Bergischen, im Oberbergischen und im Rhein-Erft-Kreis an die Entwicklung der kommenden zwölf Monate ist etwas zurückhaltender als zuletzt. Der eingeschlagene Wachstumskurs dürfte sich angesichts der guten Stimmung sowie der etwas nachlassenden, aber nach wie vor zuversichtlichen Erwartungshaltung an die kommenden Monate weiter verfestigen – so die Grundaussage des aktuellen Konjunkturberichts der IHK Köln.

„Die Erwartungen der Unternehmen sind mit Blick auf die kommenden zwölf Monate zwar etwas zurückhaltender als noch im Frühjahr“, sagt Ulf Reichardt, Hauptgeschäftsführer der IHK Köln, „aber man kann durchaus von einem goldenen Herbst mit besten Aussichten sprechen. Die Betriebe blicken sehr zuversichtlich in die Zukunft, und der Wachstumstrend wird sich vermutlich verfestigen.“

Der von der IHK Köln errechnete Konjunkturklimaindikator, der berücksichtigt, wie die Unternehmen ihre aktuelle Lage sehen und mit welchen Erwartungen sie auf die kommenden Monate schauen, liegt entsprechend mit 125,7 Punkten noch höher als im Frühjahr (124,7). Derzeit gehen 19 Prozent der Unternehmen davon aus, dass die Geschäftsentwicklung in den kommenden zwölf Monaten noch besser wird, 71 Prozent sehen sie auf gleichbleibend gutem Niveau, und nur zehn Prozent erwarten eine schlechtere Entwicklung.

DIE ERGEBNISSE IM ÜBERBLICK

Wirtschaftsklima

Zum Herbst hat die Konjunktur in der Region noch mal angezogen. Die Stimmung unter den Unternehmen ist hervorragend. Im Zusammenspiel mit der Entwicklung des Arbeitsmarktes und der anhaltenden Konsumneigung der Verbraucher sind die Aussichten auf eine Fortsetzung der positiven Konjunkturentwicklung weiterhin gut.

Geschäftslage

Neun von zehn Unternehmen bewerten ihre aktuelle Geschäftslage als gut oder befriedigend (94 Prozent). Im Vergleich zur Vorumfrage hat sich die Stimmung noch mal verbessert.

Geschäftsaussichten

Die Erwartung der Unternehmen an die Entwicklung der kommenden zwölf Monate ist etwas zurückhaltender als zuletzt. Der eingeschlagene Wachstumskurs dürfte sich angesichts der guten Stimmung sowie der etwas nachlassenden, aber nach wie vor zuversichtlichen Erwartungshaltung an die kommenden Monate trotzdem weiter verfestigen.

Risiken

Als Hauptrisiko kristallisiert sich der Fachkräftemangel deutlich heraus. Die anderen Risiken treten demgegenüber zurück. Sosehr sich die Wirtschaft über stabile Nachfrage nach ihren Produkten und Dienstleistungen freut, die Befürchtung, diese Nachfrage nicht mehr bedienen zu können, da Produktionskapazitäten nicht ausreichen und qualifizierte Mitarbeiter immer schwerer zu finden sind, wird zunehmend lauter geäußert.

„In manchen Bereichen ist der Arbeitsmarkt bereits sehr, sehr eng“, erläutert Reichardt. Und weiter: „Fachkräftemangel melden uns Hotel- und Gaststättengewerbe, Baugewerbe, Gesundheitswirtschaft, Groß- und Einzelhandel, Verkehrsgewerbe, Dienstleistungen und die Industriebetriebe aus den Bereichen Eisen, Bleche, Metalle, Fahrzeugbau, Kunststoff sowie Maschinenbau.“

Als weitere Risiken nennen die Unternehmen die Gefahr, dass die Inlandsnachfrage nachlässt und die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen schlechter werden könnten.

„Hier bleibt vor allem abzuwarten, wie sich im Inland die Regierungsbildung vollziehen wird, welche Ziele sich eine neue Koalition setzen wird und wie sich die europäischen und internationalen Beziehungen weiterentwickeln werden“, so Reichardt.

Investitionen

Die Investitionsbereitschaft der Unternehmen in der Region hat nach zweijähriger Stagnation etwas angezogen. Ob dieser Trend zu einer höheren Investitionsbereitschaft anhält, werden die kommenden

Befragungen zeigen. Im Vergleich zum Jahresbeginn steigen die Investitionsabsichten der Unternehmen im IHK-Bezirk Köln von 17,8 auf 24,3 Punkte. Für die Mehrheit der Unternehmen bleibt dabei als Investitionsmotiv die Ersatzbeschaffung dominierend. An zweiter Stelle stehen Ausgaben für Produktinnovationen, dicht gefolgt von Aufwendungen zur Finanzierung von Kapazitätserweiterungen.

Außenhandel

Das Außenhandelsgeschäft hat sich trotz vielfältiger Risiken im internationalen Umfeld weiter stabilisiert. Dennoch schauen die Unternehmen aufgrund des nach wie vor schwierigen internationalen Umfeldes nicht allzu optimistisch in die Zukunft.

„Noch ist der Rückgang minimal", so Reichardt. „Aber wir erkennen deutlich die Verunsicherung, die durch fortbestehende internationale Krisen, Handelsbarrieren und protektionistische Bestrebungen ausgelöst wird."

Beschäftigung

Die Unternehmen zeigen weiterhin eine moderate Bereitschaft zum Beschäftigungsaufbau. Determinierender Faktor ist jedoch insbesondere für viele Unternehmen in der Dienstleistungswirtschaft und der Handelsbranche der Fachkräftemangel.

DIE EINZELNEN REGIONEN IM IHK-KÖLN-BEZIRK

Stadt Köln

Trendindikator steht nach zwei Jahren wieder auf „Wachstum"

Im Herbst 2017 melden die Unternehmen der Stadt Köln eine nochmals verbesserte Lage. Im Hinblick auf die kommenden zwölf Monate sind die Unternehmen zuversichtlich, schrauben ihre Investitionsabsichten hoch und treiben den Trendindikator erstmals seit zwei Jahren wieder auf „Wachstum". Entsprechend steigen die Beschäftigungspläne, sodass für die Domstadt – wenn die Unternehmen entsprechendes Personal finden – mit weiterem Beschäftigungsaufbau gerechnet werden kann.

Stadt Leverkusen und Rheinisch-Bergischer Kreis

Über die Hälfte der Unternehmen beurteilt die Lage mit „gut"

Der Lageindikator in Leverkusen und im Rheinisch-Bergischen Kreis klettert seit einem Jahr beständig nach oben: von rund 30,0 im Herbst 2016 über 40,5 im Frühjahr 2017 auf jetzt 47,6 Punkte. Entsprechend klettert auch der Prozentsatz der Unternehmen, die ihre Lage mit „gut" beurteilen: von 44,4 Prozent im Herbst 2016 über 45,3 Prozent im Frühjahr auf jetzt 53,8 Prozent. Und auch wenn die Unternehmen in Leverkusen und dem Rheinisch-Bergischen Kreis mit Blick auf die kommenden Monate etwas skeptischer werden, so wollen doch 31,5 Prozent (Frühjahr: 25,3 Prozent) weiterhin Personal aufbauen.

Rhein-Erft-Kreis

Zuversichtlich in die kommenden Monate

Auch im Rhein-Erft-Kreis ist die Lageeinschätzung der Unternehmen per Saldo nochmals gestiegen: von 40 Prozent, die im Herbst 2016 die Lage als „gut" bewerteten, über 44,4 Prozent im Frühjahr auf jetzt 44,8 Prozent. Die Erwartungen für die kommenden zwölf Monate haben sich ebenfalls leicht verbessert.

Offensichtlich gehen die Unternehmen davon aus, dass sie mögliches Wachstum der kommenden Monate ohne größere Investitionen bewältigen können, denn die Investitionsabsichten sinken etwas. Nachdem im Frühjahr noch 34,9 Prozent der Unternehmen höhere Investitionen geplant hatten, sank dieser Wert jetzt auf 30,4 Prozent.

Foto: Alex Weis

Ulf Reichardt, Hauptgeschäftsführer der IHK Köln zum Herbst-Konjunkturbericht „Die Betriebe blicken sehr zuversichtlich in die Zukunft, und der Wachstumstrend wird sich vermutlich verfestigen."

Es gibt zudem einen leichten Rückgang bei der Gesamtbetrachtung der Beschäftigungspläne. Dieser kommt allerdings von einem hohen Niveau und noch immer wollen 28,3 Prozent der Rhein-Erft-Unternehmen in den kommenden Monaten ihr Personal aufstocken.

Oberbergischer Kreis

Weiterhin stabil auf hohem Niveau

Im Frühjahr zeigten sich die Unternehmen im Oberbergischen Kreis sehr positiv: 51,7 Prozent sagten, ihre Lage sei „gut". Im Herbst 2016 hatte dieser Wert mit 40,2 Prozent deutlich daruntergelegen. Jetzt, im Herbst 2017, bleibt fast die Hälfte (49,6 Prozent) bei der Aussage, die Lage sei „gut".

Eine kleine Diskrepanz zeigt sich bei den Erwartungen an die Geschäftsentwicklung der kommenden Monate und die Investitionsabsichten. Während die Unternehmen nicht mehr ganz so positiv in die Zukunft blicken wie noch im Frühjahr, schrauben sie trotzdem ihre Investitionsabsichten nach oben. Dahinter scheint eine abwartende Haltung zu stehen. Finanzielle Mittel und der Wille zu weiteren Investitionen sind vorhanden, ob und in welchem Ausmaß diese realisiert werden, hängt jedoch von der weiteren konjunkturellen Entwicklung ab, auf die innen- und außenpolitische Rahmenbedingungen Einfluss haben.

Matze Ehlers

Daten und Fakten zum IHK Bezirk Köln

907.085	**Sozialversicherungspichtig Beschäftigte** *zum 30.06.2016*	93.605 Mio. €	**Bruttoinlandsprodukt zu Marktpreisen** *im Jahr 2014*
87.506	**Arbeitslose** *im September 2017*	53.151 Mio. €	**Gesamtumsatz im prod. Gewerbe** *im Jahr 2016*
150.167	**IHK-zugehörige Unternehmen** *im Oktober 2017*	29.159 Mio. €	**davon Auslandsumsatz im prod. Gewerbe** *im Jahr 2016**
2.246.907	**Einwohnerzahl** *zum 30.06.2016*	55,6%	**Exportquote im prod. Gewerbe** *im Jahr 2016**

*) ohne Baugewerbe, Betriebe mit 50 und mehr Beschäftigten

Quellen: Bundesagentur für Arbeit, DIW Berlin, IHK Köln, IT.NRW

DIVERSITY BRINGT UNTERNEHMEN VORAN

Eine gute Mixtur bei der Mitarbeiterauswahl ist heutzutage unerlässlich

Foto: ZWEILUX - Deiters & Hagedorn GbR, Andreas Hagedorn

Die Sieger des Gründerpreises 2017 der Wirtschaftsjunioren Köln.

Thomas Sattelbergers Auftritt anlässlich der Verleihung des 21. Gründerpreises der Wirtschaftsjunioren war eine flammende Rede und ein mitreißendes Stück Wirtschaftsentertainment zum Thema Diversity. Sein Ansatz: Diversität, also eine Vielseitigkeit in Sachen Mitarbeiter, aber auch hinsichtlich flexibler Arbeitszeitmodelle, tut Firmen gut.

Wer in seinem Lebenslauf Daimler und Lufthansa, Continental und die Telekom, also die Hochkaräter der deutschen Wirtschaft, stehen hat, darf ruhig ein wenig lauter werden. In führenden Positionen als Teil des Vorstands zumeist mit Personalangelegenheiten beschäftigt, treibt den heute 68-jährigen Thomas Sattelberger vor allem ein Thema an: Diversity. Auf gut Deutsch Diversität, was das Wort zwar übersetzt, aber nicht erklärt. Vielfalt oder Vielseitigkeit kommen der Sache recht nah, und der anerkannte Personaler Sattelberger ist überzeugt davon, dass Vielfalt bei der Personalauswahl absolut gut ist für die Unternehmenskultur – und damit auch für den Erfolg.

Zehn Prozent aller Mitarbeiter sollten Querdenker sein

„Wir brauchen mehr Rebellen in den Chefetagen“, so sein Credo, laut vorgetragen, eine Hand am Rednerpult, in der anderen Hand seine Brille, die dem Rhythmus seiner Worte in kurzen Bewegungen folgt. „Gute Unternehmen sind Talentbiotope: Quoten für Diversity höchstens Türöffner oder gar Ablenkung“, war sein Vortrag überschrieben. Was gute Unternehmen ausmacht: Sie brauchen Querdenker, Seiteneinsteiger, Studienabbrecher, Multikulti in der Belegschaft – und das auf allen Ebenen.

Insbesondere in den Chefetagen. Mindestens zehn Prozent aller Mitarbeiter sollten Querdenker, wenn nicht gar Querköpfe sein, die eben den Mut haben, das auszusprechen, was alle anderen nur denken. Die den kürzesten Umweg nehmen, die wieder vermehrt die Interessen und Anregungen der Mitarbeiter aufnehmen. Denn ein Führungsstil, der auf ein Miteinander abzielt, hat in den vergangenen Jahren deutlich nachgelassen. Effizienz und Umsatzdruck, Kosten und Erlöse stets im Fokus – da bleibt für Austausch und Gespräche wenig Zeit.

Segeln am Nachmittag, Homeoffice am Abend

Sattelberger selbst ist so ein Querdenker. Als Teile der Belegschaft der Motoren- und Turbinen-Union München/Friedrichshafen (MTU) die Nachmittage für Freizeitaktivitäten wie Segeln auf dem Bodensee nutzen und dafür in den Abendstunden Arbeit im Homeoffice erledigen wollten, war zunächst das Misstrauen groß. Aber die Probe aufs Exempel wurde zum Erfolg, deutliche Steigerungen in verschiedenen Unternehmensbereichen waren ablesbar. Und als nach den Anschlägen auf das World Trade Center im September 2011 alle Airlines weltweit ins Trudeln gerieten, war es Thomas Sattelberger, der für die Lufthansa mit seinem Team eine Vielzahl an Arbeitszeitmodellen aus der Taufe hob, um Kündigungen zu umgehen.

Die richtigen Ansätze kommen aus der Gründerszene

Aber Sattelberger sieht in Deutschland eine enorm große und wichtige Gründerszene, aus der die richtigen Ansätze kommen und die jede Menge Vielfalt in die Arbeitswelt bringen. Dynamische Start-ups aus dem IT-Bereich, kreative Geister aus dem Marketing, eher freiheitsliebende Spezialisten aus traditionellen Branchen, die ihr Können, ihr Handwerk oder Geschick in die Zukunft tragen.

Die brauchen aber keine hierarchischen Strukturen. Außerdem sind sie nicht mehr an ihren Arbeitsort gebunden. Der ITler kann von jedem Ort der Welt für jeden Arbeitgeber programmieren. Wer Kreative an der kurzen Leine hält und ihnen keine Freiheiten bezüglich Arbeitsort und -zeit gibt, wird sich mit Personal aus der zweiten Reihe abfinden müssen.

Das, was Sattelberger mit Erfolg bei MTU eingeführt hat, ist Teil einer Reihe von Maßnahmen der Diversity. Seine Forderungen an eine schöne neue Arbeitswelt sind flexible Arbeitszeit- und Arbeitsortmodelle

gerade für die digitale Wirtschaft, der Abschied von ins Korsett gezwängte Arbeitzeiten und nicht zuletzt die Anerkennung mobiler Arbeit verbunden mit der Forderung, dass Eingriffe in die Privatsphäre zwecks Überwachung unterbleiben.

30 Prozent Frauenquote erst in über 20 Jahren

Doch wie schwer sich Deutschland bei der Umsetzung in Sachen Vielfalt und Gleichbehandlung tut, zeigt sich an einer alten Forderung des Münchners Sattelberger, der kürzlich für die FDP erstmals in den Bundestag gezogen ist. Die Frauenquote in den Vorstandsetagen sollte auf 30 Prozent klettern. Das wird sie auch. Derzeit liegt sie bei sieben Prozent, und wenn es in dem eingeschlagenen Tempo weitergeht, ist das vorformulierte Ziel bereits in 23 Jahren erreicht.

Die Ausführungen von Thomas Sattelberger trafen wohl nicht so den Geschmack des Publikums, der KOMED-Saal im Mediapark war nur lückenhaft gefüllt. Voll hingegen war der Veranstaltungsort zuvor anlässlich der Verleihung des Gründerpreises der Wirtschaftsjunioren Köln. Der Preis wurde zum 21. Mal vergeben. Wer nun meint, Gründer gleich Start-up gleich digital und cool und das muss ja jemand aus der IT-Sparte sein, wurde in diesem Jahr eines Besseren belehrt. Denn den ersten Platz errangen Aaron von Rahmlow und Justus Leopold Lüpke. Zwei Gründer, auf die der Spruch „Handwerk hat goldenen Boden“ trefflich passt.

Gründer mit natürlichem Selbstbewusstsein

Die Jury, darunter Hauptsponsoren wie die Kreissparkasse Köln, Sparkasse Köln Bonn und die Industrie- und Handelskammer zu Köln sowie ein Team der Wirtschaftsjunioren, war besonders beeindruckt von der Grundidee der beiden Gründer: Designermöbel des verstorbenen Vaters Rolf Rahmlow aus den 1980er-Jahren zurückzubringen sowie eine eigene junge Möbellinie zu kreieren. Die Idee, an die Erfahrungen und den Erfolg der vorherigen Generation anzuknüpfen, hat die Jury überzeugt. Und vor allem das daraus resultierende natürliche Selbstbewusstsein der Gründer und das Vertrauen in ihr Produkt. Andere mögen stärker wachsen und schneller Umsatz und Gewinne steigern, aber die Vorstellung

Foto: ZWEILUX - Deiters & Hagedorn GbR, Andreas Hagedorn

Eröffnung der Bundeskonferenz CGN2017 mit der Verleihung des Kölner Gründerpreises.

von Produkt, Geschäftsidee und den engagierten Menschen, die dahinterstehen, hat die Jury eingenommen.

Die zwei Gründer produzieren hochwertige Möbel aus nachhaltigem Rohstoff, stärken die regionale Wirtschaft durch Zusammenarbeit mit kleinen Schreinereien und fördern die regionale Kreativbranche im Raum Köln und NRW. Sie überzeugten die Jury mit einer spannenden Geschichte, der fachlichen Kompetenz und ihrer Gründerpersönlichkeit. Unter den zahlreichen Bewerbungen mit einer breiten Themenvielfalt haben sich von sechs Finalisten insgesamt drei Gewinner mit ungewöhnlichen Ideen und soliden Konzepten durchgesetzt. Der mit 3.000 Euro dotierte Gründerpreis wurde im Rahmen der Bundeskonferenz der Wirtschaftsjunioren Deutschland in Köln vergeben.

Möbel-Start-up vor dem „Café ohne Worte“

„Wir sind total überwältigt, dass wir den diesjährigen Gründerpreis der Wirtschaftsjunioren gewonnen haben. Dass unser Möbel-Start-up mit Geschichte in Zeiten der Digitalisierung so Anklang findet, ehrt uns wirklich sehr!“ Die zwei Gründer wollen beweisen, dass Sprüche wie „brotlose Kunst“ oder „brotloses Design“ nicht der Realität entsprechen, wenn man kreative Projekte unternehmerisch, mit einem durchdachten Konzept und strategischer Weitsicht angeht.

Der zweite Preis ging an Frederike Höfermann und Lukas Haffner, an die Agentur „Café ohne Worte“. Ihr Start-up beschäftigt sich mit dem Ansatz, eine breite Bevölkerung für die Gebärdensprache zu begeistern und Beschäftigungsmöglichkeiten für Gehörlose zu schaffen. Die Gründer bietet Gastronomen und Unternehmen Pakete für Events an, z. B. Pop-up-Events, bei denen Kellner gehörlos sind. Ganz im Sinne von Diversity machen sie damit deutlich, dass Gehörlose problemlos auch in Berufsfeldern mit Kundenkontakt arbeiten können. Höfermann und Haffner planen, Unternehmen mittelfristig in Inklusionsprozessen fachkundig und erfolgsorientiert zu begleiten.

Den dritten Preis hatten sich die vier Gründer von „Afilio“ verdient. Die Unternehmensidee: im Internet eine Vorsorgeplattform für über 50-Jährige anzubieten mit allen wichtigen Dokumenten auf einen Blick: Verfügungen, Vollmachten zum Vorsorge- und Nachlassmanagement.

Beim Gründerpreis geht es nicht nur um Fakten und Businesspläne, sondern vor allem um die Unternehmerpersönlichkeit. Denn wer beim Gründerpreis mit Persönlichkeit begeistern kann, gewinnt auch langfristig im Kundenkontakt, betonen die Wirtschaftsjunioren Köln, selbst junge Unternehmer oder Führungskräfte. Sie setzen sich stetig dafür ein, dass mehr Menschen im Land Unternehmer werden. Und dafür, dass sich Gründer auf ihre Geschäftsidee konzentrieren können, ohne dass unnötige Bürokratie oder mangelndes Kapital den Weg in die Selbstständigkeit verbauen.

Heribert Eiden

DREI SÄULEN FÜR EIN STARKES KÖLN

Nur das kreative Miteinander von Interessengruppen kann eine Stadt nach vorne bringen.

Foto: Horst Gerlach - istockphoto.com

Der Dom als Touristenmagnet und die Hohenzollernbrücke als wichtiger Schienenweg.

In der Domstadt kümmern sich mit der Wirtschaftsförderung der Stadt Köln, dem Stadtmarketing e. V. und der Kölntourismus GmbH unter anderem primär drei verschiedene Institutionen darum, das Image der Rheinmetropole zu fördern – Köln als Magnet für neue Unternehmen, als Touristenattraktion oder einfach lebenswerte, weltoffene Metropole –, jede der genannten Einrichtungen wirkt auf diese positiven Imagefacetten hin.

Wirtschaftsförderung

Welche Möglichkeiten haben öffentliche oder private Unternehmen bzw. Initiativen, die Wirtschaft in einer bestimmten Region anzukurbeln? Fachleute sprechen entweder vom exogenen oder endogenen Ansatz.

Exogen bedeutet dabei, neue Unternehmen von außerhalb zu überzeugen, genau in dieser Stadt (Köln) oder Region (Rheinland) sesshaft zu werden. Wobei man dabei in Konkurrenz zu anderen Städten und Gemeinden steht, die auch um den „Neuen“ buhlen. Also müssen Angebote auf den Tisch, die überzeugen: preiswertes Bauland, günstige Gewerbeimmobilien zum Kauf oder zur Miete, ein für das Unternehmen günstiger Hebesatz – das wären harte Fakten. Zu denen sich aber auch weiche Faktoren gesellen sollten. Als da wären Angebote an Kitas und Schulen, Kunst und Kultur, Sport und Freizeit.

Der endogene Ansatz wirtschaftlicher Förderung setzt auf die Unterstützung einheimischer Unternehmen durch staatliche Maßnahmen, etwa Vorzugskredite. Alle genannten Hilfen sind dabei nicht als rausgeschmissenes Geld zu betrachten, sondern vielmehr als Investitionen in die Zukunft, die zu einem Zuwachs an Beschäftigung, höheren Steuereinnahmen und hoher Standort-Attraktivität führen.

Stadtmarketing

Ziel des Stadtmarketings ist die Schaffung bzw. Festigung eines positiven Images auf der Basis einer gezielten, zukunftsorientierten Gestaltung der gelebten Identität einer Kommune. Im Fokus steht die als Produkt zu sehende Stadt mit ihren Segmenten Citymarketing, Stadtteilmarketing und Standortmarketing. Citymarketing meint dabei wirklich nur die zentrale Innenstadtlage und richtet seinen Fokus auf den Handel und den Fremdenverkehr. Für Köln bedeutet das weitere Anstrengungen, um die Stadt noch attraktiver zu gestalten und sauber zu halten. Dabei müssen Handel und Gastronomie das gleiche Level erreichen wie Kunst und Kultur. Zum Stadtmarketing beitragen können nicht nur die Stadtverwaltung Köln und Stadtmarketing e. V., sondern auch Institutionen wie die IHK und Interessengemeinschaften bestehend etwa aus dem Zusammenschluss der Händler und Dienstleister einer Straße. Bei einem solchen Verbund, der sich in einem Stadtteil einsetzt und sich für sein Veedel starkmacht, handelt es sich um das Stadtteilmarketing. Last, not least ist das derzeit bei der Wirtschaftsförderung der Stadt Köln angesiedelte Standortmarketing verantwortlich für die nationale und internationale Vermarktung des Wirtschaftsstandortes.

Die Zielgruppen lassen sich entsprechend den Handlungsfeldern des Stadtmarketings in vier Hauptzielgruppen einteilen:

Einwohner als Zielgruppe des Stadtmarketings vertrauen auf ein funktionierendes Verwaltungsmarketing, welches sich am Bürgernutzen orientiert und zu einer Optimierung einer bürgerfreundlichen Kommunalverwaltung beitragen soll. Definierte Ziele: Steigerung der Wohnqualität und Wohnumfeld-Qualität, eine Verbesserung des Bildungsangebotes oder die Schaffung eines konkurrenzfähigen Steuerstandortes.

Unternehmen und potenziell ansiedlungswillige Unternehmen sind die zweite Zielgruppe. Hier kann die Aufgabe nur lauten: Durch Einflussnahme auf die Stadtentwicklung, die Infrastruktur, den Verkehr und die Umwelt sollen große sowie mittelständische Unternehmen gehalten bzw. neue gewonnen werden. Maßnahmen des Stadtmarketings können neben den bereits genannten die Förderung von Projekten, Subventionen oder die Schaffung einer günstigen Infrastruktur für Anlieferungswege sein.

Touristen sind als zahlungskräftige Zielgruppe von tragender Bedeutung. Durch beispielsweise die Umverteilung von Einkommen fällt dem Tourismus eine regionale Ausgleichsfunktion zu und für viele Regionen stellt der Tourismus eine lebenserhaltende Einkommensquelle dar.

Die Zielgruppe Tourist lässt sich in eine Vielzahl von Untergruppen wie Tagungs-, Geschäfts-, Messe-, Kultur- , Städte-, Jugend-/Seniorentourismus und Kur- /Gesundheitstouristen unterteilen.

Verwaltungsangestellte sowie die Stadtmarketingorganisationen stellen die vierte wichtige „interne Zielgruppe“ des Stadtmarketings dar. Dabei geht es um die Förderung der Zusammenarbeit wichtiger Handlungsträger und Steigerung der Kundenfreundlichkeit bei städtischen Behörden und Ämtern.

Weitere externe Zielgruppen sind: potenzielle Investoren, Pendler und Bewohner im Umland, Bund und Länder, überregionale Medien und Reiseveranstalter. Weitere interne Zielgruppen sind: lokale Medien, Reisebüros, Bildungseinrichtungen, Vereine und Verbände, soziale Einrichtungen.

Was aber zeichnet den Wirtschaftsstandort Köln aus? Köln ist Medienstadt und Automobilstandort (nicht im Sinne von „Deutschlands Stau-Stadt Nr. 1“), hat Kirche, Kunst, Kultur, hervorragende internationale Anbindungen über sämtliche Verkehrsträger und – Köln hat neben der Uni eine Vielzahl weiterer Hochschulen, an denen renommierte Wissenschaftler lehren und forschen. Topunternehmen aus der Versicherungssparte haben ihren Sitz ebenfalls in Köln.

Köln hat darüber hinaus viele kreative Schmieden, eine rege Gründerszene, ist aber in Sachen Digitalisierung längst nicht so gut aufgestellt wie vergleichbare deutsche Städte. Damit einhergehend ist Köln längst nicht die Start-up-Hochburg, die man gerne wäre. Denn viele Start-ups kommen eben über die digitale Schiene und wollen gerade in der ersten Phase nicht über mangelhafte Datenleitungen reden.

Tourismusmarketing

In diesem Segment ist die Zieldefinition sicherlich am einfachsten: Die Anzahl der Ankünfte und Übernachtungen in der Stadt – ob privat oder geschäftlich motiviert (Messebesucher, Kongressteilnehmer) – muss weiter gesteigert werden. Hier ist Kölntourismus als eigenständige GmbH gefragt. Das Unternehmen repräsentiert Köln auf Reisemessen, wirbt für die großen Events in der Stadt. Doch wie gewinnt man mehr Touristen und generiert so mehr Übernachtungen und weitere Zuwächse für Handel und Gastronomie? Ein Ansatz:

Foto: William87 - istockphoto.com

In der Adventszeit häufig überfüllt: Kölns Einkaufsmeile Hohe Straße.

Geschäftsleute zu Touristen machen, die etwa nach ein paar Messetagen noch einen Tag „dranhängen“. Oder aus Weihnachtsmarkt-Besuchern, die nur Tagestouristen sind, Übernachtungsgäste machen, die so ein besonders entspanntes Adventswochenende genießen können.
Kölns Vermarktung und Wirtschaftsförderung liegt in den Händen verschiedener Institutionen, deren Arbeitsfelder sich teils überschneiden. Zeit, die vorhandenen Strukturen infrage zu stellen und die Vermarktung von Köln bzw. die Wirtschaftsförderung neu auszurichten. Die Frage, wer diese Aufgabe in welcher Konstellation am besten übernehmen sollte, gehört dazu – zum zukünftigen Wohle von Stadt und Bürgern!

Heribert Eiden

Von Mittelstand zu Mittelstand
Die Webserie der Genossenschaftlichen Beratung
„Spitzenburgunder braucht Spitzenberatung.“
Julia Bertram,
Inhaberin Weingut Julia Bertram
und Genossenschaftsmitglied
Jeder Mensch hat etwas, das ihn antreibt.
Wir machen den Weg frei.
Unsere Genossenschaftliche Beratung ist die Finanzberatung, die erst zuhört und dann berät. Ehrlich, kompetent und glaubwürdig. Mehr Informationen auf vr.de/mittelstand
Volksbanken Raiffeisenbanken

REload – Zukunft Rhein-Erft-Kreis 2030

WISSEN, WOHIN ES GEHT

Von der Erstellung und ersten Umsetzung einer Standort- und Zukunftsstudie

Foto: Wirtschaftsförderung Rhein-Erft GmbH

Präsentation der Standort- und Zukunftsstudie des Rhein-Erft-Kreises „REload 2030".

„Wir sind stolz, am 13. November im Kreishaus Bergheim auf der REload-Status-Konferenz vor einem großen Publikum bis dahin begonnene und umgesetzte Projekte der Studie präsentieren zu können", sagt Professorin Dr. Beate Braun, Geschäftsführerin der Wirtschaftsförderung Rhein-Erft GmbH.

Es sind inzwischen 14 Projekte zur Umsetzung der Standort- und Zukunftsstudie des Rhein-Erft-Kreises „REload 2030" auf den Weg gebracht worden: von Werkstattgesprächen zu Innovationen und Fachkräften über neue Veranstaltungsformate bis hin zu einem Schulwettbewerb und Wohnprojekten.

Ob demografische Entwicklung oder Digitalisierung: Um wettbewerbsfähig zu bleiben, müssen Unternehmen neue Wege gehen und nicht nur mit ihren Produkten oder Dienstleistungen punkten. Aspekte des Innovationsmanagements müssen gezielt aufgegriffen und die Arbeitgeberattraktivität muss gesteigert werden.

Die zunehmende Digitalisierung hat Einfluss auf Geschäftsmodelle und deren Kernprozesse. Die daraus resultierenden Bedarfe und notwendigen Schritte für die regionalen Unternehmen sind Themen in Werkstattgesprächen und Workshops. Der digitale Fortschritt in den Bereichen Gesundheit und Pflege bringt weitreichende Veränderungen und Erleichterungen, die es zu nutzen gilt.

Möglichkeiten von Wissensaustausch und Projektkooperationen zwischen den kleinen und mittleren Unternehmen des Rhein-Erft-Kreises und den Wissenschaftseinrichtungen im Umfeld zeigt die Veranstaltungsreihe „Wirtschaft trifft Wissenschaft" auf.

Die Wirtschaftsförderung Rhein-Erft GmbH (WFG) begleitet die Unternehmen des Rhein-Erft-Kreises auf dem Weg zum Querdenken sowie Anderssein und unterstützt bei der Etablierung von Netzwerken.

Hintergrund

Nicht weniger als die Sicherung der „Zukunftsfähigkeit des Rhein-Erft-Kreises" war die Aufgabe, mit der sich die Gutachter vom Institut der deutschen Wirtschaft IW Consult in Köln im Auftrag des Rhein-Erft-Kreises auseinandersetzten. Als Ergebnis formulierten sie Trends für den Kreis, die in zwölf konkrete Projektideen einfließen und einen langfristigen Prozess zum Erhalt und Ausbau der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit sowie der Lebensqualität im Rhein-Erft-Kreis anstoßen.

Die Vorbereitung

Die Gutachter sollten „quer denken, neue Wege einschlagen" und dabei konkrete kurz-, mittel- und langfristige Projektideen für die Zukunftsstudie entwickeln.

Die Federführung des Projekts übernahm die Wirtschaftsförderung Rhein-Erft GmbH. Die frühzeitige Einbindung aller Beteiligten aus Politik, Verwaltung und Wirtschaft, um deren Anforderungen und Ziele für die Zukunft zu eruieren, war ein wesentlicher Baustein des Vorhabens. Dabei verschob sich der Fokus während dieser Vorbereitungsphase für die Ausschreibung zunehmend in Richtung der unternehmerischen Perspektive.

Ein begleitendes Expertengremium, eine ausgewogene Mischung von Frauen und Männern aus kleinen und mittelständischen Unternehmen, aus Konzernen sowie aus der Wissenschaft, traf sich zu intensiven Workshops. Ausgehend von einer soliden IST-Analyse forderte dieser Personenkreis konkrete Handlungsweisen und Prioritäten. Aufbauend auf den o. g. Anforderungen der politischen Initiatoren formulierte das Expertengremium die Themenkreise und Fragen, die dann gemeinsam die Grundlage für ein Lastenheft bildeten. Die nachfolgende Ausschreibung konnte das Institut der deutschen Wirtschaft IW Consult aus Köln für sich entscheiden. Auch die Finanzierung der Studie war innovativ. Der Kreis stellte als Initiator die Hälfte des Betrages zur Verfügung. Die andere Hälfte brachten zu je gleichen Teilen die Kreissparkasse Köln und die RWE Power AG auf.

Die Ausgangslage

Der Rhein-Erft-Kreis, zu dem zehn Städte gehören, verfügt über eine Fläche von 704 Quadratkilometern und 467.500 Einwohnern (664 Einwohner je Quadratkilometer). Im Umkreis von 20 bis 60 Kilometern finden sich zahlreiche renommierte Bildungseinrichtungen wie Universitäten, Fachhochschulen und Forschungseinrichtungen. Die Anbindung an das nationale und internationale Fernverkehrsnetz ist sehr gut, die Leistungsfähigkeit des Straßen- und Schienennetzes jedoch verbesserungswürdig. Der Rhein-Erft-Kreis ist eine wirtschafts- und wachstumsstarke Region. Die Wirtschaftsstruktur besteht im Wesentlichen aus den Branchen Energie,

Chemie und Logistik sowie dem Dienstleistungsbereich. Diese müssen sich in den kommenden Jahren besonders den Risiken der Energiewende stellen. Die Nähe zu Köln wirkt sich positiv auf die Bevölkerungsentwicklung im Rhein-Erft-Kreis aus, der Kreis zählt zu den Regionen in Deutschland, welche die höchsten Zuzugsraten aufweisen.

Hauptwege und Nebenwege

Die Herausforderung einer solchen Studie besteht darin, Haupt- und Nebenwege zu identifizieren, um den Kern der Analyse nicht zu verwässern. Die in diesem Rahmen erarbeitete Metastrategie – das integrierte Zukunftskonzept – konzentriert sich auf drei Hauptwege, die die Strukturwandelfähigkeit des Rhein-Erft-Kreises im Wesentlichen bestimmen: Innovationskraft stärken, Fachkräfte anziehen und binden sowie Wohnorte attraktiver gestalten.

Alle drei Hauptwege ergeben sich aus der Analyse einer umfassenden empirischen Basis. Zu dieser gehörten u. a. eine Onlinebefragung von 2.500 Unternehmen (Rücklauf fast zehn Prozent), knapp 40 Experteninterviews mit unterschiedlichsten Akteuren, ein Webcrawling bei rund 100.000 Unternehmen im Kreis und in strukturell ähnlichen Regionen, Patent- und Wanderungsanalysen sowie anwendungsbezogene Untersuchungen der letzten fünf Jahre über den Rhein-Erft-Kreis. Diese drei Hauptwege stärken die Wettbewerbsfähigkeit der bestehenden Unternehmen, geben eine Richtung für Neuansiedlungen vor und führen dazu, dass Menschen gern im Rhein-Erft-Kreis leben und arbeiten.

Die Hauptwege können um branchenspezifische Impulse („Nebenwege“) ergänzt werden, die im Rahmen der Spezialisierung des Kreises vorhandene Stärken weiter festigen. Dazu gehören bspw. erneuerbare Energien, Tourismus oder die Gesundheitsbranche.

Das Ergebnis

Der Rhein-Erft-Kreis hat in den nächsten Jahren die Chance, an vergangene Erfolge anzuknüpfen – aber mit neuem Fokus und neuer Energie. Deshalb wählten die Gutachter den Titel „REload“. Der Titel nimmt die Energieprägung des Kreises auf und weist auf einen fundamentalen Wandel hin. Ziel ist, den Kreis mit neuen Ideen aufzuladen und ein dynamisches Umfeld für ein gemeinsames Streben nach Erfolg zu entwickeln. Zukunftsthemen wie Digitalisierung und Vernetzung – Beispiel Wirtschaft 4.0 – müssen in ein Gesamtkonzept eingebunden werden, von dem alle profitieren und das qualitatives Wachstum ermöglicht.

Impressionen aus der Veranstaltung "Innovation Interaktiv"

Das Gesamtkonzept dient dazu, die Strukturwandelfähigkeit des Rhein-Erft-Kreises zu erhöhen. Die Konzentration auf die drei Hauptwege – die Innovationskraft der Unternehmen zu stärken, Fachkräfte anzuziehen und zu binden sowie die Wohnortattraktivität zu erhöhen – unterlegt REload mit konkreten Maßnahmen. Als Beispiele seien hier nur genannt: digitales Kreishaus, attraktive Kitas, Innovationslabore sowie Kreativquartiere.

Das Fazit

Ein solch umfangreiches Vorhaben gelingt nur mit Kooperationen, offener Kommunikation und Konsens auch innerhalb der zehn Städte des Kreises. Diese Erkenntnis kam früh im Prozess zum Tragen. So wurde das Ergebnis der Studie parteiübergreifend als wesentlicher Impuls angenommen und die Umsetzung der zwölf Projektideen forciert. Die Anschlussfinanzierung für die nächsten Umsetzungsschritte hat die Politik auf zunächst drei Jahre bewilligt. Politik, Verwaltung, Wirtschaft sowie Institutionen und Kammern leisten ihre jeweiligen Beiträge gemeinsam zum REload des Rhein-Erft-Kreises. Dabei ist die Digitalisierung der „rote Faden“, die interkommunale Zusammenarbeit der „Kitt“ – denn allein ist diese Umsetzung nicht zu leisten. Wissen, wohin es geht – das sollten alle Bürgerinnen und Bürger der Region Rhein-Erft. Daher werden auch sie aktiv in den Prozess einbezogen – für REload – Zukunft Rhein-Erft-Kreis 2030.

Foto: Valéry Kloubert

Gastautorin: Prof. Dr. Beate Braun, Wirtschaftsförderung Rhein-Erft GmbH (WFG)

ⓘ ***Termin:*** *REload-Status „Rhein-Erft: Wege in die Zukunft – Gemeinsam.Neues. Gestalten.“ am 13.11.2017, 13.30 Uhr Kreishaus Bergheim. Anmeldung unter reload2030@wfg-rhein-erft.de*
Webseiten: *www.reload2030.de und www.wfg-rhein-erft.de*

SERIE: SCHÖNER SCHEITERN

„SO ETWAS WIE EIN UNTERNEHMER-GEN“

Erfolgreiche Selbstständigkeit ist immer die Konsequenz mutiger Entscheidungen

Foto: SUZA SCHLECHT / Femininess

Sie hatte ihre genauen Vorstellungen vom schönen Leben. Nicht aus ihrem Zuhause, wo Marina Friess als Tochter einer alleinerziehenden Mutter aufwuchs. Wo trotz vieler Arbeit und starken Willens das Geld immer mehr als knapp war. Als halbwegs konsequenter Ansatz diente die Ausbildung als Kosmetikerin, aber das Leben weiß ganz genau, wann und wie schnell die Schminke verschmieren kann.

DIE WIRTSCHAFT: Wie lange hat sie denn gehalten, die Schminke?

Marina Friess: Gerade mal ein Jahr lang. Das lag aber nicht an der Schminke selbst, sondern daran, dass ich einfach schon immer eine schreckliche Angestellte war. Der Job selbst war völlig in Ordnung, nur konnte ich die Vorgehensweise meiner Vorgesetzten nicht wirklich verstehen. Die Kündigung war somit eine Frage der Zeit.

DIE WIRTSCHAFT: Aber so etwas passiert ja schon mal in jungen Jahren ...

Marina Friess: Schon, aber bei uns zu Hause wurde immer gearbeitet. Nichts tun ging gar nicht, darum suchte ich mir einen Job in einem Bereich, den ich mit meiner „großen Klappe“ gut bedienen konnte. Ich ließ mich in einem Callcenter einstellen und mein Quassel-Talent brachte mir nicht nur schnell den gewünschten Erfolg, sondern verstärkte in mir auch den Wunsch, mich selbstständig zu machen.

DIE WIRTSCHAFT: Na ja, als schreckliche Angestellte ...

> Geld im Überfluss und leider gar keine Ahnung davon, wie man damit umgeht

Marina Friess (lacht ...): Ja, das war wirklich nicht mein Ding! Ich hatte ja mittlerweile gute Kontakte und schon bald vermittelte ich in meiner eigenen kleinen Firma Seminare für einen anderen Trainer aus dem Bereich Weiterbildung, und das sehr erfolgreich! Ehe ich mich versah, hatte ich zwei völlig neue Dimensionen in meinem Leben: Geld im Überfluss und leider gar keine Ahnung davon, wie man damit umgeht. Ich hatte es ja auch nie gelernt. In meinem jugendlichen Leichtsinn dachte ich natürlich auch, dass es immer so weitergeht und ich dauerhaft sehr gute Einnahmen habe. Ich hatte die Planung

ohne das Finanzamt gemacht, und die daraus resultierenden Nachzahlungen fraßen mich auf, sodass ich nach drei Jahren aufgeben musste. Da saß ich nun mit meinem schönen neuen Auto und den anderen unnützen Statussymbolen, die ich mir gekauft hatte, und war bis über beide Ohren verschuldet.

Schnell wieder finanziell auf die Beine kommen

DIE WIRTSCHAFT: Sie waren ja damals noch jung, konnte Ihre Familie Ihnen helfen?

Marina Friess: Klar, zudem kannte ich „glücklicherweise“ dieses Gefühl, kein Geld zu haben. Ich zog erst mal wieder bei meiner Mutter ein und nach einiger Zeit fand ich einen Job in Frankfurt, 200 Kilometer von meiner Wohnung entfernt. Allerdings hatte ich keinerlei Geld übrig, daher musste ich mir mit zwei weiteren Freunden ein 1-Zimmer-Apartment in einem Dachgeschoss teilen. Die Luftmatratze war alles andere als bequem, vor allem im Hochsommer bei gefühlten 50 Grad. Und als wäre das nicht genug gewesen, gab es für diese Wohnung nicht einmal ein eigenes Badezimmer. Kurzum, es war wie in einer Jugendherberge. Doch das war mir egal, denn ich hatte ein Ziel: schnell wieder finanziell auf die Beine zu kommen. Dafür habe ich alles andere in Kauf genommen. Und in der Tat, es hat sich gelohnt, da ich in dieser Firma innerhalb von zwei Jahren Vertriebsleiterin in NRW wurde.

DIE WIRTSCHAFT: Klingt hier, als hätte das Ganze doch einen Haken gehabt?

Leidenschaft für die Weiterentwicklung der Frauen

Marina Friess: Es hätte in der Tat immer so weitergehen können, nur bin ich in der Zwischenzeit nicht nur auf dem Papier, sondern auch in meiner Denke immer selbstständiger geworden. Ich habe wohl so etwas wie ein Unternehmer-Gen. Ende 2011 entschloss ich mich, an meinem Erfolg von damals anzuknüpfen und mein eigenes Seminarunternehmen zu gründen. „Feminess“ startete also im Mai 2012 mit dem ersten Abendseminar vor 25 Unternehmerinnen und weiblichen Führungskräften. Seither wächst das Unternehmen rasant, was mit Sicherheit an der Zielgruppe, aber auch an meiner Leidenschaft für die Weiterentwicklung der Frauen liegt. Frauen dabei zu unterstützen, sich besser vermarkten zu können und ihnen zu noch mehr beruflichem und privatem Erfolg zu verhelfen, ist eine der schönsten Tätigkeiten, die ich mir vorstellen kann. Alle meine Erfahrungen aus der Vergangenheit, sowohl die positiven als auch die negativen, fließen hier ein.

DIE WIRTSCHAFT: Dann haben Sie also doch etwas mehr als nur „aus der Not eine Tugend gemacht“?

Marina Friess: Das könnte man so sagen: Mittlerweile findet zweimal jährlich der „Feminess Kongress“ statt, auf dem wir 300 bis 500 Frauen begrüßen. Das „Feminess Magazin“, ein Business-Magazin von Frauen für Frauen, wächst stetig. Wir strahlen regional den „Feminess Talk“, eine Talkshow für Unternehmerinnen und Führungskräfte, aus und ein E-Learning-Programm für Frauen haben wir auch schon auf den Markt gebracht.

„Das Leben wird nicht einfacher, du wirst stärker.“

DIE WIRTSCHAFT: Und was denken Sie heute über das Scheitern?

Marina Friess: Mittlerweile bin ich sehr dankbar für jeden schmerzhaften Moment, denn diese haben mich noch stärker gemacht. Mein Motto lautet: „Das Leben wird nicht einfacher, du wirst stärker.“ Ein enges Familienmitglied hat einmal zu mir gesagt: „Na ja, du hast halt Glück gehabt!“ Dazu kann ich nur sagen: Nicht nur! Erfolg hat etwas damit zu tun, mutige Entscheidungen zu treffen und auch dann durchzuhalten, wenn es mal schwierige Zeiten gibt. Ich bin dankbar für alle Erfahrungen, denn sie haben mich zu dem gemacht, was ich heute bin.

Autorin: Edda Nebel

Weitere Informationen unter: www.feminess-kongress.de

Anzeige

Sitzen – stehen – sich bewegen

Spätestens wenn unser Körper nicht mehr so richtig will und wir eine unerfreuliche Diagnose aus dem internistischen oder orthopädischen Sektor erhalten, kommt eine Therapieform ganz sicher zum Einsatz: die Bewegungstherapie.

Damit es erst gar nicht so weit kommt, sind viele kleine Schritte möglich. Ein effektiver heißt Bürodynamik. Dynamisches Sitzen, kombiniert mit Arbeiten im Stehen, und bewusste kleine Wege sind für unseren Körper eine Wohltat und verhindern den leichtfertigen körperlichen Abbau.

Bei jedem langen Flug oder einer langen Autofahrt machen wir uns z. B. Gedanken über das Thromboserisiko. Warum denken wir im Büro nicht an die Folgen der falschen Belastung für unseren Körper? Stuhl und Tisch sind die Arbeitsmittel, die wir täglich intensiv brauchen. Warum schenken wir ihnen so wenig Beachtung?

Nehmen Sie mal an, Sie investieren 2.000 € netto in Tisch und Stuhl und nutzen beides nur zehn Jahre und 200 Tage im Jahr. Dann müssen Sie die Frage beantworten, ob Ihnen ein ergonomischer Arbeitsplatz 1,00 € pro Arbeitstag wert ist. Abschreibungen nicht berücksichtigt. Parken ist eindeutig teurer. *(ck)*

Büro + Ergonomie Lothar Jux
info@ergonomieberatung.org
0 22 02/ 25 19 81

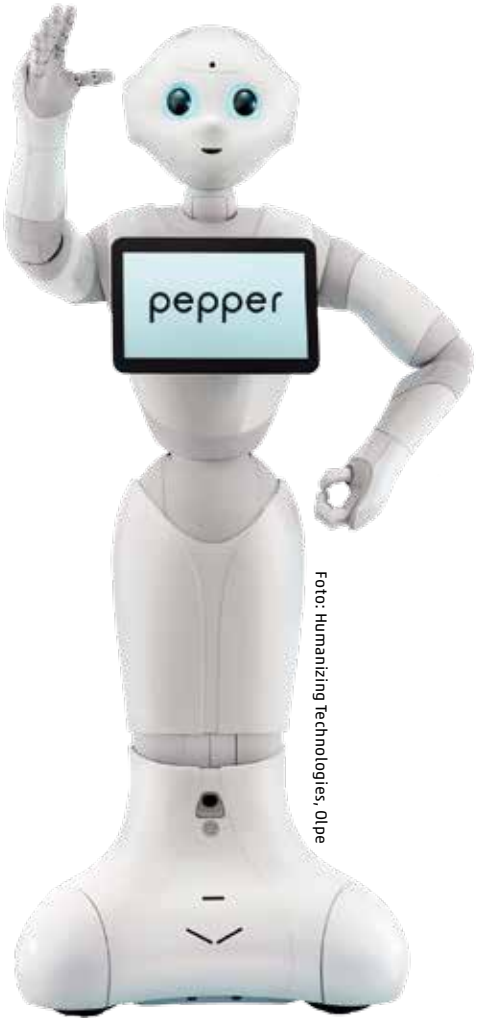


Foto: Humanizing Technologies, Olpe

IN FREUNDLICHER MISSION

Humanoide Roboter sind auf dem Vormarsch und können weitaus mehr als Rasen mähen und staubsaugen

Foto: Humanizing Technologies, Olpe

Vertreiben seit Ende 2016 "Pepper" in Deutschland und Österreich: Tim Schuster und sein Partner Dimitrios Prodromou.

Pünktlich zum Start des neuen Films „Blade Runner 2049“ haben wir uns mit dem Phänomen der „menschlichen Roboter“ auseinandergesetzt und sind – gar nicht weit von Köln – auf einen kleinen freundlichen Gesellen namens „Pepper“ gestoßen. Seine wesentliche Fähigkeit ist schnell umrissen: Er arbeitet mit modernster Gesichtserkennung und kann sogar Gefühle verstehen. Sein primärer Auftrag lautet: Immer freundlich bleiben, egal was passiert!

Der ideale Mitarbeiter, sollte man meinen, aber „wir betonen immer wieder, dass Pepper niemals einen menschlichen Arbeitsplatz ersetzen soll, sondern immer nur als Unterstützung dient“, betont der Geschäftsführer des in Olpe ansässigen Unternehmens, Humanizing Technologies, Tim Schuster, der gemeinsam mit seinem Partner Dimitrios Prodromou Ende 2016 den Deutschland- und Österreichvertrieb von Pepper übernommen hat.

Pepper ist Entwicklungsspross der ursprünglichen Gemeinschaftsentwicklung des französischen Unternehmens Aldebaran Robotics SAS und des japanischen Telekommunikations- und Medienkonzerns SoftBank Mobile Corp. Seine umwerfenden Sympathiewerte garantieren ihm vor allem Einsatz in öffentlichen Räumen wie Museen, Verkaufsräumen, hinter Empfangstischen und immer mehr auch auf Messeständen. In seiner stoischen, freundlichen Weise ist er nicht nur Kundenfänger, sondern auch kompetenter Berater.

Ein liebevoller Kontakt für Kunden jeden Alters

„Der Bereich Marketing ist sicherlich der stärkste Einsatzbereich, mit dem Paket ‚Lachen ist gesund‘ sprechen wir zudem auch Kunden aus dem Gesundheits- und Sozialbereich an. In der Zukunft könnte Pepper der freundliche Begrüßer im Eingangsbereich sein, der vor allem darauf programmiert ist, Besucher-Kindern die Angst im Umgang mit Räumlichkeiten wie Pflegeheimen oder Krankenhäusern zu nehmen. Durch seine freundliche Art soll Menschen grundlegend die Offenheit zur Technik erleichtert und auch der Umgang mit der Räumlichkeit selbst nähergebracht werden.“ erklärt Tim Schuster.

Pepper ist aber längst nicht nur für die Kleinsten ein liebevoller Ansprechpartner: Mit dem FFG-Projekt startet Ende November gemeinsam mit dem Joanneum Graz eine Forschungsfrage, ob Pepper im generellen Einsatz im Altersheim die Auswirkungen der Demenz verlangsamen kann. „Ausgestattet mit einem Multifunktions-Display und Sprachausgabe kann der humanoide Roboter den Heimbewohnern Nachrichten vorlesen oder aber sie anhand von Spielen beim Gedächtnistraining unterstützen und via Entertainment zu Mitmach-Bewegungen animieren“, erläutert Schuster.

„Bitte recht freundlich!“

Im Chocolate Museum Wien sorgt Pepper dafür, dass die Besucher nicht die Orientierung verlieren, und in der Supermarkt-Kette Merkur in Österreich macht Pepper mal eben nebenbei den klassischen Infopoint und gibt darüber hinaus auch noch Tipps zu coolen Rezepten samt zugehöriger Einkaufsliste.

Mit diesem dauerlaunigen Ansprechpartner geht aber noch weitaus mehr als nur formvollendeter Empfang. Schuster zeigt auf, was in Zukunft noch geht: „Pepper kann theoretisch – je nach Softwarepaket – auch als Kellner Bestellungen in einem Restaurant aufnehmen und sogar anschließend entsprechendes Feedback sammeln. Wer mag, der kann Pepper auch

‚herumlaufen' lassen, sodass der kleine weiße Kerl in der Kundenberatung direkt aus dem Warenwirtschaftssystem den aktuellen Warenbestand abrufen oder über externe Indoor-Navigationssysteme den Standort von Produkten bestimmen und dem Kunden damit den Weg durch das Geschäft zeigen kann."

Potenzial für „ziemlich beste Freunde"?

Aktuell wird Pepper nur an Unternehmen verkauft. Bis Pepper oder seine jüngeren Geschwister langfristig Einzug in Privathaushalte nehmen, dürfte es noch ein wenig dauern.
Schuster: „Bis dato kennen wir Roboter im Haushalt nur als selbstfahrende Rasenmäher oder Staubsauger oder aber als reine Spielecomputer. Die Erfahrung zeigt aber, dass die Roboterherstellung im Laufe der Jahre und entsprechend den variierenden Einsatzmöglichkeiten preiswerter wird." Aktuell kostet Pepper in der Grundausstattung zwischen 17.000 und 20.000 Euro. Die Software wird entsprechend den Anforderungen individuell programmiert und ist nicht im Preis enthalten.
Um Pepper über sein fehlendes Mienenspiel hinwegzuhelfen, hat man tief in die digitale Trickkiste gegriffen: Rund um seine Pupille und um den gesamten Augenbereich steuern LEDs je nach „Situation" oder Gefühl verschiedene Farben. Ein kleines Blinzeln wird durch eine kurze Lichtfolge simuliert, was einen hinreißenden Effekt hat.
Die Hardware „Pepper" wird mit einer Grundausstattung an Applikationen ausgeliefert, ist damit jedoch nicht einsetzbar. Um eine praxisgerechte Anwendung zu erzielen, braucht es spezielle Software. Unumstrittenes Software-Highlight ist die bereits erwähnte Gesichtserkennung. Die Programmierung erlaubt es, dass der Roboter einzelne Personen erkennt – damit hat er durchaus das Potenzial für „ziemlich beste Freunde".

Autorin: Edda Nebel

ⓘ Humanizing Technologies ist ein innovatives, junges und dynamisches Unternehmen in Deutschland und Österreich. Das Start-up entwickelt Anwendungen für soziale Roboter mit speziellem Fokus auf den humanoiden Roboter „Pepper" und dem Telepräsenz-Roboter „Fernarbeiter". Humanizing Technologies ist zunächst mit den beiden Gründern gestartet und ist mittlerweile auf zwölf Mitarbeiter gewachsen.

www.humanizing-technologies.com

Foto: Humanizing Technologies, Olpe

120 cm, 28 kg, 3 km/h, 100 % Sympathiewert

Bei der Gestaltung von Pepper wurde voll auf das Kindchenschema gesetzt: Eine Größe von ca. 120 Zentimetern, dicke Kulleraugen und eine entsprechend hohe Stimmlage sorgen für einen unschlagbaren Sympathiewert. 2014 wurde Pepper erstmals von Softbank-Robotics-Direktor Fumihide Tomizawa in seinen eigenen Verkaufsräumen „zur Unterhaltung und Information der Kunden vorgestellt. Etwa ein Jahr später und viele Erfahrungswerte weiter, standen erstmals 1000 Pepper-Einheiten zu einem Preis von je 198.000 Yen (etwa 1450 Euro) zum Verkauf. Nur einen einzigen Tag nach dieser Bekanntgabe hieß es: ausverkauft!
Vier Mikrofone, zwei HD-Kameras und ein 3-D-Abstandssensor bestücken Peppers Kopf. Für die Beweglichkeit der Figur und der Räder sorgen insgesamt 20 Motoren. Pepper kann sich mit maximal 3 km/h bewegen. Durch die Beweglichkeit von Kopf, Schultern und Händen, zudem auch in der Hüfte und im Unterkniebereich, lässt sich so etwas wie Körpersprache erzeugen. Bis zu einem Maximalgewicht von 500 Gramm kann Pepper etwas in seiner fünffingrigen Hand festhalten.

NRW.BANK.Innovative Unternehmen
Jetzt auch für innovative Gründer

NRW.BANK
Wir fördern Ideen

Mit ihrem Programm NRW.BANK.Innovative Unternehmen fördert die NRW.BANK jetzt auch die Innovationsideen von Existenzgründern: Seit dem 1. Oktober 2017 können Start-ups zinsgünstige Förderdarlehen für innovative Vorhaben in Anspruch nehmen.

Mit neuen Ideen sorgen junge Unternehmen für wirtschaftliches Wachstum und schaffen zukunftsfähige Arbeitsplätze in der Region. Dennoch haben sie es oft schwer, Kredite für ihre innovativen Geschäftsmodelle zu erhalten. Dafür hat die NRW.BANK im Juli 2016 das Förderprogramm NRW.BANK.Innovative Unternehmen auf den Weg gebracht.

Bisher hat sich das Programm ausschließlich an kleine und mittlere Unternehmen gerichtet, die seit mindestens drei Jahren am Markt aktiv sind. Durch die Öffnung für Gründer können jetzt auch diese von den sehr günstigen Konditionen profitieren.

Der Clou an diesem Förderprogramm: Es erleichtert innovativen Unternehmen den Kreditzugang, da das Risiko bei Kreditausfall zwischen Hausbank, NRW.BANK und dem Europäischen Investitionsfonds aufgeteilt wird.

Weitere Informationen finden Sie unter
www.nrwbank.de/innovation

UMFANGREICHER NETZAUSBAU

NetCologne investiert 100 Millionen Euro

Foto: NetCologne / Marius Becker

Oberbürgermeisterin Henriette Reker und NetCologne-Geschäftsführer Timo von Lepel blicken zuversichtlich in die digitale Zukunft der Stadt.

Digitalisierungs-Offensive für Köln: Der Telekommunikationsanbieter NetCologne investiert in den kommenden fünf Jahren 100 Millionen Euro in die digitale Infrastruktur der Stadt.

Das Kölner Unternehmen verspricht die zusätzliche Anbindung von 100.000 Haushalten inklusive aller Kölner Schulen an das Glasfasernetz, den Gigabit-Ausbau von zehn Gewerbegebieten sowie die Erweiterung des öffentlichen WLAN-Netzes HOTSPOT.KOELN.

„Als stärkster Wirtschafts- und Technologiestandort in Nordrhein-Westfalen hat sich Köln zu einem Hotspot für die Digitalisierung und digitale Transformation in der Bundesrepublik entwickelt“, lobt Oberbürgermeisterin Henriette Reker. „Die Qualität der digitalen Infrastruktur steigert die Lebensqualität der Menschen und ist ein erheblicher Standortfaktor für die Wirtschaft. Mit dem neuen Maßnahmenplan sichern wir uns jetzt die Spitzenposition in Richtung digitale Zukunft.“

Und bei diesem Plan steht das Thema Glasfaser im Mittelpunkt: Das Netz soll demnach bis Ende 2018 auf die zehn größten Gewerbegebiete ausgeweitet werden, sodass den Unternehmen dort Bandbreiten von bis zu 10 Gigabit pro Sekunde zur Verfügung stehen – ohne zusätzliche Kosten. Betroffen sind die Gewerbegebiete Merkenich, Longerich, Ossendorf, Niehl, Marsdorf, Maarweg, Hahnwald, Eil/Heumar, Mülheim und Dellbrück.

Doch auch Privatpersonen profitieren: 100.000 zusätzliche Haushalte werden laut NetCologne an das eigene Glasfasernetz angeschlossen – wodurch die Zahl auf insgesamt 450.000 Haushalte ansteigt. Diese können dank der neusten G-Fast-Technologie zukünftig Gigabit-Bandbreiten nutzen. NetCologne baut das Netz nach dem Open-Access-Prinzip, also mit öffentlichem Zugang, denn „der Glasfaser-Ausbau in Deutschland muss volkswirtschaftlich sinnvoll erfolgen“, wie Geschäftsführer Timo von Lepel betont.

Zudem werden im Zuge des Projekts alle Kölner Schulen an das Glasfasernetz angebunden. Rund 200 Schulen verfügen bereits über gigabitfähige Anschlüsse, die restlichen 100 sollen im Laufe des kommenden Jahres folgen. 400 Kilometer Glasfaserleitungen müssen für die gesamte Maßnahme in den nächsten fünf Jahren in Köln verlegt werden.

Das kostenfreie WLAN-Netz HOTSPOT.KOELN wird laut dem Unternehmen ebenfalls ausgebaut: Zu den 850 bereits bestehenden Hotspots an zentralen Plätzen der Stadt sollen in den kommenden drei Jahren weitere 350 hinzukommen – etwa im Innenstadtbereich, an zentralen Einkaufsstraßen sowie am Rheinufer. Das Angebot werde schon jetzt von täglich 55.000 Menschen genutzt. Auch die WLAN-Infrastruktur an den Schulen wird verbessert. Den Ausbau finanziert die Stadt mit Mitteln aus dem Programm „Gute Schule 2020“.

Alena Staffhorst

GRIESHABER Logistik

zupackend. wegweisend. zielsicher.

Vorbildliche Transport-lösungen

gibt es in der Natur und von uns!

GRIESHABER Logistik GmbH
Röntgenstraße 40
50169 Kerpen
Telefon +49 2237 6908-0

www.grieshaberlog.com

SERIE: TRADITIONSUNTERNEHMEN

HITSCHLER – DER KÖLNER SÜSSWARENPIONIER

hitschler lässt in Deutschland große und kleine Liebhaber von Süßwaren aufhorchen.

Fotos: hitschler International GmbH & Co. KG

Zweimal Kult: Hitschler Kaugummi und VW Bulli.

Seit über 80 Jahren steht der Name für Leckeres aus der Welt der Kaubonbons, Fruchtgummis, zuckerfreien Kaugummis, Oblaten mit Brausefüllung und Schaumzuckerware. Was einst als kleines Geschäft mit Tabak und Lakritz in Köln begann, ist inzwischen zu einem Familienunternehmen herangewachsen, das international aufgestellt ist.

Bereits in den 1920ern betrieb Ferdinand Hitschler in Köln einen Handel mit Tabak und Cachous – kleinen Lakritzbonbons, die ursprünglich aus Frankreich stammen. 1935 gründete er die Firma „Hitschler's Cachou" – der Grundstein für das heutige Unternehmen. Später steigt sein Sohn Walter mit ein. Nach dem Tod des Vaters Anfang der 50er-Jahre firmiert Walter Hitschler um in die heutige hitschler International. Mit Walter, der schon immer ein Faible für Süßes hatte, beginnt die Erweiterung des Sortiments: Kaugummi und andere Süßwaren gehören ab sofort zum festen Portfolio. Ein weiterer Fokus liegt auf dem Handel und Vertrieb im In- und Ausland. Mitte der 50er-Jahre wird die „Erste Deutsche Kaugummi Fabrik" gekauft – nun ist hitschler nicht mehr nur Distributor, sondern auch Produzent.

Die folgenden Jahre stehen im Zeichen von Expansion und Innovation: Süßwaren von hitschler sind beliebt, und so wagt sich Walter Hitschler auf ganz neue Märkte. Ab den 60er-Jahren werden hitschler-Produkte sogar in Saudi-Arabien genascht. Neue Sorten wie „hitschlers originale Fruchtgummi Schnüre" kommen auf den Markt – ein Riesenerfolg und bis heute erhältlich. Durch den Karneval etabliert sich ein weiterer Klassiker, die „Softi-Kaubonbon Streifen".

Mitte der 70er-Jahre führt hitschler süßen Speck ein, eine bis dahin unbekannte Spezialität – das Sahne-Vanille-Aroma begeistert Süßigkeiten-Fans im ganzen Land. In den 80ern werden die „Hitschies" erfunden – knackig dragierte Kaubonbons in verschiedenen Geschmacksrichtungen, auch in Sauer. Sie entwickeln sich zum absoluten Kult-Objekt und Markenzeichen von hitschler. Heute gehören sie zu den bekanntesten und erfolgreichsten Produkten des Unternehmens.

Bis heute ist das unabhängige mittelständische Unternehmen vollständig in Familienbesitz. Das einstige Elternhaus von Walter Hitschler in der Kölner Ölbergstraße war noch bis 2014 – bis zum Umzug in die Aachener Straße – der Firmensitz von hitschler International. Die Philosophie der Firma ist seit jeher geprägt von fairem Wettbewerbsverhalten und langfristigen Geschäftsbeziehungen zu Kunden und Lieferanten. hitschler beliefert alle großen deutschen und internationalen Handelsunternehmen.

Jubiläum und Shoperöffnung

hitschler International feierte im Jahr 2015 80-jähriges Firmen-Jubiläum. Aus diesem Anlass wurde die gesamte Produktwelt einem Relaunch unterzogen – so erstrahlen heute alle Verpackungen in neuem Design und mit modernisiertem Logo. Der neueste Coup des Unternehmens war im November 2016 die Eröffnung des ersten hitschler Shops. In Köln-Marsdorf finden Süßigkeitenfans nun die ganze Welt von hitschler unter einem Dach: Auf 90 m² gibt es die komplette Produktpalette von Kaubonbons über Hitschies, Fruchtgummi, Schnüre, Bubblegum, brizzl Ufos bis hin zu Mallows. Man darf gespannt sein, was den Pionieren aus Köln in den kommenden Jahren einfallen wird.

Heribert Eiden

SÖLLA.de
Drucker-Zubehör
Speichermedien
Multimedia
aus der Region – für die Region!

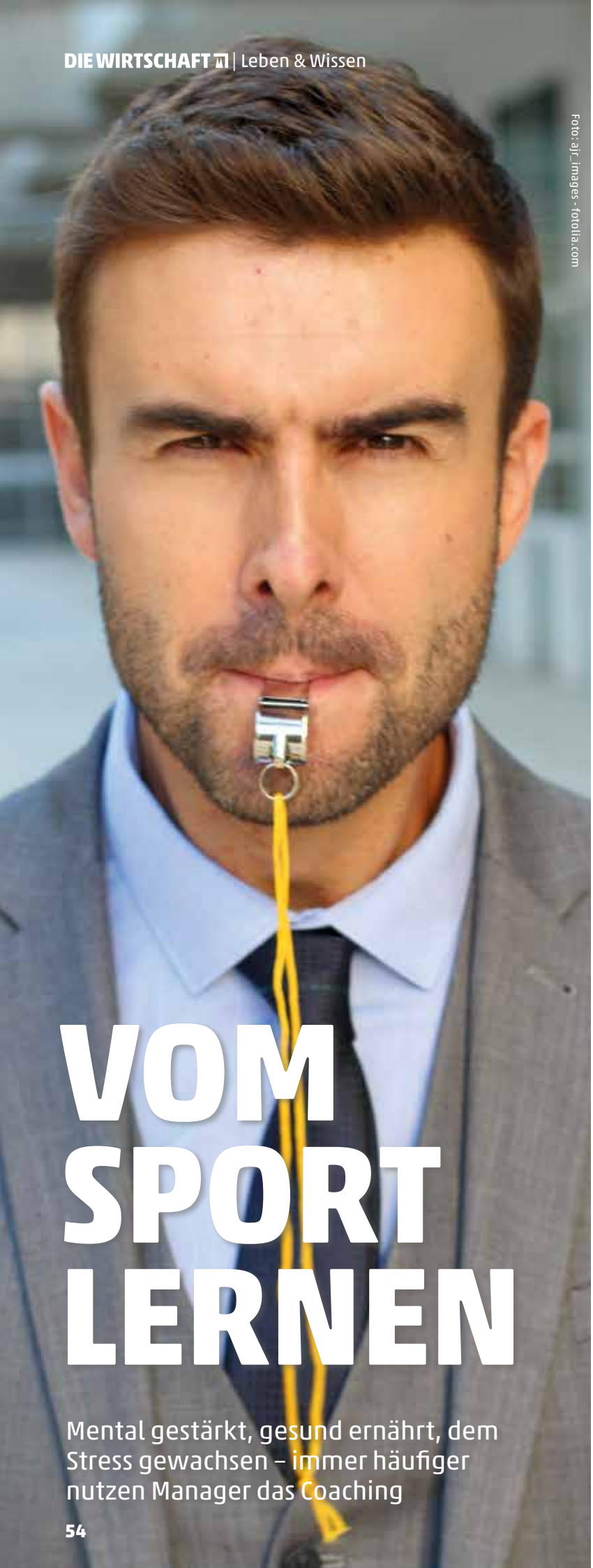


Foto: ajr_images - fotolia.com

VOM SPORT LERNEN

Mental gestärkt, gesund ernährt, dem Stress gewachsen – immer häufiger nutzen Manager das Coaching

Was im Sport schon seit Langem üblich ist, findet auch im beruflichen Kontext immer mehr Anwendung. Um optimale Leistungen zu erzielen, setzen Sportler auf die Unterstützung eines Trainers, auch genannt Coach, der sie nicht nur im sportlichen, sondern auch im Bereich der Lebensführung bezüglich Schlaf, Ernährung, Stressreduktion und anderem unterstützt.

Auch im Beruf kann ein solches professionelles Coaching sinnvoll sein. Der Coach, ein professioneller und neutraler Berater, unterstützt, berät und begleitet den Klienten dabei überwiegend in beruflichen Anliegen. Vor allem in anspruchsvollen Berufen, die ein hohes Maß an Verantwortung mit sich bringen, kann ein solches Coaching gewinnbringend sein, da die täglichen Anforderungen ein Maximum an Leistung erfordern. Coaching umfasst dabei sehr unterschiedliche Bereiche, dazu gehören Motivation, Konzentration, Leistung, Findung der optimalen Work-Life-Balance, Unterstützung bei Entscheidungsfindungen und die Weiterentwicklung der sozialen Kompetenzen im Umgang mit Mitarbeitern und Vorgesetzten. Der Coachingprozess ist für den Klienten stets transparent – es werden also nur Methoden angewandt und Themen angesprochen, die vorher mit dem Klienten abgestimmt wurden. So kann der Klient selber entscheiden, wohin die Reise geht.

Beim Coaching geht es darum, einen neutralen Begleiter als Unterstützung an seiner Seite zu haben, der sich eher als Partner auf dem Weg zur Zielerreichung und nicht als Therapeut sieht. Wer sich mit dem Gedanken an ein Coaching befasst, der sollte beachten, dass der Beruf des Coachs kein geschützter Begriff ist. Es sollte also bei der Wahl des Coachs auf zertifizierte Qualifikationen geachtet werden, so dass der Coach fundierte wissenschaftliche Zusammenhänge kennt und diese in den Ablauf mit einbeziehen kann. Da die Anforderungen und Anwendungsgebiete breit gefächert sind, haben sich verschiedene Coachingmethoden wie das Business-, das Persönlichkeits- und das Mentalcoaching entwickelt.

Businesscoaching

Mit Hilfe von Coaching kann die individuelle Situation des Einzelnen sowohl im beruflichen als auch im persönlichen Bereich analysiert werden. So können die hohen Anforderungen des Berufsalltags wie Verantwortung, Führung eines Teams, Zeitmanagement und belastende Umstände, wie beispielsweise schlechter Schlaf oder fehlender Freizeitausgleich, aufgedeckt werden, um dann gemeinsam Möglichkeiten zur Veränderung zu evaluieren. Dies ist wichtig, da sich belastende Umstände oft unbewusst negativ auf die Konzentration, Aufmerksamkeit, Gedächtnis, Antrieb und die Stimmung auswirken und damit zu verminderter Leistung führen können. Auch fehlende Kompetenzen im Bereich der Entscheidungsfindung, bei der Führung von Mitarbeitern oder Defizite in sozialen Interaktionen und persönliche Schwächen können im Coaching zur Sprache kommen und verändert werden. Durch ein Coaching sollen aber auch Potentiale und Stärken herausgearbeitet werden, um diese im Arbeitsalltag bestmöglich zu nutzen und den Fokus weg von Defiziten und Schwächen zu ziehen. Gemeinsam soll herausgearbeitet werden, wo der Klient hin will, um dann Möglichkeiten zu evaluieren, um die eigenen Ziele zu erreichen. Die Verbesserung der Selbstmanagementfähigkeiten ist dabei das langfristige Ziel des Coachings, um dem Klienten

auch über das Ende des Coachings hinaus Möglichkeiten zur Selbsthilfe zu zeigen. Um die Leistung zu verbessern, kann auf unterschiedlichen Ebenen angesetzt werden, die meistens alle gemeinsam zur Anwendung kommen. Eine dieser Ebenen beinhaltet die Überprüfung und Veränderung von Kognitionen, also Wahrnehmungsvorgängen und deren Verarbeitung, die der eigenen Leistung im Wege stehen. Der innere Druck, gepaart mit dem Erwartungsdruck von außen, führt zu Stress, der ab einem bestimmten Niveau nicht mehr förderlich ist. Im Gegenteil: dieser erhöhte Stress kann zu Unruhe, Nervosität oder Blackout führen. Dies macht sich nicht selten auf körperlicher Ebene durch feuchte Hände, zittrige Arme oder Knie und trockenen Mund bemerkbar. Das erhöhte Level der Stresshormone führt dazu, dass das volle Potenzial der eigenen Leistung nicht entfaltet werden kann, weil die kognitiven und kreativen Fähigkeiten beeinträchtigt sind. Auch ein allgemeines Gefühl von Selbstunsicherheit kann die eben beschriebenen Auswirkungen haben. Beim Businesscoaching geht es daher darum, die mentale Stärke zu festigen, indem eigene Ziele klar definiert werden und mithilfe des Coachs die eigenen Ressourcen und Potenziale erarbeitet und gestärkt werden, um diese Ziele zu erreichen.

Persönlichkeitscoaching

Das Persönlichkeitscoaching beinhaltet die persönliche Entwicklung mitsamt der individuellen Zielfindung. Hierbei können eigene Motive erarbeitet werden und mitunter einschränkende Denkweisen hinterfragt werden. Es wird herausgearbeitet, inwiefern Schemata der eigenen Person, erlernt durch die eigene Entwicklung und Lernerfahrungen, der gewünschten Zielverwirklichung im Wege stehen und sinnvoll umformuliert werden können.

Individuelles Stressmanagement kann ein Teil des Coachings sein, wenn es dem Klienten schwerfällt, zur Ruhe zu kommen oder überhaupt Zeit zu finden, Erholungsphasen in den Alltag zu integrieren.

Spezifische Themen können ebenfalls im Rahmen des Coachings besprochen werden, wenn beispielsweise Unsicherheiten beim Reden vor großen Gruppen oder Prüfungsangst besteht. Auch Konflikte auf der Arbeit oder eine wichtige berufsbezogene Entscheidung können im Rahmen eines Coachings angesprochen werden. So kann in vielen Fällen auch einem Burnout vorgebeugt werden. Welche Themen Inhalt der Beratung sind, kann der Klient selber oder gemeinsam mit dem Coach entscheiden.

Mentalcoaching

Das Mentalcoaching und -training kommt hauptsächlich im Bereich des Sports zur Anwendung. Gerade im Hochleistungssport bei Sportarten wie Motor- und Rennsport, Leichtathletik, Fußball und Tennis ist es wichtig, eigene Schwächen und Probleme, aber auch Stärken und Ressourcen im sportlichen wie im privaten Bereich zu kennen, damit diese berücksichtigt oder genutzt werden können. Denn diese Selbsterkenntnis bezüglich der eigenen Fähigkeiten ist die Basis für Erfolg. Im weiteren Verlauf des Coachings geht es dann um die sportliche und persönliche Zielerreichung, indem Strategien für die Umsetzung und zur Selbstmotivation gefunden werden. Das Mentalcoaching beinhaltet einzelne Elemente zur Verbesserung der Konzentration genauso wie die Wettbewerbsvorbereitung, positiven Umgang mit Belastungen sowie die Motivationssteigerung. Dafür werden Wettbewerbssituationen gedanklich durchgearbeitet, um eine Veränderung in der Denkweise herbeizuführen. Denn nur wer selbstbewusste und positive Gedanken hat, kann auch erfolgreich handeln. Es handelt sich hierbei um eine mittel- bis langfristige Angelegenheit, genau wie bei einem Ausdauertraining.

Wie funktioniert Coaching?

Coaching besteht aus kognitiven Trainingsmethoden, Entspannungsübungen und Gesprächen und verbindet modernste Erkenntnisse und Verfahren aus Neurobiologie und Stressforschung mit bekannten Techniken zur Gesprächsführung. Um dies einzusetzen, gibt es verschiedene Wege und Möglichkeiten, die unter anderem die Analyse der Stresssituation und das Erlernen von Stressreduktionstechniken beinhalten. Dazu gehört auch ein vertieftes Wissen über die Entstehung von Stress und die Anpassung an die individuelle Situation des Klienten. Des Weiteren sollen Stärken und Kompetenzen herausgearbeitet werden, die bis dahin eventuell noch im Verborgenen waren. Dies beinhaltet auch die Stärkung des Selbstwertes, da nur wer auf sich achtet und sich wertschätzt, sich in Stresssituationen selber in Schutz nehmen und die negativen Konsequenzen von Stress reduzieren kann. Hierzu gehört auch die Stärkung von Selbstwirksamkeit und Selbstsicherheit, um auch in Zukunft eigene Schwächen und Stolpersteine zu erkennen und selbstständig aus dem Weg räumen zu können.

Um die Konzentration zu stärken, kommen Methoden aus dem Leistungssport zur Zielfokussierung zum Tragen. Ebenfalls hilfreich ist es, negativ behaftete Glaubenssätze, die man oft seit der Kindheit in sich trägt, zu erkennen und in leistungssteigernde Überzeugungen umzuwandeln.

Transkranielle Magnetstimulation

Eine erfolgreiche Methode zur Leistungsverbesserung, die im Rahmen eines Coachings sehr förderlich sein kann, ist die transkranielle Magnetstimulation.

Die Magnetstimulation ist eine nichtinvasive, schmerzfreie Technik. Die Entdeckung basiert auf dem Prinzip der elektromagnetischen Induktion – entdeckt vom britischen Wissenschaftler Michael Faraday im Jahr 1831. Bei Verwendung zur Stimulation des Gehirns wird sie als intelligente transkranielle Magnetstimulation (iTMS) bezeichnet. Klinische Studien und die Erfahrungen von Praktikern zeigen hervorragende Resultate. Bei der Magnetstimulation werden Magnetimpulse abgegeben, um Nervenzellen in dem Teil des Gehirns zu stimulieren, der auch die Stimmung kontrolliert. Bei der Stimulation des Gehirns hat sich gezeigt, dass TMS zu lang anhaltenden Effekten auf die Hirnfunktionen wie z.B. einer Verbesserung der Leistung führen kann. Die rasche Änderung des Magnetfelds induziert einen Strom, und wenn der induzierte Strom eine ausreichende Amplitude und Dauer besitzt, werden Neurone aktiviert. Die Methode hat keine Nebenwirkungen und wird ambulant, je nach Bedarf in ein bis mehrmals die Woche stattfindenden, kurzen Sitzungen angewendet. Im Anschluss kann direkt wieder den täglichen Aktivitäten nachgegangen werden.

Insgesamt kann durch den hier beschriebenen multimodalen Coachingansatz die Leistung deutlich gesteigert und das Empfinden verbessert werden.

Foto: Alex Weis

Gastautor: Dr. med. Ammar Owega, Klinik LINKS VOM RHEIN

TÜVTEL KIDS, AXA PÄNZ UND CO.

Betriebs-Kindertagesstätten helfen die Vereinbarkeit von Beruf und Familie zu bewerkstelligen

Foto: JenkoAtaman/Fotolia.com

Gut betreute, glückliche Kinder = zufriedene Eltern = motivierte Mitarbeiter.

Sie heißen „TÜVtel Kids“, „AXA Pänz“ oder „Rewelinos“. Die Rede ist von Kindertagesstätten, die von den jeweiligen Unternehmen betrieben werden.
Sie bieten ihren Mitarbeitern somit die Möglichkeit, Familie und Beruf stressfreier unter einen Hut zu bringen, und fördern damit die Zufriedenheit und Leistungsfähigkeit ihrer Angestellten.

In einer immer globaler und flexibler werdenden Arbeitswelt ist die Vereinbarkeit von Beruf und Familie schwer zu bewerkstelligen. Besonders für Eltern, und hier im Besonderen für die Mütter mit Kindern bis zum Schulalter, ist dies eine große Herausforderung. Findet man bei der großen Anzahl mangelnder Betreuungsplätze in Kindertagesstätten überhaupt einen Platz für sein Kind, liegt dieser häufig nicht gerade auf dem Weg. Zudem sind die Öffnungszeiten vieler Kitas immer noch zu unflexibel und lassen sich nicht oder nur schwer mit den Arbeitszeiten vereinbaren.

Nehmen wir Köln als Beispiel:
Bei einer Elternbefragung zum Jahreswechsel 2014/2015 kam heraus, dass sich schon damals 52 Prozent der Eltern von U3-Kindern einen Betreuungsplatz wünschten. Bei der rasanten Entwicklung auf dem Arbeitsmarkt, bei der sich kaum eine Mutter erlauben kann, länger als erforderlich zu Hause zu bleiben, darf man getrost davon ausgehen, dass sich diese Zahl seitdem noch erhöht hat.

Den Nachwuchs völlig unterschätzt

Im Jahr 2016 lebten in Köln 33.797 Kinder unter drei Jahren. Damit war die Prognose für das Jahr 2020, die von dann 33.182 Kindern ausging, bereits deutlich überschritten. Während die Zahl der U3- und Ü3-Kinder in 2016 gegenüber 2015 um 1.929 angewachsen ist, wurden für das Kindergartenjahr 2016/2017 aber lediglich 1.000 neue Plätze eingerichtet. Das bedeutet, ein großer Teil ging leer aus.
Aktuell mangelt es an ca. 3.200 Plätzen, d. h., es fehlen mindestens 50 Kitas mit durchschnittlich vier Gruppen pro Einrichtung. Und das gilt auch nur, wenn die neue Wachstumsprognose, die 2018 erscheinen soll, nicht weiter steigende Kinderzahlen aufweist. Diese Unsicherheit, aber auch mangelnde Flächen für neue Kitas, die langsam mahlenden Mühlen bezüglich der Baugenehmigungen und der fast schon notorische Personalmangel lassen da auch für die Zukunft nichts Gutes erwarten.
Wie viele Einrichtungen aktuell zur Verfügung stehen und welche Zahlen für das Kindergartenjahr 2017/2018 angestrebt werden, lässt sich der nachfolgenden Tabelle entnehmen:

Anzahl der Kindertageseinrichtungen und Trägeraufteilung

	Aktuell August 2017 *(inkl. 1 neue Kita)*	**Geplant** Kitajahr 17/18 *(zzgl. 11 neue Kitas)*
Stadt Köln	226	226
KölnKitas	40	40
Kirchen	163	163
Verbände / Vereine / Initiativen	237	248
gesamt	**666**	**677**

Quelle: Stadt Köln, Dezernat für Bildung, Jugend und Sport

Da eine schnelle Lösung seitens der Stadt nicht zu erwarten ist, wundert es nicht, dass diese nun auch auf den Ausbau betriebsnaher Kinderbetreuung setzt. Dazu fand im Frühjahr dieses Jahres der sogenannte Kitagipfel statt, an dem auch die Industrie- und Handelskammer Köln teilgenommen hat. Auch die IHK plant dazu eine Veranstaltung. Diese findet am 21.11.2017 unter dem Motto „Kita-Initiative“ statt.
Aber auch viele Arbeitgeber haben dieses Dilemma mittlerweile selbst erkannt und übernehmen einen Teil der Verantwortung zur Vereinbarung von Familie und Beruf.
Zudem erhoffen sie sich positive Effekte durch eine familienfreundliche Unternehmenskultur. Können bereits gut qualifizierte und eingebundene Arbeitnehmer nach der Auszeit wieder schnell und entspannt in den Job zurückkehren, stärkt dies die Motivation und trägt entscheidend zur Mitarbeiterbindung bei.

Die Betriebe nehmen die Betreuung selbst in die Hand

Einige Unternehmen belassen es dabei nicht bei flexiblen Arbeitszeiten, Homeoffice-Plätzen etc., sondern eröffnen sogar Betriebskindertagesstätten. Wann eine Betriebskita sinnvoll ist, hängt natürlich

von der Struktur und vom Bedarf des Unternehmens ab. Ab ca. 25 bis 30 Kinder, in Einzelfällen sicher auch darunter, macht es durchaus Sinn, über die Eröffnung einer solchen Einrichtung nachzudenken. Da der Betrieb einer Kita im Normallfall nicht gerade zum Kerngeschäft gehört, werden meist externe Träger, wie beispielsweise die Arbeiterwohlfahrt (AWO), mit der Planung und der Realisierung der Kita-Pläne beauftragt. Zudem übernehmen sie die Trägerschaft der Tagesstätte. Falls bereits Räumlichkeiten vorhanden sind, ist die AWO beratend tätig und unterstützt bei der Umsetzung der Vorgaben der zuständigen Behörden.

Für Betriebskindertagesstätten gelten die gleichen Gesetzesvorgaben wie für Regeleinrichtungen und sie werden auch genauso geführt. Ebenso werden alle qualitativen und quantitativen Anforderungen an das Personal gemäß den Vorgaben des Kinderbildungsgesetzes (KiBiz) umgesetzt. Die Öffnungszeiten orientieren sich am Bedarf der Eltern und werden in Zusammenarbeit mit dem Unternehmen festgesetzt, ebenso wie ein eventuelles Schwerpunktthema, das die Kita umsetzen möchte.

TÜVtel Kids tüfteln in der Kita und AXA Pänz sind fit

In Köln gibt es inzwischen mehrere Unternehmen, die, in Kooperation mit verschiedenen Trägern, Kindertageseinrichtungen betreiben, unter anderem die folgenden drei Betriebskindertagesstätten:

Der TÜV Rheinland eröffnete im Jahr 2015 in Kooperation mit der Arbeiterwohlfahrt (AWO) eine betriebsinterne Kita namens „TÜVtel Kids“. 40 Kinder im Alter von vier Monaten bis sechs Jahren, aufgeteilt in drei Gruppen, werden dort täglich von qualifizierten Erzieherinnen betreut. Die Öffnungszeiten passen sich den Bedürfnissen der Eltern an und betragen mindestens 45 Wochenstunden. Experimentieren und Forschen, wen wundert’s, ist das Leitthema dieser Einrichtung. Zusätzlich zu diesem Angebot der Betreuung stellt der TÜV Rheinland noch Back-up-Plätze zur Verfügung, falls kurzfristig andere Betreuungsmöglichkeiten ausfallen.

Die AWO Köln betreibt noch weitere Betriebstagesstätten, darunter gleich zwei Einrichtungen, die für die Mitarbeiterkinder der REWE Group gedacht sind, die „Rewelinos“. Die erste wurde bereits 2012 eröffnet, die zweite folgte in 2014. Die Erzieherinnen können in den beiden Kitas insgesamt 90 Kinder von vier Monaten bis sechs Jahren betreuen. In dieser Tagesstätte wird besonders viel Wert auf Musik und Bewegung sowie die sprachliche Bildung gelegt. Auch hier werden die Öffnungszeiten jährlich den Bedürfnissen der Eltern angepasst.

Und auch die „AXA Pänz“ verfügen über eine eigene Einrichtung, welche sich auf dem Betriebsgelände des AXA Konzerns befindet. Insgesamt 30 Kinder werden hier in drei Gruppen betreut. Der Schwerpunkt dieser Kita ist die Kindersicherheit und „Fitness für Kids“. Träger dieser Einrichtung ist auch wieder die AWO.

Foto: Guido Schiefer

Betriebskindertagesstätte des TÜV Rheinland.

Foto: Guido Schiefer

Außengelände der Betriebskindertagesstätte des TÜV Rheinland.

Betriebskindertagesstätten für Imagegewinn

Es gibt aber noch andere Träger, die für Unternehmen, die sich mit dem Gedanken auseinandersetzen, eine Kindertagesstätte zu eröffnen, die Realisierung und Beratung übernehmen. Das in Wuppertal ansässige Unternehmen Kita|Conzept ist derzeit Träger von Kindertagesstätten u. a. in Köln, Bonn und Wuppertal. In Köln existiert z. B. die betriebsnahe Kita „Kleine Piraten“, welche Betreuungsplätze für Kinder von acht Monaten bis sechs Jahren der Mitarbeiter der Admiraldirekt.de GmbH, aber auch für Kinder aus Köln anbietet.

Der WDR betreibt bereits seit 2012 in Eigenregie bzw. über den selbstständigen Verein WDR AKTIV E. V. als Träger vier Kindertagesstätten. Diese stehen in erster Linie den Kindern von WDR-Eltern zur Verfügung, sind aber auch unternehmensfremden Kindern gegenüber offen. In zwei der Einrichtungen werden jeweils zehn Kinder von vier Monaten bis zwei Jahren betreut, die anderen beiden bieten jeweils 40 Kindern von zwei bis sechs Jahren Platz.

Fazit ist und bleibt: Erwartet ein Unternehmen immer mehr Flexibilität und Einsatz sowie Unternehmenstreue von seinen Mitarbeitern, kann durchaus vonseiten des Arbeitgebers ein Entgegenkommen erwartet werden. Der Einsatz einiger Unternehmen, sich und ihre Unternehmensphilosophie familienfreundlicher zu gestalten, ist ein guter Ansatz. Studien zeigen zudem, dass ein Unternehmen, welches in familienfreundliche Maßnahmen investiert, sein Image nach außen positiv beeinflusst. Und im Endeffekt kann dies eine Steigerung der Rendite zur Folge haben. Grund genug, diesen Weg fortzuführen.

Monika Eiden

"WIR LEBEN DAS GREEN OFFICE!"

Biomöbel Genske ist Spezialist für ökologische Inneneinrichtung mit einem Umsatzvolumen von rund 3,3 Millionen Euro. Das Konzept vom „grünen Büro" wird hier seit über 30 Jahren gelebt.

Foto: www.genske.de

Das Team von Biomöbel Genske berät bei ökologischen Einrichtungsfragen.

Egal ob im Großraumbüro eines Betriebes oder zu Hause im Homeoffice: Viele Stunden täglich verbringen wir in Büroräumen. Oftmals ist das Klima nicht ausgeglichen: Im Sommer leiden unsere Atemwege unter der Belüftungsanlage und während der kalten Monate unter der trockenen Heizungsluft. Ganz zu schweigen von zu wenig Bewegung am Arbeitsplatz.

Im Einrichtungshaus Genske herrschen optimale Arbeitsbedingungen. Man riecht es förmlich: Hier weht ein wohliger und beruhigender Duft von Wald durch die Ausstellung. „Unsere Hölzer sind offenporig behandelt, also nicht lackiert, folglich atmungsaktiv", erklärt Elke Kauffmann aus der Geschäftsleitung bei Biomöbel Genske. „Holz riecht nicht nur angenehm, sondern wirkt zu jeder Jahreszeit klimaregulierend", erklärt die Möbelspezialistin. „Der Wertstoff kann Feuchtigkeit aus der Luft aufnehmen und sie auch wieder abgeben und sorgt so für ein angenehm ausgeglichenes Raumklima." Die verwendeten Hölzer bei Biomöbel Genske stammen aus nachhaltiger Forstwirtschaft. „Auch beim Transport achten wir auf Ressourcenschonung, also möglichst kurze Wege", sagt Elke Kauffmann. „Unsere Lieferanten kennen wir seit vielen Jahren persönlich, in den meisten Fällen auch die Produktionsstätten. Wir wissen also, wo und was produziert wird." Biomöbel Genske ist Mitglied im Verband europäischer ökologischer Einrichtungshäuser. Der Impuls, diesen Verband ins Leben zu rufen, ging 1989 von Firmengründer Johannes Genske aus. „Der Verband vergibt das Siegel ÖkoControl. Es steht unter anderem für Nachhaltigkeit bei den verwendeten Rohstoffen und für größtmögliche Schadstofffreiheit", weiß Elke Kauffmann.

Bürostühle zu 99 Prozent recycelbar

Neben Schreibtischen, Aufbewahrungsmöbeln, Besucherstühlen und Récamieren aus natürlichen Materialien spielt auch der Bürostuhl eine erhebliche Rolle für das Wohlbefinden im Green Office. „In der Fachsprache nennen wir das bewegtes Sitzen", sagt Elke Kauffmann. „Unsere Mitarbeiter arbeiten alle auf Stühlen, die optimal auf den jeweiligen Benutzer eingestellt sind. Man kann die Sitzhöhe und -tiefe einstellen, die Lendenwirbelsäule unterstützen und so Rückenbeschwerden vorbeugen", so die Expertin. „Außerdem empfehle ich Stühle mit Wippfunktion. Dadurch sitzt man nicht starr, sondern die Muskulatur wird gefordert und gefördert. Ich persönlich stehe zur Abwechslung auch gerne bei der Arbeit, daher arbeite ich an einem höhenverstellbaren Schreibtisch." Der Umwelt zuliebe enthalten alle Bürostühle bei Biomöbel Genske einen hohen Anteil an recycelten Materialien. Damit nicht genug: „Nach einer Lebenszeit von etwa 15 bis 20 Jahren sind die Stühle dann zu 99 Prozent recycelbar." Im Büroalltag verwendet das Genske-Team Papier aus 100 Prozent recyceltem Altpapier, also ohne zusätzlichen Frischfaseranteil. Diverse Büromaterialien, wie Klebeband oder Kugelschreiber, bestehen aus Recyclingmaterial.

Nachhaltigkeit und Design als verlässliche Partner

Auch im Sinne der Energieeffizienz geht das Unternehmen mit gutem Beispiel voran. Die gesamte Außenbeleuchtung wurde bereits mit LED-Sparlampen ausgestattet. Der Strom stammt seit jeher von einem Anbieter für Öko-Energie. Natürlich geht auch bei Biomöbel Genske nicht alles ohne Emissionen. „Aber die circa 60 Tonnen CO^2, die bei uns im Jahr anfallen, werden durch verschiedene Klimaschutzprojekte in Peru kompensiert", so Elke Kauffmann. Bei allem Bestreben, zugunsten von Mensch und Natur zu wirtschaften, hält das Genske-Team auch die Liebe und den Spaß an Möbeln immer im Blick. „Öko kann durchaus Design", betont Elke Kauffmann. „Nicht umsonst wurden mehrere unserer Produkte mit dem Red Dot Design Award ausgezeichnet."

Astrid Waligura

ⓘ Mehr unter www.biomoebel-genske.de

Foto: www.genske.de

Ausgeglichenes Raumklima im Green Office.

Green Office Einrichtungstipps

- Ergonomische Bürostuhle
- Holzmöbel, Pflanzen und Tageslicht für gutes Raumklima
- Digitalisierung statt Papier (u. a. Kataloge)
- Langlebige Büromaterialien in Öko-Qualität
- Computer & Co. nach Energieverbrauch und Recyclingfähigkeit auswählen
- Energieeffizienz bei Heizung, Wasser, Licht beachten

PER HANDSCHRIFT INS DIGITALE ZEITALTER

Eine neue Generation „intelligenter" Kugelschreiber

Foto: Identitätsverstärker GmbH

Per "intelligentem Kugelschreiber" werden handschriftliche Daten sofort digital übertragen.

Es ist der Albtraum für alle Unternehmer: Der Monteur kehrt nach vielen Stunden Arbeit vor Ort vom Kunden zurück und die Auftragsbestätigung ist unterwegs verloren gegangen. Oder aber die Auftragsbearbeitung muss noch ein paar Tage warten, bis der Außendienstmitarbeiter mit dem ausgefüllten Formular wieder zurück im Office ist.

Handschrift ist im digitalen Zeitalter ja „so was von gestern", in vielen Bereichen aber definitiv nicht aus dem Arbeitsalltag wegzudenken. „Bis Berichte, Leistungserfassungen, Protokolle und Aufträge ihren Weg ins Büro finden, wird in der Zwischenzeit munter gescannt und abgetippt, dabei schleichen sich oft Fehlerquellen ein", so Hermann Wilhelmer, Sales Manager bei ACT IT Consulting mit Sitz in Mondorf.

Um ihren Kunden hier Abhilfe in Form von schnellem und vor allem fehlerfreiem Transfer zu verschaffen, wurde der „intelligente Kugelschreiber" entwickelt und wird seitdem sogar europaweit vertrieben. Versehen mit einem kleinen Computer und ein paar verbauten Sensoren, sorgt der ´ACT„n" PEN´ dafür, dass die übertragenen Inhalte sofort digital übertragen werden. „Ob vom Notizblatt, Neukundenformular, Regie-Bericht, Checkliste, Inventurliste oder was immer zum Einsatz kommt – die Software nimmt die getätigte Handschrift auf und erkennt zeitgleich, was auf welchem Formular steht", erklärt Wilhelmer. Diese Daten würden unverzüglich verschlüsselt via Bluetooth oder USB über das Mobiltelefon/Tablet/PC an den Kunden-Server direkt oder im ACT-Rechenzentrum gehostet, „je nachdem, wie der Kunde es haben möchte".

Digitales Papier

Die Vorteile erklärt Wilhelmer am Beispiel Neukundenformular: „Je mehr Informationen es über den Kunden gibt, desto besser. Bis diese jedoch vom Papier in das CRM-System des Unternehmens Einzug nehmen, können Tage vergehen. Mithilfe des intelligenten Kugelschreibers füllt der Mitarbeiter weiterhin wie gewohnt die Formulare aus, macht Kreuze bei den Checkboxen und sobald es fertig ausgefüllt ist, werden sämtliche Daten automatisch an den Server übermittelt."

Die Software erkennt das jeweilige Formular und weiß sogar, wer es ausgefüllt hat. Anschließend wird das Dokument als PDF automatisch benannt und in der Dokumentenablage des Kunden abgelegt. Parallel dazu entsteht eine Art Excel-Tabelle mit den Werten aus den jeweiligen Feldern. Diese wird im Anschluss der jeweiligen Kundenapplikation wie Kundenverwaltung, Warenwirtschaft oder Arbeitszeitaufzeichnung übergeben und importiert.

Neben dem Faktor Fehler schlägt vor allem der Faktor Zeit zu Buche. Obwohl der Mitarbeiter physisch noch beim Kunden ist, liegt das Dokument bereits in der Firma vor. Wilhelmer: „Da sämtliche ausgefüllten Werte bereits in der Applikation enthalten sind, greift der nächste Arbeitsschritt sofort, zum Beispiel die Fakturierung dieser Leistung."

Auch an den Umstand, dass Unterschriften des Kunden auf den Dokumenten notwendig sind, haben die Tüftler der ACT Gruppe gedacht. „Ob Bestätigung der Leistung, Kaufvertrag oder Bestellung. Das System erkennt die ausgefüllten Unterschriftenfelder und es gibt die Möglichkeit, Belege mit einer digitalen Signatur zu versehen und rechtssicher abzuspeichern", so Wilhelmer.

Konsequent digital

Um seinem Anspruch konsequent gerecht zu werden, ist das System modular und flexibel aufgebaut und steht für die Betriebssysteme Android, Apple und Windows zur Verfügung. Sämtliche Formulare werden einmal für diese Stiftlösung aufbereitet. Die neue Version beinhaltet dann eine Art Wasserzeichen in Form eines feinen grauen Rasters, in dem das System alles „mitliest". Am Server wird letztlich das fertige Ergebnis generiert. Eigens eingerichtete Benutzerkonten am Server ermöglichen, dass alle Beteiligten immer auf dem gleichen aktuellen Stand sind. „Wer es dennoch in Papierform braucht, der kann per Druckertreiber auch direkt aus den Applikationen teilweise vor-ausgefüllte Formulare ausdrucken", so Wilhelmer. Der Mitarbeiter füllt dann nur noch die individuellen Felder wie Arbeitszeit, Material oder Ähnliches aus.

Edda Nebel

ⓘ Informationen zu den einzelnen Produkten, Konfigurationen und Preisen gibt es unter smartforms@actgruppe.de oder +49 (228) 97125852

DIGITALE KOMPETENZ, ABER WOHER?

Growth Hacker sind die Allrounder der Digitalisierung

Im Gespräch mit DIE WIRTSCHAFT erklärt Hendrik Lennarz, was ein Growth Hacker ist und dass Growth Hacking Skills wesentliche Bestandteile einer erfolgreichen Digitalisierung sind. Ein exzellentes Produkt über die richtigen Marketingkanäle und mit Hochgeschwindigkeit in den Markt bringen – so in etwa lauten die Anforderungen an einen Job, der auch schon ganz andere Berufsbezeichnungen hatte.

DIE WIRTSCHAFT: Herr Lennarz, wie sind Sie erstmalig auf das Thema Growth Hacking gestoßen?

Hendrik Lennarz: Als ich Anfang 2014 einen Artikel von Aaron Ginn auf techcrunch.com mit dem Titel „Defining A Growth Hacker“ gelesen habe, fiel mir das Keyword „Growth Hacker“ direkt ins Auge. Cooles Wort, gute Headline, toller Artikel. Erstmalig fand ich meine persönliche Jobbeschreibung komplett runtergeschrieben. Was macht also ein Growth Hacker? „Maximal viele Nutzer gewinnen, diese mit einem tollen Produkt beglücken, und das möglichst automatisiert und auf Userdaten basierend.“ Das mache ich ja schon seit meinem Jobstart damals bei Trusted Shops aus Köln im Jahr 2006. Ich bin anscheinend ein Growth Hacker. Cooler Jobtitel, oder?
Ein paar Berufsbezeichnungen, die ich schon hätte verwenden können in den letzten Jahren: Produktmanager, Projektmanager, Customer Experience Manager, SEO-Manager, SEM-Manager, Social-Media-Manager, Product-Marketing-Manager, CTO, CIO, Developer, Product Owner, Scrum Master, Information Architect, Business Analyst, Data Analyst, Business-Development-Manager, Entrepreneur, Agile Coach, Team Leader usw.
Alle Disziplinen habe ich entweder schon selbst ausgefüllt oder zumindest verantwortet. Bis heute begleiten mich diese glücklicherweise immer noch in meinem Tagesgeschäft. Ich liebe das digitale Business mit all seinen Disziplinen. Vor allem aber das Zusammenspiel der verschiedenen Disziplinen, das uns alle immer wieder vor neue Herausforderungen stellt. Aus diesem Grund werde ich auch nicht müde, Startups, Absolventen oder Mitarbeitern aus Corporates immer wieder zu erklären, warum das Erlernen der richtigen Growth Hacking Skills eine ganz wesentliche Zutat für eine erfolgreiche Digitalisierung darstellt.

„Growth Hacking ist ein Prozess. Es geht um das perfekte Zusammenspiel der Produktentwicklung, über ein wachstumsorientiertes Geschäftsmodell, die richtigen Marketing-Kanäle mit validem Tracking bis hin zu einer hoch agilen Umsetzungskompetenz. Leider gibt es niemals nur diesen einen Growth Hack, der ein Start-up oder ein Unternehmen in den Unicorn-Himmel schießen lässt.“ - Hendrik Lennarz

DIE WIRTSCHAFT: Okay, Growth Hacking ist ein Prozess. Können Sie diesen Prozess bitte einmal genauer beschreiben?

Hendrik Lennarz: Klar, nichts lieber als das. Mein Growth-Hacking-Prozess, den ich die letzten Jahre entwickelt und immer wieder für Start-ups oder auch Corporate-Projekte angewendet habe, besteht im Wesentlichen aus vier Bausteinen *(siehe Grafik auf Seite 60)*:

#1 Ein exzellentes Produkt

„Man sollte niemals mit Growth Hacking starten, ohne sich sicher zu sein, ein ausgezeichnetes Produkt am Markt zu haben, was von den Usern auch wirklich geliebt wird." Growth Hacking beginnt somit schon bei der Produktentwicklung.
Mit welcher Produkt-Positionierung geht man in den Markt? Mit welcher Value Proposition glänzt man gegenüber der Konkurrenz? Der günstigste Preis, die beste Qualität, lokale Nähe oder ein ganz besonders innovatives Feature sind nur ein paar Beispiele für den berühmten Unique Selling Point.
Nur durch das ständige Einholen von Kundenfeedbacks bekommt man tatsächlich valide heraus, welche Kundenbedürfnisse das Produkt denn wirklich bedient. Oder was die Kunden denn wirklich benötigen, was man heute vielleicht noch nicht anbieten kann. Krasser ausgedrückt, kann man auch von Kunden-Schmerzen sprechen. Welche Probleme der Zielgruppe löst mein Produkt wirklich? Welche Probleme haben meine Kunden heute und welche Probleme werden sie in zwei bis drei Jahren tatsächlich haben? Diese Kundenwünsche werden dann in Features oder neuen Produkten umgesetzt. Klingt einfach? Ist es aber nicht. Die meisten Gründer sind (Gott sei Dank ...) so von ihrer Idee überzeugt, dass sie sich fürs echte Validieren auf dem Markt nicht genügend Zeit nehmen oder oftmals auch zu viel Zeit.
Die richtige User Experience (UX) – also wie ist die Nutzer-Erfahrung mit meinem Produkt – hat mittlerweile einen ganz bedeutenden Einfluss auf den Erfolg eines Produkts gewonnen. Ist mein Produkt einfach zu bedienen? Erfüllt es den Zweck, den ein User damit erreichen möchte, genauso gut wie den Zweck, den ich als Betreiber mit dem Produkt verfolge? UX hat heute auch nur noch wenig mit dem früheren Webdesign zu tun. Schöne Grafiken erstellen ist nicht mehr das, was ausschlaggebend ist. UX-Designer müssen die User

"Growth Hacker" - die ganz persönliche Jobbeschreibung von Hendrik Lennarz.

mittlerweile bestens in ihrer Situation verstehen, um ein gutes User-Erlebnis zu erzeugen. Dazu gehören auch einfache Prozesse und nahtlose Übergänge zwischen verschiedenen Devices.

#2 Das Business-Modell

Mit dem Tool-Business-Modell Canvas *(http://www.startplatz.de/startup-wiki/business-model-canvas/)* lassen sich die wichtigsten Fragen, die man früher wochenlang in einem Businessplan niedergeschrieben hat, in kürzester Zeit beantworten. Mittlerweile lieben sogar Investoren das BMC, da sie so auf einen Blick erkennen, worin die Stärken und Schwächen des Business-Modells liegen. Ein Business-Modell Canvas sollte regelmäßig upgedated werden, um den Veränderungen der Märkte, Technologien und Konkurrenzsituation gerecht zu werden.
Den typischen Kunden für das Produkt zu finden ist gar nicht so einfach, wie es aussieht. Jedoch gibt es meistens genau eine bestimmte Zielgruppe (Persona), mit der man den Großteil des Umsatzes erzielen wird. Das Produkt sollte demnach, gerade in der Startphase, genau für diese „typische Zielgruppe" perfektioniert werden. Alle anderen Zielgruppen müssen hintenanstehen und können später durch Anpassungen oder Erweiterungen bedient werden.
Zum Business-Modell gehört natürlich auch noch die Königsdisziplin des Produktmanagements, das Pricing. Welchen Preis rufe ich auf – bin ich günstiger als die Konkurrenz, teurer oder gleich? Paketieren und Bundling sind immer Thema, weil in den meisten Fällen immer ganz entscheidend auf die Höhe der Bestellsummen. Monatliche Zahlung, Einmalzahlungen, Free-Trial oder Freemium ... alles gar nicht so einfach. Letztendlich bleibt einem nichts anderes übrig, als am Markt zu testen und die Marktsituation stets im Blick zu behalten.

http://www.startplatz.de/wp-content/uploads/2013/05/business-model-canvas.pdf

#3 Die richtigen Marketing-Channels

Welche Marketing-Kanäle gibt es eigentlich, mit welchen sollte ich starten und welche sind denn die richtigen? Die nächste riesige Herausforderung. Nur weil alle von Influencer-Marketing auf Instagram oder den geheimen Facebook Ad Hacks sprechen, heißt das nicht, dass man auf Teufel komm raus auch auf diesen Zug aufspringen sollte. Eine enorm wichtige Leitfrage des Growth Hackings ist: „Wo genau hält sich meine Zielgruppe auf und wie kann ich diese dort genau ansprechen?" Beantworten kann man diese Frage wiederum nur mit knochenhartem Ausprobieren. Ein Knochenjob zwischen SEO, SEM, Facebook-Marketing, Instagram, Affiliate-Marketing, Guest-Blogging, TV-Kampagnen, E-Mail-Marketing, Content-Marketing, Vorträge, Messen, Banner-Werbung, Telefon-Akquise und Co. Aber welcher Kanal ist der richtige? Welcher Kanal bringt wie viele Besucher zu welchen Kosten und

Ein guter Growth Manager muss auch ein sehr empathischer und motivierender Leader sein.

wie wahrscheinlich ist es, dass dieser Website-Besucher zu einem zahlenden Kunden wird und wie lange?
Damit ist man dann auch schon beim Web-(User-)Tracking angelangt. Vom Marketing-Kanal X kommen die Besucher auf die Website. Dort konvertieren sie bestenfalls, zum Beispiel mit einer Anmeldung zu einem Free-Trial für das Produkt. Hier entsteht somit auch schon die erste Konversionsrate. Eine Konversionsoptimierung des Anmelde- oder Bestellprozesses gehört demnach natürlich auch zur Kernkompetenz eines guten Growth Hackers.
Anschließend folgt in der Regel eine Double-Opt-in-Mail. Die Öffnungs- und Klickraten müssen unbedingt getrackt werden. In der Regel klicken nur 74 Prozent der User erfolgreich durch die Double-Opt-in-Mail. Bedeutet, 26 Prozent sind immer verloren ...
Nach der DOI folgt die Aktivierungsphase des Users. Wie einfach kann er sich einloggen? Wie einfach gelingen ihm die ersten Schritte im Produkt? Man nennt diese Phase auch häufig Produkt-Onboarding.
Nach dem Onboarding folgt die Retention-Phase, also die Wiederkehrphase. Die User müssen möglichst häufig wiederkommen und das Produkt nutzen. Das tun sie natürlich nur, wenn sie auch wirklich einen Nutzen verspüren. Mit Trigger-Mails, Reminder-Mails und Push-Notifications kann die Retention in der Regel gepusht werden.
Ist ein User ein regelmäßiger und zufriedener User, kann man beginnen, ihn zu einem Upgrade oder zu Folgekäufen zu bewegen. Auch hier gilt, das Business-Modell muss klar verständlich sein. Was muss ich wann wofür und wie bezahlen? Genauso verständlich wie die User Experience. Nicht zum falschen Zeitpunkt um ein Upgrade bitten. Oder die bevorzugten Bezahlmethoden der Hauptzielgruppe nicht anbieten. Zwei exemplarische Growth Hacking-No-Gos.
Zu guter Letzt gibt es noch die Referal-Phase. Zufriedene Kunden können immer Freunde oder Kollegen einladen. Bestenfalls mit einem kleinen, aber feinen Incentive. Dies muss nicht immer Geld sein, sondern können auch Belohnungsbadges oder zum Beispiel ein Freimonat sein. Mit einer gut positionierten und incentivierten Referal-Funktion ist Dropbox beispielsweise ziemlich groß geworden, wie wir alle wissen.

#4 Hochgeschwindigkeit in der Umsetzung

Nach der ganzen Strategie, Planung und Analyse muss es auch natürlich in die Umsetzung gehen. Welche Leute mit welcher Erfahrung sind gefragt? Schlechte Nachrichten: Sowohl Start-ups als auch die Corporates, die mit der Digitalisierungs-Challenge zu tun haben, kämpfen um die sogenannten digitalen Einhörner. Die T-Shapes, die bei allen digitalen Disziplinen wie beispielsweise Coding, agilem Projektmanagement, User Experience, Business Modelling, Data, Analytics, Design, Online-Marketing und Leadership mitreden können, aber auch mindestens in einer dieser Disziplinen Vollprofis sind.
Diese Experten werden optimalerweise in agilen Produkt- oder Growth Teams organisiert. Agilität ist hier das oberste Gebot. Denn ein gut auf Agilität eingespieltes Growth Team kann in puncto Geschwindigkeit in der Umsetzung tatsächlich den Unterschied ausmachen.
Agilität bezogen auf Growth Hacking heißt also, so viele Experimente durchzuführen wie möglich. Ob es bei einem Experiment um die Entwicklung eines neuen Produktes oder Features geht, die Ausführung eines einfachen AB-Tests auf der Landingpage, eine richtig gute E-Mail-Marketing-Kampagne oder eine User-Befragung, ist dabei irrelevant. Hauptsache im Sinne der Kunden und in Abstimmung mit der Wachstumsstrategie des Unternehmens: alle Mann und alle Maßnahmen in die gleiche Richtung, zum Wachstum.
Das Lean-Start-up-Prinzip von Eric Ries gilt dabei stets als Basis-Framework. Agile Growth Teams lieben die Entwicklung von MVPs, Beta-Phasen oder Pre-Launch-Kampagnen.
Aber selbstverständlich gehören Führungsqualitäten natürlich heute auch zu den enorm wichtigen Growth Hacker Skills. Flache Hierarchien, extrem kurze Entscheidungswege, selbst organisierte Scrum- oder Kanban-Teams und natürlich ein hoch motiviertes und optimal synchronisiertes Team passieren niemals von selbst. Demnach muss ein guter Growth Manager auch ein sehr, sehr empathischer und motivierender Leader sein.

DIE WIRTSCHAFT: Hört sich gar nicht so einfach an. Was empfehlen SIe Start-ups oder Unternehmen, womit sie denn starten sollten?

Hendrik Lennarz: Ob für Start-ups oder Unternehmen, das Erlernen der richtigen digitalen Kompetenzen und Skills gilt als das A und O. Die Technologien, Marketing-Kanäle, Kundenbedürfnisse und Software-Tools entwickeln sich derart schnell, dass man stets ein bisschen Zeit investieren muss, um den Anschluss nicht zu verlieren.

Matze Ehlers

ⓘ Die Growth-Hacking-Prozess-Infografik und ein E-Book mit einer Checkliste bietet Hendrik Lennarz kostenlos zum Download an: www.growthhackingacademy.de

Köln Bonn Airport

Einfach günstig parken.

ab 29* €/Woche

*Preis pro Woche bei frühzeitiger Onlinebuchung | Nur im Parkhaus 3 | Begrenztes Kontingent

EIN STÜCK NATUR ZUM ENTSPANNEN

Ob zu Hause oder im Büro, die samt fließenden Bewegungen in einem Aquarium sind ideal zum relaxen.

Fotos: BacktoNature / DanielHeerz

Beeindruckender und entspannender Einblick in ein mit Diskusfischen besetztes Aquarium.

An Manager oder Führungskräfte werden in der Regel sehr hohe Anforderungen gestellt. Es gibt zig Möglichkeiten, Arbeitsbelastungen einigermaßen zu kompensieren. DIE WIRTSCHAFT stellt eine Möglichkeit vor, die nachweislich dabei hilft, sofort zu relaxen.

Aquaristik ist eine nachhaltige und Erfolg versprechende aktive Art, der Entspannung in den eigenen vier Wänden nachzugehen. Beim Thema Aquaristik werden zunächst viele zusammenzucken, weil man vielleicht oft gehört hat, dass Wartung und Pflege anstrengend sein können. Bei richtiger Vorgehensweise unter Ausnutzung der mittlerweile bestehenden und bestechenden Technik lässt sich ein Unterwasserdschungel (Aquarium) herstellen, welcher Ihre Ansprüche hinsichtlich Entspannung und Spaß auf jeden Fall erfüllen kann. Schon in kleinen Biotopen ab 60 Zentimeter Länge lassen sich mit einer 3-D-Aquarienrückwand der Natur nachempfundene Aquarienbiotope gestalten. Was schon im Kleinen beeindruckt, ist in 100 bis 200 Zentimeter Aquarienlänge noch deutlich spannender: eintauchen in die faszinierende Unterwasserwelt des Amazonasdeltas oder eines afrikanischen Grabensees, einer Riffkante im Meer oder eines Regenwaldbiotops in Borneo.

Um eine dreidimensionale Unterwasserlandschaftsstruktur umzusetzen, benötigt man ein Aquarium mit einer Tiefe von 60 Zentimeter, da deren Rückwände bis zu 25 Zentimeter tiefe Strukturen von Rindenmaserungen, Wurzeln und Gestein aufweisen. Hinter dieser Rückwand lässt sich die ganze Technik verbergen. Die tiefe Rückwand ermöglicht auch die Installation eines Filters, der fast wartungsfrei ist. Der wöchentliche Wartungsaufwand beträgt etwa 10 bis 15 Minuten lediglich für den Wasserwechsel von ca. einem Fünftel des Aquariums. Zoofachgeschäfte bieten anspruchsvollen Kunden ein Rundum-sorglos-Paket mit der richtigen Planung, dem fachlich korrekten Aufbau der Anlage und regelmäßigen Pflegeintervallen an. Die Materialien wie z.B. beim Marktführer Back to Nature bestehen aus einer unverrottbaren und wasserneutralen Polyurethanmischung mit einer Keramikbeschichtung aus natürlichen Gesteinsmehlen – eben „Back to Nature“. Im Gegensatz zu fast allen anderen Marktangeboten ist die obere und sehr wichtige Deckschicht extrem widerstandsfähig. Diese wird von Hand hergestellt! Zur Farbgestaltung werden nur unbedenkliche Naturpigmente eingesetzt. Generell kann man sagen, dass ein Aquarium mit der BtN-Rückwand die besten Voraussetzungen für 100%igen Entspannungsgenuss bringt. Hier sollte man auf keinen Fall an der Qualität sparen.

Die Filtertechnik kann hinter der Aquarienrückwand verborgen werden. Eine kleine Pumpe saugt das Wasser durch die Schaumstoffmatten Sauerstoff spendend in den übrigen Beckenteil. Die Schaumstofffiltermatten müssen nur von Zeit zu Zeit gereinigt werden. Die Versorgung der Fische erfolgt über einen Futterautomaten, der mehrmals täglich die Fische bedarfsgerecht mit Nahrung versorgt. In einer Zoofachhandlung erhalten Sie die beste Beratung.

Und dann kann die Entspannung nach dem Fisch- und Pflanzeneinsatz einsetzen. Die ruhigen Schwimmbewegungen und das Wogen der Pflanzen in der Unterwasserströmung erzeugen nach einigen Minuten der Betrachtung ein merkliches Entspannungsergebnis, das sich blutdrucksenkend auswirkt. Das ist nicht subjektiv, sondern objektiv 100.000-fach bewiesen. Und langweilig wird’s bei einem so toll gestalteten Becken nie. Meistens geht der Blick der Besucher sofort in Richtung Aquarium. Manager haben den Anspruch, ihren Job möglichst perfekt zu machen. Wer adäquat dazu die richtigen Voraussetzungen in einem Aquarium schafft und das Besondere liebt, kann mit diesem Hobby dauerhaft viel Spaß und Entspannung haben.

Bei Fragen hilft Ihnen unsere aquaristikaffine und erfahrene Redaktion gerne mit handfesten Ratschlägen weiter.

Eugen Weis

ⓘ Weitere infos unter www.backtonature.se oder auf Facebook: www.facebook.com/backtonatureaquariumbackgrounds

SEMINARE & TRAININGS-ANGEBOTE

Betriebswirtschaft
für Führungskräfte aus der öffentlichen Verwaltung – Weiterbildung

Anbieter: Manager Institut
Datum: 01.11.2017 – 03.11.2017

Ort: Düsseldorf
Preis: 1.654,10 €
Anmeldung: goo.gl/EPrt5U

Betriebswirtschaftliche Grundlagenkenntnisse sind unabdingbar, wenn Sie als Führungskraft in der Verwaltung tätig sind. In diesem Seminar werden Ihnen diese vermittelt.

Marketingstrategie und Marketingplanung
Marketing- (Jahres-) Planung und Trends

Anbieter: AdCoach Marketing Akademie
Datum: 02.11.2017
Ort: Düsseldorf
Preis: 640,10 €
Anmeldung: goo.gl/ffaE8b

In diesem Seminar lernen Sie, wie Sie die notwendigen Marketingaktivitäten auf den neuesten Stand bringen und diese konzentriert umsetzen können.

Führen auf Distanz
Virtuelle Teams erfolgreich führen

Anbieter: Selectes GmbH Ges. f. Personalauswahl u. Personalmanagement
Datum: 06.11.2017
Ort: Köln
Preis: 1.059,10 €
Anmeldung: goo.gl/m4jyrb

Was unterscheidet Präsenzteams von virtuellen Teams? Dieses Seminar informiert Sie darüber und gibt Ihnen Tipps für die Führung von virtuellen Teams.

Balanced Scorecard

Anbieter: SEMINAR-INSTITUT
Datum: 09.11.2017 – 10.11.2017
Ort: Köln
Preis: 1.416,10 €
Anmeldung: goo.gl/u5Yqtq

"Balanced Scorecard" bezeichnet eine der neuesten Methoden des Controllings, welche Ihnen dabei helfen soll, Unternehmenspläne effektiv in die Tat umzusetzen.

Cloud Computing in der Praxis
Rechtliche Fallstricke – praktische Lösungen

Anbieter: Haufe Akademie GmbH & Co. KG
Datum: 13.11.2017
Ort: Köln
Preis: 940,10 €
Anmeldung: goo.gl/WtjdmC

Dieses Seminar vermittelt Ihnen den Umgang mit Cloud Computing aus rechtlicher Sicht. Darüber hinaus erhalten Sie praktische Tipps, um Risiken bei der Anwendung von Cloud-Systemen zu vermeiden.

Lass den Ärger abperlen

Anbieter: Management Circle AG
Datum: 13.11.2017 – 14.11.2017
Ort: Köln
Preis: 2.136,05 €
Anmeldung: goo.gl/Cz2eCC

Entwickeln Sie Strategien, um mit Ihrem Ärger besser umzugehen. Lenken Sie Ihre Emotionen in eine positive Richtung. Dieses Seminar hilft Ihnen dabei.

Führung und Kommunikation
Soft Skills für Young Professionals

Anbieter: Technische Akademie Wuppertal e. V.
Datum: 20.11.2017 – 21.11.2017
Ort: Wuppertal
Preis: 1.180,00 €
Anmeldung: goo.gl/pBAWWE

Für Young Professionals und den Junior-Führungsnachwuchs sind die Herausforderungen besonders groß. Wie Sie Ihren Führungsnachwuchs bezüglich der Soft Skills qualifizieren, zeigt Ihnen dieses Seminar.

Rüstzeitoptimierung
Workshop

Anbieter: REFA Bundesverband e. V.
Datum: 27.11.2017 – 28.11.2017
Ort: Köln
Preis: 1.570,80 €
Anmeldung: goo.gl/ofdooi

Stellen Sie die Losgröße 1 her, indem Sie die Rüstzeitoptimierung nutzen. Dieser Workshop vermittelt Ihnen das nötige Wissen, um durch kurze Rüstzeiten die Kundenanforderungen zu erfüllen.

Einwandfrei verkaufen!
Abschlusstraining für Verkäufer

Anbieter: Modul-Training
Datum: 01.12.2017

Ort: Köln
Preis: 571,20 €
Anmeldung: goo.gl/DZQWsr

Dieses Seminar soll Ihnen zahlreiche Strategien vermitteln, um Verkaufsgespräche zu einem erfolgreichen Abschluss zu bringen.

Online-Marketing
inkl. SEO, SEM + Web 2.0

Anbieter: edulab education | communication | consulting
Datum: 04.12.2017 – 05.12.2017
Ort: Köln
Preis: 854,66 €
Anmeldung: goo.gl/hyStEG

In diesem Seminar erhalten Sie einen ausführlichen Überblick zum Thema Online-Marketing, SEO und SEM. Zudem informiert Sie dieses Seminar über die aktuellen Trends.

Bei Anruf Service!
Workshop für Kundenorientierung am Telefon

Anbieter: CONTELLE Telefontraining Bergmann & Flügel GbR
Datum: 12.12.2017
Ort: Köln
Preis: 589,05 €
Anmeldung: goo.gl/q8psxt

Dieses Telefonseminar soll Mitarbeitern verdeutlichen, welche Bedeutung ein kundenfreundliches Telefonieren für das Image des Unternehmens hat, und vermittelt zudem praktische Tipps.

Interkulturelle Kompetenz im Arbeitsalltag

Anbieter: English & Intercultural Communication
Datum: 21.12.2017 – 22.12.2017
Ort: Düsseldorf
Preis: 1.166,20 €
Anmeldung: goo.gl/TZvKJs

Mittlerweile gehört der Kontakt zu Mitarbeitern aus anderen Kulturkreisen zum Arbeitsalltag. In diesem Seminar lernen Sie, wie Sie interkulturelle Missverständnisse vermeiden.

SERIE: EVENT-LOCATION

HAFENRAUM

Der urbane Kölner Showroom direkt am Rhein

Fotos: HafenRaum über Event Inc.

Direkt im trendigen Viertel des Rheinauhafens gelegen, befindet sich der HafenRaum mit seiner großzügigen Eventfläche.

Der Showroom des HafenRaums im trendigen Viertel des Rheinauhafens: Hier bietet der moderne Veranstaltungsraum Platz für die verschiedensten geschäftlichen Anlässe. Frei nach dem Motto „Raum für Begeisterung und Inspiration" ist die Location die optimale Plattform für Business-Events wie PR- und Marketing-Events, Firmenfeiern oder Workshops.

Raum für Begeisterung und Inspiration

Besonders eignet sich die Location für kreative und temporäre Veranstaltungskonzepte, die nachhaltige Markenerlebnisse schaffen wollen, wie Pop-up- oder Concept-Stores. Die Räumlichkeiten bieten die optimale Fläche zur kreativen und individuellen Ausbreitung, sodass auch Galerien und Ateliers hier Ausstellungen und Co organisieren können.

Moderner Industrie-Charme und hochwertige Ausstattung

Die Räumlichkeiten der insgesamt 200 Quadratmeter großen Location erstrecken sich über zwei Etagen. Das untere Stockwerk dient als großzügig und offen gehaltener Showroom. In der Freifläche des oberen Stockwerks befinden sich verschiedene Sitzmöglichkeiten sowie ein gemütlicher und hochwertig ausgestatteter Lounge- und Meeting-Bereich mit einer Gesamtfläche von 34 Quadratmetern. Zusätzlich bietet die Eventfläche eine voll ausgestattete Küche, die ebenfalls mitgenutzt werden kann.

Die hohen Decken der lichtdurchfluteten Räumlichkeiten verleihen einen industriellen Charme und lassen Raum für diverse Gestaltungsmöglichkeiten. Schon das moderne Design der Fassade, mit den großen Fenstern, begeistert. Vor allem bei abendlichen Veranstaltungen entsteht hier durch den Ausblick auf die pulsierende Großstadt ein besonderes Ambiente. Die großen Schaufenster, integrierte Betonwände, hohe Decken sowie geschmackvoll eingerichtete Sanitäreinrichtungen und die exklusive voll ausgestattete Einbauküche bieten alles, was für eine erfolgreiche Veranstaltung benötigt wird. Auch der Meeting- und der Lounge-Bereich der oberen Etage rundet die hochwertige Ausstattung ab. Darüber hinaus verfügt die Location über eine Tonanlage sowie WLAN-Zugang.

Insgesamt bietet die Location Platz für ca. 150 Personen. Zusätzlich besteht die Möglichkeit, über die ansässige Agentur Kommunikations- und Ausstellungsdesign, Mobiliar und Servicepersonal zu buchen sowie einen externen Catering-Anbieter zu beauftragen.

Mitten im Szeneviertel der Domstadt

Direkt im urbanen Rheinauhafen gelegen befindet sich der HafenRaum mit seiner großzügigen Eventfläche. Das 210.000 Quadratmeter große Areal des Szeneviertels hat sich zu einer Kölner Attraktion entwickelt. Neben modernen Wohn- und Bürogebäuden, zahlreichen Restaurants sowie Cafés und Galerien kommen auch Architektur- und Kulturliebhaber auf ihre Kosten. Die unmittelbare Nähe zum Rhein bietet nicht nur einen gigantischen Ausblick auf das Panorama der Domstadt, sondern auch eine verzaubernde Atmosphäre. Der HafenRaum Showroom befindet sich im über die Stadtgrenzen der Rheinmetropole hinaus bekannten Kranhaus Nord, mittlerweile ein Wahrzeichen der Stadt Köln. Die unmittelbare Nähe des Jachthafens verleiht der Event-Location zudem ein ganz besonderes maritimes Flair. Parkmöglichkeiten sind in der längsten Tiefgarage Europas gegeben und auch die Verkehrsanbindung durch den öffentlichen Nahverkehr ist direkt bis vor den Eingang sichergestellt.

Matze Ehlers

ⓘ HafenRaum
Im Zollhafen 12 / Kranhaus Nord, 50678 Köln
Tel.: 0221 93 31 86 0, info@hafenraum.com
www.hafenraum.com

In Zusammenarbeit mit unserem Kooperationspartner von Event Inc (www.eventinc.de) präsentiert Ihnen DIE WIRTSCHAFT in jeder Ausgabe eine andere Event-Location aus Köln und der Region.

Wenn auch Sie Ihren Veranstaltungsort hier vorstellen möchten, können Sie sich gerne per E-Mail (info@diewirtschaft-koeln.de) oder telefonisch unter 0221 4743924 an uns wenden.

MIR SIN OP DER GANZE WELT ZO HUS. UN JETZ OCH EN KÖLLE: COLLIERS.

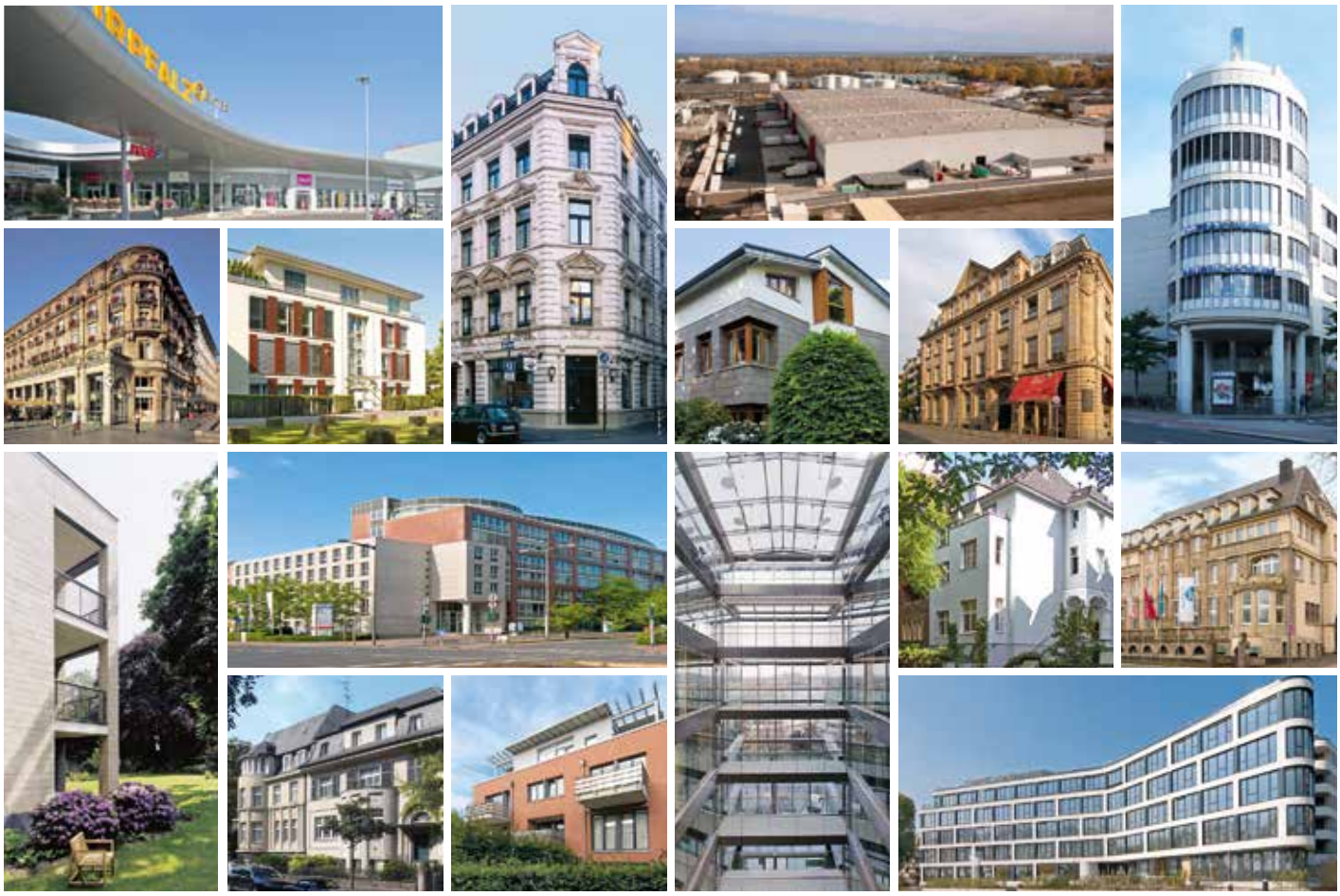
IHR IMMOBILIENEXPERTE – VON BÜRO BIS EINZELHANDEL

Colliers International Deutschland GmbH
Kranhaus 1 / Im Zollhafen 18
50678 Köln
T +49 221 9865370
E info.koeln@colliers.com
www.colliers.de

Colliers
INTERNATIONAL

GREIF & CONTZEN
IMMOBILIENMAKLER • IVD

INVESTMENT



Investmentimmobilien mit Potenzial