DIE WIRTSCHAFT

Köln

Ausgabe 6.16

www.diewirtschaft-koeln.de

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

IMMER UP TO DATE
www.diewirtschaft-koeln.de

Foto: Fotolia.com

Neues zur Datensicherheit

Ab Mai 2018 treten neue Regeln zum Umgang mit Daten in Kraft. Die nötigen Prozesse zur Umstellung solle man schon 2017 einleiten. Seite 20

Foto: Köln Bonn Airport

Überflieger Köln Bonn Airport

Innovative Projekte und Rekordzahlen: Flughafen Köln Bonn mit mehr Passagieren, Luftfracht und Sicherheit weiter auf Erfolgskurs! Seite 26

KÖLN IN STAUS UND BRAUS

Foto: iStock / Meinzahn

Nichts geht mehr?

Viele Städte würden Köln beneiden. Ein geschlossener Autobahnring umgibt die Stadt, ein prosperierender Flughafen, der bei Passagieren und Fracht zulegt, mit dem Hauptbahnhof einer der wichtigsten europäischen Knotenpunkte, genutzt auch von einem gut ausgebauten ÖPNV. Sogar auf dem Wasserweg ist die Wirtschaft der Region dank des Vorhandenseins von vier Kölner Häfen weltweit logistisch vernetzt.

Aber: viele Städte blicken auf Köln als Staustadt Nummer zwei bundesweit. Der Abstieg von Platz eins, abgelöst durch Stuttgart, ist eine Ergebniskosmetik. An den immer weiter zunehmenden Verkehrsproblemen ändert das nichts. Die sind nur langfristig aus der Welt zu schaffen.

Beispiel Leverkusener Autobahnbrücke. Die 1965 dem Verkehr übergebene Rheinüberfahrt war für 40.000 Fahrzeuge täglich konzipiert. Heute muss das marode Bauwerk 120.000 Fahrzeuge erdulden, den Schwerlastverkehr hat sie dabei schon in seine Schranken verwiesen. Und das im wahrsten Sinne des Wortes. In der Regel sollten Bauwerke dieser Kategorie 80 Jahre halten.

Als in der ersten Hälfte der 1990er-Jahre der Kölner Autobahnring auf drei Spuren je Fahrtrichtung erweitert wurde, entschied man sich für die preiswerteste Variante. Der Standstreifen der Brücke wurde zur dritten Fahrspur und damit in erster Linie von den dicken Brummis befahren. Dazu kam, dass der Schwerlastverkehr nach der Wende und durch die EU-Osterweiterung quantitativ stark zugenommen hat, und die einzelnen Lkw sind deutlich schwerer geworden.

Eine Hängebrücke hängt in den Seilen

Die Folgen dieser ungleichen Lastenverteilung zeigen sich 20 Jahre später. Im Sommer 2012 wurden erstmals Risse in der Tragwerkskonstruktion festgestellt. Dazu muss man wissen: Die in der DIN 1076 geregelte „handnahe Hauptprüfung“ wird bei Ingenieurbauwerken alle sechs Jahre durchgeführt. Dazwischen wird alle drei Jahre eine sogenannte Einfachprüfung durchgeführt. Die Rheinbrücke Leverkusen steht mittlerweile unter „Dauerüberwachung“, auch mithilfe elektronischer Systeme. Die im weiteren Verlauf begutachteten Schäden in den Seilkammern machen die Schrägseilbrücke zum Verkehrsrisiko, eine Hängebrücke hängt in den Seilen.

Wir erreichen Roman Suthold, Verkehrsexperte beim ADAC Nordrhein, im Auto. Er fährt auf der A 1 Richtung Dortmund und befindet sich auf der Höhe Kreuz Köln-Nord. Er weiß, gleich wird er wieder im Stau stehen. „Das größte Problem in Sachen Verkehr in Köln und der Region ist die Leverkusener Rheinbrücke“, steht für Suthold fest. > *Fortsetzung auf Seite 2*

AKTUELL

Delegation aus China zu Gast

Am 26. November 2016 besuchte die Vize-Ministerpräsidentin der Volksrepublik China, Liu Yandong, im Rahmen einer Deutschlandreise Köln. Oberbürgermeisterin Henriette Reker empfing den hochrangigen Gast im Kölner Rathaus und lud Liu Yandong ein, sich ins Goldene Buch der Stadt Köln einzutragen. Im Anschluss fand im Hansasaal des Historischen Rathauses ein Bankett für die chinesischen Gäste, darunter auch der Minister für Wissenschaft und Technologie, Wan Gang, statt.
Im Mittelpunkt der Gespräche stand die weitere Vertiefung der guten Zusammenarbeit zwischen Köln und China. Mit dem 30-jährigen Jubiläum der Städtepartnerschaft Köln/Peking im kommenden Jahr besteht hier ein hervorragender Anknüpfungspunkt. Vize-Ministerpräsidentin Liu Yandong erklärte, sie könne sich gut vorstellen, dass Staatspräsident Xi Jinping nach der Teilnahme am G-20-Treffen in Hamburg auch einen Abstecher nach Köln machen könnte. *(me)*

AKTUELL

Ute Berg geht in den Ruhestand

Kurz vor Redaktionsschluss erreichte uns die Meldung, dass Ute Berg, Beigeordnete für Wirtschaft und Liegenschaften der Stadt Köln, in den Ruhestand geht. Zum 31. März 2017 beendet sie ihre Tätigkeit für die Stadt. Private Gründe haben sie zu dieser Entscheidung veranlasst. Davon war während des Interviews *(siehe Seite 24)* noch keine Rede und es deutete nichts darauf hin, als DIE WIRTSCHAFT-Redakteurin Alena Staffhorst Ute Berg zum Gespräch traf. Die engagierte Beigeordnete, seit Februar 2011 im Amt, konnte im Gespräch viel Positives in Sachen Kölner Wirtschaft berichten. Die neue Verkehrsdezernentin Andrea Blome soll Bergs Ämter mit übernehmen *(Stand Anfang Dezember 2016)*. *(he)*

„Do kütt der Elektrische!“

Die KVB stellen die Linie 133 komplett auf Elektrobusse um

„Die Elektrische“ ist für viele Kölner immer noch ein Synonym für die Straßenbahn. Wer jetzt an einer der Haltestellen der Buslinie 133 wartet, kann getrost sagen: „Do kütt der Elektrische!“ Denn am 3. Dezember hat die KVB die Linie 133 auf den Betrieb mit neuen E-Bussen umgestellt. Die Fahrzeuge mit dem markanten Design bedienen die rund sieben Kilometer lange Strecke zwischen Breslauer Platz und Zollstock/Südfriedhof.

Die mit knapp 700.000 Euro mehr als doppelt so teuren Elektrobusse – ein Gelenkbus mit Dieselantrieb kostet etwa 300.000 Euro – konnten nur deshalb angeschafft werden, weil das Land Nordrhein-Westfalen das Projekt mit 1,92 Millionen Euro unterstützt hat. Für NRW-Verkehrsminister Michael Groschek gut angelegtes Geld. „Durch die Innovationsfreude der KVB werden die Bürgerinnen und Bürger von der Alltagstauglichkeit elektrischer Antriebe überzeugt und andere Verkehrsunternehmen motiviert, ebenfalls in diese Technologie zu investieren“, so Groschek anlässlich der feierlichen Übergabe der Busse.
Die neuen Busse haben das gleiche Platzangebot, sind jedoch deutlich leiser, durchgängig barrierefrei und punkten natürlich in Sachen Umwelt. Die vom niederländischen Hersteller VDL gelieferten Busse vermeiden jährlich 520 Tonnen Kohlendioxid (CO_2). Bei über 35.000 abgespulten Testkilometern kam es in den vergangenen zehn Monaten zu 15 Ausfällen, die in der Anfangsphase vor allem einen der Busse betrafen. Getankt wird an den Endhaltestellen, an denen der Partner RheinEnergie die nötige Ladeinfrastruktur und grünen Strom bereitstellt.. *Heribert Eiden*

GREIF & CONTZEN
IMMOBILIENMAKLER • IVD

Büroimmobilien in Kölns besten Lagen

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

www.greif-contzen.de

Illustration: Straßen.NRW

Blick ins Jahr 2023: Visualisierung der neuen Leverkusener Autobahnbrücke

Fortsetzung von Seite 1

Die erste Maßnahme, den weiteren Verfall der Brücke zu bremsen, war ein 2014 eingeführtes Fahrverbot für Lkw mit einem Gewicht von über 3,5 Tonnen. Obwohl dies weit vor den Toren der Domstadt angekündigt und mit empfohlenen Umleitstrecken versehen war, fuhren die Lkw weiter auf die für sie gesperrte Querung des Rheins. Automatische Messungen von Gewicht und Geschwindigkeit waren kein Grund zur Abschreckung, Bußgelder in Höhe von 150 Euro auch nicht, täglich rollten weiterhin mehr als 150 Gespanne über die Brücke.

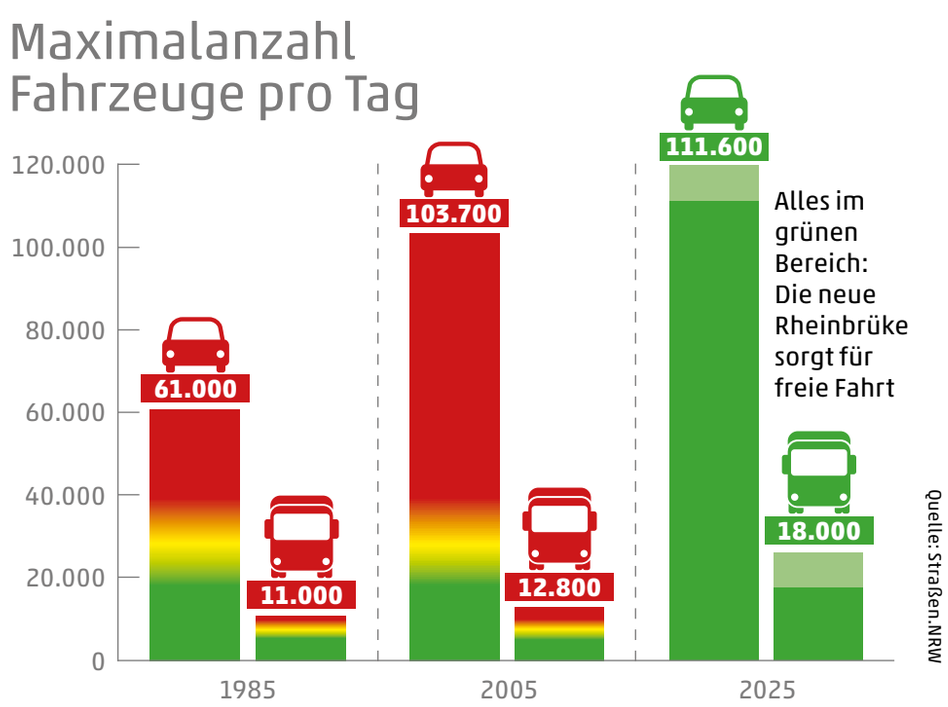
Um die Lkw komplett von der Brücke fernzuhalten, wurde eine zweite Sperrstufe gezündet. Vier Schrankenanlagen verhindern seit einigen Wochen, dass Fahrzeuge schwerer als 3,5 Tonnen überhaupt auf die Brücke gelangen. Es bleibt ein kleiner Rest an uneinsichtigen Truckern, die sich auch davon nicht abhalten lassen und sogar so weit gehen, besser gesagt fahren, bis sie die Schranke durchbrochen haben.

Das beschleunigte Planfeststellungsverfahren für den Brückenneubau ist inzwischen abgeschlossen. Der Neubau mit sechs Spuren je Richtung (vier Spuren und jeweils zwei Streifen für die Verflechtung der Anschlussstelle Köln-Niehl und das Kreuz Leverkusen-West) wird in zwei Abschnitten durchgeführt. Mit Teil 1 der Arbeiten soll 2017 begonnen werden, Fertigstellung 2020. Dann starten die Arbeiten am zweiten Brückenteil, bereits 2023 könnte das komplette Werk vollendet sein. Straßen.NRW als Bauherr hält die Zeitplanung für realistisch, sieht allerdings in den nötigen EU-weiten Vergaben mögliche Gründe für Einwendungen, die zu zeitlichen Verzögerungen führen können.

Fertigstellung in 2023 ein ambitioniertes Vorhaben

Bis Anfang 2017 kann gegen den positiven Bescheid der Bezirksregierung Köln noch Einspruch eingelegt werden. Und zwar sofort beim Bundesverwaltungsgericht, ohne den langen Weg durch die Vorinstanzen. Den weiteren Zeitplan hält ADAC-Mann Suthold für „ambitioniert“.

Auch für Ulrich Fesser von der Handwerkskammer Köln hat der Neubau der Leverkusener Autobahnbrücke absolute Priorität. „Ein Neu- und Ausbau muss dringend realisiert werden. Da darf es keine Verzögerungen geben“, so Fesser, der dabei aber auch das große Ganze im Blick hat. „Natürlich müssen der komplette Autobahnring und die Anbindungen an das weiträumige Autobahnnetz, die Autobahnkreuze und Dreiecke, an die Verkehrslast angepasst werden. All diese Baustellen müssen aufeinander und auf die Baustellen im innerstädtischen Verkehrsnetz der drei Großstädte Köln, Bonn und Leverkusen abgestimmt werden, damit es nicht zu noch längeren Staus in der Region kommt“, unterstreicht der Hauptabteilungsleiter Kommunalpolitik der HKK.



Der Blick in die Zukunft lässt alle gebannt auf das Jahr 2023 starren, in der Hoffnung, der Neubau kann dann dem Verkehr übergeben werden. Um allerdings zu erklären, warum an manchen Tagen in Köln und der Region gar nichts mehr geht, muss man auf der Zeitschiene in die Vergangenheit reisen – und zwar Jahrzehnte. Seitens der Landesregierung NRW ist die Ertüchtigung der Infrastruktur, insbesondere der Straßeninfrastruktur, vernachlässigt worden. Straßen und Ingenieurbauwerke wie Brücken und Tunnel haben unter dem auch durch die Wende bedingten vermehrten Verkehrsaufkommen gelitten. NRW hat über Jahrzehnte nur wenige Maßnahmen für den Bundesverkehrswegeplan gemeldet, weil die Regionen keine einheitliche Sprachregelung fanden. Dadurch sind die Bundesmittel in starkem Maße in den Süden der Republik geflossen. Erst in den letzten Jahren hat sich da etwas geändert. „NRW-Verkehrsminister Groschek hat die Ertüchtigung der Verkehrsinfrastruktur in den Fokus seiner Arbeit gestellt. Dadurch kommt es jetzt natürlich zu einer Häufung von Baustellen“, erklärt Ulrich Fesser die paradoxe Situation.

160.000 Fahrzeuge fahren täglich über die A 3 rechts an Köln vorbei, weitere 100.000 über die A 1 und A 4 links um die Stadt herum. Wird das Gesamtkunstwerk Kölner Autobahnring jemals fertig? „Rechts an Köln vorbei wird zumindest zwischen dem Autobahnkreuz Leverkusen und dem Autobahndreieck Heumar ab Mitte 2017 für einige Jahre Ruhe sein“, ist Timo Stoppacher überzeugt. „Der Abschnitt steht dann achtstreifig mit vier Spuren pro Fahrtrichtung zur Verfügung“, hofft der Kommunikationsbeauftragte beim Landesbetrieb Straßen.NRW auf freie Fahrt. Wobei es zu Stoßzeiten weiterhin zähflüssig sein kann.

Doch wie kann es sein, dass die Domstadt an manchen Tagen vollkommen dicht ist? Eine Erklärung liefert Roman Suthold und verweist mal nicht auf den Segen, sondern den Fluch Technik. „Moderne Navigationssysteme leiten bei Stau auf der Autobahn den Fahrer auf Ausweichrouten, teils quer durch die City. Damit verstopfen auch diese Adern, nichts geht mehr.“

Dr. Ulrich S. Soénius, stellvertretender Hauptgeschäftsführer der IHK Köln und Geschäftsbereichsleiter Standortpolitik, sieht das stark gestiegene Verkehrsaufkommen und dessen Höhepunkt noch nicht erreicht. „Durch einen jahrelangen Investitionsstau ist die Infrastruktur an vielen Stellen marode – die notwendigen Reparaturen verursachen natürlich Verkehrsbehinderungen. Hier helfen nur in allen Bereichen intelligente und flexible Lösungen, ob beim Lieferverkehr in der Stadt, durch den Ausbau des ÖPNV, Elektromobilität, großflächige Verkehrsregelung und vieles mehr. Auch die Verkehrsträger Schiene und Wasser müssen ertüchtigt werden, um größere Kapazitäten bewältigen zu können“, ist Soénius überzeugt.

Dass die Ertüchtigung des Verkehrsträgers Schiene zwingend erforderlich ist, bestätigt Holger Klein, Pressesprecher der Verkehrsverbund Rhein-Sieg GmbH. Zuwachsraten von 4 bis 5 Prozent bei den Fahrgastzahlen sind natürlich erfreulich, die daraus resultierenden überfüllten Züge sind es eher nicht.

Das Nahverkehrssystem ist an seiner Belastungsgrenze angekommen. „Ohne die dringend benötigte Modernisierung der Infrastruktur werden wir im Rheinland das Fahrgastaufkommen kaum mehr bewältigen können. Wir würden gerne im Berufsverkehr zusätzliche Züge einsetzen – dies ist aber wegen der Belastung des Schienennetzes nicht mehr möglich“, erläutert Holger Klein. Für eine zusätzliche Taktung der Züge fehlen Zeit und Platz auf den Schienen. Auch auf der Schiene stehen die Züge im Stau – nur sieht man das nicht so deutlich wie bei den Autos auf der Straße.

Bahnsteiglängen begrenzen auch die Zuglängen

Überfüllte Züge sind ein Ärgernis, Lösungen zu finden braucht Kreativität. Einfach einen Wagen mehr ankoppeln? Das ist nur bedingt möglich, weil die Bahnsteiglängen auch die Zuglängen begrenzen. Besser ist da schon der Einsatz von zusätzlichen Doppelstockfahrzeugen wie auf der Strecke des RE 9 zwischen Aachen und Siegen oder der Einbau von neun Mittelteilen bei Zügen des Kölner Dieselnetzes. Dadurch konnte die Kapazität von 180 auf 300 Sitzplätze pro Zug erhöht werden. „Eine kleine Maßnahme zur Verbesserung der Kapazität ist die Aufhebung der 1. Klasse in den S-Bahnen 12, 13 und 19 in diesem Jahr. Durch die Freigabe auch für Fahrgäste mit 2.-Klasse-Ticket konnte eine geringe Anzahl von Sitzplätzen generiert werden“, schildert der für die Öffentlichkeitsarbeit zuständige Schienenfachmann eine weitere Maßnahme, die allerdings dem berühmten Tropfen auf dem heißen Stein gleichkommt.

Bereits vor über zwei Jahren wurde unter dem Titel „Köln mobil 2025“ ein Strategiepapier vorgestellt, welches „zehn Leitziele für die künftige Verkehrsentwicklung in Köln“ beinhaltet. Unter Punkt 6 heißt es: „Wir wollen die Angebote der S-Bahn, der Stadtbahn und der Bus-Linien als Rückgrat unserer Mobilität weiter ausbauen.“

Die Engpasssituation im Kölner Bahnknoten entsteht, weil sich rund um die Stadt die Güter-, Hochgeschwindigkeits- und Nahverkehrs-züge sowie S-Bahnen immer wieder die Gleise teilen. Verspätungen in einem der drei Schienensysteme schlagen sofort auf die anderen durch. Ein Meilenstein zur Verbesserung der Infrastruktur wurde im September gesetzt. Mit Unterzeichnung der Planungsvereinbarung für den Ausbau der S 11 zwischen der DB Netz AG, DB Station&Service AG, dem NRW-Verkehrsministerium und dem Nahverkehr Rheinland (NVR) wurde ein zukunftsfähiges Stück Mobilität in die Wege geleitet. „Damit verbunden ist die Erweiterung des Hauptbahnhofes und des Bahnhofs Köln-Deutz um zwei weitere S-Bahn-Gleise“, so Holger Klein. Der ganz große Wurf zu einer deutlichen Verbesserung im Personentransport ist die Einführung des Rhein-Ruhr-Express, kurz RRX. Sieben Linien sollen die wichtigen Städte an Rhein und Ruhr im 15-Minuten-Takt bedienen. Fünf dieser Linien machen übrigens halt in Köln-Hauptbahnhof. Der Vorlaufbetrieb startet im Dezember 2018, komplette Fertigstellung bis 2030.

Dass auf den Straßen im Kölner Stadtgebiet bei starken Verkehrsspitzen teilweise Stillstand herrscht, wird großenteils durch Problemlagen auf dem Autobahnring verursacht. „Dabei sind neben der mangelhaften Infrastruktur auch die häufigen Unfallsituationen ursächlich“, meint Hartmut Sorich vom Amt für Straßen und Verkehrstechnik der Stadt Köln. „In beiden Fällen wird Verkehr in das städtische Straßennetz verdrängt, das ohnehin an seine Kapazitätsgrenzen stößt. Köln ist eine Stadt mit wachsendem Attraktionspotenzial in allen Bereichen, was wiederum zu einer Zunahme des Gesamtverkehrsaufkommens führt“, so der Verkehrsexperte der Stadt.

Zur Verbesserung der Lage richtet Hartmut Sorich den Blick auf die Fernstraßen und das Schienennetz. „Alle Maßnahmen zur Wiederherstellung bzw. Anpassung der Leistungsfähigkeit der Autobahnen sowie des Fernverkehrs auf der Schiene und zu einer Vermeidung des Durchgangsverkehrs“ sind für ihn der Schlüssel zu einer Verbesserung der Situation.

Foto: VRS GmbH

Engpass Köln Hbf: ein Zug wartet auf Weiterfahrt

Foto: Kevers / Fotolia.com

„Ring frei" – Radler bekommen eine 3,75 Meter breite Fahrspur auf der Straße

Prozesse straffen, stabilisieren und konsequent absichern

Ein weiterer Schritt, die Kölner Straßenlage, soweit es geht, zu optimieren, war die Ernennung von Thomas Weil zum Baustellenmanager. Wer sich also bis dato wunderte, dass ein Bürgersteig erst von Netcologne für Leitungsarbeiten aufgerissen wurde und die RheinEnergie zwei Wochen später am gleichen Ort dasselbe tat, findet in Thomas Weil denjenigen, der solche Dopplungen durch bessere Koordination verhindern soll. „Durch die Konzentration der verschiedenen Bausteine, die bei Baumaßnahmen im öffentlichen Bereich eine Rolle spielen, konnten Prozesse gestrafft, stabilisiert und konsequent abgesichert werden. Die erhöhten Anforderungen an die Bauwilligen sowie die zeitige Koordination von Maßnahmen sichern die Mobilität in Köln trotz gestiegener Bautätigkeit", sieht Hartmut Sorich den Einsatz eines Baustellenmanagers seit April 2014 als wirkungsvoll an. Das Personal für den Kontrolldienst wurde aufgestockt, sodass Baumaßnahmen intensiv geprüft werden können. Für Beschwerden und Anfragen – „Auf der Baustelle habe ich seit vier Wochen niemanden mehr arbeiten sehen" – gibt es eine Anlaufstelle, die Maßnahmen werden von einer intensiven Kommunikations- und Informationsarbeit begleitet. „Straßenbaumaßnahmen bleiben immer Operationen am offenen Herzen einer Stadt", so Hartmut Sorich, „aber die Folgen konnten gemildert werden."

Doch was ist zu tun, um die Verkehrssituation in und um Köln zu entspannen? In den Stellungnahmen der Experten bündeln sich die Kernforderungen.
Kurzfristig: kein Parken in zweiter Reihe dulden, Müllfahrzeuge und andere städtische Servicefahrzeuge und Dienstleister während der Rushhour von Hauptverkehrsstrecken verbannen. Marode Ampelanlagen tauschen und grüne Wellen zur Verstetigung des Verkehrs auf den Magistralen optimieren. Baustelleneinrichtungen in den Stoßzeiten soweit möglich aus dem Straßenraum nehmen.

Mittelfristig: Lkw-Leitsysteme installieren, MIV-verträglicher Ausbau des Fahrradwegenetzes (MIV gleich Motorisierter Individualverkehr) Ausbau des Autobahnrings, Entzerrung des Bahnknotens Köln, Ausbau des Hafens Godorf zum Containerhafen, dadurch Entfall von 50.000 Lkw-Fahrten innerhalb der Stadt.

Langfristig: Bau der Autobahn A 553 inklusive Rheinquerung zwischen Köln-Godorf und Köln-Langel. Eine Verhaltensänderung in der Bevölkerung – weg vom MIV hin zum ÖPNV. Da lohnt nochmals der Blick auf eines der Leitziele von Köln 2025: „Wir wollen den sogenannten Umweltverbund, also das Zufußgehen, das Radfahren und den öffentlichen Personennahverkehr, stärken, um die Lebensqualität in der Stadt zu sichern und zu steigern. Wir streben an, dass in 10 bis 15 Jahren zwei von drei Wegen in Köln im Umweltverbund zurückgelegt werden."

Einigkeit herrscht unter den Experten auch, dass eine Citymaut nicht hilft, die Situation zu verbessern. Im Gespräch mit DIE WIRTSCHAFT *(siehe Ausgabe 5/2016)* meinte KVB-Vorstandsvorsitzender Jürgen Fenske: „Wenn das Angebot stimmt, und dazu gehört auch ein optimales Radwegesystem, dann wird die Zahl der Autos in der Stadt zurückgehen, dann brauchen wir auch keine Maut." Allerdings sagte er auch: „Ich persönlich kann mir eine Citymaut vorstellen, auch wegen des Ringstraßensystems in Köln. Aber wir sind nun mal auch ein Autoland, da muss man dicke Bretter bohren, um Autofahrer zum Umsteigen zu bewegen."

Bei allen Verkehrsträgern ist das Entscheidende zur Verbesserung der Verkehrslage der Ausbau der vorhandenen Infrastruktur. Im Falle der KVB gibt es einige Denkmodelle und Planungen zum weiteren Ausbau der Stadtbahnen: der Ausbau der Ost-West-Achse mit Vergrößerung der Haltestellen für längere Züge, damit einhergehend die Linie 1 von Merheim nach Neubrück zu erweitern. Oder die Linie 13 von Klettenberg bis zur Bonner Straße zu verlängern. Ebenso ist eine Linie, die vom Wiener Platz aus Flittard bedient, ein Planungspunkt. Alles sind langfristige Projekte mit einem Investitionsvolumen von zwei Milliarden Euro.

Manche Dinge dauern in Köln halt immer etwas länger. Im Großen – siehe Sanierung des Opernhauses – wie auch im Kleinen, etwa wenn man aus Radfahrersicht auf die Stadt schaut. Beschlüsse zur Verbesserung der Situation für Radfahrer werden teils nur schleppend umgesetzt. Zum Beispiel der Radschnellweg von der Kölner Innenstadt Richtung Westen nach Frechen. Sein Bau wurde bereits vor drei Jahren beschlossen. Eine Machbarkeitsstudie wurde gerade erst in Auftrag gegeben, Baubeginn frühestens in 2018. Dabei soll diese schnelle Route in erster Linie Berufspendler vom Auto auf den Drahtesel bringen.

Zumindest herrscht in Teilbereichen Einigkeit quer durch alle Fraktionen und Gruppierungen. Der „10-Punkte-Plan „Ring frei" ist ein Forderungskatalog, der im Oktober 2015 verfasst wurde und in dem klar definierte Aufgaben beschrieben sind, um die Ringe für Radfahrer sicherer und attraktiver zu gestalten. So soll die Benutzungspflicht der Radwege aufgehoben werden. Radler bekommen eine 3,75 Meter breite Fahrspur auf der Straße, an Engstellen müssen mindestens 2,75 Meter verbleiben. Der alte Radweg, der eher einer Schneise über das Trottoir entsprach, soll zurückgebaut, Tempo 30 die einheitliche Richtgeschwindigkeit werden. Die Radfahrer dürfen auf eine grüne Welle hoffen. Die Parkbuchten werden zu großzügigen, aber streng kontrollierten Lieferzonen. Gut für die Paketdienste, zudem wird so das Parken in zweiter Reihe eliminiert.

Foto: Alexandra H./pixelio.de

Kölns Baustellen-Schilderwald wird gelichtet, das Baustellenmanagement greift

Radwegbenutzungspflicht schnell und weitestgehend aufheben

Joachim Schalke, Vorstand „Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club Kreisverband Köln e. V", hofft, dass der skizzierte „10-Punkte-Plan #Ring frei" in 2017 zügig umgesetzt wird. Für die Stadt Köln, die bereits 1993 in den Kreis der fahrradfreundlichen Städte und Gemeinden in Nordrhein-Westfalen aufgenommen wurde, wünscht er sich kurzfristig einen fahrradpolitischen Berater für Oberbürgermeisterin Henriette Reker. Mittelfristig müssen alle Unfallschwerpunkte fahrradspezifisch optimiert werden, Tempo 30 soll grundsätzlich in Köln eingeführt werden, und die gesamte Radwegbenutzungspflicht muss überprüft und in den meisten Fällen aufgehoben werden: „So kommen wir langfristig an den Punkt, dass der Umweltverbund (Fuß-/Radverkehr/ÖPNV) die dominierende innerstädtische Verkehrsform sein wird", schließt Schalke sein Wunschpaket.

Jürgen Möllers, Fahrradbeauftragter bei der Stadt Köln, sieht in der Öffnung weiterer Einbahnstraßen für Radler einen Mobilitätsgewinn. Allerdings kann das nicht flächendeckend geschehen. Vielmehr muss jede Straße einzeln für die Freigabe „gegen den Strom" überprüft werden. 60 Prozent der Einbahnstraßen erlauben den Radfahrern die falsche Richtung, „bei 90 Prozent könnte die Quote am Ende liegen", ist Möllers überzeugt.

Für Köln als Mitglied der „Arbeitsgemeinschaft fußgänger- und fahrradfreundlicher Städte, Gemeinden und Kreise in NRW e. V." umreißt Möllers, was zukünftig getan werden muss. „Da der Radverkehr zu den ökologisch verträglichsten Verkehrsarten zählt, muss sein Anteil im Bereich kurzer und mittlerer Entfernungen weiter gesteigert werden. Insbesondere in Großstädten und Ballungsräumen kann das Fahrrad als alltagstaugliches Verkehrsmittel seine Vorteile gut ausspielen." Damit das so bleibt, gilt es laut Möllers, „innovativ und systematisch zu arbeiten und die vielfältigen Probleme pragmatisch und anwendungsorientiert zu lösen".

Und wenn Sie mal wieder in Köln als Autofahrer stauen, weil ein Paketzusteller in zweiter Reihe parkt, sehen Sie nicht gleich gelbrot. Denn auf Anfrage teilte uns Dieter Pietruck von der Deutsche Post DHL Group Pressestelle Mitte in Düsseldorf mit: „DHL Fahrer sind verpflichtet, die Vorgaben der Straßenverkehrsordnung zu beachten."

Heribert Eiden

AKTUELL

Foto: Ralf Gosch / Fotolia.com

Stau-Hotspot Köln-Mülheim

Eine aktuelle Studie über Verkehrsbrennpunkte in Europa bringt die A 3 in Höhe Köln-Mülheim ins Rampenlicht. 56 – 11,1 – 264, das sind in gewisser Weise die Koordinaten für Köln-Mülheim. Genauer gesagt für die Autobahn-Anschlussstelle 25, Fahrtrichtung Norden. Es ist einer der verkehrsanfälligsten Hotspots, mit einer durchschnittlichen Stauzeit von 56 Minuten, einer durchschnittlichen Länge von 11,1 Kilometern bei einer Anzahl von 264 Staus. Nicht pro Jahr, sondern allein im Monat September 2016.
Damit belegt dieser Abschnitt des Kölner Autobahnrings Platz 6 der kritischsten Verkehrsbrennpunkte in Europa. Das besagt die Studie „Die Messung von Staus und ihren Folgen" der „Inrix Roadway Analytics". Die volkswirtschaftlichen Kosten allein durch diese Staustelle beziffern die Experten mit 623 Millionen Euro bis zum Jahr 2025. Die insgesamt von Staus um Köln verursachten Kosten schlagen mit fünf Milliarden Euro zu Buche.
Dass es sich gerade in Köln-Mülheim staut, hat natürlich auch mit dem Lkw-Fahrverbot auf der Leverkusener Autobahnbrücke zu tun. Inrix hat in seiner Studie in 123 europäischen Städten in 19 Ländern sämtliche Staustellen erfasst. In die Top 10 reihen sich neben Köln auch Stuttgart, München und Hamburg. *(he)*

AKTUELL

Foto: Elzloy / Fotolia.com

Doppel-Etat genehmigt

Die Bezirksregierung Köln hat jetzt Oberbürgermeisterin Henriette Reker die Genehmigung des Kölner Doppelhaushaltes 2016/2017 übergeben. Damit endet nunmehr die Zeit der „vorläufigen Haushaltsführung" für die Stadt Köln. Der Rat hatte noch in seiner letzten Sitzung mit seinem Beschluss zur Haushaltsrechnung 2014 den Weg frei gemacht für die Genehmigung des neuen Etats 2016/2017 durch die Kommunalaufsicht. Da der Haushaltsentwurf für beide Jahre mit seinem ausgewiesenen Defizit unter der wichtigen Grenze von 5 Prozent der allgemeinen Rücklage bleibt, behält die Stadt Köln die finanzpolitische Hoheit über ihren Etat. Dieses Ziel hatte Oberbürgermeisterin Henriette Reker bereits bei der Einbringung des Haushaltsentwurfes im Mai 2016 gesetzt. „Mit diesem Etat können wir zufrieden sein. Wir haben es geschafft, trotz der vielen Herausforderungen in der heutigen Zeit ohne Steuererhöhungen und ohne große Mehrbelastungen der Bürger auszukommen", so Reker. Der Gesamtbetrag der Erträge liegt bei 4,02 Milliarden Euro, der Gesamtbetrag der Aufwendungen bei 4,24 Milliarden Euro in 2016. In 2017 betragen die Gesamterträge 4,21 Milliarden Euro und die Gesamtaufwendungen 4,44 Milliarden Euro. Für Investitionen sind im Jahr 2016 592,76 Millionen Euro Auszahlungen geplant; in 2017 Auszahlungen von 429,14 Millionen Euro. Der ausgewiesene Fehlbetrag von 214,6 Millionen Euro in 2016 und 229,2 Millionen Euro in 2017 bleibt in beiden Jahren deutlich unter der 5-Prozent-Marke und sichert damit die finanzielle Eigenständigkeit der Stadt Köln. *(me)*

Steige durch die gläserne Decke!

Serie Kölner Wirtschaftsclubs: WBC-Cologne e. V.

Netzwerke spielen eine große Rolle im Berufsleben, auch für Frauen. So haben weibliche Führungskräfte in den letzten Jahren aufgeholt und sich – wie ihre männlichen Pendants – in Clubs oder Vereinen zusammengeschlossen, um sich durch regelmäßigen Austausch gegenseitig zu unterstützen. Immer sichtbarer in Köln und der Region wird beispielsweise der Womans-Business-Club e. V., kurz: WBC-Cologne.

Die Idee zum WBC-Cologne wurde bereits vor zehn Jahren geboren, im Rahmen des EU-geförderten Projekts „Erfolgreich selbständig“ als Zusammenschluss freiberuflicher Unternehmerinnen in Köln. Die Gründung folgte dann Ende 2008 und bis heute hat sich der WBC-Cologne zu einem etablierten Frauennetzwerk in Köln entwickelt. „Wir bringen Gründerinnen mit erfolgreichen Unternehmerinnen, Freiberuflerinnen und Frauen in Führung zusammen“, sagt Dr. Martina Fach-Overhoff, die 2. Vorsitzende des Vereins, dem derzeit neun Frauen angehören. „Ja, wir sind zahlenmäßig klein“, so die Coaching-Expertin und Psychologin. „Aber das ist auch von Anfang an so geplant gewesen. Jede von uns hat eine spezielle Profession, ob Jura, Qualitätsmanagement, Supervision oder Nachhaltigkeitstraining. Wir möchten keine Branche doppelt besetzen, sondern sind daran interessiert, mit jeder Mitgliedschaft neuen Input in den Verein zu bringen. So bleiben wir alle mit unserem besonderen Steckenpferd sichtbar und entwickeln uns ständig weiter.“

Erstes Kennenlernen beim Stammtisch

Neben zahlreichen Veranstaltungen zu Themen wie Gründung, Fördermittel, Karrierecoaching bis hin zu Fachvorträgen über Management und Führungs-Know-how veranstaltet der WBC-Cologne viermal im Jahr einen Stammtisch, wo sich die Business-Expertinnen auch über neue Gesichter freuen. „Das ist eine gute Gelegenheit, unseren Verein kennenzulernen“, rät Dr. Fach-Overhoff. „Eingeladen sind alle interessierten Frauen, Gründerinnen, Unternehmerinnen und Berufsrückkehrerinnen. Die Teilnahme ist kostenlos und über eine Anmeldung per Mail würden wir uns freuen.“ Außerdem trifft man die Damen beim IHK Frauen-Business-Tag und beim Markt der Möglichkeiten im Rahmen des Internationalen Frauentages im Historischen Rathaus.

Wege aus der Sackgasse aufzeigen

Networking und Weiterbildung – das sind die beiden Schwerpunkte beim WBC-Cologne. „Frauen erfahren oft Grenzen in der Berufswelt. Außerdem tun sich viele schwer mit dem Wiedereinstieg ins Berufsleben, wenn die Familienplanung abgeschlossen ist“, weiß Dr. Fach-Overhoff. Nach dem Motto „Steige durch die gläserne Decke!“ berät der WBC-Cologne karrierebewusste Frauen und weist ihnen Wege aus der Sackgasse. Dabei sind nicht nur die WBC-Mitglieder untereinander gut vernetzt, auch die Institution selbst kooperiert mit verschiedenen anderen Frauenorganisationen und erweitert so den Kreis der Expertinnen.

Astrid Waligura

Foto: WBC

Kirsten Reinhardt, Dr. Martina Fach-Overhoff und Andrea Mergel beim IHK-Frauen-Business-Tag 2016 (v. l. n. r.)

WBC-Cologne e. V.
Stammtisch 4 x im Jahr an wechselnden Locations *(Bekanntgabe über die Webseite)*

Mitgliedschaft:
EUR 70,–/Jahr
Weitere Infos und Events:
www.wbc-cologne.de

NATIVE ADS CAMP 2017

Treffpunkt für die digitale Werbebranche am 30. März 2017 im RheinEnergieSTADION Köln

native ads camp

Foto: Seeding Alliance

Podiumsdiskussion auf dem Native Ads Camp 2016

Das Native Ads Camp sorgt am 30. März 2017 für frischen Wind in der digitalen Werbewelt. Nach dem Publikumserfolg 2016 geht die reine Native-Advertising-Konferenz in die zweite Runde. Auf der nationalen Tageskonferenz, die sich ausschließlich rund um Native Advertising dreht, werden rund 500 Fachleute der Online-Werbewirtschaft erwartet. Für die Konferenzteilnehmer steht der praktische Nutzwert von Native Ads auf der Tagesordnung. Hochkarätige Experten werden in zahlreichen Vorträgen, Workshops und einer abschließenden Podiumsdiskussion über den Werbeerfolg durch Native Advertising informieren. Die Konferenzteilnehmer sollen dabei direkt erfahren, wie sie das erlangte Wissen in der Praxis umsetzen können. Die Schwerpunkte bei der Native Ads Camp 2017 sind: Cases, Strategien, Content und KPIs.

Coskun Tuna, Initiator des Native Ads Camps und Geschäftsführer der Seeding Alliance GmbH aus Köln: „Auf dem zweiten Native Ads Camp möchten wir die Marktakteure von der Sichtbarkeit und der Werbewirkung von Native Advertising überzeugen. Native Advertising wird in Zukunft das Display-Marketing verdrängen, denn Native Ads liefern einen informativen Nutzen für den User und stören nicht beim Medienkonsum. Publisher und Medienunternehmen profitieren davon und die Branche ist sich einig darüber, dass sich der Anteil von Native Advertising am digitalen Werbemarkt in Deutschland in den kommenden drei Jahren mehr als verdoppeln wird. Kurzum: Auf dem Native Ads Camp ebnen wir den Weg in die Zukunft am digitalen Werbemarkt.“

Erste Speaker im Konferenzprogramm des Native Ads Camps bestätigt

Zu den ersten Referenten auf dem Native Ads Camp im Kölner RheinEnergieSTADION am 30. März 2017 zählen renommierte Vertreter von Facebook, Performics-Newcast GmbH, plista GmbH, iq digital media marketing gmbh und DEFINE MEDIA GMBH:

- **Robert Günther**, Client Partner Publisher Ad Tech, Facebook
- **Ingo Kahnt**, Managing Partner, Performics-Newcast GmbH
- **Phil Hoferichter**, Head of Creative & Design, iq digital media marketing gmbh
- **Till Göhre**, VP Sales, plista GmbH
- **Marius Gebicke**, Geschäftsführer, DEFINE MEDIA GMBH
- **Tobias Lobe**, Geschäftsführer, Airmotion Media GmbH

Für vertiefende Gespräche und den direkten Austausch mit den Referenten bietet das zweite Native Ads Camp zusätzliche Infostände, an denen Hauptsponsoren und Goldsponsoren sich den Fragen der Konferenzbesucher stellen werden.
Anmeldung mit Early-Bird-Tarif bis zum 28. Februar 2017 möglich. Das vollständige Programm der Konferenz und weitere Top-Speaker werden in den kommenden Wochen bekannt gegeben. Die Tickets können noch bis zum 28. Februar 2017 zum Early-Bird-Tarif für 149 Euro inkl. MwSt. erworben werden. *Matze Ehlers*

Für die Leser von DIE WIRTSCHAFT gibt es mit dem Code wirtschaftkoeln15 15 Prozent Rabatt auf den Ticketpreis! Die Tickets sind auf der offiziellen Konferenzwebseite unter www.nativeadscamp.com erhältlich. DIE WIRTSCHAFT ist offizieller Medienpartner des Native Ad Camps 2017.

STARTPLATZ

Coworking-Space – Event-Location – Networking

Noch mehr Platz für Start-ups und Innovation im Kölner Mediapark

Foto: STARTPLATZ

Mehr als nur Coworking bietet seit 2012 der STARTPLATZ im Herzen Kölns: Er ist zugleich Inkubator und Treffpunkt für die rheinische Gründerszene. Gegründet wurde er von den Geschäftsführern der Familie Gräf Holding GmbH, Dr. Lorenz Gräf und Matthias Gräf. Auf mittlerweile insgesamt 3.200 qm im strategisch günstig gelegenen Mediapark bietet der STARTPLATZ moderne Coworking-Spaces sowie Teambüros und ist zudem Event-Location. In den Konferenz- und Meeting-Räumen, die auch für externe Veranstaltungen gemietet werden können, finden regelmäßig interne sowie externe Events, Konferenzen und Workshops statt. Mehr als 150 Start-ups arbeiteten hier bereits an ihren Geschäftsideen, über 20 Millionen Euro wurden in sie investiert und es wurden mehr als 60 Teams durch Gründerstipendien gefördert. Gemeinsam mit Partnern aus dem Ökosystem bietet der STARTPLATZ zudem Konzernen und mittelständischen Unternehmen verschiedene Lösungsansätze aus der Start-up-Welt, um die Digitalisierung und Innovationsprozesse in Unternehmen erfolgreich umzusetzen und voranzutreiben.

Bereits vierte Erweiterung des Start-up-Inkubators

Kurz nach dem Geburtstag des Kölner Start-up-Inkubators erweitert der STARTPLATZ Köln seine Fläche im Mediapark und schafft damit noch mehr Platz für Innovationen und junge Gründer. Neben fünf zusätzlichen Teambüros und einem neuen Coworking-Bereich ziehen auch weitere Akteure aus dem Ökosystem auf die neue Etage: Mit dem Digital Hub Cologne und dem KPMG Ignition Center soll die Brücke zwischen Start-ups und etablierten Unternehmen weiter ausgebaut und der Wirtschaftsstandort Köln gestärkt werden.

Bei der Gründung im November 2012 umfasste der STARTPLATZ zunächst rund 600 Quadratmeter, bald darauf füllte er die gesamte dritte Etage, der vierte Stock folgte nach und nach in den letzten zwei Jahren. Auf den mehr als 1.000 zusätzlichen Quadratmetern in der ersten Etage entstehen nun weitere rund 80 Arbeitsplätze für junge Gründerteams.

„Obwohl in Köln und Umgebung immer mehr Coworking-Spaces entstehen, wächst der Bedarf an Raum bei uns stetig. Das freut mich persönlich sehr, denn das heißt im Umkehrschluss, dass es auch immer mehr junge Leute mit innovativen Ideen gibt, die den Schritt in Richtung Gründung wagen, und dass die rheinische Gründerszene somit unaufhörlich wächst. Dadurch wird auch unser starkes Netzwerk noch größer und hilft dabei, das Wachstum unserer Mitglieder und Partner enorm zu beschleunigen“, freut sich Gründer und Geschäftsführer Dr. Lorenz Gräf.

Digital Hub Cologne bringt Start-ups mit Unternehmen zusammen

Nicht nur die Förderung und Begleitung junger Start-ups ist das Ziel des STARTPLATZ, sondern auch die Verknüpfung mit etablierten Konzernen und dem Mittelstand spielt eine große Rolle beim Ausbau des Ökosystems. An diesem Punkt setzt auch einer der neuen Mieter an: Der Digital Hub Cologne ist eines der sechs Zentren der Digitalen Wirtschaft, die vom Land NRW gefördert werden. Er bringt innovative Start-ups und Ideen mit Unternehmen, Wissenschaft und Industrie aus der Region zusammen. Ziel ist es, möglichst viele konkrete Kooperationen anzubahnen, die gemeinsam digitale und innovative Geschäftsmodelle entwickeln. Der Digital Hub Cologne sieht sich als Dienstleister für die digitale Transformation und ist eine gemeinsame Initiative von vielen Unterstützenden aus Wirtschaft, Wissenschaft und digitaler Szene der drei Gesellschafter Stadt Köln, IHK Köln und Uni Köln.

Geschäftsführer Mathias Härchen ergänzt: „Wir verstehen uns als Brücke zwischen Start-ups und Unternehmen und bieten Beratung, Unterstützung, kreativen Raum und passende Events an. Clevere Ideen und tragfähige Geschäftsmodelle sollen Lösungen für unternehmerische Herausforderungen bieten.“

KPMG AG bietet Unterstützung im Bereich Digitalisierung

Ein weiterer neuer Mieter, der sich mit dem Thema digitale Transformation auseinandersetzt, ist die KPMG AG. Henning Bauwe, Partner im Bereich Innovation & Strategic Growth bei der KPMG AG, erläutert: „Vor allem bei der Digitalisierung benötigen viele Unternehmen jetzt Unterstützung. Mit unserer Online-Beratungsplattform Atlas und dem neuen Ignition Center helfen wir unseren Kunden, die entsprechenden Herausforderungen erfolgreich zu meistern. Erster Schritt dazu ist die Einschätzung des eigenen Transformationsstatus. Auf dieser Basis helfen wir dann, neue Geschäftsideen und -modelle zu entwickeln. Die kreative, junge und offene Atmosphäre in unseren Räumlichkeiten und der direkte Zugang zu Start-ups am STARTPLATZ bieten dafür den perfekten Rahmen.“

Foto: STARTPLATZ
Dr. Lorenz Gräf

Foto: Alex Weis
Mathias Härchen

Matze Ehlers

Weitere Infos unter: www.startplatz.de

AKTUELL

Foto: Parham Farajollahi

FDP-Chef wird CBD-Schirmherr

Unter dem Motto „Kommunikation im Zeitalter neuer Medien“ findet der 5. Cologne Business Day am 24. März 2017 in den Räumen der IHK Köln statt. Wie bereits in den Vorjahren sind kleine und mittelständische Unternehmen aus Köln und der Region dazu eingeladen, als Aussteller oder Besucher am Cologne Business Day teilzunehmen.

Das Veranstaltungskonzept ist eine Mischung aus branchenübergreifender Messe, Netzwerktreffen und Vortragsprogramm und hat sich mittlerweile fest etabliert. „Wir haben uns sehr über die stetig steigenden Aussteller- und Besucherzahlen sowie die vielen prominenten Unterstützer gefreut“, resümiert die Initiatorin Emitis Pohl, Geschäftsführerin der ep communication GmbH. „Natürlich möchten wir beim nächsten Mal noch mehr Menschen erreichen.“ Mit Christian Lindner hat der Cologne Business Day bereits einen prominenten Schirmherrn gefunden: „Der Cologne Business Day hat sich als feste Veranstaltung für den regionalen Mittelstand in Köln und NRW etabliert. Da mir die Stärkung des Mittelstands in unserem Bundesland besonders am Herzen liegt, übernehme ich sehr gerne die Schirmherrschaft über den 5. Cologne Business Day!“

Wer sich und sein Unternehmen als Aussteller beim Cologne Business Day 2017 präsentieren möchte, der sollte sich schon jetzt einen Standplatz sichern. „Wir haben bereits zahlreiche Reservierungen von teilnehmenden Unternehmen der letzten Jahre und verfahren bei der Standvergabe nach dem Prinzip: Wer zuerst kommt, erhält den Zuschlag“, erläutert Emitis Pohl.

Weitere Informationen zur Anmeldung und zum Programm des Cologne Business Day gibt es unter www.businessday.biz

Die Wirtschaft Köln ist offizieller Medienpartner des Cologne Business Day. *(me)*

iQ Netzwerk Nordrhein-Westfalen

Integration.Braucht.Betrieb.

Ihr Praktikumsangebot für Geflüchtete:
www.iq-netzwerk-nrw.de/integrationsbetrieb

- Praktikumsangebote für Geflüchtete in der Datenbank
- über 1.000 Betriebe haben sich bereits eingetragen
- Vermittlung der Geflüchteten in die Betriebe über registrierte Beraterinnen und Berater

(Keine freie Veröffentlichung der Betriebsadressen im Internet. Änderungen und Löschungen der Praktikumsangebote sind jederzeit möglich.)

INTEGRATIONSBETRIEBE IN NRW.

In Kooperation mit: IHK NRW – Die Industrie- und Handelskammern in Nordrhein-Westfalen · Westdeutscher Handwerkskammertag · Landwirtschaftskammer Nordrhein-Westfalen

Das Förderprogramm „Integration durch Qualifizierung“ zielt auf die nachhaltige Verbesserung der Arbeitsmarktintegration von Erwachsenen mit Migrationshintergrund ab. Das Programm wird aus Mitteln des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales (BMAS) gefördert. Partner in der Umsetzung sind das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) und die Bundesagentur für Arbeit (BA).

Das IQ Netzwerk NRW wird koordiniert durch den Westdeutschen Handwerkskammertag in 40223 Düsseldorf, Sternwartstraße 27–29.

Förderprogramm „Integration durch Qualifizierung (IQ)“

Das Förderprogramm „Integration durch Qualifizierung (IQ)“ wird durch das Bundesministerium für Arbeit und Soziales gefördert.

Bundesministerium für Arbeit und Soziales · In Kooperation mit: Bundesministerium für Bildung und Forschung · Bundesagentur für Arbeit

www.netzwerk-iq.de
www.iq-netzwerk-nrw.de

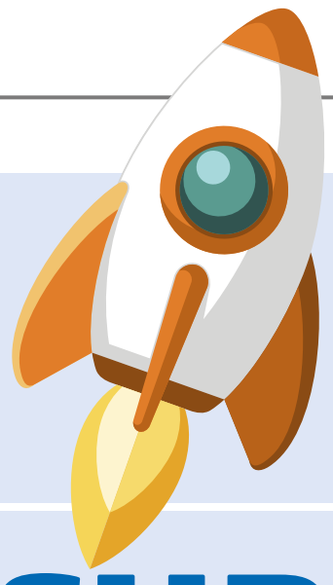


Illustration: Faber14 / Fotolia.com

DIE WIRTSCHAFT stellt Start-ups aus Köln und der Region vor

In unserer neuen Reihe möchten wir Ihnen gerne interessante und aufstrebende Start-ups aus der Kölner Wirtschaftsregion vorstellen. Wenn auch Sie gerne kostenlos Ihr Start-up-Unternehmen präsentieren wollen oder ein spannendes Projekt kennen, das wir bekannter machen sollten, dann schreiben Sie uns einfach eine E-Mail an **info@diewirtschaft-koeln.de** mit dem **Betreff: „Start-up“**. Auf unserem Online-Portal finden Sie außerdem weitere Porträts: **www.diewirtschaft-koeln.de**.

SUPPLIMO

Der persönliche und individuelle Wellness-Shake

Foto: pixabay.com

Welche Nahrungsergänzung passt zu mir? Wie erreiche ich meine Ziele? Welche Produkte kann ich kombinieren? Die individuellen Anforderungen sind entscheidend! Hier setzt das Kölner Start-up-Unternehmen Supplimo an: Auf Grundlage des komplexen und einzigartigen Wellness-Tests wird jedem Kunden ein Shake als Nahrungsergänzungsmittel geboten, welcher sich den persönlichen Bedürfnissen anpasst. Dabei hängt die Zusammensetzung des Shakes von individuellen Eigenschaften und persönlichen Zielen ab.

Mit dem Angebot sollen die Zeiten vorbei sein, in denen man im – vor allem kommerziellen –Dschungel der Nahrungsergänzungsmittel nach dem richtigen Produkt für sich und seinen Körper sucht. Durch Supplimo muss man sich ab sofort nicht mehr die Frage stellen, was Weight Gainer, Whey-Proteine, SuperSlim, Detox-Mix oder BCAAs sind oder welches Produkt die gewünschten Ziele unterstützen kann und welche Funktionen die einzelnen Komponenten erfüllen.

Mit Proteinen, Superfoods, Mineralstoffen und Vitaminen zum gewünschten Ziel

Foto: Supplimo

Denn egal ob man Muskeln aufbauen oder Gewicht abnehmen möchte, ob man sich vegan ernährt oder nicht, ob man im Alltag viel Gemüse und Obst zu sich nimmt oder sich einseitig ernährt – selbst laktoseintolerante Menschen werden bedacht: Jeder erhält bei Supplimo seinen persönlichen Wellness-Shake. Dabei bekommt der Kunde eine Pulverkomposition aus Proteinen, Superfoods, Mineralstoffen und Vitaminen, die individuell auf seine eigenen Anforderungen abgestimmt ist. Jede Komposition wird aus Komponenten von höchster Qualität in Deutschland hergestellt, ist selbstverständlich frei von Dopingstoffen und Steroiden und der Kunde kann zwischen den Geschmackssorten „Vanille“ oder „Natürlich“ wählen.

Foto: Supplimo

Andreas Jansen, einer der Gründer von Supplimo, beschreibt das Prinzip wie folgt: „Viele Menschen haben nicht die Zeit und die Ausdauer, sich in das komplexe Themenfeld der Nahrungsergänzung einzuarbeiten. Supplimo bietet ohne viel Aufwand eine passende und transparente Nahrungsergänzung.“ Maximilian Tscharnke, ebenfalls Gründer von Supplimo, ergänzt: „Natürlich gibt es Tausende Produkte, die viele Versprechen geben, aber die individuellen Bedürfnisse und Anforderungen der Kunden kann de facto kein anderes Produkt umsetzen. Wir wollen Transparenz in den Markt bringen.“

Matze Ehlers

Weitere Infos unter: www.supplimo.de

SUPR

Der individuelle Online-Shop zum Nulltarif

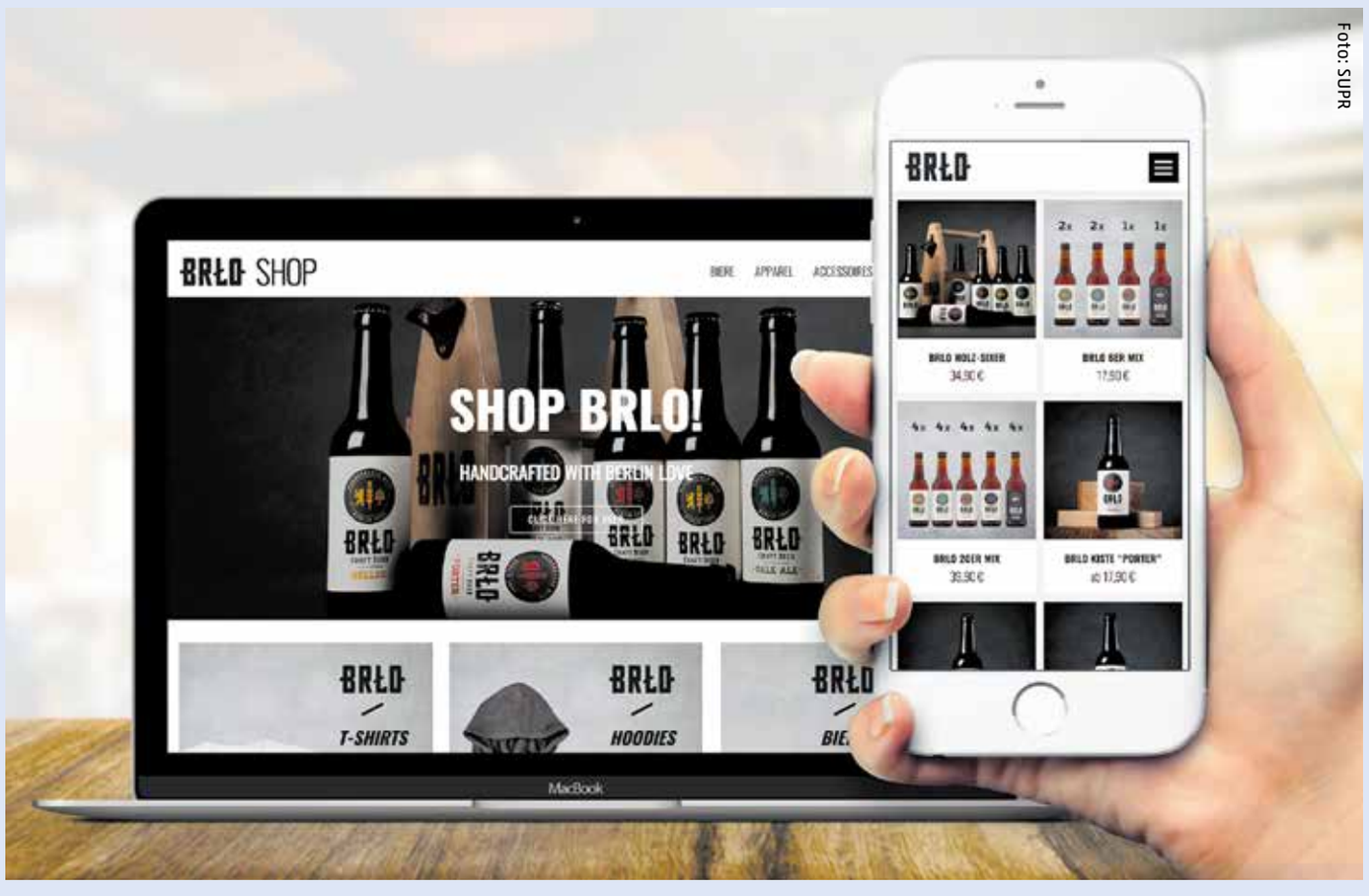


Foto: SUPR

Das Ehrenfelder Start-up SUPR macht Neueinsteigern ohne technische Erfahrung das Erstellen von Online-Shops kinderleicht. Das beweisen über 33.000 Shops und eine Million Produkte, die bereits mit SUPR angelegt wurden.

Zielgruppe sind vor allem kleinere Hersteller und Händler, aber auch Agenturen, die ihr Service-Portfolio erweitern wollen. Die Vielfalt der individuell gestalteten Shops ist bunt. „Es ist großartig, täglich neue toll gestaltete Shops mit innovativen Produktideen zu entdecken. Da ist alles vom Wakeboard-Hersteller und Fashion-Label bis zum Trendbier aus Berlin dabei”, so Philipp Walter, CMO von SUPR.

Der Start in die E-Commerce-Welt wird denkbar einfach

Kostenlos anmelden, Design konfigurieren und Produkte hochladen. SUPR übernimmt im Hintergrund alle wichtigen Aufgaben wie Serverhosting und Updates. Im Zeitalter von Smartphones sind alle Angebote selbstverständlich und automatisch mobile-optimiert.

Geld verdient wird mit zusätzlichen Apps und Zusatzfunktionen, die den eigenen Online-Shop noch attraktiver machen. Alles ganz fair ohne lange Laufzeit und Kleingedrucktes.

Hinter SUPR stecken ein Team von Experten, das schon seit zwölf Jahren in Köln innovative E-Commerce-Produkte entwickelt, sowie bekannte Investoren wie die Handelsunternehmen Tengelmann und Otto.

In naher Zukunft ergänzt SUPR das erfolgreiche Shop-System mit sogenannten Widgets und wird zur E-Commerce-Plattform. Ziel ist es, den Electronic Commerce, was aus dem Englischen übersetzt elektronischer Handel oder auch Handelsverkehr bedeutet, ganz nah an den Konsumenten zu bringen. Direkt von Facebook, Pinterest, Blog oder aus der E-Mail in den Produkt-Check-out. Social-Media-fokussierter E-Commerce ist nicht nur zeitgemäß, sondern mit SUPR ein optimierter Verkaufsprozess und damit ein Umsatz-Boost. Die neuen Widgets sind SUPR-typisch einfach erstellt und an den gewünschten Style mit ein paar Klicks angepasst.

Vom Vulkangelände in der Lichtstraße hinaus in die Welt: Mit dem Jahr 2017 will SUPR international expandieren. Die Vorbereitungen dazu laufen auf Hochtouren. *Matze Ehlers*

Weitere Infos: www.supr.com

Foto: SUPR

Ein schwieriges Jahr mit versöhnlichem Ende

Köln in der Advents- und Weihnachtszeit kann fleißig punkten. Die beliebten Weihnachtsmärkte bringen die festliche Atmosphäre in die Stadt und sind weit über die Landesgrenzen hinaus bekannt. Sie locken viele Besucher in die Stadt. Gerade in der Adventszeit fahren mehrere Hundert Reisebusse am Wochenende die Komödienstraße an und entlassen die Gäste zu ihrem Tagesausflug.

Foto: Stadtmarketing e.V.

Die kommenden Wochen geben der Stadt die hervorragende Möglichkeit, sich national und international positiv darzustellen. Für STADTMARKETING KÖLN sind die Wochen bis zum Jahreswechsel und darüber hinaus äußerst wichtig, wenn nicht sogar die wichtigste Zeit des Jahres für die Stadt. Dafür hat sich Köln gut vorbereitet und der Handel, die Gastronomie, Hotellerie und die Kultur stehen mit einem umfangreichen Angebot für einen erlebnisreichen Aufenthalt in Köln zur Verfügung.

Viele internationale Gäste, die mit Bus, Bahn oder dem Flugzeug anreisen, nehmen tolle Eindrücke mit, berichten in ihrer Heimat von der Stimmung auf den Weihnachtsmärkten und den zahlreichen Möglichkeiten, die Stadt in ihrer Vielfalt zu erleben. Auf diese Weise werden sie zu wichtigen Multiplikatoren, die Köln ins rechte Licht rücken.

Die Bilanz, die STADTMARKETING KÖLN für das Jahr 2016 zieht, fällt zwiespältig aus. Die Rahmenbedingungen waren schwierig. Die Ereignisse zum Jahreswechsel 2015/2016 haben Frequenzen für Handel, Hotellerie und Gastronomie gekostet. Die in diesem Jahr heißen und trockenen Monate August/September spielten den Freibädern in die Karten, die Geschäftsleute hingegen klagten über fehlende Kundschaft. Auch Demonstrationen bewirkten rückläufige Besucherzahlen. Dabei ist es unerheblich, wo diese stattfanden. Selbst große Versammlungen auf der anderen Rheinseite haben den Effekt, dass Köln von Besuchern gemieden wird.

Köln punktet mit Kulturangeboten

Die Oper Köln mit ihrem Ausweichquartier im Staatenhaus wird von den Opernfreunden hervorragend an- und keineswegs als Ausweichspielstätte wahrgenommen. Mit den „Heinzelmännchen zu Köln“ ist wieder ein tolles Stück Kinderoper geschrieben worden. Die sensationelle Inszenierung von La Bohème wird vom Fachpublikum in höchsten Tönen gelobt und erlebt zum Jahreswechsel ihre Wiederaufnahme.

Die Philharmonie bietet ein abwechslungsreiches Programm mit einer guten Mischung aus weihnachtlichen und klassischen Tönen. Höhepunkte sind sicherlich das Konzert der Wiener Philharmoniker unter Leitung von Daniel Barenboim oder das Silvesterkonzert mit dem WDR Sinfonieorchester unter Leitung von Jukka-Pekka Saraste.

Auch die Kölner Museen laden zu einem kulturellen Zwischenstopp ein. Das Walraff-Richartz präsentiert noch bis zum 29. Januar 2017 die Ausstellung „Von Dürer bis van Gogh“, eine faszinierende Gegenüberstellung von Gemälden aus dem Museum und der Sammlung Bührle. Im Jubiläumsjahr zeigt sich das Museum Ludwig mit seiner Ausstellung „Wir nennen es Ludwig!“. 25 Künstler setzen sich mit der Thematik auseinander, was das Museum war, ist und sein kann.

Für Musicalfans: Bodyguard“ in deutscher Fassung noch bis Ende März 2017 im Musical Dome.

Nicht zu vergessen die zwölf romanischen Kirchen in der Innenstadt, die mit kurzen Spaziergängen gut zu Fuß zu erreichen sind.

Höhepunkt zum Jahresende wird sicherlich die großartige Multimedia-Projektion des Lichtkünstlers Philipp Geist am und um den Kölner Dom. Die Lichtinszenierung bezieht die Besucher mit ein und lässt sie Teil des Kunstwerks werden.

Sicherheit auf dem Vormarsch

Sicherheit ist in Köln in diesem Jahr eines der wichtigen Themen und man ist dazu inzwischen gut aufgestellt. Davon konnten sich die Stadtmarketing-Köln-Mitglieder überzeugen. Im Rahmen eines Unternehmerfrühstücks im Rotonda-Business-Club hörten sie die Ausführungen von Polizeipräsident Jürgen Mathies. Die Teilnehmer waren von dem Mann an der Polizeispitze angetan und begrüßten seine sehr realistischen und pragmatischen Ansätze für die Kölner Sicherheit. „Der Mann macht mit seinem Team einen tollen Job“, so das Urteil der Teilnehmer. Die Folgen sind für die Bürger deutlich sichtbar. Die Polizei ist in der Innenstadt, insbesondere im Umfeld Dom/Hauptbahnhof, wesentlich präsenter. Erfreulich dazu die Meldung, dass die Zahl der Taschendiebe in diesem Bereich rückläufig ist. Und für das kommende Silvester liegt ein Sicherheitskonzept vor, das auf breite Akzeptanz stößt.

Wegweiser in die Stadt

Doch wie kann man die Events in der City, die Shoppingmeilen Schildergasse, Hohe Straße und die vielen kleineren Einkaufsstraßen am besten erreichen? Erstes Verkehrsmittel der Wahl sollte der öffentliche Personen-Nahverkehr sein. KVB und VRS setzen zusätzliche Bahnen im Weihnachtsverkehr ein. Das Parkticket der Lanxess Arena gilt zugleich als Fahrausweis für die KVB, Anreiz genug, die Stellplätze, auch wenn sie auf der anderen Rheinseite liegen, an den Samstagen vor Weihnachten zu nutzen.

Auf der Homepage von www.stadtmarketing-koeln.de sind weitere Informationen hinterlegt. Dem Parkleitsystem können Autofahrer getrost folgen, die zahlreichen Park-and-Ride-Plätze an den Stadtbahnlinien vereinfachen den Weg in die City. Wer auf dem Rückweg seine Einkäufe nicht tragen möchte, kann die Angebote der Händler nutzen, die oftmals einen Lieferservice anbieten, der noch am gleichen Tag die Geschenke nach Haus bringt.

Die Erreichbarkeit der Innenstadt ist gegeben, das Wort Sicherheit wird großgeschrieben und durch die verstärkte Polizeipräsenz untermauert. Um den Verkehrsfluss zu gewährleisten, wurde die Zahl der Baustellen reduziert. Köln ist durchaus als Stadt der kurzen Wege zu betrachten. Ein Großteil des Geschehens mit attraktiven Angeboten neben Kaufen und Kultur spielt sich innerhalb und rund um die Ringe ab. In puncto Sauberkeit ist das Ende der Fahnenstange sicher noch nicht erreicht, aber es gibt auch hier deutlich sichtbare Verbesserungen.

Der Handel freut sich über die weihnachtliche Atmosphäre

STADTMARKETING KÖLN hat sich auch in diesem Jahr wieder für die Weihnachtsbäume auf Schildergasse, Willy-Millowitsch-Platz und Breite Straße eingesetzt. Eine zehn Meter hohe Tanne vor der Galeria Kaufhof wurde von der IG Schildergasse gesponsert. Weitere elf Bäume sorgen auf Schildergasse und Breite Straße für einen festlichen Anblick.

Die Shopping- und Kulturangebote in stimmungsvoller Atmosphäre lassen keine Wünsche offen und machen somit den Köln-Aufenthalt gerade in den letzten Wochen des Jahres und zum Jahreswechsel zu einem unvergesslichen Erlebnis.

www.stadtmarketing-koeln.de

Sie wünschen sich ein einzigartiges Event? Dann kommen Sie ganz nah ran an den Rasen, und lassen Sie sich von der grandiosen Atmosphäre mitreißen. Mit puren Emotionen, Charakter, hervorragender Qualität und modernstem Stil. Ob als Mitarbeitermotivation, extravagante Firmenfeier, Workshop in edlem Ambiente oder Konferenz auf hohem Niveau – wir bieten Ihnen Räume und Services, die aus Ihrer Veranstaltung ein unvergessliches Stadionerlebnis machen.

Weitere Informationen finden Sie unter:
www.rheinenergiestadion.de

kölner sportstätten

WIRTSCHAFTSIMPULSE DURCH KOELNMESSE

Internationale Leitmessen treffen auf Erlebniswelten im Entertainment-Sektor

Foto: JSWD Architekten

Koelnmesse 3.0: Im Fokus steht insbesondere die Modernisierung des über 200.000 m² großen Südgeländes – inklusive der Optimierung der Verkehrswege und der Besucherlenkung.

Die Koelnmesse ist Messeplatz Nr. 1 für zahlreiche Branchen. Besucher und Aussteller aus der ganzen Welt kommen nach Köln, um auf dem sechstgrößten Messegelände der Welt (284.000 m² Hallen- sowie 100.000 m² Außenfläche) Produkte und Trends zu präsentieren und weltweit Geschäfte zu machen. Die Koelnmesse organisiert und betreut jedes Jahr rund 80 Messen, Ausstellungen, Gastveranstaltungen und Special-Events in Köln und in den wichtigsten Märkten weltweit.

Als weiterer wichtiger Faktor liefert die 1922 von Konrad Adenauer gegründete Koelnmesse mit jeder Veranstaltung nachhaltige Wirtschaftsimpulse für die Metropolregion Köln und stellt einen bedeutenden Imagegewinn dar. Daher bleibt es ein erklärtes Ziel für das Unternehmen, die Messethemen in die Domstadt zu tragen. Besuchern, welche die imm cologne, die gamescom, die photokina oder die INTERMOT Köln besuchen, bietet sich ein einzigartiges, ganzheitliches Erlebnis, das in bester Erinnerung bleibt und zum Wiederkommen motiviert. So reist jeder zweite Hotelgast wegen der Kölner Messen und Kongresse in die Stadt. Der Boom von Eigen- und Gastveranstaltungen sorgt dabei für eine nachhaltig positive Entwicklung: Die Koelnmesse generiert in Köln 1,11 Milliarden Euro Umsatz und sichert 11.392 Vollzeitstellen. Bundesweit sorgt die Messe sogar für 18.502 Arbeitsplätze und einen Umsatz von 2,02 Milliarden Euro.

Mit den internationalen Leitmessen Anuga und imm cologne dokumentiert die Koelnmesse ihren Führungsanspruch in den Kompetenzfeldern Ernährung und Einrichten. Die Messen in der Rheinmetropole sind Flaggschiffe internationaler Netzwerke, die Ausstellern und Besuchern neue Perspektiven eröffnen. Starke Veranstaltungen wie gamescom und dmexco definieren eine führende Position auch im Digital Entertainment. Messen wie die Internationale Dental-Schau IDS oder die Gartenmesse spoga+gafa sind ihrerseits die Nummer 1 ihrer Branchen. Weltweit organisiert die Koelnmesse 19 Veranstaltungen für Ernährung und Ernährungstechnologie, 14 Messen im Wachstumssegment Einrichtung, Leben und Lifestyle.

Umsatz von mehr als 321 Millionen Euro

Diese hohe wirtschaftliche Bedeutung für Aussteller und Unternehmen kommt auch im Anspruch „We energize your business“ zum Ausdruck. Denn die Koelnmesse versteht sich als Impulsgeber für die Kunden und ihre Branchen – vor, während und nach der Messe, in Köln und in allen relevanten Märkten weltweit.

Das beste Ergebnis in der Geschichte der Koelnmesse (Geschäftsbericht 2015) resultiert aus dem Einsatz von über 700 Mitarbeitern weltweit. Fast 50.000 ausstellende Unternehmen aus 123 Ländern und rund 3 Millionen Besucher aus 209 Ländern nehmen regelmäßig an den Veranstaltungen teil und machen die Koelnmesse in 25 Branchen zum führenden Messeveranstalter. Das Netzwerk ist mit neun ausländischen Tochtergesellschaften und Vertriebspartnern in über 100 Schlüsselmärkten weltweit präsent. Das bietet Kunden beste Voraussetzungen, internationale Märkte für sich zu gewinnen, und sorgt gleichzeitig für eine Internationalisierung der Messen und Veranstaltungen in Köln. Rund 25 Auslandsmessen in 10 Ländern stehen auf dem Programm des Unternehmens, außerdem ergänzen durchschnittlich circa 20 deutsche Auslandsmessebeteiligungen die hochwertigen Plattformen in den wichtigsten Zielmärkten. Das globale Interesse ist groß: Rund 23.000 Journalisten berichten über die Koelnmesse und ihre Veranstaltungen.

Der Erlebniswert gewinnt an Bedeutung

Auf dem Kölner Messegelände bieten sich beste Voraussetzungen für die beeindruckende Inszenierung und Präsentation von Unternehmen und Produkten. Die Überschüsse aus dem Rekordjahr 2015 und die zukünftig erwarteten Gewinne fließen vollständig in die weitere Entwicklung von Veranstaltungen im In- und Ausland und der Services, in die Digitalisierung des Geländes und in das Investitionsprogramm Koelnmesse 3.0. Die Transformation zur Zukunftsmesse stellt sicher, dass die Koelnmesse auch in Zukunft einen Platz unter den Top Ten der globalen Messebranche hat.

Das Erkennen und Ausbauen von Innovationsmärkten ist eine der Kernkompetenzen der Koelnmesse-Spezialisten. Beispiel Digital Entertainment: Die permanente Marktbeobachtung und -analyse sowie die strategische Besetzung von Zukunftsthemen haben die internationalen Leitmessen für die Digitalwirtschaft dmexco ebenso wie die gamescom, das weltweit größte Messe- und Eventhighlight für interaktive Spiele, an den Standort Köln geführt. Köln ist damit heute die digitale Messehauptstadt Europas mit Jahr für Jahr wachsenden Aussteller- und Besucherzahlen.

Messe mit Tradition und Zukunft

Die Kölner Messegesellschaft blickt auf eine mehr als 90-jährige Tradition zurück: Im Mai 1924 startete die Erfolgsgeschichte der Kölner Messen mit der Eröffnung der ersten Veranstaltung auf dem Köln-Deutzer Gelände. Während des Wirtschaftswunders der Nachkriegszeit stieg die „Rheinische Messe“ zum Welthandelsplatz auf. Dies gelang durch guten Service, durch das klare Bekenntnis zur Fachmesse und durch ein dichtes Netz von internationalen Kontakten. Nach umfassender Neugestaltung ist das Gelände heute eines der attraktivsten Messeareale Europas. Als Ersatz für die historischen Rheinhallen aus der Adenauerzeit sind 2006 vier neue, flexibel einsetzbare Messehallen entstanden.

Damals wie heute ist die Koelnmesse ein wichtiger Treiber für weltweite Branchen und für die regionale Wirtschaft. Der Koelnmesse-Konzern besteht aus der Koelnmesse GmbH mit neun ausländischen Tochtergesellschaften und der Koelnmesse Ausstellungen GmbH. Sie ist rechtlich und wirtschaftlich selbstständig. Die Koelnmesse GmbH steht mehrheitlich im Besitz der Stadt Köln und des Landes Nordrhein-Westfalen, sie erhält von keiner Seite Zuschüsse oder Subventionen für ihre Investitionen und Betriebskosten.

Koelnmesse 3.0

Mit rund 600 Mio. Euro ist das Projekt Koelnmesse 3.0 eines der umfangreichsten Investitionsprogramme in der Geschichte des Unternehmens, das bis 2030 umgesetzt wird. Im Fokus steht insbesondere die Modernisierung des über 200.000 m² großen Südgeländes – inklusive der Optimierung der Verkehrswege und der Besucherlenkung. Ein weiterer Komplex sind Logistik- und Parkflächen im Umfeld. Neubauten wie die Halle 1plus, die CONFEX-Halle und das neue Ost-West-Terminal geben dem Messegelände eine völlig neue Struktur und Qualität. *(alle Angaben Stand: 11/2016)*

Matze Ehlers

AUSGEWÄHLTE MESSE-TERMINE 2017

16.01. - 22.01. **LivingKitchen**
Das internationale Küchenevent

16.01. - 22.01. **imm cologne**
Die internationale Einrichtungsmesse

29.01. - 01.02. **ISM**
Die weltweit größte Messe für Süßwaren und Snacks

05.02. - 07.02. **spoga horse** *(Frühjahr)*
Internationale Fachmesse für Pferdesport

07.03. - 09.03. **Asia-Pacific Sourcing**
Produkte für Haus und Garten aus Fernost

07.03. - 09.03. **IAW**
Internationale Aktionswaren- und Importmesse

21.03. - 25.03. **IDS**
37. Internationale Dental-Schau

31.03. - 02.04. **h+h cologne**
Internationale Fachmesse für Handarbeit + Hobby

06.04. - 09.04. **FIBO**
Internationale Leitmesse für Fitness, Wellness & Gesundheit

26.04. - 29.04. **ART COLOGNE**
Internationaler Kunstmarkt

16.05. - 19.05. **interzum**
Möbelfertigung Innenausbau Köln

30.05. - 01.06. **ANGA COM**
Fachmesse und Kongress für Breitband, Kabel & Satellit

20.06. - 22.06. **POWER-GEN Europe**
Konferenz und Messe für die europäische Strom-Industrie

04.07. - 06.07. **RDA Workshop**
Die Leitmesse für Gruppenreisen

22.08. - 26.08. **gamescom**
Das weltweit größte Messe- und Event-Highlight für interaktive Spiele und Unterhaltung

03.09. - 05.09. **spoga horse** *(Herbst)*
Internationale Fachmesse für Pferdesport

13.09. - 14.09. **dmexco**
Leitmesse und Konferenz der digitalen Wirtschaft

14.09. - 17.09. **Kind + Jugend**
Leitmesse für Kinder- und Kleinkindausstattung

19.09. - 21.09. **Zukunft Personal / HRM Expo**
Fachmesse für Personalwesen

07.10. - 11.10. **Anuga**
Leitmesse für die globale Ernährungswirtschaft

15.11. - 17.11. **Professional Motorsports World Expo**
Messe für Motorsport

17.11. - 17.11. **BERUFE live Köln**
Ausbildungs-, Berufs- und Studienmesse für das Rheinland

22.11. - 24.11. **EXPONATEC COLOGNE**
Internationale Fachmesse für Museen, Konservierung und Kulturerbe

VOM KREUZ MIT DEN KRÖTEN ...

... oder: wie der Unternehmens-Service der Kölner Stadtverwaltung den Unternehmern das Leben erleichtern kann

Foto: Edda Nebel

Reinhard Schüller, Leiter Unternehmens-Service der Kölner Stadtverwaltung

Und um es gleich aufzulösen: Ja, wir sprechen über Kröten. Echte Kröten. Genau genommen: Kreuzkröten. Sie stehen auf der Liste schützenswerter Tiere und fühlen sich ausgerechnet im Kölner Sandboden sauwohl. Diese Tierchen liefern nur eines von vielen Diskussionsthemen, die Unternehmen in Köln in direkten Kontakt mit der örtlichen Stadtverwaltung bringen. Und wer noch nicht weiß, wie kompliziert Artenschutz werden kann, dem sei der Kontakt zu Reinhard Schüller empfohlen. Er und sein Team stellen den Unternehmens-Service der Stadt Köln.

Er selbst bezeichnet seine Einheit als interne „Feuerwehr“. Klingt gefährlich – wer spielt schon gern mit dem Feuer? Aber sobald er auf Bauanträge, Vergabeverfahren und sogar den Verdacht auf Kampfmittelfunde zu sprechen kommt, wird die Lage schnell klar. Die Frage, die er und seine Mitarbeiter am häufigsten zu hören bekommen, ist: „Warum dauert das so lange?“ Vielen seien die Abläufe in der Stadtverwaltung einfach nicht geläufig und so manch einer hege den Gedanken der Schikane. „Gegen Ungeduld ist leider kein Kraut gewachsen, aber spätestens dann, wenn wir den Interessenten für ein neu anzusiedelndes Unternehmen oder auch nur für den Ausbau einer Halle darüber informieren, wer alles in die Genehmigung eines Bauantrages einbezogen werden muss, entsteht zumindest so etwas wie Verständnis“, so Schüller. Damit stellt er gleichzeitig fest: „Wir können keine Verfahren beeinflussen, aber wir versuchen zumindest, eine Vermittler-Stellung zwischen den Dienststellen und den Unternehmen einzunehmen.“ Er betont: „Hier stehen stets die Interessen der Unternehmen im Fokus.“

> „Jedes Unternehmen findet hier seinen eigenen Ansprechpartner“

Grundsätzlich ist seine Devise, die Wirtschaft entwickele sich prächtig – auch ohne Einmischung vonseiten der Stadtverwaltung. Aber oft müsse es eben doch sein. „Im Fokus stehen bei meinen 13 Kolleginnen und Kollegen und mir selbst stets, Prozesse zu optimieren oder zumindest Vorschläge zur Vereinfachung und damit auch zur zeitlichen Verkürzung zu ermitteln. Sämtliche Team-Mitglieder kommen aus den unterschiedlichsten Bereichen, aus denen sie jeweils eine ausgewiesene Expertise mitbringen. In entsprechend vielen Gremien innerhalb der Verwaltung sind sie auch deshalb vertreten, um hier die sprichwörtlich kurzen Wege zu ermitteln und zu ermöglichen“, so Schüller. Und das schon seit etwa zehn Jahren.

Das betrifft Großprojekte wie den Breslauer Platz genauso wie Auflagen zur Luftreinhaltung und die Bereitstellung von Grundstücken zur Unterbringung von Flüchtlingen. Auch Angebote von städtischen und – wenn sie öffentlich gemacht werden – privaten Gewerbeflächen und Immobilien stehen im Angebotsportfolio des Unternehmens-Services. „Dieser Servicegedanke steht nicht nur in unserem Namen, er ist unsere Maxime. Jedes Unternehmen findet bei uns seinen persönlichen Ansprechpartner, der unterstützend und oftmals auch schlichtend tätig wird“, versichert Schüller.

Mehr als 1.500 Fälle werden jährlich in der Abteilung Unternehmens-Service „abgehandelt“, dabei wandeln sich die Themen nicht zuletzt auch in der Ausgestaltung. Das Thema Digitalisierung ist inzwischen auch hier ganz weit oben aufgehängt. So werden Unternehmen auch schon mal am Telefon durch das Angebot von Online-Anträgen geleitet. Großen Wert legt Schüller darauf, dass die Hilfe des Unternehmens-Services der Stadt Köln kostenfrei und jederzeit einholbar ist. Kontakt: 0221 221 22222.

Edda Nebel

*In NRW und Hessen mit Company Internet Paketen bereits in vielen Gebieten verfügbar. **Gültig für alle Company Internet Pakete (in Baden-Württemberg nur in Verbindung mit Office Internet & Phone Tarifen verfügbar).
Herausgeber: für NRW: Unitymedia NRW GmbH; für Hessen: Unitymedia Hessen GmbH & Co. KG; für BW: Unitymedia BW GmbH, alle Aachener Str. 746-750 | 50933 Köln

SMARTES GENIESSEN

Welche Technikprodukte stehen beim Kunden im Fokus?

Foto: Icarmen13 / Fotolia.com

Digitalisierung und Vernetzung dringen immer weiter in den privaten Bereich vor, die Steuerung des Haushalts per App und Smartphone oder Tablet ist für immer mehr Menschen interessant. Doch die Begeisterung und die Nutzung sind abhängig von der angebotenen Lösung und die Altersgruppen unterscheiden sich deutlich darin, ob sie einer Technologie positiv oder eher zurückhaltend gegenüberstehen, wie eine repräsentative Studie im Auftrag der gfu Consumer & Home Electronics GmbH in 5.000 Haushalten in den größten europäischen Ländern (Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien, Spanien) zeigt.

Zuschauer sieht zunehmend zeitunabhängig fern

Die Verbindung zum Internet ist inzwischen für die große Mehrheit der Konsumenten zur Selbstverständlichkeit geworden. In drei von vier deutschen Haushalten steht ein Internet-Router, jeder zweite Haushalt verfügt über einen Tablet-PC und ein Smartphone besitzen 83 Prozent. Bei den 16- bis 39-Jährigen sind sogar 95 Prozent Smartphone-Besitzer, bei den über 60-Jährigen immerhin mehr als zwei Drittel, nämlich 68 Prozent. Selbst die TV-Geräte der deutschen Haushalte sind inzwischen mehrheitlich (53 %) Smart-TVs, also Geräte, die mit dem Internet verbunden werden können. Zwar nutzen nicht alle Besitzer eines solchen TVs die Online-Funktionen, aber in 31 Prozent der deutschen Haushalte wird regelmäßig auf Inhalte zugegriffen, die keine klassische TV-Ausstrahlung sind, sondern per Internet-verbindung auf den Bildschirm geliefert werden. Besonders häufig (58 %) werden in Deutschland die Mediatheken der TV-Sender angewählt. YouTube und andere Video-Clip-Anbieter stehen auf Platz zwei mit 56 Prozent und auf kostenpflichtige Video-on-Demand-Angebote greift inzwischen fast jeder zweite (48 %) Smart-TV-Nutzer zu. Im europäischen Vergleich liegt Deutschland bei der Mediatheken-Nutzung auf dem ersten Platz. Beim Abruf von Videoclips liegen Italien (68 %) und Spanien (64 %) vorn, bei kostenpflichtigen Video-on-Demand-Angeboten die Briten mit 54 Prozent.

Doch egal welches Online-Angebot genutzt wird, deutlich ist, dass das TV-Gerät immer häufiger für Dienste jenseits der klassischen TV-Ausstrahlung eingesetzt wird und der Zuschauer zunehmend bereit ist, auch kostenpflichtige Dienste zu nutzen. Während im vergangenen Jahr 16 Prozent der Befragten angaben, dass sie bereit sind, für Inhalte zu bezahlen, lag die Bereitschaft 2016 bereits bei 23 Prozent. 38 Prozent geben an, dass sie Sendungen häufiger unabhängig von den Ausstrahlungszeiten anschauen. Bei der Altersgruppe der 16- bis 39-Jährigen schaut sogar mehr als die Hälfte (53 %) regelmäßig zeitunabhängig.
„Die Zeiten, in denen bestimmte Sendungen zu vorgegebenen Zeiten geschaut wurden, sind für große Teile der Zuschauer vorbei. Immer mehr Menschen schauen ihre Sendungen dann, wann sie es wollen – unabhängig von den eigentlichen Ausstrahlungszeiten. Der Anschluss des TVs an das Internet ermöglicht es den Zuschauern, die Zeiten ihres TV-Konsums frei zu gestalten, und unterstützt in einem zeitgemäßen Lebensstil“, so Hans-Joachim Kamp, Aufsichtsratsvorsitzender der gfu Consumer & Home Electronics GmbH.

TV-Bildschirme werden immer größer, Musik-Streaming wird immer beliebter

Ausstattungsmerkmale wie die Smart-TV-Funktion tragen dann auch dazu bei, dass viele Konsumenten einen neuen Fernseher anschaffen wollen. 19 Prozent gaben an, bis Ende 2017 ein neues Gerät kaufen zu wollen. Neben smarten Funktionen sind eine höhere Auflösung (36 %) und besonders ein größerer Bildschirm (47 %) wichtigste Kaufgründe. Sogar die großen Modelle mit mehr als 56 Zoll (138 Zentimeter) erfreuen sich wachsenden Interesses. Während im vergangenen Jahr nur zwölf Prozent in die Klasse mit 139 bis 165 Zentimetern Bilddiagonale (bis 65 Zoll) einsteigen wollten, verdoppelte sich dieser Wert fast auf 22 Prozent in diesem Jahr. Eine Folge des Größenwachstums ist dann auch ein steigender Durchschnittspreis der TV-Geräte. Lag dieser im vergangenen Jahr noch bei 580 Euro, so sind es aktuell 600 Euro.

Doch nicht nur Klassiker wie das TV-Gerät sind bei Konsumenten von hohem Interesse. Auch neue Kategorien sind beliebt. 15 Prozent gaben an, über die Anschaffung einer Drohne nachzudenken, 21 Prozent wollen ihr Geld demnächst für sogenannte Wearables, also beispielsweise Fitness-Tracker oder Smart Watches, ausgeben und fast jeder Dritte (31 %) denkt über den Kauf eines Musik-Streaming-Systems nach. Besonders bei den 16- bis 39-Jährigen ist diese Kategorie sehr beliebt: In dieser Altersgruppe haben 40 Prozent eine Kaufabsicht.

Vernetzte Produkte: positiv bewertet, aber auch Befürchtungen

Auch vernetzte Gesundheitsgeräte, zum Beispiel um Blutzucker oder Blutdruck zu messen, sind für viele Menschen interessant. 17 Prozent haben hier eine Kaufabsicht. Mit 21 Prozent liegt wieder die Altersgruppe der 16- bis 39-Jährigen vorn. Bei den über 60-Jährigen haben nur 14 Prozent eine Kaufabsicht. Auch sind hier die Kaufgründe anders gelagert: 60 Prozent der Kaufwilligen über 60 geben an, dass sie aus gesundheitlichen Gründen regelmäßig Gesundheitsdaten messen müssen. Mehrheitlich sehen die Deutschen vernetzte Gesundheitslösungen positiv. Zwei Drittel (66 %) sehen durch solche Lösungen weniger Einschränkungen für chronisch Erkrankte und 59 Prozent sehen die Möglichkeit, dass durch Telemedizin die Kosten im Gesundheitswesen reduziert werden. Aber es gibt auch Befürchtungen: Dass der persönliche Kontakt zwischen Arzt und Patient verloren geht, vermuten 35 Prozent, Datenmissbrauch durch Dritte befürchtet fast die Hälfte (49 %).

Smart Home: Sicherheit, Komfort und Energieeffizienz im Kommen

Beim Verlassen des Büros mit einem Fingerwisch auf dem Smartphone das Zuhause auf Komforttemperatur bringen, per App den Hinweis bekommen, dass gerade die Wohnungstür geöffnet wurde, oder mit dem Tablet die Wohnzimmerbeleuchtung mit einem Klick von „hell“ auf „gemütlich“ umschalten – solche und viele andere Szenarien sind längst keine Utopie mehr. Es sind konkrete Anwendungen, wie sie sich mit inzwischen im Handel weitverbreiteten smarten Komponenten umsetzen lassen.

Die tatsächliche Nutzung smarter Funktionen hält sich aber noch in Grenzen. Erst knapp drei Prozent der Haushalte nutzen beispielsweise derzeit eine smarte Heizungssteuerung. Doch immerhin knapp 20 Prozent sagen, dass sie eine solche Funktion auf jeden Fall nutzen würden, weitere 27 Prozent sehen diese Anwendung grundsätzlich eher positiv als negativ. Die Befürworter und die Ablehner einer smarten Heizungssteuerung halten sich in Deutschland also die Waage. Jedoch ist die Offenheit für smarte Lösun-

Foto: Syda Productions / Fotolia.com

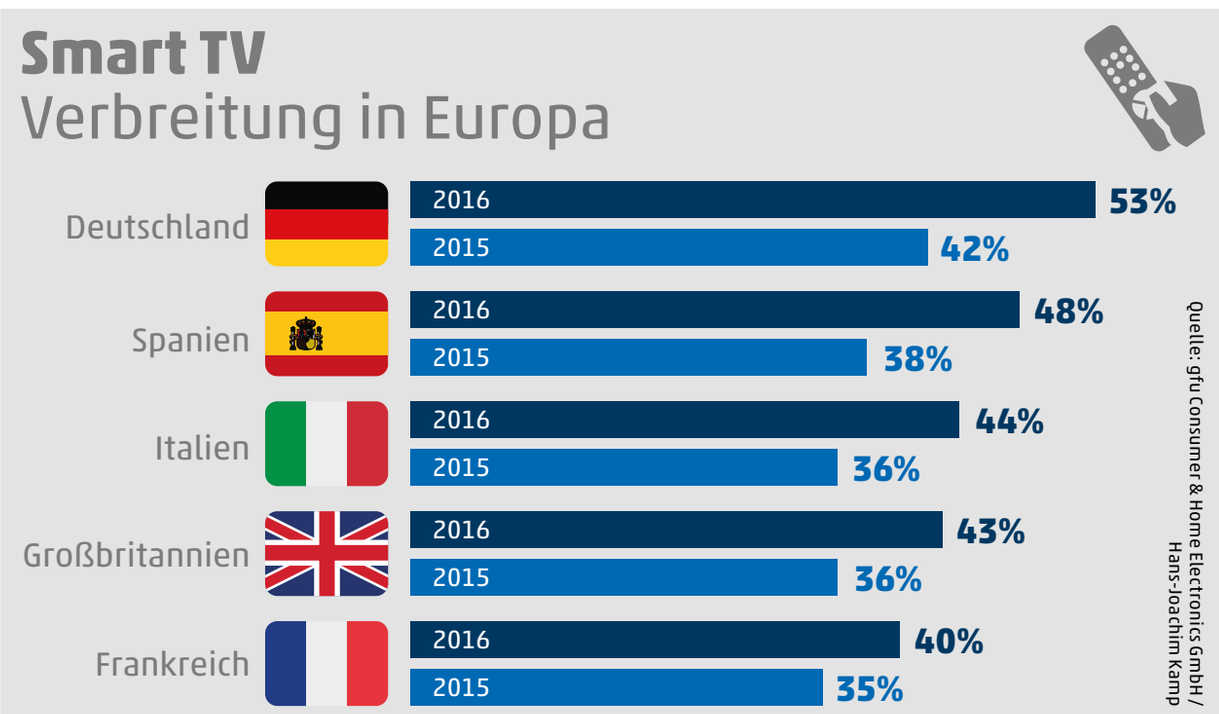


Foto: Stanisic Vladimir / Fotolia.com

gen stark abhängig vom Alter der Befragten. In der Gruppe der 16- bis 39-Jährigen liegt die Zustimmung beziehungsweise Nutzung der smarten Heizungssteuerung bei 72 Prozent, bei den über 60-Jährigen gerade einmal bei 31 Prozent.

Bei weiteren smarten Nutzungsmöglichkeiten zeigt sich das Land ebenfalls gespalten. Erst zwei Prozent steuern ihr Licht per App, weitere 45 Prozent empfinden die Möglichkeit, das Licht über das Smartphone an- und abzuschalten oder die Lichtfarbe zu wählen, gut. Zwei Prozent sind per App mit ihrer Waschmaschine verbunden, 34 Prozent sind offen für solch eine Anwendung. Den Kühlschrank an das Netz zu bringen, um sich über seinen Inhalt zu informieren, können sich 63 Prozent für die eigene Küche nicht vorstellen. Bei den über 60-Jährigen liegt die Ablehnung für diese Funktion sogar bei fast 84 Prozent. Besonders gravierend fällt die altersabhängige Einstellung zu smarten Funktionen im Bereich der Sicherheitstechnik aus: Während bei den 16- bis 39-Jährigen mehr als 80 Prozent durch Sensoren über Rauchentwicklung, Wasserschäden oder Zutritt in ihr Haus über ihr Smartphone alarmiert werden wollen, lehnen mehr als die Hälfte der über 60-Jährigen Alarmfunktionen dieser Art ab. Ähnlich sieht es bei der Kameraüberwachung des Zuhauses aus: 70 Prozent Zustimmung oder bereits vorhandene Nutzung bei den 16- bis 39-Jährigen, 63 Prozent Ablehnung bei den über 60-Jährigen.

Tatsächlich scheint es die Furcht vor zu komplexer Technik zu sein, die an mancher Stelle zu Kaufzurückhaltung führt.

Ein großer Teil der Befragten sowohl in Deutschland als auch im restlichen Europa ist zwar überzeugt, dass Vernetzung dabei unterstützt, Energie zu sparen (Deutschland und Europa 39 %), die Sicherheit im Haushalt zu erhöhen (Deutschland 43 % / Europa 46 %) und den Alltag zu vereinfachen (Deutschland 37 % / Europa 42 %). Doch gleichzeitig räumen auch viele der Befragten ein, dass die zunehmende Vernetzung ihnen Sorgen bereitet, da sie sich von der komplexen Technik manchmal überfordert fühlen. 40 Prozent der Befragten in Deutschland und in Europa stimmen dieser Aussage zu. Und ein weiterer Aspekt bremst die Freude an der Vernetzung: Immerhin 59 Prozent der Europäer (61 Prozent der Deutschen) sehen die Gefahr, dass Fremde von außerhalb die Steuerung eines vernetzten Zuhauses übernehmen könnten.

Dazu Hans-Joachim Kamp: „Wie fast jede Technologie ist auch die digitale Vernetzung nicht unumstritten. Die Anbieter müssen weiter hart daran arbeiten, die Lösungen so einfach wie möglich, aber auch so sicher wie nur irgend möglich zu gestalten, damit die gewonnenen Vorteile beim Konsumenten mehr ins Gewicht fallen als die Bedenken."

Einstieg in das Smart-Home-Segment einfacher, als man denkt

Beim Thema Smart Home herrscht allgemein bei vielen Interessenten der Glaube, dass diese Systeme zu teuer sind. Dies stimmt nur noch bedingt. Inzwischen sind viele Einsteigerpakete zu durchaus moderaten Preisen erhältlich. Beispielsweise das von 11.000 Lesern der Zeitschrift CHIP zum „Smart-Home-System des Jahres" gewählte devolo Home Control.

Vorbei sind auch die Zeiten, in denen ein Smart Home direkt beim Hausbau mitgeplant werden musste. Funktechnologien ermöglichen eine einfache Nachrüstung in bestehenden Immobilien und auch Mietwohnungen. Ärgerlich ist leider auf der anderen Seite eine Unart, die manche Hersteller derzeit pflegen. Sie verlangen – zusätzlich zum Kaufpreis – eine monatliche oder jährliche Gebühr für die Nutzung ihres Systems.

„Es wird vor allem einfach sein und sich immer weiter den Bedürfnissen der jeweiligen Nutzer anpassen", meint Georg Hermann, Smart-Home-Experte der devolo AG aus Aachen. Und weiter: „Dazu benötigt es ein flexibles System, das organisch mit seinem Besitzer wachsen kann – auch über unterschiedliche Lebensabschnitte hinweg. Zum Beispiel beim altersgerechten Wohnen."

Der Smart-Home-Markt nimmt also langsam Fahrt auf und wird nach und nach ganz selbstverständlich Einzug in unser Zuhause halten. Dabei haben Systeme, die dem Käufer größtmögliche (Zukunfts-)Sicherheit und vor allem eine einfache Bedienung bieten, gute Chancen, sich im Markt durchzusetzen.

Matze Ehlers

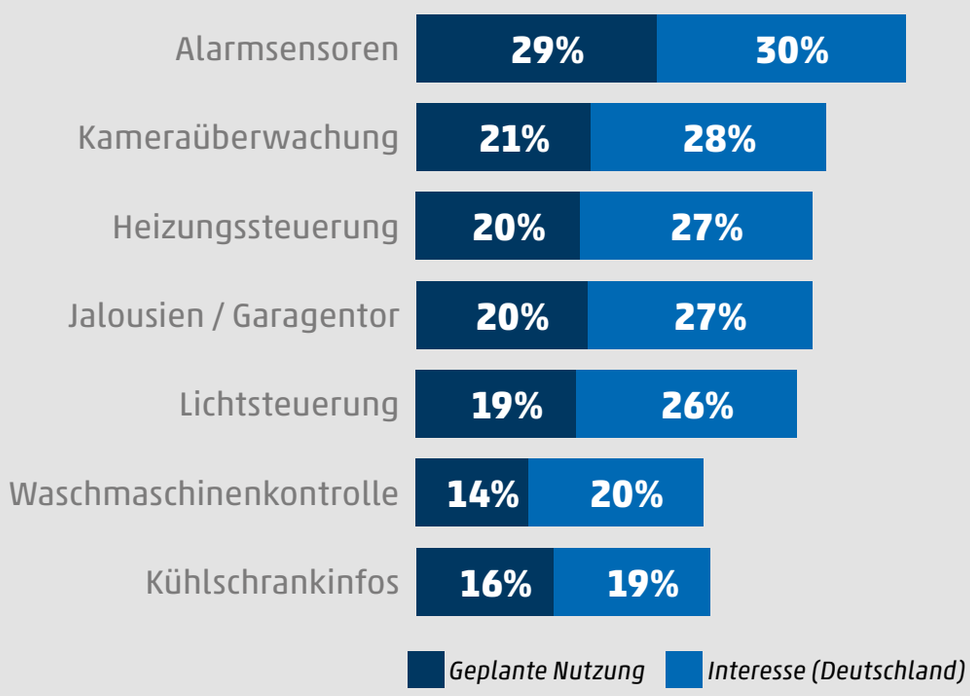
Foto: gfu

„Das hohe Interesse an Smart Home-Lösungen zeigt, dass hier ein großes Potenzial für den Handel und die Hersteller liegt" – Hans-Joachim Kamp, Vorsitzender des Aufsichtsrats der gfu.

Foto: devolo AG

„Es wird vor allem einfach sein und sich immer weiter den Bedürfnissen der jeweiligen Nutzer anzupassen" – Georg Hermann, Smart-Home-Experte der devolo AG.

Vernetzung
Was ist gewünscht?



Quelle: gfu Consumer & Home Electronics GmbH / Hans-Joachim Kamp

Einstellung
Vernetzte Gesundheit

66% Positiv, da sie zu weniger Einschränkungen für chronisch Erkrankte führt.

59 % Telemedizin ist notwendig, um Gesundheitskosten zu reduzieren.

35 % Negativ, weil der persönliche Kontakt zwischen Arzt und Patient verloren geht.

49% Befürchten Datenmissbrauch.

Quelle: gfu Consumer & Home Electronics GmbH / Hans-Joachim Kamp

Drei Tipps für Ihre Strategie

Rund drei Viertel aller Strategien scheitern. Wie sich das ändern lässt und was in diesem Zusammenhang besonders relevant ist, erklären Andreas Liebrecht und Volker Rau.

Foto: Liebrecht Rau GbR

Dipl.-Päd. Andreas Liebrecht

Foto: Liebrecht Rau GbR

Dipl.-Päd. Volker Rau

Geschäftsführer, die ihre Strategien erfolgreich umsetzen möchten, müssen vor allem diese drei Herausforderungen meistern.

1. Die Führungsmannschaft in Bewegung bringen!

Chefs, die ihre Führungsmannschaft aktivieren und mobilisieren möchten, sollten auf der Beziehungsebene ansetzen und ein Momentum erzeugen. Bewährt hat sich der Dreiklang: provozieren, emotionalisieren, ernst nehmen. Provozieren und emotionalisieren lässt sich zum Beispiel so: „Mir wird ganz anders, wenn ich daran denke, dass ich am Jahresende unserem Aufsichtsrat ein schlechtes Ergebnis mitteilen muss, weil wir weit unter unseren Möglichkeiten geblieben sind. Ich verstehe daher nicht, warum Sie an diesen schlechten Zahlen nichts ändern wollen."

Es lohnt sich, in den Konflikt und damit auf die Beziehungsebene zu gehen. Führungskräfte halten das in aller Regel aus. Im Zweifelsfall sollten Chefs fragen: „Nehmen Sie unsere Strategie eigentlich ernst?" Oder die Frage noch toppen: „Nehmen Sie mich eigentlich ernst?" Niemand wird nach einer solchen Frage emotionslos auf Handy oder Laptop starren. Die übliche Reaktion ist: „Doch, natürlich!" Aha. Schon ist Bewegung im Spiel, und die Angelegenheit nimmt Fahrt auf.

Aber Achtung: Sich anderen zumuten hilft wenig ohne gleichzeitige Wertschätzung. Wer andere mit seiner Gefühlslage und seiner Sicht der Dinge konfrontiert, signalisiert ganz deutlich: Ich selbst nehme meine Führungsmannschaft ernst und zeige das auch. Aussagen wie „Ich weiß, dass Sie das können!" oder „Geben Sie Ihren Input dazu, wie wir am besten vorankommen" unterstreichen die Wertschätzung. Ebenso wichtig: Der Chef nimmt sich selbst ernst, relativiert sein Vorhaben nicht. Auch wenn er zum x-ten Mal mit Widerständen konfrontiert worden ist, erwartet die Führungsmannschaft sein Durchhaltevermögen.

2. Die Führungsmannschaft und Mitarbeiter in Bewegung halten!

Wenn die Strategieumsetzung ins Stocken gerät, liegt es häufig daran, dass

- zu viele strategische Ziele gleichzeitig verfolgt werden,
- diese Ziele zu unterschiedlich sind oder
- dass unwirtschaftliche Projekte die Energie rauben und das Tagesgeschäft beständig drückt.

Zunächst ist loslassen gefordert – und fokussieren. Um Ballast abzuwerfen, sind laufende Projekte auf ihre Wirksamkeit hin zu prüfen, im Umfang zu reduzieren oder ganz zu stoppen.

Nun geht es darum, die neue Strategie auf wenige Kernziele zu reduzieren, am besten nur auf das auf Jahressicht gesehene Durchbruchsziel, um die Energien zu fokussieren.

3. Ehrliches, offenes Feedback über laufende Ergebnisse bekommen!

Es ist ein Problem der Unternehmenskultur, ob man sich eingesteht, dass die Umsetzung einer Strategie langsamer als gewünscht vonstattengeht, oder ob die Zahlen schlechter als gedacht sind. Dann neigt die Führungsmannschaft zum Mikromanagement, um weitere Fehler zu verhindern. Doch ein solches Verhalten untergräbt die Problemlösungsfähigkeit der Mitarbeiter, hält sie in einer lähmenden Unmündigkeit. Zudem ist Mikromanagement ein Energiefresser erster Güte. Dabei können Fehler ausgesprochen nützlich sein. Besser ist es also, eine Systematik aufzusetzen, die das Bekanntwerden und das Lösen von Fehlern sowie Plan-Abweichungen ausdrücklich wertschätzt. Chefs sollten darauf achten, dass die Betroffenen selbst die Problemlösung vorantreiben. Nur wenn den Mitarbeitern dies allein nicht möglich ist, sind ihre Vorgesetzten selbst gefordert.

Gastautoren: Andreas Liebrecht und Volker Rau, beide Geschäftsführer der LIEBRECHT RAU Performance Consulting, www.liebrechtrau.com

Medienkompetenz beim Ausbildungspersonal

Unerlässlich für die Konkurrenzfähigkeit

Foto: Goodluz / Fotolia

Schon in der Grundschule lernt der Nachwuchs, mit Computern umzugehen und erste Schritte in die digitale Medienlandschaft zu unternehmen. Das setzt sich fort an weiterführenden Schulen, Berufsschulen und Ausbildungsplätzen. Entsprechend ist eine notwendige Grundqualifikation in Sachen Medienkompetenz für Ausbildungspersonal unverzichtbar.

Dabei sollte der Aufbau von Medienkompetenz in mehreren Schritten erfolgen: mit einer einführenden Sensibilisierung und Qualifizierung, dem Aufbau von Bedien- und grundlegender mediendidaktischer Kompetenz sowie dem Aufbau von fundiertem Erfahrungswissen. Wie in vielen anderen Bereichen wird auch die berufliche Ausbildung durch mit „4.0"-versehene Begriffe immer stärker beeinflusst. Das kommt nicht von ungefähr, denn eine moderne, digitale Ausbildung steigert die Attraktivität des Ausbildungsangebots, sichert einen qualifizierten Fachkräftenachwuchs und damit eine langfristige Wettbewerbsfähigkeit.

Veranstaltungen, die sich mit dem Thema berufliche Bildung beschäftigen, legen heute einen Fokus auf die Digitalisierung, sowohl im Bereich der Hardware als auch softwareseitig.

Aktuelle Situation der Digitalisierung in Ausbildungsbetrieben

Diskutiert wird über „Digitalisierung", über die ideale „digitale" Bildung hin zu „digitalen" Qualifikationen, und das unter Nutzung modernster „digitaler" Ausstattung. Den Worten folgen allerdings nur wenige Taten. In Ausbildungsbetrieben hat die Digitalisierung bisher wenig Einzug gehalten. Dies bestätigt auch die aktuelle Studie im Auftrag des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF) „Digitale Medien in Betrieben – heute und morgen".

Der Qualifizierungsbedarf für Ausbildungspersonal ist hoch. Vor dem Einsatz digitaler Medien sollte der „Aufbau von Medienkompetenz" stehen. Ausbilder/-innen sind nicht nur Fachleute, sondern auch Experten für Unterricht. Dazu gehören die Werkzeuge zur Unterrichtsgestaltung und damit heute auch digitale Medien. Unternehmen wie etwa die eCademy GmbH aus Köln bieten E-Learning-Lösungen für die betriebliche Aus- und Weiterbildung. Individuelle Workshops für das Ausbildungspersonal tragen dazu bei, das Potenzial einer digital gestützten Ausbildung voll auszuschöpfen und die Ausbildung zeitgemäß aufzustellen.

Ausbildungspersonal für digitale Medien sensibilisieren

Für medienkompetentes Ausbildungspersonal ist es erforderlich, Fragen nach der Methodik, dem Werkzeugeinsatz sowie der richtigen Vorbereitung auf den Einsatz digitaler Medien zu beantworten. Dazu gehört eine grundlegende Sensibilität für digitale Medien und deren Relevanz für die berufliche Bildung.

Denn der wirklich professionelle Einsatz digitaler Medien wird durch den Aufbau von Erfahrungen erreicht. Erst, wenn einzelne digitale Werkzeuge gut beherrscht werden, kann der professionelle Einsatz Schritt für Schritt erweitert werden. So baut man kontinuierlich den Einsatz digitaler Medien aus und entwickelt die Medienkompetenz des Ausbildungspersonals weiter. Digitalisierung und die Änderungen dadurch sind dabei stetig und haben keinen „Endpunkt", der erreicht werden kann.

AKTUELL

Foto: VRS

Neu an der VRS-Spitze

In der Geschäftsführung des Verkehrsverbundes Rhein-Sieg (VRS) gibt es Veränderungen. Da VRS-Geschäftsführer Dr. Wilhelm Schmidt-Freitag aus Altersgründen nicht mehr für eine weitere Amtszeit kandidiert, wird Diplom-Verwaltungsbetriebswirt Michael Vogel (Foto) mit Wirkung ab dem 1. Januar 2018 für fünf Jahre als Geschäftsführer die Geschicke der VRS GmbH leiten. Zur Seite steht dem 52-Jährigen dabei der zweite VRS-Geschäftsführer, Dr. Norbert Reinkober, dessen Ende 2017 auslaufender Vertrag für weitere fünf Jahre bis 31.12.2022 verlängert wurde.

Michael Vogel leitet zurzeit die Abteilung Tarif/Vertrieb beim VRS und fungiert als Prokurist. Er war vorher viele Jahre bei der Deutschen Bahn AG in Leitungsfunktionen der Bereiche Marketing und Vertrieb tätig und hat jahrzehntelange Erfahrung im Bereich Nahverkehr. Der 54-jährige Norbert Reinkober ist Verkehrsingenieur und seit November 2003 Geschäftsführer des VRS und verantwortlich für die Bereiche Mobilitätsmanagement, Informationstechnik und Verwaltung. Beide Personalentscheidungen wurden einstimmig getroffen. „Ich freue mich, dass wir nach intensivem Auswahlverfahren Michael Vogel als neuen Geschäftsführer bestellen und Dr. Norbert Reinkober für weitere fünf Jahre im Amt bestätigen konnten. Damit ist die VRS GmbH auch in den nächsten Jahren mit einer starken Führungsspitze ausgestattet, um den Nahverkehr im Rheinland auch in Zukunft positiv zu gestalten", so Bernd Kolvenbach, Vorsitzender der VRS-Verbandsversammlung und Vorsitzender der Auswahlkommission. *(aw)*

Wiederwahl von Olaf Ziegs

DIE FAMILIENUNTERNEHMER Nordrhein haben in Köln einen neuen Vorstand gewählt

Der Regionalkreis Nordrhein von DIE FAMILIENUNTERNEHMER hat am Abend des 30. November 2016 Olaf Ziegs zum zweiten Mal in Folge zum Regionalvorsitzenden gewählt. Nach zwei Jahren sehr erfolgreicher Leitung unter Herrn Ziegs waren sich die Mitglieder einig, dass es genauso weitergehen soll. Im Jahr 2014 wechselte Ziegs von seiner Position als Vorsitzender des Schwesterverbandes DIE JUNGEN UNTERNEHMER im Regionalkreis in die Führungsetage von DIE FAMILIENUNTERNEHMER.

In einer engagierten Rede hatte Olaf Ziegs den Mitgliedern die Ziele seines Vorstandsteams für die kommenden zwei Jahre vorgestellt: Der Verband soll in der Öffentlichkeit besser wahrgenommen werden, der Regionalkreis weitere Mitglieder gewinnen und die Pressearbeit ausgeweitet werden, der Kontakt zur Politik soll ausgebaut werden und die Zusammenarbeit von DIE FAMILIENUNTERNEHMER und DIE JUNGEN UNTERNEHMER soll weiter generationenübergreifend so gut funktionieren wie zuletzt. Zudem sei es natürlich erstrebenswert, die sehr hohe Qualität der Veranstaltungen beizubehalten. Der alte und neue Vorsitzende zur einstimmigen Wiederwahl: „Ich danke allen Mitgliedern für ihr Vertrauen sowie dem gesamten Vorstand für seine Arbeit in den vergangenen zwei Jahren. Unser Regionalkreis ist sehr gut aufgestellt und führend in unserem Verband. Darauf aufbauend haben wir hier in Nordrhein noch einiges vor. Ich freue mich auf die Zusammenarbeit mit meinen alten und neuen Vorstandskollegen sowie den Mitgliedern und fordere schon jetzt alle auf, uns durch ihre Ideen und Tatkraft zu unterstützen."

Neben Marketingfachmann Olaf Ziegs (ZIEGS PLUS MÜLLER DIE MARKETING AGENTUR) besteht der neue Vorstand von DIE FAMILIENUNTERNEHMER Nordrhein aus Barbara Pommer (stellv. Vorsitzende, Geschäftsführerin Eduard Pommer GmbH & Co. KG, Kerpen), Carsten Schweneker (Vorstandsvorsitzender EBERO AG, Pulheim), Frank Oelschläger (Geschäftsführender Gesellschafter GILOG GmbH, Frechen), Sebastian von Waldow (Eisenwerke Brühl GmbH, Brühl), Kai Arnold (Zacharias & Demmer Part mbB, Köln), Christian Breuer (Geschäftsführer BREUER Spedition Köln GmbH) und Heinrich-Philipp Becker (Geschäftsführender Gesellschafter Privatbrauerei Gaffel Becker & Co., Köln). Die Wahlen wurden im Rahmen der Jahreshauptversammlung in der Hauptstelle der Deutschen Bank in Köln abgehalten. *(me)*

Wo Arbeit & Wohnen gemeinsam Platz nehmen

Interview mit Designer Wolfgang C. R. Mezger über das Zusammenwachsen der Welten

Foto: Walter Knoll, Seito, Design: Wolfgang C.R. Mezger

Foto: Davis, Polar, Design: Wolfgang C.R. Mezger

Foto: Andreas Körner

Stühle sagen viel über unsere Anatomie, unsere Arbeit und unsere Lebensweise aus. Designer Wolfgang C. R. Mezger entwirft schon seit rund 33 Jahren Stühle für alle Lebenslagen, am erfolgreichsten für die Arbeitswelt. Walter Knoll, Brunner, Schönbuch zeigen seit Jahren seine Möbel auf imm cologne und orgatec. Doch seiner Meinung nach werden die Unterschiede zwischen den Einsatzbereichen der Sitzmöbel künftig immer kleiner werden – zum Glück, wie er findet.

DIE WIRTSCHAFT: Sie gelten als echte Kapazität auf dem Gebiet des Office Designs, arbeiten mit Ihrem Team auch in anderen Wohnbereichen. In welcher Welt bewegen Sie sich lieber?

Wolfgang C. R. Mezger: Am liebsten würde ich für beide Welten gleichberechtigt arbeiten – wenn die Möbel fürs Wohnen teilweise nicht so sehr der Mode unterworfen wären. Und wenn es eine größere Bereitschaft geben würde, diese Welten nicht militant zu trennen. Ein gut gestalteter Stuhl mit visueller Langlebigkeit kann sowohl im Objekt- als auch im Wohnbereich eingesetzt werden. Wenn Sie etwa den „Siebener" von Fritz Hansen, die Eames-Stühle für Herman Miller bzw. Vitra oder die Freischwinger von Marcel Breuer und Mart Stam für Thonet nehmen – um nur einige aus einer Vielzahl zu nennen. Für mich ist der Idealzustand, wenn Produkte als geniales Produkt wahrgenommen werden und sowohl hier wie dort eingesetzt werden können.

DIE WIRTSCHAFT: Welche Unterschiede muss man als Designer beachten, wenn man einen Stuhl für das Heim oder das Büro gestaltet?

Wolfgang C. R. Mezger: Eigentlich sollte es nach meinen Wünschen keine Unterschiede geben. Dennoch sind Stühle für den Objektbereich oder das Büro härteren Bedingungen ausgesetzt und müssen teilweise auch anderen gesetzlichen Bestimmungen wie Sicherheitsvorschriften und Normen entsprechen.

> „Das Produkt soll für sich überzeugen und in seine Umgebung passen"

DIE WIRTSCHAFT: Und das hat nicht nur funktionale Auswirkungen, richtig?

Wolfgang C. R. Mezger: Man muss nicht gerade vandalensicher entwerfen. Aber Reinigungspersonal und ständig wechselnde Benutzer etc. strapazieren die Stabilität, die Materialien und die Bezüge wesentlich mehr, als es im Wohnbereich der Fall ist. Im Wohnbereich hegt und pflegt in der Regel der Besitzer, gleichzeitig Benutzer, sein Stück. Daher kann man es sich leisten, hier auch sensibleres Material einzusetzen.

DIE WIRTSCHAFT: Ist der Trend zu mehr Wohnlichkeit im Office ein langfristiger Trend oder bleibt es doch nur ein kurzer Ausflug in die Parallelwelt?

Wolfgang C. R. Mezger: Die Welten wachsen zusammen. Jede lernt von jeder. Gott sei Dank wird jetzt mehr das Produkt an sich betrachtet. Der Gedanke, dass ein Produkt im Wohnbereich „wohnlich" wirken muss und das Produkt im Office- bzw. Objektbereich dementsprechend sachlich und funktionsbetont sein soll, verliert immer mehr an Bedeutung. Das Produkt soll für sich überzeugen und in seine Umgebung passen. Auch wird der Nutzer freier in seiner Entscheidung und kann selbst festlegen, für welchen Zweck er das Möbel einsetzen möchte. Ich bin der festen Überzeugung und es ist auch mein Wunsch, dass diese Entwicklung eine nachhaltige ist.

> „Das Verhältnis zum Stuhl ist meist hoch emotional"

DIE WIRTSCHAFT: Welche Trends sehen Sie für Ihr Design als relevant an?

Wolfgang C. R. Mezger: Im Objektbereich sind es sicher die sich verflachenden Hierarchien, wodurch wesentlich subtilere und mit mehr Feinheiten versehene Unterschiede gemacht werden. Und wie schon angesprochen ist es das teilweise Zusammenwachsen zwischen Wohn- und Objektwelt. Im Wohnbereich wird sich die Tendenz, einen Kontrapunkt gegenüber der technisierten Welt zu setzen, weiter fortsetzen. Zum Beispiel durch den Einsatz von „natürlichen" Materialien und das Hervorheben von Wellness im Wohnbereich. Weiterhin wird in beiden Welten die Individualisierung eine immer größere Rolle spielen. Damit werden wir mit unserem Gestaltungsansatz von universal einsetzbaren Konzepten bestimmt die Möglichkeit haben, interessante, innovative und langlebige Produkte zu entwickeln.

DIE WIRTSCHAFT: Warum sind Stühle für Designer eigentlich so wichtige Produkte?

Wolfgang C. R. Mezger: Der Stuhl ist im Gegensatz zu anderen Produkten Form und Funktion zugleich. Nicht wie ein Gerät, das eine innere Funktion mit einer äußeren Funktion bzw. Hülle verbindet. Die Form und die Materialien bestimmen die Ergonomie, den Komfort und die Bequemlichkeit. Die Form macht die Skulptur, Ästhetik und die Sinnlichkeit, die Anmutung und Poesie. Der Stuhl soll Vertrauen erwecken, man erlaubt ihm, uns zu berühren. Wir vertrauen ihm unseren Körper an. Das Verhältnis zum Stuhl ist meist hoch emotional. Und ja, er ist eindeutig die Königsdisziplin aller zu gestaltenden Produkte.

Matze Ehlers

FORT KNOX IM KÖLNER NORDEN

Das neue Rechenzentrum von NetCologne in Köln setzt in puncto Sicherheit auf Redundanz und neueste Firewall-Systeme

Foto: NetCologne/ Marius Becker

Lagerbestände, Rechnungen, Schriftverkehr und sensible Unterlagen werden heute fast ausschließlich digital erzeugt, versendet und gespeichert. Die Datenmengen wachsen rapide, und sie müssen irgendwo gelagert werden. So wie früher Papierakten in den Kellerräumen eines Unternehmens aufbewahrt wurden, brauchen heute die digitalen Datenmengen einen flexibel erweiterbaren und vor allem sicheren Speicherort.

Sicherheit made in Cologne

Der Schlüssel sind lokale Cloud-Lösungen. Im Kölner Norden hat der regionale Anbieter NetCologne deshalb ein effizientes Fort Knox errichtet. Diese Datenwolke bleibt im Kölner Norden, was deutsche Unternehmen freuen dürfte. Denn in hiesigen Rechenzentren unterliegen sie den strengen deutschen Datenschutzbestimmungen und sind damit vor unautorisiertem Zugriff geschützt. Diese Sicherheit hat man nicht unbedingt, wenn der virtuelle Datenspeicher im Niemandsland liegt.

Modernste Technik im Umspannwerk

Die Entscheidung, Daten in den eigenen vier Wänden intern oder bei einem renommierten Dienstleister extern zu lagern, fällt immer häufiger zugunsten professioneller Anbieter aus. Der Wunsch nach Ausfallsicherheit ist dabei ein wichtiger Treiber. Hier sind Nutzer des hochmodernen Rechenzentrums von NetCologne auf der sicheren Seite. Zwei unabhängig voneinander arbeitende USV-Stromanlagen sowie Diesel-Aggregate für Notstromversorgung sind Garanten gegen Stromausfall.

Fort Knox für Firmendaten

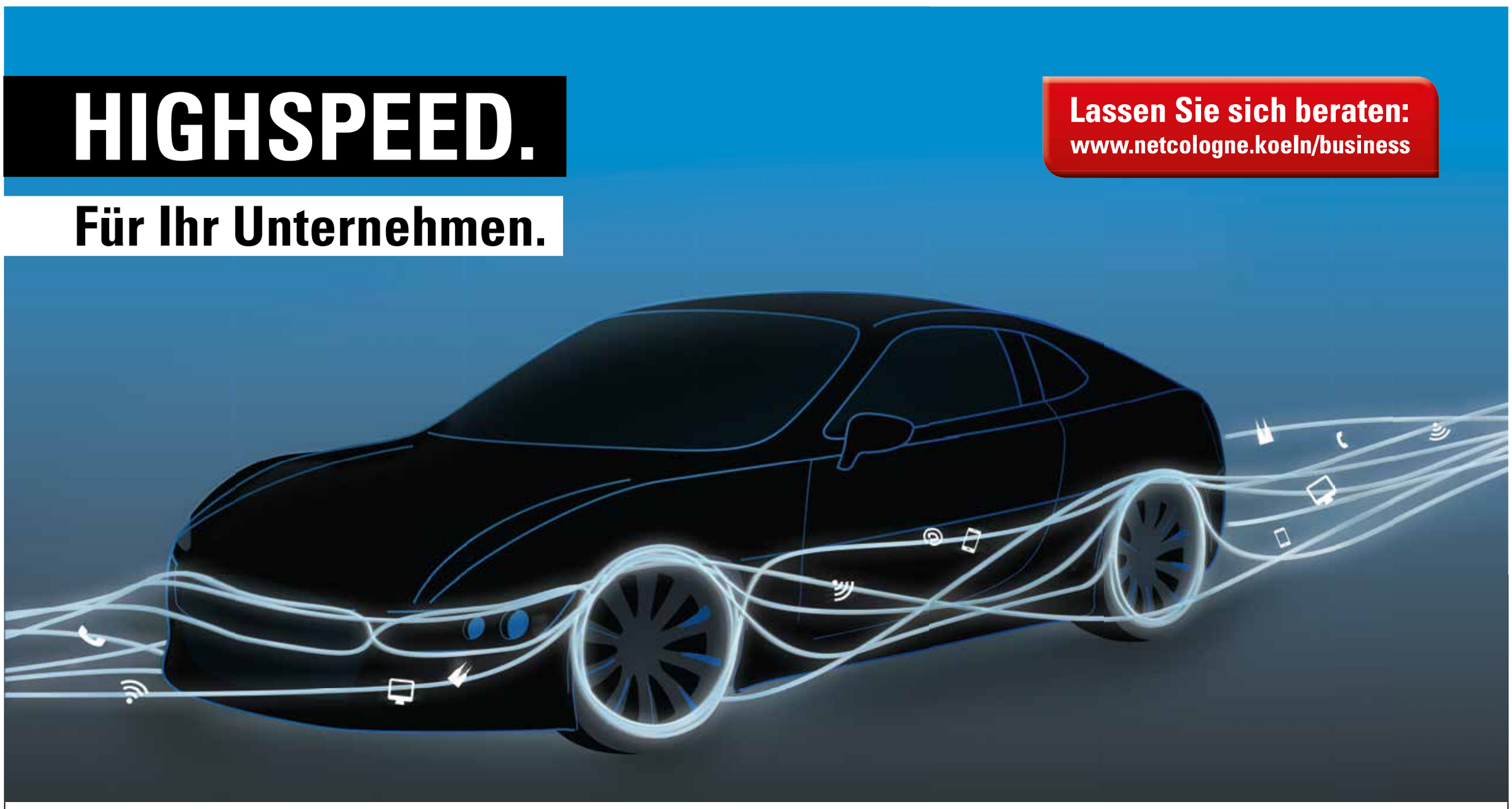
Sicherheit beginnt bereits vor dem Gebäude mit einem über zwei Meter hohen Steingabionen-Zaun, der die neue Hightechzentrale von der Außenwelt abschirmt. Um maximale Ausfallsicherheit zu gewährleisten, ist das Rechenzentrum aus verschiedenen Richtungen redundant mit Glasfasersträngen angebunden. Die Daten werden über unterschiedliche Knotenpunkte geleitet und können dadurch beispielsweise bei Glasfaserschäden alternativ geroutet werden.

Unternehmenscloud im Datacenter

Auch beim digitalen Rundumschutz macht NetCologne keine Kompromisse. Neueste Firewall-Systeme, Anti-Spam- und Antivirus-Lösungen sowie 24/7-Überwachung über die hauseigene Netzwerkmanagement-Zentrale sorgen dafür, dass die Kundendaten geschützt bleiben. Die Palette der IT-Dienstleistungen reicht dabei vom klassischen Server-Hosting und Housing über spezielle Back-up-Lösungen zum Schutz sensibler Daten bis hin zur Wartung und Pflege ganzer ITK-Anlagen oder zum Auslagern des eigenen Rechenzentrums.
Jedes Unternehmen kann aus den Leistungsangeboten die passenden Lösungen wählen. NetCologne bietet die rheinische IT- und Cloud-Performance, die keine Wünsche offenlässt. Weitergehende Informationen zum neuen Datacenter in Köln sind unter www.NetCologne.de/rechenzentren erhältlich.

NETCOLOGNE HIGHTECH-DATACENTER

- Untergebracht in einem ehemaligen, komplett sanierten Umspannwerk
- Grundstücksfläche 2.000 Quadratmeter
- IT-Fläche 1.000 Quadratmeter
- Glasfaser-Hauseinführung mit 4 x 288 Fasern
- Übertragungsraten von 80 Gigabit pro Sekunde
- Platz für ca. 400 Serverschränke
- Zwei unabhängig voneinander arbeitende USV-Stromanlagen
- Diesel-Aggregate für Notstromversorgung
- PIN-gesicherte Zugangskarte, 24/7-Video-Überwachung
- Redundante Klimatisierung



Mit Höchstgeschwindigkeit auf der Überholspur.
Ganz gleich, welche Bandbreite Sie benötigen, wir haben die passende Lösung für Ihr Unternehmen – von 10 Mbit/s bis 10 Gbit/s.

NETCOLOGNE

WEIL UNS VIEL VERBINDET

SICHERHEIT ALS WIRTSCHAFTSFAKTOR

Ist der Schaden erst mal da, wird es richtig teuer – vom Imageverlust ganz zu schweigen. Die Kölner Polizei setzt sich aktiv für eine Win-win-Situation aller Beteiligten ein.

Foto: KoelnTourismus GmbH / Dieter Jacobi

Die Weihnachtsmärkte „würden selbstverständlich mit einer spürbaren Verstärkung an Sicherheitsbeamten versehen" sagt Jochem Gitt, Kriminaldirektor bei der Kölner Polizei

Pünktlich zum Start der zahlreichen Weihnachtsmärkte in und um Köln fragt sich so mancher natürlich, ob er sich dem ungetrübten Genuss von Glühwein und Reibekuchen hingeben darf und mit welchen Maßnahmen die Kölner Sicherheitshüter diese Großveranstaltungen zu begleiten gedenken. In Zeiten von Anschlägen wie in Paris und Nizza und auch im Einkaufszentrum von München im Juli dieses Jahres sind auch die Kölner weitaus sensibilisierter als noch zuvor. Wir haben die Verantwortlichen bei der Kölner Polizei gefragt, wie sie die Sicherheitslage einschätzen und gegebenenfalls parieren werden. Und natürlich dazu, wie sich das Thema Sicherheit in den letzten Jahren als echter Wirtschaftsfaktor entwickelt hat.

„Beim Thema Sicherheit dürfen wir nicht den Fehler machen, uns nur auf die ganz großen Anschläge zu konzentrieren. Die eigentliche Kriminalität findet immer noch ‚im Kleinen' statt", weiß Jochem Gitt, Kriminaldirektor bei der Kölner Polizei. Ganz oben auf der Liste stünden demnach Taschendiebstähle und gewaltsame Übergriffe, gefolgt von Einbrüchen in Geschäfte und Wohnräume. Aber zurück zu den Weihnachtsmärkten: Die würden selbstverständlich mit einer spürbaren Verstärkung an Sicherheitsbeamten versehen. Ob man das dann tatsächlich sehen könne, sei dahingestellt. Nicht alle Polizisten trügen Uniform.

Fakt ist, wer großen Schaden anrichten möchte, der sucht sich gut besuchte Orte. Lothar de Maizière hat schon vor einigen Jahren den Begriff der „weichen Ziele" geprägt. Gepaart mit dem christlichen Symbolakt des Weihnachtsfestes läge eine große Zielkraft auf den Weihnachtsmärkten. Theoretisch. Aber de facto sind es ja nicht ausschließlich religiöse Motivationen, die eine Gefahrenlage darstellen. Es hat sich bei den Anschlägen von München, Paris und Nizza herausgestellt, dass je nach Gesinnung vielfältig politische Beweggründe hinzukommen, von den oftmals ganz persönlichen Motiven ganz zu schweigen.

„Es gibt hier kein klares Täterprofil mehr. Heute sind es oft auch psychisch kranke Menschen, die Anschläge aus den unterschiedlichsten Hintergründen verüben", erläutert Frithjof Sempell, Polizeihauptkommissar in Köln. Aber grundsätzlich sei sowohl die Stadt Köln als auch die Polizei bereits mehr als erprobt in Sachen Großveranstaltungen. Und aus Erfahrung weiß er: „Vom Fußball über die zahlreichen Demonstrationen bis zu Großkonzerten in der Lanxess Arena ist es nun einmal Fakt, dass, je mehr Menschen auf einer Fläche zusammenkommen, das Potenzial für Kriminalität umso größer ist."

Die Menschen sensibilisieren, informieren und aufklären

Egal ob es eine fliegende Faust, der sexuelle Übergriff oder der Taschendiebstahl im Gedränge ist, das einhellige Ziel der Beamten ist: die Menschen sensibilisieren, informieren und aufklären. „Es gibt immer noch genügend Träumer, die mit offenen Taschen durch die Schildergasse laufen und sich wundern, wenn die Geldbörse fehlt", weiß auch Detlef Höll, Leiter eines Kriminalkommissariats bei der Direktion Kriminalität.

Dass dieses Phänomen bei Weitem nicht auf die Taschen beschränkt ist, vertieft der für die Kriminalprävention zuständige Jochem Gitt so: „Unfreiwillig ausgesprochene Einladungen zum Diebstahl finden wir überall. Ob es eine Gebäudefassade ist, die leicht überwunden werden kann, oder eine städtebauliche Maßnahme, die Plätze und Zuführungen zwischen Gebäuden so gestaltet, dass ein ‚kriminogener Raum' besteht oder eben nicht." Oftmals könne schon eine wesentlich hellere Beleuchtung oder der Rückschnitt von Büschen und Bäumen eine enorme Verbesserung der Sicherheitslage mit sich bringen.

Relativ neu als Adressaten für Sicherheitsfragen sind, vor allem nach dem Ereignis von München, die diversen Einkaufszentren in Köln. Nicht dass hier die Sicherheitsvorkehrungen nicht ordnungsgemäß eingehalten würden. Es ginge vor allem darum, die Geschäftsinhaber und auch ihre Mitarbeiter auf mögliche Gefährdungen hinzuweisen und gegebenenfalls auch zu schulen.

„Wir verfügen hier über ausführliche Empfehlungslisten, die von stabileren Schlössern und Fenstersicherungen bis hin zu kompletten Evakuierungsplänen reichen. Insbesondere die Unternehmer sollten sich vermehrt darauf einstellen, dass ihre Kunden ein gewisses Maß an Sicherheit durchaus zu schätzen wissen." Sicher shoppen sei eine echte Win-win-Situation für alle Beteiligten.

Auch die Wohnungswirtschaft kann enorm davon profitieren, wenn ein paar grundsätzliche Regeln eingehalten werden. Man stelle sich vor, wenn in einem Haus oder einem Geschäft mehrfach eingebrochen worden ist, werden sich künftig schwerlich neue Mieter finden. Gitt weiß aus Erfahrung: „Auch hier zahlt sich eine ordentliche Prävention in jeder Hinsicht aus. Wenn erst umfangreich nachgebessert werden muss, geht es richtig ins Geld."

Apropos Geld. Gitt legt großen Wert darauf, dass sämtliche Informationen seitens der Polizei völlig kostenfrei sind. Das betrifft übrigens auch die Cyberkriminalität! Der Präventionsexperte vergleicht jeden nicht richtig geschützten Server mit einer schlecht gesicherten Gebäudetür.

Früher war es ja eher so, dass es schon fast geschäftsschädigend war, wenn man sagte: „Die haben die Polizei im Haus." Heute könnte man diesen Umstand schon fast als Marketing-Tool benutzen. Sicherheit zahlt sich heute eben aus.

Es gibt in der Präventionsberatung eine Reihe zertifizierter Produkte und Maßnahmen, die ein Indiz dafür liefern, dass es sich um eine sicherheitssteigernde Maßnahme handelt. Grundsätzlich unterscheidet Gitt zwischen einer technischen und einer Verhaltensprävention. Bei der ersten kommen die sicheren Türschlösser zum Einsatz, bei der Letzteren lernen die Verkäufer im Geschäft, wie man sich im Falle von Aggression im Laden verhält. Es gibt sogar eine spezielle Farbberatung für Fassaden, die das Beschmieren von Graffiti verhindert.

Gitt: „Viele Geschäftsleute denken, mit der Abgabe der Gewerbesteuer sei automatisch ein Maximum an öffentlicher Sicherheit, gekauft'. Das stimmt bis zu dem Moment, wo natürlich auch jeder Bürger der Stadt – ob Geschäftsmann oder Kunde – zu einem großen Teil durch reine Achtsamkeit seine eigene Sicherheit enorm erhöhen kann." Wer sich über die Präventionsmöglichkeiten der Polizei informieren möchte, kann das kostenfrei tun bei:
Polizeipräsidium Köln, Kriminalkommissariat Kriminalprävention/Opferschutz (KK KP/O), Walter-Pauli-Ring 2-6, 51103 Köln, Tel.: 0221 229-8655

Edda Nebel

Foto: Edda Nebel

(v.l.n.r.): Frithjof Sempell, Polizeihauptkommissar, Detlef Höll, Leiter eines Kriminalkommissariats bei der Direktion Kriminalität und Jochem Gitt, Kriminaldirektor bei der Kölner Polizei.

IMPRESSUM

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

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

Redaktion:
Heribert Eiden *(he)*, Monika Eiden *(mei)*,
Matze Ehlers (me), Catrin Kindler *(ck)*,
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,
E-Mail: anzeigen@diewirtschaft-koeln.de

Objektleitung:
Alex Weis,
Telefon: 0221.4743924, Telefax 0221.4743925
E-Mail: a.weis@diewirtschaft-koeln.de

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

Gestaltung / Layout:
Amann Design, Rixdorfer Str. 9, 51063 Köln,
Telefon: 0221.3465088, Telefax: 0221.3465087
E-Mail: kontakt@amanndesign.de

Auflage:
17.000 Exemplare

IMAGE UND INVESTITIONEN

LANXESS arena gehört zu den Top Ten in der Welt

Foto: Alex Weis

Die Kölner LANXESS arena generiert einen Jahresumsatz von 45 Millionen Euro. Das „Henkelmännchen" auf der schäl Sick zieht bei rund 170 Veranstaltungen im Jahr zwischen 1,5 und 1,8 Millionen Besucher an. Die Zahlen sprechen für sich und Arena-Chef Stefan Löcher strahlt Zuversicht aus, dass die Spitze des Eisbergs noch nicht erreicht ist.

DIE WIRTSCHAFT: Herr Löcher, welche Wirtschaftskraft steckt in der LANXESS arena?

Stefan Löcher: Also mal vorneweg: Wir zahlen ganz ordentlich Gewerbesteuer (lacht). Aber kommen wir zu konkreten Zahlen. Wir haben 250 Beschäftigte, nicht mitgerechnet sind hier Zulieferer, Dienstleister etc. Mit denen zusammen schaffen wir sogar einige Tausend Arbeitsplätze für Köln. Darüber hinaus holen wir sicher mindestens 450.000 Hotelgäste und Übernachtungen in die Stadt. Dies ergaben Besucherumfragen aus dem vergangenen Jahr. Wir haben kein Gutachten in Auftrag gegeben, wollen also auch besser nicht mit Zahlen um uns werfen, aber wir sind der Meinung, dass wir hier 500 bis 600 Millionen Euro Umwegrendite jährlich nach Köln bewegen durch Faktoren wie Hotel, Gaststättengewerbe, Transport, Verkehr oder Tourismus. Wenn nur 30 Prozent von 1,8 Millionen Arenabesuchern im Jahr hier übernachten, kann man sich ja ausrechnen, was das in die Kölner Wirtschaftskassen spült.

DIE WIRTSCHAFT: Welche Strahlkraft geht von der Arena aus?

Stefan Löcher: Was das Einzugsgebiet betrifft, ist eine allgemeine Reisefreudigkeit zu beobachten. Früher kamen die Leute aus einem Radius von zwischen 100 und 150 Kilometern um Köln, heute hat sich die Entfernung auf locker 250 bis 350 Kilometer ausgeweitet, also das gesamte Land NRW. Bei internationalen Konzerten reisen unsere Gäste von noch weiter an. Phil Collins beispielsweise bespielt die Arena fünfmal in 2017, daneben gastiert er nur noch in Paris und London. Bei diesen fünf Konzerten werden wir knapp 100.000 Gäste beherbergen. Oder nehmen Sie die Eishockey-WM, die nächstes Jahr bereits zum dritten Mal in Köln stattfindet, eine Sensation an sich! Da kommen 400.000 bis 500.000 nationale und internationale Gäste hierhin. Die Erfahrungen der vergangenen Jahre zeigen, dass circa 30 Prozent der Gäste aus dem Ausland anreisen. Auch die müssen alle übernachten.

DIE WIRTSCHAFT: Warum ist die Arena so beliebt?

Stefan Löcher: Da spielen viele Faktoren zusammen: Erst mal wird die Arena an sich sehr gut angenommen. Die Stadt hat ihren Charme und viele Gäste verbinden mit einem Konzertbesuch auch gleich noch eine Tour durch die City. Außerdem bieten wir vielseitige Events an – von Sport über Konzerte, Theater, Musicals, Social-Media-Events bis hin zu TV-Aufzeichnungen, wie „Germanys next Topmodel", ist alles dabei. Unsere Partner schätzen, neben der hohen Sitzplatzkapazität, auch unsere Erfahrung. Durch unser Know-how haben wir uns über die Jahre hohes Vertrauen erarbeitet, allen voran beim Deutschen Eishockeybund. Aber auch mit dem Kölner Sportamt arbeiten wir seit vielen Jahren eng und erfolgreich zusammen.

DIE WIRTSCHAFT: Was zieht die Stars an?

Stefan Löcher: Auch hier sind mehrere Gründe entscheidend. Als Erstes musst du als Veranstalter viele Tickets verkaufen, das klappt zum Glück in Köln sehr gut. Hoch im Kurs steht auch, dass die Gäste in der Arena gut mitgehen, das mögen die Künstler. Außerdem wird die Multifunktionalität der Arena sehr geschätzt, wir unterscheiden hier die Theatervariante für 3000 bis 4000 Gäste, die kleine Arena für 5000 bis 8000 Besucher und die große Arena mit einer Kapazität bis zu 18.000 Plätzen. Das heißt, wir bieten eine hohe Flexibilität, je nachdem, wie der Ticketverkauf läuft.

DIE WIRTSCHAFT: Wie steht es um die Auslastung der Arena?

Stefan Löcher: Im Jahr haben wir bis zu 180 Veranstaltungen, manchmal drei an einem Tag und oft an sieben Tagen in der Woche. Rechnet man die circa 40 Aufbautage hinzu, bewegen wir uns mittlerweile nahe an der Vollauslastung.

DIE WIRTSCHAFT: Was kostet eine leere Arena an einem Tag?

Stefan Löcher: In erster Linie Nerven, denn Leerstand frisst richtig viel Geld. Hier eine Vergleichszahl zum Nachrechnen: Wir zahlen zehn Millionen Pacht im Jahr plus Mitarbeiterhonorare und, und, und ...

DIE WIRTSCHAFT: Wo rangiert die Arena im bundesweiten bzw. weltweiten Vergleich?

Stefan Löcher: In Deutschland gelten wir schon lange als bestbesuchte Arena. In Europa rangieren wir unter den Top 3 und weltweit unter den Top 10 der Arenen.

DIE WIRTSCHAFT: Wie bewerten Sie die Entwicklung, seit Sie Geschäftsführer der Arena sind, also seit dem Jahr 2000?

Stefan Löcher: Ich bin superzufrieden. Seit 2009 zählen wir zu den Top 10 weltweit in Sachen Auslastung. Seit 2009 haben wir auch endlich das Insolvenzfahrwasser verlassen. Die ersten zehn Jahre waren wir insolvenzgefährdet. Das war hart für uns alle.

DIE WIRTSCHAFT: Worüber freuen Sie sich – jetzt zu Jahresende – besonders?

Stefan Löcher: Darüber, dass wir nach unserem absoluten Rekordjahr 2015 in 2017 noch einen draufsetzen werden.

DIE WIRTSCHAFT: Woher wissen Sie das jetzt schon?

Stefan Löcher: Weil wir bis dato schon so einen unglaublich hohen Buchungsstand haben.

DIE WIRTSCHAFT: Was heißt das für das Unternehmen Arena?

Stefan Löcher: Wir gehen nach 17 Jahren mit guten Konzepten in die Investitionsphase, um die Arena noch weiter nach vorne zu bringen. Konkret investieren wir in neue Licht- und Soundkonzepte, denn wir stoßen bereits an unsere dachstatischen Grenzen. Das Konzertgeschehen hat sich verändert. Es wird immer mehr Ton- und LED-Technik ins Dach gehängt und darauf müssen wir reagieren.

DIE WIRTSCHAFT: Welche Probleme bringen die Veränderungen im Konzertalltag mit sich?

Stefan Löcher: Das Geschäft wird härter, da die Risiken immer größer werden. Die Künstler gehen zwar mehr auf Tour, was wir als großes Plus verbuchen, aber sie gucken dabei auch auf jeden Euro.

DIE WIRTSCHAFT: Was heißt das genau?

Stefan Löcher: Die Künstler lassen sich noch mehr garantieren in den Verträgen. Das ist für uns von Nachteil, denn wir können ja nicht sagen, wie viel Tickets verkauft werden. Werden weniger Tickets verkauft als ausgemacht, müssen wir das ausgleichen und draufzahlen.

DIE WIRTSCHAFT: Mal abgesehen vom wirtschaftlichen Aspekt – welche Rolle spielt die Arena noch für Köln?

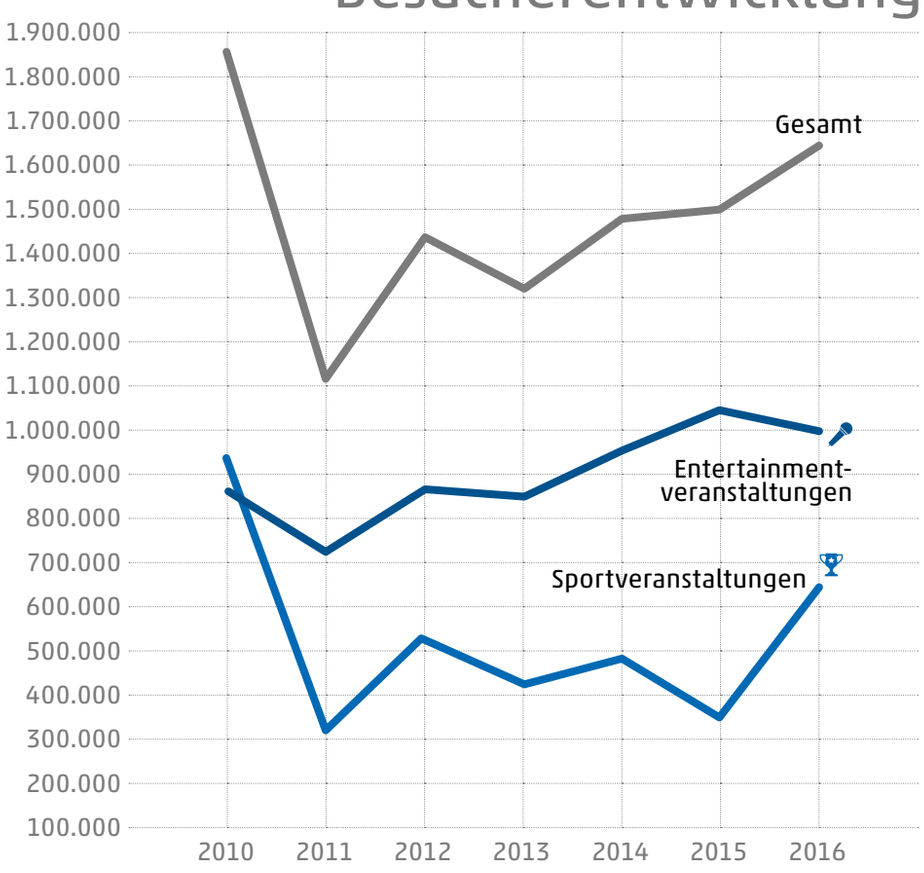
Stefan Löcher: Durch uns als Event-Leuchtturm kann sich die Stadt Köln über eine regelmäßige und ausgiebige, internationale Medienpräsenz freuen. Gerade für eine Stadt, die sich selbst als Sportstadt sieht, sind unsere hochkarätigen Sportevents wichtig, die stets den Blick von Millionen Sportfans auf diese Stadt richten. Wir sehen uns als Sportsponsor und förderer sowie als Imageträger unserer Stadt.

DIE WIRTSCHAFT: Wie kommt das zum Ausdruck?

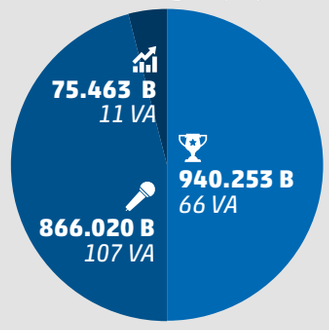
Stefan Löcher: Beispielsweise durch niedrigere Hallenmieten für die Profis der Kölner Haie oder der RheinStars-Basketballer, aber auch durch die Akquise von prestigeträchtigen Sport-Großveranstaltungen, wie dem VELUX EHC Final 4, den Eishockey-Weltmeisterschaften oder 2019 – hoffentlich erneut – der Handball-WM.

Astrid Waligura

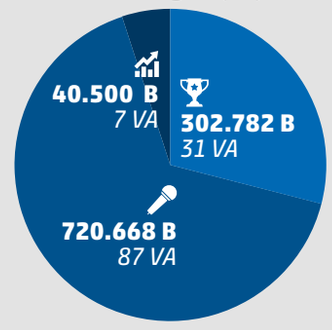
Besucherentwicklung



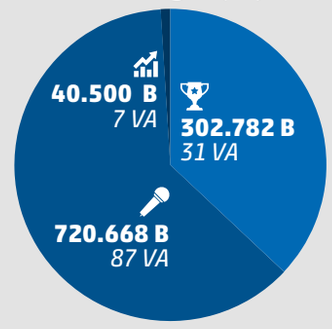
2010
1.881.736 Besucher *(B)* insg. bei **184 Veranstaltungen** *(VA)*



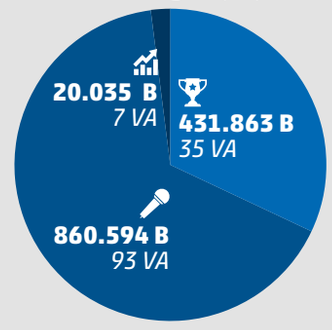
2011
1.118.691 Besucher *(B)* insg. bei **125 Veranstaltungen** *(VA)*



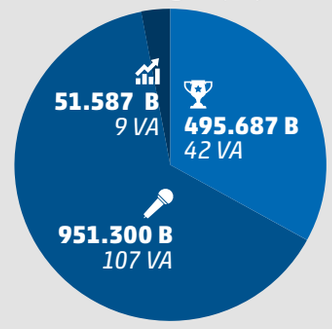
2012
1.440.115 Besucher *(B)* insg. bei **141 Veranstaltungen** *(VA)*



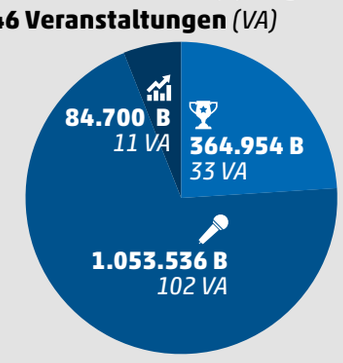
2013
1.312.492 Besucher *(B)* insg. bei **135 Veranstaltungen** *(VA)*



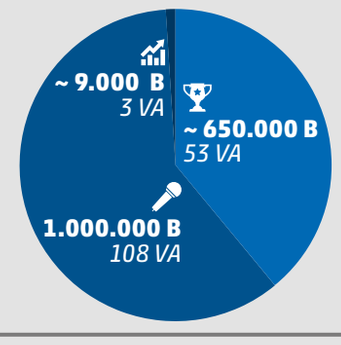
2014
1.498.574 Besucher *(B)* insg. bei **158 Veranstaltungen** *(VA)*



2015
1.503.190 Besucher *(B)* insg. bei **146 Veranstaltungen** *(VA)*



2016
~ 1.650.000 *(B)* insg. bei **164 Veranstaltungen** *(VA)*



- Sportveranstaltungen
- Entertainmentveranstaltungen
- Firmenveranstaltungen

ALTE BETRUGSMASCHEN IM NEUEN GEWAND

Social Engineering – wie die Schwächen Ihrer Mitarbeiter ausgenutzt werden

Illustration: Gangiskhan / Fotolia.com

Der Begriff „Social Engineering" impliziert aufgrund der Verwendung von „social", dass es sich hierbei um etwas Gutes handelt. Die Wirklichkeit sieht leider anders aus. Ein Social Engineer ist jemand, der mithilfe von Manipulation eines potenziellen Opfers versucht, diesem zu schaden.

Hierbei geht es in erster Instanz um Informationsgewinnung durch technische und soziale Hilfsmittel. Der Engineer nutzt geschickt die menschlichen Schwächen, wie Angst, Vertrauen, Geltungsdrang in sozialen Medien und den Respekt vor Autoritäten, sowie Stärken in Form von Hilfsbereitschaft aus, um an geheime Informationen zu gelangen. Oftmals geht es dabei um Unternehmen. Die Täter besorgen sich durch das Social Engineering Daten, Informationen, Passwörter oder einfach nur die Zeiten, an denen bestimmte Personen an- und abwesend sind. Diese Informationen nutzen sie, um beispielsweise einem Unternehmen zu schaden, Geld zu erbeuten oder einfach die Identität des Opfers anzunehmen.

Social Engineering ist keine Erfindung des digitalen Zeitalters. Es ist im Grunde eine sehr alte Betrugsmasche. Der Amerikaner Frank Abagnale ist einer der bekanntesten „Social Engineers". Sein Leben wurde in dem Film „Catch me if you can" mit Leonardo DiCaprio verfilmt. Abagnale hat in den 60er-Jahren ein Vermögen mit Scheckfälschung gemacht. Er gab sich als Pilot und Arzt aus und schaffte es mit diesem Image, sein kostspieliges Leben über mehrere Jahre zu finanzieren. Er löste seine gefälschten Schecks bei Banken ein, ließ sich von Fluglinien kostenlos befördern und bekam von den Banken Kredite. Dabei nutzte er geschickt die Wirkungen, die ein Pilot oder Arzt auf fremde Menschen hatte. Anders gesagt: Er verstand es, die Menschen um den Finger zu wickeln.
In der heutigen, digitalen Welt funktionieren Social-Engineering-Kampagnen häufig über E-Mails, aber die menschliche Komponente, nämlich das direkte Gespräch, dient immer noch der Informationsbeschaffung.

Wie können Sie durch Social Engineering angegriffen werden?

In unserer modernen Welt können wir immer und überall arbeiten. Einfach den Laptop mit ins Café, das Tablet in der Bahn auf dem Schoß oder im Park noch schnell eine Nachricht auf dem Smartphone. Auch das machen sich Kriminelle zunutze und spähen ihre Opfer aus. Sie gucken ihnen dabei sprichwörtlich über die Schulter. Daher wird diese Methode **Shoulder Surfing** genannt.
Aber auch innerhalb Ihres Unternehmens finden die Engineers eine Möglichkeit, an Daten zu gelangen. Kontrollieren Sie alle Personen, die das Unternehmen betreten? Oftmals verschaffen sich Kriminelle Zugang zu Unternehmen, indem sie sich als Mitarbeiter eines beauftragten Serviceunternehmens ausgeben.
Mithilfe von Computern hat der Social Engineer noch weitere Möglichkeiten, seine Opfer zu manipulieren. Die bekannteste ist das sogenannte **Phishing**. Das Wort kommt vom englischen „fishing" und wurde in der Hackersprache um das „ph" ergänzt. Beim Phishing werden mithilfe von E-Mails die Daten des Opfers ausgespäht. Hier geht es darum, Passwörter, Kontodaten, Kreditkartendaten und Ähnliches beim Nutzer abzurufen.

Illustration: Logo3in1 / Fotolia.com

Das Opfer erhält dazu eine Mail beispielsweise von einer Bank, Paypal oder einem beliebigen Onlinehändler, die die Aufforderung enthält, sein Passwort, Kundendaten etc. in einem Online-Formular einzugeben. Die Nachricht sieht auf den ersten Blick echt aus, ist aber nur nachgeahmt. Der Nutzer gelangt über den in der Mail stehenden Link auf eine ebenfalls echt aussehende Webseite des betreffenden Unternehmens, gibt hier seine Daten ein und gelangt dann tatsächlich auf den Log-in-Bereich der echten Seite. Der Engineer kann ihn natürlich umleiten und ihm vor Augen führen, dass er gerade seine Daten geklaut hat. Die meisten Kriminellen werden dies aber nicht tun, denn sie wollen nicht, dass der Nutzer merkt, dass er seine Daten weitergegeben hat, und diese dann sicherheitshalber ändert. Opfer können sowohl Privatpersonen als auch Mitarbeiter von Unternehmen sein. Die Opfer werden dabei zufällig ausgewählt.

Eine besondere Form des Phishings ist das **Spear Phishing**, hier werden die Mails gezielt an bestimmte Personen gesendet. Dieser Form geht eine gründliche Recherche über die Zielperson voraus. Oftmals werden dazu auch firmeninterne E-Mail-Adressen gespooft (nachgeahmt), sodass die Mitarbeiter denken, die Phishing-Mail käme beispielsweise von ihrem Chef, und sie ahnungslos öffnen.

Beim Spear Phishing wird seitens der Täter viel mehr Wert darauf gelegt, dass die Anrede persönlich ist und dass die Details, die innerhalb der E-Mail stehen, stimmig sind. Ein solcher Angriff ist meist die zweite Stufe. Mithilfe von Telefon-Spoofing und weiteren Methoden sammeln die Engineer vorab die benötigten Daten, um genug über den speziellen Mitarbeiter herauszufinden.
Den Tätern wird dies heutzutage sehr viel einfacher gemacht, da sich viele Infos über die Zielpersonen auch in zahlreichen sozialen Netzwerken finden lassen.
Dies ist natürlich nur ein Teil der Tricks, die Social Engineers anwenden, um an Ihre Daten zu kommen.

Wie können sich Nutzer schützen?

Zuerst einmal sollte niemand in Panik geraten. Nicht jeder wird ein potenzielles Opfer eines zielgerichteten Angriffs. Wahrscheinlicher ist ein Streuangriff. Dennoch sollte man sich der Gefahren bewusst sein, sowohl als Mitarbeiter als auch als Chef. Wir empfehlen für beide Gruppen grundsätzlich regelmäßige Schulungen. Lernen Sie zu erkennen, worauf Sie achten müssen.

Ein paar Tipps für Sie:

- **Denken Sie immer daran, dass seriöse Institutionen und Unternehmen Sie niemals per E-Mail oder Telefon darum bitten werden, Ihre Kontaktdaten irgendwo einzugeben. Wenn Sie sich unsicher sind, rufen Sie die entsprechende Firma an (entnehmen Sie die Kontaktdaten allerdings nicht der fraglichen E-Mail).**
- **Rufen Sie Ihren Chef an, bevor Sie handeln, wenn er Ihnen anscheinend eine E-Mail schickt, die er normalerweise nicht schreiben würde.**
- **Schmeißen Sie Rechnungen, Lohnlisten etc. nicht einfach weg, sondern vernichten Sie diese datenschutzkonform.**
- **Lassen Sie Festplatten professionell löschen und zerstören, wenn diese nicht mehr gebraucht werden oder defekt sind.**
- **Achten Sie darauf, wer Ihr Unternehmen betritt, denn auch auf diese Weise können die Social Engineers Sie ausspähen und zum Beispiel USB-Sticks mit Überwachungssoftware oder Trojanern unauffällig an einem Rechner anbringen.**
- **Vermeiden Sie es, digital sorglos zu sein. Nutzen Sie beispielsweise keine USB-Sticks oder andere Speichermedien, die Sie irgendwo finden. Hacker legen gezielt auf Parkplätzen von Unternehmen USB-Sticks ab und leider werden viele davon immer noch einfach von den Mitarbeitern genutzt.**
- **Überdenken Sie, was Sie in Ihren Social-Media-Profilen posten. Auch hier können sich die Engineers mit Informationen eindecken. Auf Firmenseiten sollten Ihre Urlaubspläne beispielsweise nicht zu finden sein.**

Fazit

Social Engineering wird uns in den kommenden Jahren noch weiter beschäftigen. Durch die vielen Social-Media-Kanäle, in denen wir Privates und zum Teil auch Geschäftliches teilen, durch die ständige Nutzung von Smartphones, Tablets und durch die immer noch große Sorglosigkeit im Umgang mit unseren Passwörtern und unserem digitalen Leben bieten wir potenziellen Angreifern immer mehr Möglichkeiten.
Ein Ziel von Geschäftsführern sollte es sein, dieses Risiko zu senken. Sie schaffen dies mit Technik und wiederkehrender Aufklärung Ihrer Mitarbeiter. Für die technische Seite sollten Sie Ihr Netzwerk und Ihre Server durch optimale Sicherheitssoft- und -hardware schützen. Lassen Sie sich hierzu von einem IT-Dienstleister beraten.
Ihre Mitarbeiter sollten Sie zudem regelmäßig schulen und auf mögliche Gefahren aufmerksam machen. Zu dem Thema Awareness gibt es auch für Ihr Unternehmen professionelle Kampagnen und Seminare. Bedenken Sie immer, dass ein gut geschulter Mitarbeiter für Ihr Unternehmen die beste Firewall ist.

Foto: CYBERDYNE IT GmbH

Gastautor: Ralph Friederichs, Gründer und Geschäftsführer der CYBERDYNE IT GmbH aus Köln.
www.cyberdyne.de

Arbeitgeber müssen zu Arbeitnehmern werden

Was einen attraktiven Arbeitgeber ausmacht

Trotz der grundlegend im Wandel begriffenen Rahmenbedingungen auf dem Arbeitsmarkt bestimmen bis heute veraltete Überzeugungen das Denken und Handeln der Arbeitgeber. So ist zum Beispiel die sprachliche Besonderheit, dass diejenigen, die ihre Arbeitskraft „geben“, Arbeitnehmer genannt werden, anders kaum zu erklären. Es wird suggeriert, dass es um Arbeitsplätze geht, die der Arbeitnehmer vom Arbeitgeber erhält. Ist es aber nicht inzwischen vielmehr so, dass viele Arbeitgeber ihre qualifizierten Arbeitsplätze wie sauer Bier anbieten und auf immer weniger Resonanz treffen?

Identität und Individualität als Qualitätskriterien

Vor diesem Hintergrund empfiehlt sich ein Blick auf die einschlägigen Forschungen zur Entwicklung des Arbeitsmarktes, die folgende Szenarien nahelegen:

1. Arbeitsplätze mit geringem Qualifikationserfordernis zielen auf den Tausch von Zeit gegen Geld ab. Sowohl die Arbeitsplätze wie auch die Arbeitnehmer sind nahezu beliebig austauschbar. Solche Arbeitsplätze wird es auch in Zukunft in ausreichender Zahl geben.
2. Bei Arbeitsplätzen mit hohem Qualifikationserfordernis steht aus Sicht des Arbeitnehmers weniger das beschriebene Tauschgeschäft im Vordergrund, sondern vielmehr der identitätsstiftende Charakter und die Möglichkeit der individuellen Ausgestaltung von Arbeit. Diese Premium-Arbeitsplätze sind nur schwer austauschbar. Auch sie wird es in Zukunft in ausreichender Zahl geben.
3. Ganz anders hingegen sieht es im mittleren Segment aus, was nach Meinung vieler Experten in Zukunft fast vollständig entfallen und durch Automatisierung und Robotik ersetzt werden wird.

Somit bleiben personalstrategisch allein die Premium-Arbeitsplätze als Herausforderung bestehen. Die aber haben es in sich. Denn dies sind die Arbeitsplätze mit unmittelbarer Auswirkung auf die Themen, die essenziell für den nachhaltig erfolgreichen Fortbestand der Unternehmen sind. Grund genug also, sich damit zu befassen.

Personalvermittler als ersehnte Lösung?

Eine große Zahl der Unternehmen sucht, mit dem Ziel, ihre Premium-Arbeitsplätze mit geeigneten Kandidaten zu besetzen, händeringend nach guten Personalvermittlern. Die Hoffnung hierbei ist, sollte man diese finden, sich aller diesbezüglichen Sorgen entledigen zu können. Fragt man hingegen die Personalvermittler, berichten diese, dass es keinesfalls an arbeitgeberseitigen Suchaufträgen mangelt, an geeigneten Kandidaten aber sehr wohl.

Demnach lässt die Beauftragung eines Personalvermittlers eher eine Verlagerung als eine Lösung des Problems erwarten und wirft die Frage auf, ob es eigentlich im Kern noch darum geht, die richtigen Arbeitskräfte zu finden. Geht es inzwischen nicht vielmehr um das „gefunden werden“?

Die Unternehmen werden sich in den kommenden Jahren von Arbeitgebern hin zu – im Wortsinn – Arbeitnehmern entwickeln müssen. Sie werden am Arbeitsmarkt um die Aufmerksamkeit der geeigneten Kandidaten buhlen und die Chance, als attraktiver Partner wahrgenommen zu werden, deutlich steigern, ja, sie werden sich bei den Kandidaten bewerben müssen.

Was einen attraktiven Arbeitgeber ausmacht

Was es dabei zu beachten gilt, dürfte aus einem anderen Zusammenhang bekannt sein. So ist der Vertrieb qualitativ hochwertiger Produkte schon lange kein Verkauf von Massenware mehr. Der Bedarf des Kunden wird individuell auf dessen Person hin und auf die Situation, in der er sich gerade befindet, analysiert. Dann wird das Produkt darauf adaptiert und der Kunde erhält eine exakt passende Lösung für seine Anforderungen.

Nichts anderes wird beim Wettkampf um die geeignetsten Arbeitnehmer geschehen. Die in diesem Zusammenhang erfolgreichen Unternehmen zeigen dem Kandidaten schon heute ganz genau auf,

- warum er in diesem Unternehmen arbeiten sollte,
- welche Relevanz die Aufgabe für seine weitere Entwicklung hat,
- wie eine Tätigkeit in genau diesem Unternehmen die Relevanz noch steigern kann.

Die Steigerung des persönlichen Marktwertes des Mitarbeiters wird zum wichtigsten Ziel der Personalarbeit! Die Rolle des Unternehmens reduziert sich aus Sicht des Arbeitnehmers künftig auf einen passenden oder unpassenden Teil zur Persönlichkeitsentwicklung.

Gastautor: Ulrich Watermann
Gründer des Ulrich Watermann Instituts für Unternehmensführung,
uw@unternehmensführung.institute,
www.unternehmensführung.institute

Zwischendurch bemerkt

Seit Februar dieses Jahres haben wir die Medien-Landschaft der Region um ein aktives Medium bereichert

DIE WIRTSCHAFT deckt als regionale Wirtschaftszeitung das Erscheinungsgebiet des Wirtschaftsraumes der Industrie- und Handelskammer Köln ab. Die periodisch im zweimonatigen Rhythmus erscheinende Publikation bündelt relevante Wirtschaftsnachrichten für Unternehmer, Macher, Entscheider und Führungskräfte in der Metropole Köln und dem Kölner Umland.

Nachdem sich Ende letzten Jahres die IHK Köln dafür entschied, ihr Mitgliedermagazin neu zu konzipieren, ist für Anzeigenkunden eine wichtige Werbeplattform entfallen. Viele dieser Kunden, von denen ich mich als Mediaberater der IHK-Zeitschrift nach 18 Jahren Zusammenarbeit verabschiedete, bedauerten dies. Das ließ die Idee reifen, eine neue regionale Wirtschaftszeitung auf die Beine zu stellen.

Überregionale Wirtschaftsthemen werden mit dem regionalen Geschehen verknüpft. Der Leser kann sich tiefgehend informieren. Dafür stehen insbesondere die Fachthemen Finanzen, Steuern oder Recht, für die wir Profis aus der Praxis gewinnen konnten. Unternehmen, die sich diesen Zielgruppen werbend präsentieren möchten, steht damit wieder ein hochkarätiges redaktionelles Umfeld zur Verfügung.

Das Besondere an DIE WIRTSCHAFT ist ihr individuelles redaktionelles Konzept. Nutzen Sie unser noch recht junges Magazin als Wirtschaftsnachrichten-Quelle, die speziell auf die Interessen von Unternehmern der Metropole Köln aus Industrie, Handel und Handwerk zugeschnitten ist. Über Wissen und Informationen hinausgehend vermittelt sie deren Bedeutung und beleuchtet verschiedene Aspekte praxisnah und relevant für die ganz persönliche Meinungsbildung. In Form von Reportagen, Interviews, Hintergrundberichten und Porträts findet der Leser Themen, die der rheinischen Wirtschaft und dem Mittelstand in der Region Anlass zur Diskussion geben. Kommentare, Pro- und Kontra-Ansichten, Stimmen aus der Wirtschaft und Zitate sind dabei wichtige Stilmittel. Wirtschaft, Politik, Verbände, Institutionen, Bildungseinrichtungen und Netzwerke finden in dieser Wirtschaftszeitung ihr Medium.

Bisher im Zeitungsformat erschienen, kommen wir ab Februar 2017 im attraktiven A4-Magazinformat heraus. Das geschieht in erster Linie auf Wunsch unserer Leser und Anzeigenkunden. Ein Qualitätssprung auf dann 68 Seiten, auf denen Ihre Anzeige bestens aufgehoben ist.

Altbewährt nutzen wir den Weg der adressierten, postalischen Zustellung, direkt auf die Schreibtische von Firmenchefs und Führungskräften namhafter Unternehmen im Kammerbezirk. Zu den Empfängern gehören rund 17.500 Top-Entscheider in der Region in ausschließlich handelsregistereingetragenen Unternehmen (Köln, Rhein-Erft, Rhein-Berg, Oberberg, Leverkusen). Dies ist für unsere werbungtreibenden Kunden besonders interessant, bezogen auf effiziente Streuung und Return on Investment.

DIE WIRTSCHAFT kann aber auch digital. Auf unserem Portal www.diewirtschaft-koeln.de sind alle bisher erschienenen Ausgaben hinterlegt. Mit Erscheinen der Printausgabe schalten wir die neueste DIE WIRTSCHAFT zum Lesen frei. Selbstverständlich finden Sie uns in allen sozialen Netzwerken wie Facebook, Twitter und Instagram. Und auch digital haben wir interessante Werbemöglichkeiten wie Advertorials und Bannerwerbung, mit denen Sie regional präsent sind, zugleich aber international Flagge zeigen.

Eugen Weis, Herausgeber

SIND IHRE DATEN SICHER?

Neue Herausforderungen für den Mittelstand

Foto: deepagopi2011/Fotolia.com

Ab Mai 2018 gelten für alle europäischen Unternehmen neue Spielregeln im Umgang mit den Daten ihrer Kunden, Mitarbeiter etc. Auch wenn 2018 noch sehr fern scheint, empfiehlt sich eine zeitnahe Auseinandersetzung mit den neuen Anforderungen, da umfangreiche neue Prozesse im Unternehmen einzuführen sind. Dies ist nicht zuletzt deshalb empfehlenswert, weil künftig Verstöße gegen das Datenschutzrecht mit bis zu € 20 Millionen bzw. 4 % des weltweiten Jahresumsatzes eines Unternehmens bzw. sogar einer Konzerngruppe geahndet werden können.

Was bleibt: u. a. der Datenschutzbeauftragte …

Die Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) gilt künftig unmittelbar in allen Mitgliedsstaaten der Europäischen Union (EU). An einigen Stellen sieht die DSGVO ausdrücklich vor, dass der nationale Gesetzgeber eigenständige Regelungen treffen darf (z. B. bei der Bestellung des Datenschutzbeauftragten oder im Beschäftigtendatenschutz). Es wird erwartet, dass es hier bei dem geltenden Recht bleibt. Gleiches gilt z. B. für das Recht auf Löschung nicht mehr benötigter Daten oder das Recht zur Berichtigung falscher Daten.

Was kommt: Rechenschafts- und Nachweispflichten für den korrekten Umgang mit Daten

Eine wesentliche Änderung ergibt sich aus der neuen Rechenschaftspflicht: Ab 2018 ist nachzuweisen, dass die Grundprinzipien der DSGVO erfüllt werden. Misslingt der Nachweis, haftet das Unternehmen z. B. im Fall von Datenschutzverstößen.

Umfasst sind die Prinzipien der Transparenz, der Zweckbindung, der Datenminimierung, der Richtigkeit, Speicherbegrenzung sowie Integrität und Vertraulichkeit. Es ist nachzuweisen, dass Daten rechtmäßig verarbeitet werden. Zudem besteht künftig die Pflicht nachzuweisen, dass angemessene technischorganisatorische Maßnahmen zum Schutz der verarbeiteten Daten umgesetzt wurden. Diese sind zu auditieren. Bei Verfahren mit hohen Risiken (z. B. Videoüberwachungen) sind sogenannte Folgenabschätzungen durchzuführen, bei denen unter Umständen die Datenschutzaufsichtsbehörden einzubinden sind.

Was bedeutet das konkret?

Unternehmen müssen prüfen, welche Daten von wem sie überhaupt für welche Zwecke verarbeiten. Sofern dies nicht bekannt ist, empfiehlt sich eine kurze Bestandsaufnahme in den Abteilungen, in denen hauptsächlich mit Daten umgegangen wird (z. B. Personalabteilung, Vertrieb und IT). Diese Bestandsaufnahme kann direkt mit der Erstellung eines sogenannten Verfahrensverzeichnisses verbunden werden: Unternehmen mit mehr als 250 Mitarbeitern oder die sich mit kritischen Datenverarbeitungen (z. B. Umgang mit Patientendaten) beschäftigen, sind verpflichtet, für ihre verschiedenen IT-Systeme/Datenverarbeitungen ein Verzeichnis zu führen, dem Details zum Umgang mit den Daten zu entnehmen sind (z. B. welche Daten werden für welchen Zweck genutzt und an wen werden diese übermittelt). Auf Grundlage der Ergebnisse ist der eventuelle Handlungsbedarf festzustellen und aufgedeckte Lücken sind zu schließen.

Es empfiehlt sich zudem, zum Nachweis der Einhaltung der datenschutzrechtlichen Compliance die Anforderungen, die die DSGVO an den Umgang mit Daten stellt, in Richtlinien, wie z. B. IT-Security-Richtlinien oder Datenschutzhandbüchern, festzulegen. Es besteht zudem eine Verpflichtung zur Schulung der Mitarbeiter.

Damit aber nicht genug: Transparenz ist gefragt!

Erklärtes Ziel der DSGVO ist es, durch ein zeitgemäßes Datenschutzrecht die Rechte der Betroffenen, insbesondere deren Kontrolle über ihre eigenen Daten, zu stärken.

Unternehmen müssen daher künftig einfach verständlich bei der Erhebung der Daten über den Umgang mit ihren Daten informieren (z. B. mittels einer im Internet abrufbaren Datenschutzerklärung). Umfasst sind z. B. Informationen über die Rechtsgrundlage bzw. die berechtigten Interessen für den Umgang mit den Daten, Widerspruchsrechte oder Beschwerderechte gegenüber den Datenschutzaufsichtsbehörden. Die Informationspflicht gilt auch dann, wenn Daten nicht direkt bei Betroffenen erhoben werden (z. B. bei Kauf von Daten von Adresshändlern) oder wenn die ursprünglichen Zwecke im Umgang mit den Daten geändert werden (z. B. wenn nachträglich die Entscheidung fällt, die Daten für Werbezwecke zu nutzen).

Zudem ist innerhalb von bestimmten Fristen Auskunft über den Umgang mit Daten gegenüber dem Betroffenen zu erteilen. Neu ist auch das Recht, Daten, die ein Betroffener z. B. in einem Webshop im Rahmen einer Registrierung eingegeben hat, zu einem anderen Unternehmen in einem geeigneten Format mitzunehmen.

Auch wichtig: Meldung von Datenschutzverletzungen

Zurzeit besteht die Pflicht, in bestimmten Fällen (z. B. bei dem Verlust von Bankdaten) die Betroffenen bzw. die Datenschutzaufsichtsbehörde zu informieren. Die DSGVO sieht nun eine allgemeine Meldepflicht vor, die – unabhängig von der Art der Daten – dann gilt, wenn Risiken für den Betroffenen entstehen könnten. Dies kann bereits bei Verlust eines unverschlüsselten Laptops gelten. Zudem sind Meldefristen festgelegt (unverzüglich und möglichst innerhalb von 72 Stunden), deren Nichteinhaltung zu begründen ist bzw. zu Sanktionen führen kann.

Wann ist der Umgang mit Daten erlaubt?

Die DSGVO regelt in nur wenigen Abschnitten, wann Daten verarbeitet werden dürfen. Zulässig ist dies z. B. für die Erfüllung von Verträgen oder mit Einwilligung des Betroffenen. Es gelten Sondervorschriften für die Verarbeitung von besonderen personenbezogenen Daten (z. B. Gesundheitsdaten), für Daten Minderjähriger oder für Daten betreffend Straftaten. Betriebsvereinbarungen gelten weiter als Rechtsgrundlage für den Umgang mit Daten.

Der Austausch von Daten z. B. in Konzerngruppen oder mit anderen Dritten, wie Cloud-Providern, bedarf – wie heute – einer Rechtsgrundlage bzw. kann durch sogenannte Auftragsverarbeitungsverträge legitimiert werden. Sitzt der Empfänger außerhalb der EU in einem unsicheren Drittstaat, wie den USA, bedarf dies weiterhin ausreichender Garantien, um den Austausch zu rechtfertigen (z. B. durch den Abschluss der sogenannten Standardvertragsklauseln mit dem Empfänger). Die Datenschutzaufsichtsbehörden haben aktuell (November 2016) eine Fragebogenaktion bei 500 willkürlich ausgewählten Unternehmen gestartet, mittels derer sie prüfen, ob die befragten Unternehmen tatsächlich ausreichende Garantien für den Transfer der Daten geschaffen haben.

Fazit

Jedes Unternehmen muss künftig weit mehr dokumentieren, melden und informieren als bisher. Dazu muss das Unternehmen wissen, was es mit Daten macht, an wen es Daten weitergibt und wie es diese schützt. Spätestens 2017 sollte daher mit einer ersten Bestandsaufnahme begonnen werden. Dies bindet Manpower, die bereits jetzt als Aufwand für 2017 einkalkuliert werden sollte. Gleiches gilt auch für die Umsetzung des identifizierten Handlungsbedarfs. Abwarten ist nicht zu empfehlen; die Datenschutzaufsichtsbehörden werden sicher bereits 2018 mit den ersten Kontrollen beginnen. Missstände können – neben den hohen Geldbußen – auch zu einem Verlust der Reputation führen: Das Thema Datenschutz ist so präsent in den Medien wie noch nie, da insbesondere Datenpannen in der Öffentlichkeit auf große Resonanz stoßen. Das Fazit kann daher nur lauten: Packen Sie es an!

Gastautorin: Silvia C. Bauer, silvia.c.bauer@luther-lawfirm.com

Foto: Luther Rechtsanwaltsgesellschaft mbH

Silvia C. Bauer, Rechtsanwältin und Partnerin der Luther Rechtsanwaltsgesellschaft mbH, externe Datenschutzbeauftragte

Zu Weihnachten richtig feiern und schenken

Die obligatorische Weihnachtsfeier oder ein Geschenk für gute Kunden – was Unternehmer bei der Steuer beachten müssen

Foto: PhotoGP / Fotolia.com

Nun hat wieder die Zeit des Jahres begonnen, in der Nächstenliebe, Geschenke und gutes Essen eine wichtige Rolle spielen. Doch damit die Freude daran nicht getrübt wird, haben wir die wichtigsten steuerlichen Eckdaten und Richtlinien zu Weihnachtsfeiern und Weihnachtsgeschenken im Unternehmen zusammengefasst.

„Mer moss de Feste fiere, wie se falle!“, würde der Kölner sagen. Der Bundesfinanzhof hingegen hat beschlossen, dass lediglich zwei Betriebsveranstaltungen im Jahr mit einem Freibetrag von jeweils 110 Euro (inklusive Mehrwertsteuer) pro teilnehmendem Arbeitnehmer steuerfrei möglich sind. Wichtig ist, dass sich der Teilnehmerkreis überwiegend, das heißt zu mindestens 50 Prozent, aus Betriebsangehörigen zusammensetzt. Unter Betriebsveranstaltung fallen etwa Betriebsausflüge und Weihnachtsfeiern. In die Ermittlung der Gesamtkosten fließen Ausgaben für Speisen, Getränke, Tabakwaren, Trinkgelder und Übernachtung ein. Aufwendungen für Räume und Eventmanager müssen ebenfalls in die Kosten einkalkuliert werden.

Kosten für Begleitpersonen müssen voll den Arbeitnehmern zugerechnet werden, da der Freibetrag von 110 Euro nicht auf eventuelle Begleitpersonen anzuwenden ist. Wird der Freibetrag überschritten, ist nur der über 110 Euro liegende Betrag steuer- und beitragspflichtig. Die Lohnsteuer kann aber mit einem Pauschalsteuersatz von 25 Prozent festgesetzt werden. Unter anderem ist bei der Pauschalierung zu beachten, dass zusätzlich zur Lohnsteuer Solidaritätszuschlag und ggf. Kirchensteuer anfallen.

Steuerliche Hinweise für Geschenke an Arbeitnehmer und Geschäftsfreunde

Geschenke an Arbeitnehmer aus persönlichem Anlass wie Geburtstage, Hochzeit oder zur Geburt des Kindes bleiben bis zu einer Freigrenze von 60 Euro inklusive Umsatzsteuer lohnsteuerfrei. Wird der Freibetrag überschritten, wird der gesamte Betrag lohnsteuerpflichtig. Bei Geschenken ohne persönlichen Anlass sinkt die Grenze auf 44 Euro, Geldzuwendungen und Warengutscheine unterliegen keinen Freigrenzen.

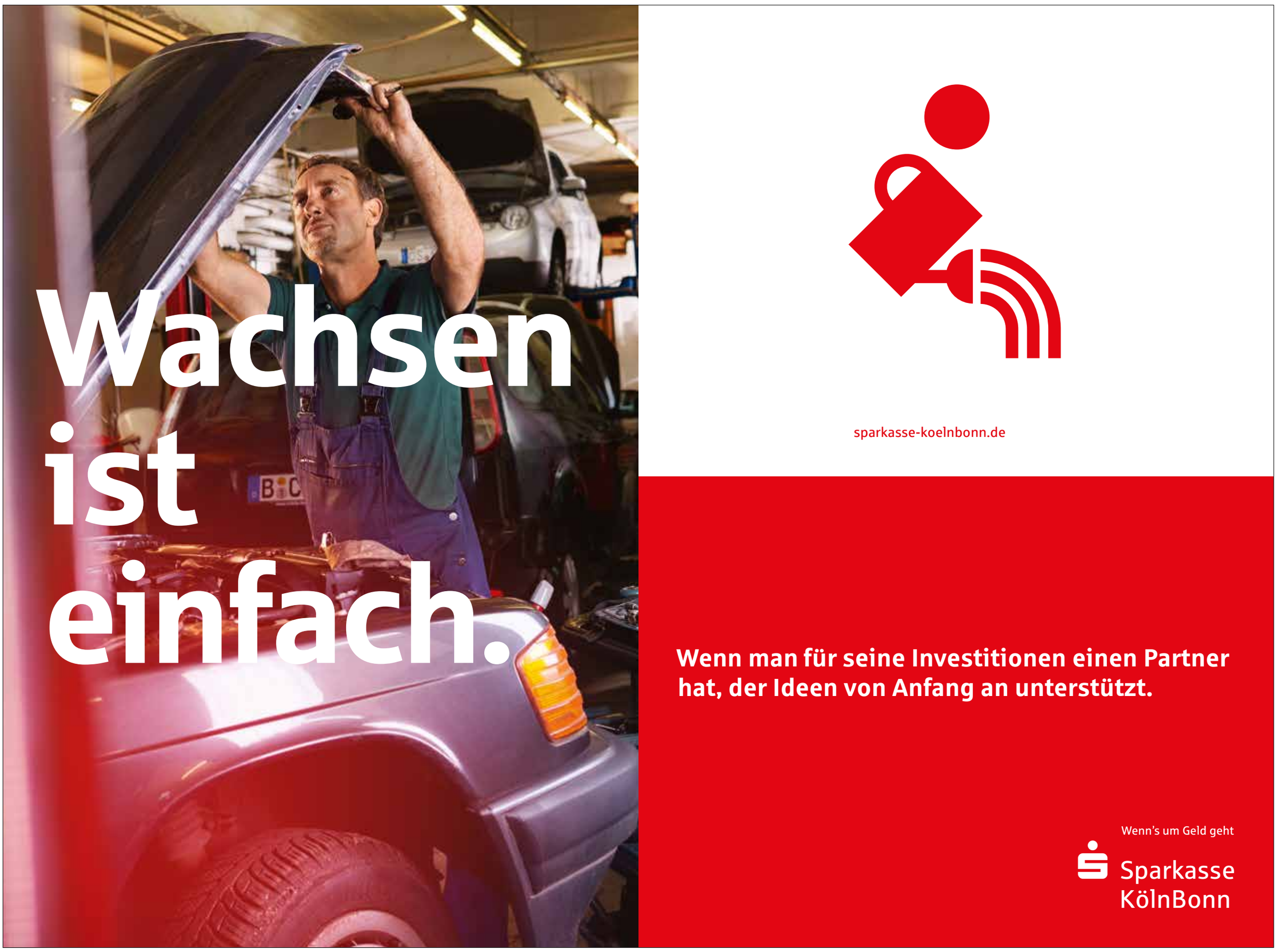
Um langjährige Geschäftsbeziehungen aufrechtzuerhalten, sind weiterhin Geschenke an Geschäftsfreunde und Kunden üblich. Diese können mit einem Wert bis zu 35 Euro pro Person und Jahr als Betriebsausgaben angesetzt werden. Sobald der Wert überschritten wird, liegt keine Betriebsausgabe mehr vor. Die damit verbundene Vorsteuer kann dann auch nicht abgezogen werden. Der Empfänger aller Geschenke und der persönliche Anlass sind zu vermerken, um den Abzug als Betriebsausgaben auch formal sicherzustellen.

Damit dem Beschenkten die Freude über das Präsent nicht durch das Finanzamt verdorben wird, kann der Schenker die Besteuerung der Sachgeschenke an Geschäftspartner, Kunden und Mitarbeiter pauschal mit 30 % zzgl. Solidaritätszuschlag und Kirchensteuer gemäß § 37b EStG übernehmen. Entscheidet sich der Unternehmer für die pauschale Besteuerung, muss er diese für alle Geschenke eines Wirtschaftsjahres vornehmen.

Die Pauschalsteuer ist als Betriebsausgabe abziehbar, wenn auch die Aufwendungen für das Geschenk selbst als Betriebsausgabe berücksichtigt werden können. Die Pauschalsteuer für Geschenke an Geschäftsfreunde über 35 Euro ist eine nicht abzugsfähige Betriebsausgabe.

Übernimmt der Schenker die Pauschalsteuer, braucht der Empfänger das Geschenk nicht mehr im Rahmen seiner Einkommensteuer anzugeben. Damit er dies weiß, empfiehlt es sich, dass der schenkende Unternehmer dem Beschenkten die Übernahme der Steuer mitteilt.

Gastautorin Sabine Klein
Dipl.-Kauffrau/Steuerberaterin
Dipl.-Kfm. Hans M. Klein + Partner mbB
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft / Steuerberatungsgesellschaft
s.klein@klein-partner.com



OLDTIMER ALS WERTANLAGE?

Meist stehende Autos mit laufenden Kosten

Foto: Kurth Classics

Norman Kurth und ein Mercedes 280 CE Coupé, beide Baujahr 1979

Einige Modelle steigen stark im Kurs und werden daher als „Garagengold" bezeichnet. Allerdings ist nicht jedes alte Auto automatisch eine Geldanlage. Um auf die richtigen Pferdestärken zu setzen, bedarf es schon einer gewissen Expertise.

Oldtimerexperte Norman Kurth kennt die Szene der Old- und Youngtimer seit vielen Jahren. Er ist Inhaber von Kurth Classics Cologne mit Sitz in Rodenkirchen, einer Fachwerkstatt, die alte Autos repariert und restauriert. Allerdings ist das Themenfeld sehr komplex. Die Frage, ob Oldtimer generell als eine Wertanlage zu betrachten sind, erfordert eine differenzierte Sicht der Dinge.
„Oldtimer stellen bei der aktuellen Niedrigzinspolitik eine Anlageform dar, die eine bessere Rendite verspricht als konservative Anlagemethoden", ist Kurth überzeugt. Viele Oldtimer sind in den letzten Jahren im zweistelligen Prozentbereich gestiegen. Einige sogar um mehr als 100 Prozent, etwa frühe Porsche 911, Mercedes W111 Cabriolets sowie einige BMW 507 oder auch der kleine 2002er. Daher kommt es auch zu der Bezeichnung „Garagengold".

> Wertsteigerung und laufende Kosten gegenrechnen

Das Besondere an der „Wertanlage" Oldtimer ist allerdings, dass in die Ertragsrechnung die laufenden Kosten mit einkalkuliert werden müssen. Dazu zählen Unterbringung, Reparaturen, Instandhaltungsmaßnahmen, Steuer und Versicherung und nicht zuletzt der Treibstoff. Diese Posten werden häufig übersehen oder unterschätzt. Ein Oldtimer liegt nicht im Banktresor, sondern muss zwingend regelmäßig bewegt werden. Daher kann ein Oldtimer nie auf den Wert reduziert werden; es handelt sich auch immer um ein emotional geprägtes Hobby.

Wie bei vielen anderen Wertobjekten sind Auktionsergebnisse ein guter Indikator dafür, wo die Reise hingeht, ob die Preise weiter anziehen oder fallen. Norman Kurth fasst seine Beobachtungen der jüngsten Auktionen zusammen. „Aktuell kühlt sich der Aufwärtstrend etwas ab. Fahrzeuge, die häufig am Markt anzutreffen sind, machen keine großen Sprünge mehr. Der Markt erwartet aktuell sogar wieder leicht fallende Kurse." Was nun nicht gerade für den Oldtimer als Wertanlage spricht. Aber Anreiz sein könnte, gerade jetzt einen Kauf ins Auge zu fassen.

Wer sich von wechselnden Kursen abkoppeln möchte, sollte auf die großen Marken setzen. Modelle der Marken Porsche und Ferrari sind eigentlich auch in schlechten Zeiten ein sicherer Hafen. Gleiches gilt für Modelle mit hoher Popularität wie den Mercedes 300 SL Flügeltürer. Diese stellen natürlich die Speerspitze im Oldtimersegment dar.

Auf der anderen Seite sind viele Fahrzeuge unterwegs, die ein H-Kennzeichen haben. Das H auf dem Nummernschild steht dabei für historisch. Es gewährt dem Besitzer Steuererleichterungen, zudem darf er mit einem solchen Schnauferl auch in die Umweltzonen der Innenstädte fahren. Die Preise der meisten Fahrzeuge, die sich auch Otto Normalverbraucher leisten kann, sind allerdings auch von Rezessionen betroffen. Viele dieser Fahrzeuge werden in schlechteren Zeiten wieder veräußert, was für ein Abrutschen der Marktpreise sorgt.

Das Alter eines Oldtimers sagt noch lange nichts über seinen Preis aus. Je älter, desto teurer? „Die Preise vieler Vorkriegsfahrzeuge stagnieren und fallen sogar teils. Dies wird vor allem dadurch beeinflusst, dass die Anzahl der Interessenten an solchen Fahrzeugen geringer ist als an Nachkriegsfahrzeugen, die im Vergleich einfacher zu bedienen sind", erläutert Kurth, der als Diplom-Ingenieur lange Jahre in der Fahrzeugentwicklung gearbeitet hat.
Eher schon hat die produzierte Stückzahl Einfluss auf den Kurs. Die Preise von seltenen Fahrzeugen fallen eigentlich immer höher aus als von Massenware. Gerade Fahrzeuge, die ursprünglich aufgrund ihrer Exklusivität oder zu Homologationszwecken im Motorsport gebaut wurden, sind auch heute noch teuer. Dies gilt auch innerhalb von Fahrzeugfamilien bzw. für Fahrzeugvarianten – Cabriolets werden in Deutschland immer deutlich höher gehandelt als Limousinen. Dies liegt zum einen an der geringeren Stückzahl, zum anderen aber natürlich an dem höheren Genusswert.

> Die Karosserievariante Cabriolet führt eine Modellreihe an

Ein ehemals in Massen produziertes Fahrzeug, welches heute extrem selten ist, muss nicht generell ein teures Fahrzeug sein. Viele japanische Fahrzeuge sind aus dem Straßenbild verschwunden. Die verbliebenen sind aber immer noch günstig zu bekommen.

Die Youngtimer heute, also mindestens 20 Jahre alte Fahrzeuge, sind die Oldtimer von morgen. Nur, welche der heute noch erschwinglichen jungen Alten morgen zur echten Wertanlage werden, ist schwer zu sagen. Norman Kurth verweist auf die verschiedenen Varianten eines Modells. „Bei den Preisen ist in Deutschland immer die offene Version führend. Es folgen Sonderkarosserieformen wie Coupé und Kombi. Die Limousine stellt meist das Schlusslicht dar."

Neben diesem Aspekt spielt es eine wichtige Rolle, inwieweit ein Fahrzeug bei seiner Premiere neue Maßstäbe gesetzt hat. Hat es eine motorsportliche Bedeutung (z. B. Audi Urquattro), war es ein technischer Meilenstein (z. B. Turboladertechnik) oder hatte das Fahrzeug eine besondere Bedeutung in der Autokultur (VW Golf GTI)? Die Motorvariante muss bei der Preiseinschätzung ebenso berücksichtigt werden. Gewisse Motoren genießen einen besonderen Status wie etwa der Mercedes 500 SL. Sondermodelle wie Leichtbauversionen von Porsche oder Final-Edition-Modelle von Mercedes sind eine gute Wahl bei der Geldanlage.

Jeder Oldtimer hat seine Schwächen. Aber jeder Oldtimer hat auch seine Fans, die in Clubs organisiert sind. Wer also mit dem Kauf eines Veteranen liebäugelt, bekommt auf den Fanseiten im Internet jede Unterstützung. Auch die Fachpresse liefert reichliche Informationen. Als Laie einen Oldtimer kaufen geht nur in den wenigsten Fällen gut. Vor der Entscheidung für ein bestimmtes Modell sollte man Gespräche mit Personen suchen, die sich mit dem speziellen Fahrzeug auskennen. Dies können Privatleute oder auch ein Fachbetrieb sein. In einem persönlichen Gespräch erfährt man, wie hoch der finanzielle Aufwand für Anschaffung und Unterhalt ist. „Hat man schon ein bestimmtes Fahrzeugangebot vorliegen, sollte man zu guter Letzt unbedingt eine sachkundige Person das Fahrzeug untersuchen lassen", rät Norman Kurth. Diese wird einen auch davon abhalten, das Fahrzeug in einer Kurzschlussreaktion zu erwerben. Das wäre fast schon Geldvernichtung.

Heribert Eiden

werbeartikel-service lück
Professionelle Werbeartikel-Beratung und -Individualisierung
Ob Tassen, Textilien, Regenschirme, USB-Sticks, Powerbanks, Schreibgeräte oder andere spezielle Werbeartikel, wir stehen bei der Planung und Umsetzung Ihrer Werbeartikelaktionen helfend und beratend zur Seite.
Ihr Werbeartikel-Service ...

werbeartikel-service lück
Antoniterhof 8, 50171 Kerpen

Jürgen Lück
Telefon: 02237 9798250
Mobil: 0176 84563117
Telefax: 02237 9798251

service@werbeartikel-lueck.de
www.werbeartikel-lueck.de

Fordern Sie jetzt unsere Kataloge an!

DEN LEBENS-STANDARD SICHERN

Altersvorsorge von Geschäftsführern

Foto: Spotmatikphoto / Fotolia.com

Am Ende ihres Arbeitslebens geben Geschäftsführer von Unternehmen jede Menge Verantwortung ab. Und stehen oft vor einer ganz neuen Herausforderung: Sie müssen bisweilen mit deutlich weniger Geld klarkommen als im Chefsessel. Doch es gibt gute Möglichkeiten, den gewohnten Lebensstandard auch im Alter zu sichern.

In 80 Tagen um die Welt. Ein One-Way-Ticket von Frankfurt nach Los Angeles zum Beispiel – und dann einfach mal schauen, wohin es einen treibt. Die Pazifikküste hinunter bis nach Feuerland oder hinüber nach Hawaii und von dort weiter nach Asien. Oder erst einmal eine ausgedehnte Trekking-Tour durch die Rocky Mountains?

Was in all den Jahren als Geschäftsführerin oder Geschäftsführer eines Unternehmens, ob angestellt oder als Eigentümer, aus Mangel an Zeit unmöglich erscheint, könnte doch im Ruhestand endlich eine Option sein.

Die Weltreise – ein Lebenstraum von vielen – ist natürlich nur ein Beispiel für die vielen Möglichkeiten, die sich bieten, wenn man erst einmal die Last der Verantwortung für die eigene oder anvertraute Firma samt ihren Beschäftigten hinter sich gelassen hat.

Nun geht längst nicht jeder Geschäftsführer pünktlich mit 65 in den Ruhestand. Doch dank der steigenden Lebenserwartung bietet die Zeit nach der Firma auch dann noch zahlreiche Optionen, wenn man erst mit 68 oder 71 dem Unternehmen wirklich den Rücken kehrt.

Die Freizeit nimmt zu – und das Geld ab

Nun haben sich viele Geschäftsführerinnen und Geschäftsführer einen hohen Lebensstandard erwirtschaftet, den sie schon in aktiven Zeiten schätzen gelernt haben und danach erst recht genießen wollen. Wünsche und Begehrlichkeiten unterscheiden sich vor und nach dem Eintritt in den Ruhestand gar nicht so sehr. Wohl aber Zeit und Geld. Allerdings mit gegenläufiger Tendenz. Die Zeit zur freien Verfügung nimmt rapide zu – und die zur Verfügung stehenden finanziellen Mittel können rapide abnehmen.

Dieses Phänomen mag herkömmliche Rentner betreffen – Stichwort: Rentenlücke –, aber doch nicht mich, mag mancher Unternehmer denken. Doch es betrifft auch sie. „Viele Unternehmer sind erfolgreich und wohlhabend – und staunen nicht schlecht, wenn ihnen vor oder bei Beginn des Ruhestandes klar wird, dass sich das mit einem Schlag ändern könnte“, weiß Carsten Wölki, Finanzökonom und Abteilungsleiter im Vermögensmanagement für Firmenkunden der Sparkasse KölnBonn.

Die Sparkasse veranstaltet regelmäßig Informationsabende für Unternehmer und angestellte Geschäftsführer zur persönlichen Ruhestandsplanung. „Wahrlich kein Selbstläufer“, berichtet Wölki, „das Thema gilt in diesen Kreisen als wenig spannend.“

Angst vor der „Lebensstandard-lücke“

Doch das sollte sie nicht sein. Zwar sind viele Geschäftsführer weit davon entfernt, eine Rentenlücke in existenzbedrohender Größe fürchten zu müssen. Aber sehr wohl eine „Lebensstandardlücke“, wie das Michael Hauer nennt. „Für viele Gut- und Topverdiener, darunter auch viele Gesellschafter-Geschäftsführer, ist ein hoher Lebensstandard selbstverständlich – doch den muss man sich im Alter erst einmal weiterhin leisten können“, betont Hauer, Professor für Finanzmärkte und Financial Planning an der Technischen Hochschule Amberg-Weiden sowie Dozent für den Fachbereich Altersvorsorge an der ebs European Business School in Oestrich-Winkel.

Hauer ist zudem Gründer, Gesellschafter und Geschäftsführer des Institutes für Vorsorge und Finanzplanung in Altenstadt in der Oberpfalz und tritt seit rund einem Jahrzehnt regelmäßig als Referent bei Fachveranstaltungen zum Thema Geschäftsführer-Altersvorsorge auf, zuletzt Mitte September bei der Sparkasse KölnBonn. Dabei ist ihm klar geworden: „Vielen, denen es in der Berufstätigkeitsphase finanziell gut oder sehr gut geht, haben ein erhebliches Problem damit, im Ruhestand nur noch 30 oder 40 Prozent des vorherigen Einkommens zu haben.“ Ihnen droht keine Altersarmut, aber ein eklatanter Einschnitt in die bisherigen Lebensverhältnisse.

„Erstaunlicherweise sind viele darauf nicht vorbereitet“, beobachtet der Wissenschaftler immer wieder, „und zwar weder mental noch finanziell.“

Das erstaunt den Wissenschaftler ebenso wie Vermögensmanager Carsten Wölki. „Wir hatten im September schon zum vierten Mal Firmenkunden zu dem Vortragsabend mit Professor Hauer eingeladen“, erzählt Wölki, „weil das Thema Altersvorsorge – also Vorsorge für die Sicherung des gewünschten Lebensstandards – immer noch zu wenig Beachtung findet.“

Bisweilen mangelt es an Problembewusstsein

Das Problembewusstsein fehlt bisweilen. Und zwar nicht nur deshalb, weil ein hohes Einkommen darüber hinwegtäuschen kann, wie hoch – oder auch: niedrig – die Einkünfte nach Ende der Berufstätigkeit ausfallen werden. Sondern auch, weil viele Geschäftsführer ihr Unternehmen als alleinige und garantierte Altersvorsorge betrachten.

Wer eine Mehrheits- oder 100-Prozent-Beteiligung an einem Unternehmen hat und dieses als Alterssicherung versteht, hat jedoch ein Problem: Wie geht es eigentlich dem Unternehmen nach dem Ausscheiden des jetzigen Geschäftsführers? Lässt sich die Firma dann ohne Weiteres verkaufen? Sinkt möglicherweise der Wert des Unternehmens, wenn der Inhaber es verlässt?

„Es gibt viele GmbHs, die maßgeblich durch den Geschäftsführer geprägt sind“, weiß Professor Hauer. „Vielleicht muss er beim Verkauf einen viel größeren Abschlag hinnehmen, als er eingeplant hat.“ Auch die Annahme, das Unternehmen werde unter Leitung des Nachfolgers oder der Nachfolgerin schon die gleichen Erträge generieren wie zuvor und den Altgeschäftsführer angemessen versorgen können, ist zumindest risikobehaftet.

Kurz und gut: Kein Geschäftsführer sollte es allein seinen Beschäftigten überlassen, zusätzlich vorzusorgen, sondern tunlichst auch selbst schon während seiner Tätigkeit seine Zukunftsvorsorge in den Blick nehmen.

Mit ganzheitlichem Blick

Mit regelmäßigen Informationsveranstaltungen und im persönlichen Gespräch nutzen Experten wie Carsten Wölki die Gelegenheit, Unternehmer genau darauf aufmerksam zu machen. „Unser Ansatz ist die Rundumberatung vermögender Kunden“, sagt der Vermögensmanager der Sparkasse KölnBonn, „und deshalb richten wir mit ihnen einen ganzheitlichen Blick auf ihre Situation.“ Das heißt: auf die Firma, auf den Geschäftsführer als Teil der Firma – und auf die Privatperson in ihrem familiären Umfeld.

„Zunächst ermitteln wir den finanziellen Hintergrund und die sich daraus ergebende Altersabsicherung“, erläutert Wölki. Da GmbH-Geschäftsführer häufig nicht Mitglied der gesetzlichen Rentenversicherung sind, kommen als Bausteine Vermögensgegenstände, etwa eine selbst genutzte Immobilie, Anwartschaften aus der gesetzlichen Rente aus einer vorhergehenden Angestelltentätigkeit, eventuell vorhandene private Zusatzversicherungen oder auch eine Pensionszusage in Betracht.

Das im Alter monatlich zur Verfügung stehende Kapital ist leicht berechnet. „Schwieriger ist es für viele Unternehmer dann, klar sagen zu können, wie viel Mittel sie im Alter tatsächlich haben wollen“, beobachtet Wölki. Wenn dann Klarheit herrscht und sich eine „Lebensstandardlücke“ ergibt, wird es Zeit, aktiv zu werden. „Je früher ein Geschäftsführer also zu uns kommt“, so Wölki, „umso besser.“

Der Altersdurchschnitt der Firmenkunden, die mit einem Altersvorsorge-Anliegen zu ihrem Finanzberater gehen, liegt bei Mitte 50. „Da ist noch Zeit, die Lücke zu reduzieren“, stellt Wölki klar.

Passable Rendite? Nur mit staatlicher Förderung oder Aktien!

Dabei ist ein erhöhtes Risiko in Form von Aktien aber nicht immer gewünscht. Die Sparkasse KölnBonn empfiehlt dann beispielsweise geförderte Altersvorsorgeprodukte speziell für Unternehmer, etwa eine betriebliche Altersversorgung oder eine Basis-Rentenversicherung (Rürup-Rente). Die Vorteile sind vor allem steuerlicher Art, und zwar in Form von

- Steuerstundungseffekten,
- einem niedrigeren nachgelagerten Steuersatz im Alter und
- der Möglichkeit der Entgeltumwandlung.

„Komischerweise sind solche Produkte oft die Vorsorge-Stiefkinder“, weiß Wölki. Zu Unrecht. „In der Vorsorge lassen sich vernünftige Renditen nur aufgrund staatlicher Förderung oder durch ein höheres Risiko, sprich: Aktien, erzielen, anders nicht.“

Auch Hauer findet eine Basis-Rentenversicherung als Baustein sinnvoll, vor allem deshalb, weil sie privat, jenseits der Firma, abgeschlossen werden kann. Ein weiteres Plus: Sie kann auch für die Ehepartnerin des Geschäftsführers oder den Ehepartner der Geschäftsführerin abgeschlossen werden.

„Traditionell gibt es in vielen Geschäftsführer-Ehen ein beträchtliches Einkommens- und Altersvorsorgegefälle“, unterstreicht Hauer. „Ich empfehle deshalb unbedingt, den Blick auf einen ‚internen Familienausgleich‘ zu richten.“ Beiträge bei Verheirateten sind bis zu 45.534 Euro steuerlich geltend zu machen.

Wer also rechtzeitig die eigene Zukunftsvorsorge in die Hand nimmt und dabei nicht nur aufs eigene Unternehmen setzt, kann seine „Lebensstandardlücke“ im Alter deutlich reduzieren oder gar einebnen. Und dann, falls er möchte, deutlich länger als 80 Tage um die Erde reisen.

Gastautor: Carsten Wölki, Sparkasse KölnBonn

Carsten Wölki, Sparkasse KölnBonn

„EIN SEHR GUTES JAHR“

Die scheidende Wirtschaftsdezernentin Ute Berg spricht im Interview über die Wirtschaftsentwicklung 2016

Foto: Alena Staffhorst

Ute Berg hat allen Grund zum Lächeln: Die Wirtschaftsdezernentin der Stadt blickt auf ein erfolgreiches Wirtschaftsjahr zurück.

Köln zählt zu den wichtigsten Wirtschaftsstandorten Deutschlands. Doch wie gut läuft es wirklich in Zeiten, in denen Menschen durch Terror, Brexit oder den neuen US-Präsidenten verunsichert sind? Im Interview blickt Kölns scheidende Wirtschaftsdezernentin Ute Berg auf das ablaufende Jahr zurück – und hat fast nur Positives zu berichten.

DIE WIRTSCHAFT: Frau Berg, war 2016 ein gutes Jahr für die Kölner Wirtschaft?

Ute Berg: Ja, das kann man sagen. Es war sogar ein sehr gutes Jahr.

DIE WIRTSCHAFT: An welchen Faktoren machen Sie das fest?

Ute Berg: Ein guter Indikator sind Gewerbesteuereinnahmen. Bisher haben wir 300 Millionen Euro mehr als im Vorjahreszeitraum eingenommen. Wir kommen so auf eine Summe von 1,28 Milliarden Euro bis Ende Oktober 2016. Kölns Wirtschaft entwickelt sich sehr dynamisch. Wir profitieren besonders von dem Wachstum vor Ort und der Ansiedlung internationaler Unternehmen.

DIE WIRTSCHAFT: Können Sie ein Beispiel nennen?

Ute Berg: Besonders hervorzuheben ist die Standortentscheidung der Zurich Versicherung. Sie hat sich für Köln als größten deutschlandweiten Direktionsstandort entschieden. Es werden hier 3000 Arbeitsplätze zusammengeführt. Für uns ist das ein Doppel-Ass: Auf der einen Seite wird der Versicherungsstandort auf diese Weise erheblich gestärkt und auf der anderen Seite hat Zurich den Start für die Messe-City eingeläutet. Bei dem 600-Millionen-Euro-Projekt Messe-City in Deutz ist die Bebauung eines 5,4 Hektar großen Areals mit 135.000 Quadratmetern Bruttogeschossfläche geplant – Zurich wird knapp die Hälfte der Fläche nutzen. Das ist wirklich ein Riesen-Erfolg, den man nicht alle Jahre erlebt.

DIE WIRTSCHAFT: In welchen Bereichen oder Branchen lief es 2016 besonders gut?

Ute Berg: Wir sind ein großer Versicherungsstandort, was durch die Zurich Versicherung jetzt nochmals deutlich gestärkt wurde. Aber auch die Finanz- und Industriedienstleister spielen eine große Rolle in Köln. Daneben haben wir natürlich eine bedeutende Chemiebranche und sind bekannter Medien- und IT-Standort. Besonders hervorheben möchte ich aber auch die digitale Wirtschaft – in dem Bereich haben wir in den letzten Jahren eine Dynamik entwickelt, die ihresgleichen sucht.

> In der digitalen Wirtschaft haben wir eine Dynamik entwickelt, die ihresgleichen sucht.

DIE WIRTSCHAFT: Inwiefern?

Ute Berg: Laut einer Studie der Unternehmensberatung PricewaterhouseCoopers sind wir die „digitale Hauptstadt Deutschlands“. Besonders im Bereich der Start-ups erleben wir einen enormen Aufwind: Wir haben hier knapp 300 digitale Start-ups, die jünger als fünf Jahre alt sind – und über 600, die es seit fünf bis zehn Jahren gibt. In 15 Co-Working-Spaces und Gründerzentren in Köln finden Kleinstunternehmen ein Zuhause – vier davon unter städtischer Beteiligung. Es ist uns wichtig, diese Unternehmen zu fördern.

DIE WIRTSCHAFT: Welche Möglichkeiten haben Sie, um Start-ups zu unterstützen?

Ute Berg: Wir gestalten Rahmenbedingungen: Netzwerkveranstaltungen, Fortbildungsangebote, vermitteln Räume, unterstützen Fachkonferenzen. Außerdem sind wir beim „Digital Hub Cologne“ dabei. Am 1. November hat es seine Arbeit aufgenommen. Das ist eine Einrichtung – Gesellschafter sind die Stadt Köln, die IHK und die Universität –, die Start-ups mit mittleren und großen Unternehmen zusammenbringt, um die Digitalisierung weiter voranzutreiben. Beide Seiten profitieren davon: Die Start-ups bringen Know-how, Innovation und Schnelligkeit mit und profitieren gleichzeitig von der Erfahrung der größeren Unternehmen. Vom Land gibt es 1,5 Millionen Euro für zunächst drei Jahre, die gleiche Summe steuern die Gesellschafter bei.

DIE WIRTSCHAFT: Das klingt alles sehr positiv. Gibt es auch Verlierer des Wirtschaftsjahrs 2016?

Ute Berg: Wo viel Licht ist, ist natürlich auch Schatten. Eine Sache finde ich persönlich sehr schade, die hat allerdings nichts mit den Wirtschaftszahlen zu tun. Und zwar, dass das Staatenhaus noch nicht als Musicalstandort genutzt werden kann. Es ist zwar ein wirklich gutes Interimsquartier für die Oper – ich habe viel positives Feedback bekommen und war selbst mehrmals dort –, aber mein erklärtes Ziel war es ja, einem Musical in Köln einen dauerhaften Standort zu geben. Das braucht jetzt noch etwas Zeit.

DIE WIRTSCHAFT: Wie hat sich 2016 die Situation auf dem Arbeitsmarkt entwickelt?

Ute Berg: Sehr gut. Seit 2010 steigt die Zahl der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten kontinuierlich an – mit knapp 540.000 haben wir aktuell einen Höchststand. Die Arbeitslosenquote liegt bei 8,4 Prozent (Oktober), das sind 48.000 Arbeitslose. Natürlich ist jeder arbeitslose Mensch einer zu viel, aber immerhin lag die Zahl der Arbeitslosen jeden einzelnen Monat dieses Jahres unter der des Vorjahresmonats.

> Im Moment haben wir keinen Anlass dazu, pessimistisch in die Zukunft zu schauen.

DIE WIRTSCHAFT: Wie sind Ihre Prognosen, wird es für Kölns Wirtschaft auch 2017 so gut laufen?

Ute Berg: Das hängt natürlich auch von der Weltwirtschaft ab. Ich kann z. B. noch nicht beurteilen, wie sich die USA unter dem neuen Präsidenten Donald Trump aufstellen und wie die Zinsentwicklung sein wird. Das hat natürlich Auswirkungen auf die Wirtschaft hier. Man muss die Entwicklung gut beobachten. Ich bin aber zunächst einmal optimistisch im Hinblick auf die Wirtschaft vor Ort. Im Moment haben wir keinen Anlass dazu, pessimistisch in die Zukunft zu schauen.

DIE WIRTSCHAFT: Welche Projekte werden in den kommenden Jahren von Bedeutung sein?

Ute Berg: Ein Beispiel: das Projekt Koelnmesse 3.0. Die Stadt wird es intensiv begleiten. Der Bau des Parkhauses hat bereits begonnen, bis 2030 werden Messehallen saniert und ein neues Kongresszentrum entsteht. Es ist ein riesiges Projekt – insgesamt werden dort 600 Millionen Euro verausgabt. Eine starke Investition in die Zukunft. 2015 hatte die Koelnmesse ein Rekordergebnis, der Gewinn lag bei über 30 Millionen Euro. Dieses Jahr war turnusgemäß etwas schwächer, da 2016 weniger Leitmessen stattgefunden haben. Aber auch die Universität und die Fachhochschule investieren Riesensummen und die Stadt entwickelt ganze Quartiere neu.

> Wir werben für unsere Stadt.

DIE WIRTSCHAFT: Wie wollen Sie den Wirtschaftsstandort in den nächsten Jahren weiter fördern?

Ute Berg: Unsere Kernaufgabe ist es natürlich, Firmen zu betreuen, Erweiterungen zu unterstützen und Ansiedlungen vorzubereiten. Daneben beschäftigt uns zum Beispiel der Brexit. Wir bauen jetzt schon Kontakt zu Unternehmen in London auf. Wenn dort signalisiert wird, dass sie ihren Standort nach Kontinentaleuropa verlagern wollen, dann werfen wir unseren Hut in den Ring. Wir werben für unsere Stadt und machen mit verschiedenen Aktionen auf uns aufmerksam.

Köln ist Standort für viele sogenannte Hidden Champions. Das sind Mittelständler, die in ihrem Segment Weltmarktführer sind. Auf diese Unternehmen sind wir besonders stolz. Deshalb findet zum Beispiel nächstes Jahr wieder der „Tag der Weltmarktführer“ statt. Mit dieser Veranstaltung rücken wir den international erfolgreichen Kölner Mittelstand in den Fokus.

Außerdem arbeiten wir kontinuierlich daran, den Standort Köln zukunftssicher zu machen. Daher haben wir die Prognos-Studie „Standort Köln – Perspektive 2030“ in Auftrag gegeben. Sie dient als Grundlage für unser künftiges Handeln. Damit Köln auch in Zukunft wirtschaftlich erfolgreich ist.

Alena Staffhorst

WEITERE HIGHLIGHTS DES WIRTSCHAFTSJAHRS 2016

- Flughafen wird nach Prognosen mit 11,7 Millionen Fluggästen in diesem Jahr rund 1,4 Millionen mehr als 2015 haben. Erwarteter Gewinn: 5,2 Millionen Euro.
- Die DB Netz AG investiert 115 Millionen Euro in den Ausbau des Güterbahnhofs in Gremberg.
- Aurelis investiert 38 Millionen Euro in die Entwicklung des Deutzer Feldes in Kalk. Anfang 2017 soll dort der größte Studienort für öffentliche Verwaltung NRW seine Arbeit aufnehmen.
- Beim Butzweiler Hof, auf dem ehemaligen Flughafengelände, entsteht für rund 35 Millionen Euro mit der Motorworld ein großes Zentrum für Oldtimer- und Sportwagenliebhaber.

„ES GIBT KEINE SPANNENDERE BRANCHE“

Interview mit Timo von Lepel, Geschäftsführer von NetCologne

Foto: Alex Weis

Timo von Lepel, Geschäftsführer NetCologne

Ein roter Faden spannt sich durch die berufliche Laufbahn von Timo von Lepel. Ob im Umgang mit Geschäfts- oder Privatkunden, ob Manager beim Global Player oder beim regionalen Anbieter – Timo von Lepel liebt die Telekommunikationsbranche. Der Ausbau der Glasfaser-Infrastruktur in Köln und der Region liegt ihm besonders am Herzen.

DIE WIRTSCHAFT: Herr von Lepel, Sie sind seit Juli neuer Geschäftsführer von NetCologne. Wie sind Ihre Eindrücke nach viereinhalb Monaten?

Timo von Lepel: Die sind sehr positiv. NetCologne ist ein tolles Unternehmen, hat unglaublich viel Potenzial. Die Mitarbeiter der ersten Stunde – NetCologne war ein Start-up – haben ihr 20-jähriges Jubiläum vor Kurzem gefeiert. Jetzt sind wir Arbeitgeber für 900 Menschen aus der Region, und diese Menschen prägen das Unternehmen. Sie bringen so viel Stolz, Identifikation und Herz mit, das habe ich so noch bei keinem anderen Unternehmen erlebt.

DIE WIRTSCHAFT: Als studierter Jurist haben Sie seit Ihrem Einstieg ins Berufsleben sämtliche Stationen in der Telekommunikationsbranche durchlaufen. Blackberry, Deutsche Telekom, Telefónica – da spannt sich ein roter Faden, ist das eher ein Zufall, oder ist die Branche so spannend?

Wir schaffen die nötige Netzinfrastruktur für die digitale Revolution

Timo von Lepel: Ich bin relativ schnell in den wirtschaftlichen Bereich gewechselt, denn es gibt in meinen Augen keine spannendere Branche. Das hat mit der digitalen Revolution zu tun, die wir momentan erleben, und wir schaffen die dafür nötige Netzinfrastruktur, ohne die die Digitalisierung gar nicht möglich wäre. Immer schneller werdende Innovationszyklen stellen uns vor große Herausforderungen, die leistungsfähige Netze brauchen – und die bauen wir.

DIE WIRTSCHAFT: Sie machen mit Ihrem Wechsel zu NetCologne den Sprung in ein regionales Unternehmen – was waren die Beweggründe?

Timo von Lepel: In einem mittelständisch geprägten Unternehmen kann man Entscheidungen schnell herbeiführen und umsetzen. Man ist flexibler, man ist nah am Kunden, aber auch nah an den Menschen in der Region. Natürlich muss man Gewinne erwirtschaften, aber der Reiz liegt eben auch in der Frage: Was kann ich als Unternehmen für die Stadt, für die Region tun? Wir richten kostenlose Hotspots ein, wir bringen Schulen ans Netz und betreiben mit Erfolg das Portal koeln.de. Wir geben Bürgern und Gästen die Möglichkeit zu surfen, im RheinEnergieStadion, bei der KölnMesse sowie im Innenstadtbereich.

DIE WIRTSCHAFT: Bei Ihren bisherigen Jobs zeichneten Sie sowohl verantwortlich für das Privatkunden- wie auch das Firmenkundengeschäft. Welches der beiden Felder ist leichter zu bearbeiten, wo zeigen sich schneller Erfolge?

Timo von Lepel: Beide Felder sind überaus spannend, beide Felder sind so grundverschieden. Das bietet uns große Herausforderungen. Momentan sind wir im Privatkundenbereich noch etwas stärker. Hier bauen wir die modernsten Glasfasernetze für schnellstes Internet und damit auch ein Stück Lebensqualität. Im Geschäftskundenbereich entwickeln wir uns vom Telekommunikationsanbieter zum breit aufgestellten IT-Dienstleister. Wir verfügen über eigene Rechenzentren und bieten Mittelständlern die digitale Infrastruktur und Komplettlösungen für ihre IT-Bedürfnisse.

DIE WIRTSCHAFT: Welche Übertragungsraten sind denn zukünftig noch möglich?

Timo von Lepel: Also im Geschäftskundensegment reden wir ja schon vom Gigabitbereich, und auch im privaten Sektor werden die Bandbreiten weiter steigen – denken Sie an so komplexe Anwendungen wie VT Virtual Reality, die nur mit schnellsten Verbindungen optimal erlebbar werden.

Schnellstes Internet bedeutet auch ein Stück Lebensqualität

DIE WIRTSCHAFT: Hatten Sie schon mal das „Vergnügen“, in der Warteschleife eines Telekommunikationsanbieters zu hängen?

Timo von Lepel: Service muss man beweisen, den kann man nicht vermarkten. Im Test einer PC-Zeitschrift haben wir gerade im Bereich Service mit „sehr gut“ bestanden. Im Callcenter geht es aber auch teils um sehr komplexe Technologie. Der Austausch eines Routers ist schnell abgehakt, gravierende Probleme brauchen durchaus mal etwas länger bis zur Lösung. Wir haben den Anspruch, von Tag zu Tag besser zu werden, und können das auch umsetzen, weil bei uns Callcenter und Technik gemeinsam unter einem Dach arbeiten.

DIE WIRTSCHAFT: NetCologne ist ja auch TV-Anbieter, wird als solcher in der Öffentlichkeit aber nicht wahrgenommen, ist unser Eindruck. Stimmt das, oder täuschen wir uns?

Timo von Lepel: Ihr Eindruck ist richtig. Allerdings haben wir 230.000 TV-Kunden, etwa in großen Gebäudekomplexen, wo die Bewohner aber oft nicht wissen, wer sie mit TV versorgt. Wir starten gerade mit der Vermarktung von IP-TV. Das ist ein starkes Produkt, das unseren Kunden eine Vielzahl an Fernsehoptionen bietet.

DIE WIRTSCHAFT: Wie würden Sie Ihren Führungsstil bezeichnen?

Timo von Lepel: Ich würde sagen: offen, kommunikativ und konsequent. Ich spreche gerne mit Menschen, hole ihre Meinung ein, anstatt im stillen Kämmerlein zu brüten. Wenn ich aber eine Entscheidung getroffen habe, dann stehe ich auch zu 100 Prozent dahinter.

DIE WIRTSCHAFT: Unternehmen sind mehr und mehr bereit, Studienabbrecher zu übernehmen und ihnen eine Chance zu geben. Wie sehen Sie diese Entwicklung?

Timo von Lepel: Wir arbeiten viel mit Werkstudenten zusammen, das ist eine Bereicherung, sie haben neue Ideen und einen unverstellten Blick auf die Arbeitswelt. Das bringt uns viel ein, letzten Endes jedoch steht die Persönlichkeit des Menschen im Vordergrund.

DIE WIRTSCHAFT: Welche drei Eigenschaften muss ein Mitarbeiter unbedingt mitbringen?

Timo von Lepel: Er muss offen, ehrlich und loyal sein.

DIE WIRTSCHAFT: Ihr Jurastudium war ja fast schon eine Städtereise mit Stationen in Heidelberg, Lausanne, Freiburg, Edinburgh und Dresden. Wo hat es Ihnen am besten gefallen, und warum?

Zwei Studienjahre in Dresden waren besonders prägend

Timo von Lepel: Jede Station hatte ihren Reiz, aber die zwei Jahre in Dresden von 1996 bis 1998 waren besonders prägend. Ich habe viel über die deutsche Geschichte lernen können, auch die der Stadt Dresden, und habe viele tolle Menschen getroffen.

DIE WIRTSCHAFT: Was mögen Sie an Köln, und was sehen Sie kritisch an der Stadt?

Timo von Lepel: Ich lerne viele Menschen kennen, schätze die Offenheit, die Lebensfröhlichkeit und die Toleranz, alles Dinge, die Köln prägen. Kritisch zu sehen ist die Verkehrssituation in der Stadt (lacht).

DIE WIRTSCHAFT: In Köln wird man als Spitze eines großen Unternehmens schnell vereinnahmt, etwa vom Karnevalsverein. Wie sieht das bei Ihnen aus?

Timo von Lepel: Man kann nicht jeden Termin wahrnehmen, und muss manchmal auch freundlich absagen. Wenn ich aber einer Einladung folge, dann führe ich nur positive Gespräche, in denen ich auch Feedback in Sachen NetCologne bekomme. Wie sehen uns die Kunden, was können wir besser machen, das sind hilfreiche Hinweise für unsere Arbeit.

DIE WIRTSCHAFT: Sie wohnen in Bonn, dennoch die Frage: Wie stehen Sie zum Kölner Karneval?

Timo von Lepel: Ich mag den Karneval, die Fröhlichkeit an den tollen Tagen, und die kann man in Bonn ähnlich ausgelassen erleben, wie in Köln.

DIE WIRTSCHAFT: Was machen Sie in Ihrer Freizeit, welches Hobby haben Sie, wie entspannen Sie?

Timo von Lepel: Ich habe vier Kinder, die sich sportlich und musikalisch betätigen, mit Ihnen verbringe ich in erster Linie meine Zeit. Ansonsten treibe ich selbst Sport und erfreue mich an guten Gesprächen mit angenehmen Menschen.

Interview: Eugen Weis
Redaktionelle Bearbeitung: Heribert Eiden

AKTUELL

Foto: Köln Bonn Airport

Kölsche Zahl: 11.111.111 Fluggast!

Der Köln Bonn Airport hat am 5. Dezember den 11.111.111 Fluggast im Jahr 2016 begrüßt. Mit Blumen und einem Fluggutschein wurde der Hamburger Seymen Splinter nach der Landung der Eurowings-Maschine aus der Hansestadt am Airport empfangen. Flughafenchef Michael Garvens und Eurowings-Geschäftsführer Michael Knitter warteten zur persönlichen Begrüßung im Terminal 1.

Dabei war nicht nur die Freude über die kölsche Schnapszahl groß – zugleich durchbrach der Airport in diesem Jahr zum ersten Mal in seiner Geschichte die 11-Millionen-Schallmauer. Flughafenchef Michael Garvens: „Die Rekordzahlen reihen sich am Airport dieses Jahr aneinander wie eine Perlenkette. Der 11.111.111 Fluggast ist ein weiteres Symbol für den Wachstumskurs, auf dem sich Köln/Bonn befindet“.

Bis Ende Dezember wird die Passagierzahl des Flughafens weiter steigen. Für das Gesamtjahr werden 11,8 Millionen Fluggäste erwartet – das bedeutet ein Plus von 14 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. *(me)*

AKTUELL

Foto: Frank Sander Harley-Davidson Köln

Harley-Davidson unter neuer Führung

In der Geschäftsführung von Harley-Davidson in Köln und Bonn wurden die Stühle neu gerückt und die beiden Dependancen gleichzeitig zu einem Unternehmen mit zwei Standorten zusammengefasst. Während die bisherigen Inhaber Karl-Jörg von Herz (Köln) und Andreas Binner (Bonn) das Thema Motorrad ab sofort nur noch als Hobby ausleben, verantwortet Georg Kierdorf (Foto mit Daniela Denz) den Betrieb fortan als geschäftsführender Gesellschafter. Vor Ort in den Filialen werden künftig Daniela Denz (Köln) und Michael Hag (Bonn) die Geschäfte leiten. Für die drei Harley-Fans geht damit ein Traum in Erfüllung. „Harley-Davidson ist für uns die stärkste Marke auf zwei Rädern“, freut sich Kierdorf. „Wir sind mächtig stolz, diese Marke ab sofort vertreten zu dürfen, und wir werden unser Bestes geben, um den hervorragenden Ruf der Vertretungen in Köln und Bonn zu festigen und auszubauen.“ Der Standort in Köln entstand bereits 1994 im Ex-Industrieviertel in der Schanzenstraße (Köln-Mülheim) unter Federführung von Karl-Jörg von Herz, der als erster deutscher Harley-Händler das Wagnis einging, eine annähernd hundertjährige Backstein-Fabrikhalle zu einem Motorradhandel umzubauen. In den Folgejahren diente dieser Betrieb vielen Kollegen im In- und Ausland als Blaupause. 2002 eröffnete die neue Filiale in Bonn. *(aw)*

Foto: Köln Bonn Airport

„Das laufende Jahr ist eines der besten in der Geschichte des Flughafens“
(Michael Garvens, Vorsitzender der Geschäftsführung des Flughafens Köln/Bonn)

Flughafen Köln/Bonn

INNOVATIVE PROJEKTE UND REKORDZAHLEN

Passagierrekord beflügelt durch Low-Cost-Airlines

Für den Köln Bonn Airport verläuft das Geschäftsjahr 2016 außerordentlich erfolgreich. Beflügelt von der positiven Entwicklung der Low-Cost-Airlines auf der Kurz-, Mittel- und Langstrecke, steuert der Flughafen auf einen neuen Passagierrekord zu. Nach aktueller Prognose wird die Zahl der Fluggäste in diesem Jahr auf rund 11,7 Millionen steigen. Das sind gut 1,4 Millionen beziehungsweise 13 Prozent mehr als im vorigen Jahr. Zum ersten Mal überhaupt werden damit mehr als 11 Millionen Fluggäste in Köln/Bonn in einem Jahr gezählt. Auch bei der Fracht steuert der Flughafen 2016 auf ein neues Rekordergebnis zu.
Die attraktiven Low-Cost-Strecken haben außerdem dafür gesorgt, dass krisenbedingte Veränderungen beim Reiseverhalten der Passagiere deutlich überkompensiert werden konnten. Rückgänge bei den Zielen Türkei und Ägypten wurden unter anderem durch steigende Zahlen auf den Low-Cost-Langstrecken mehr als wettgemacht.
„Das laufende Jahr ist eines der besten in der Geschichte des Flughafens. Wir haben einen deutlichen Sprung gemacht und sind unter den deutschen Airports mit Abstand der wachstumsstärkste“, sagt Michael Garvens, Vorsitzender der Geschäftsführung des Flughafens Köln/Bonn.

Zahl der Arbeitsplätze steigt weiter

Der Köln Bonn Airport ist nicht nur beim Passagierverkehr auf Erfolgskurs – auch die Mitarbeiterzahlen steigen immer weiter. 13.965 Menschen arbeiten in 122 verschiedenen Unternehmen am Köln Bonn Airport (Stand 31.12.2015). So lautet das Ergebnis einer Arbeitsstättenerhebung, die der Flughafen alle zwei Jahre durchführt. Gezählt werden dabei die Mitarbeiter aller auf dem Flughafengelände tätigen Unternehmen. 541 Arbeitsplätze sind seit der letzten Erhebung 2013 dazugekommen. Das bedeutet ein Plus von vier Prozent. Innerhalb der vergangenen zehn Jahre kommt der Airport mit 2.036 neuen Arbeitsplätzen auf ein Wachstum von 17 Prozent. Weiterhin ist der Flughafen eine der größten Arbeitsstätten in Nordrhein-Westfalen.
„Die Zahlen zeigen erneut, wie wichtig der Köln Bonn Airport als Jobmotor ist“, sagt Flughafenchef Michael Garvens. Der Airport sichert die Einkommen von fast 14.000 Menschen – zusammengerechnet beziehen sie jährlich 552 Millionen Euro. „Vom Wirtschaftsfaktor Flughafen profitiert die gesamte Region“, so Garvens.

Foto: Köln Bonn Airport

Köln/Bonn wieder auf Platz 6 unter den deutschen Airports

In den ersten drei Quartalen des Jahres konnte der Flughafen durchgängig zweistellige Zuwachsraten bei den Passagieren verzeichnen. Seit Mai reisen jeden Monat mehr als eine Million Passagiere über Köln/Bonn. Bis einschließlich September zählte der Flughafen so bereits rund 9,1 Millionen Fluggäste. Das waren satte 18 Prozent mehr als im selben Zeitraum des Vorjahres. Zum Vergleich: Der Markt legte in Deutschland von Januar bis August nur um 3 Prozent zu. Unter den deutschen Flughäfen wächst Köln/Bonn mit Abstand am stärksten und verbesserte sich im bundesweiten Ranking um einen Platz auf Rang 6 vor Stuttgart.

Wirtschaftliche Entwicklung

Beim Blick in die nahe Zukunft erwartet der Köln Bonn Airport aber nicht nur einen neuen Passagierrekord für 2016. Aufgrund der positiven Verkehrsentwicklung wird – wie schon in den Jahren zuvor – ein Millionenüberschuss erzielt. Der Gewinn des Airports wird 5,2 Millionen Euro betragen und liegt damit etwas höher als im vergangenen Jahr (5,1 Mio. Euro). Der Umsatz steigt in 2016 um 15,2 Millionen Euro auf 312,6 Millionen Euro, was ein Plus von 5,1 Prozent bedeutet.
„Obwohl wir in diesem Jahr viel Geld in Sanierung und Instandhaltung stecken, sind wir besser unterwegs als im vorigen Jahr“, so Flughafen-Chef Michael Garvens.
Anteil daran haben hauptsächlich die steigenden Passagierzahlen – aber auch die Fracht. 2016 rechnet der Flughafen mit einem neuen Allzeithoch von 770.000 Tonnen. Im vergangenen Jahr waren es 758.000 Tonnen.

Aktuelle Entwicklungen und Bauprojekte

Im November begannen am Köln Bonn Airport die Sanierungsarbeiten an der Querwindbahn. Planmäßig wird die Piste für voraussichtlich 18 Monate außer Betrieb gesetzt. Starts und Landungen finden in dieser Zeit ausschließlich auf der großen Bahn statt. Die Kosten der Sanierung betragen 14,5 Millionen Euro.

Foto: Alex Weis

Michael Garvens, Vorsitzender der Geschäftsführung des Flughafens Köln/Bonn

Auch am Terminal wird gebaut: Ein neuer Gang soll die Umsteige-Prozesse im Transitbereich erleichtern, zum Beispiel innerhalb des Eurowings-Netzwerkes. Zwischen den Terminals 1 und 2 wird deshalb luftseitig ein Verbindungsgang geschaffen. Die Bauarbeiten sollen 2017 beginnen, die Kosten belaufen sich auf 3 Millionen Euro.

Neben dem Passage-Bereich entwickelt sich auch die Fracht baulich weiter. Bis 2018 entsteht auf dem Flughafengelände eine neue Expressfracht-Halle für DHL. Das Gebäude ersetzt die alte Halle, deren Rückbau bereits begonnen hat. Bürobereiche, einen Truck-Dock, den Frachthof sowie die dazugehörige Infrastruktur errichtet der Airport. Die Investitionssumme liegt hier bei rund 30 Millionen Euro.

Die Ausschreibung für den Bau eines 4-Sterne-Hotels mit rund 200 Zimmern in unmittelbarer Nähe zu den Terminals startet im Frühjahr 2017. Der Abriss von Parkhaus 1, das dann an gleicher Stelle neu entsteht, ist Ende 2017 geplant. Es wird über 2.000 zusätzliche Stellplätze (insgesamt 3.100) verfügen, mit modernster Technik ausgestattet sein und beispielsweise ticketloses Einfahren und die Pkw-Suche per App ermöglichen.

Pilotprojekt für die Fluggastkontrolle

Am Flughafen Köln/Bonn brechen neue Zeiten für Passagiere und Sicherheitskräfte an. Dort wird in wenigen Tagen die innovative Sicherheitskontrollfläche „Easy Security“ in den Probebetrieb genommen. „Easy Security“ vereint den neuesten Stand der Technik mit Funktionalität und Ergonomie zu einem ganzheitlichen Konzept: Bei konstant hohem Sicherheitsniveau soll der Kontrollprozess sowohl für Passagiere als auch für das Personal einfacher, effizienter und zugleich angenehmer gestaltet werden.

Dafür wurden auf Initiative des Bundesinnenministeriums (BMI) und des Bundesverbandes der Deutschen Luftverkehrswirtschaft (BDL) in enger Zusammenarbeit mit den Partnern vor Ort – der Bundespolizei, dem Sicherheitsdienstleister KÖTTER Aviation Security, dem Flughafen Köln/Bonn und der Lufthansa Group – die bestehenden Abläufe analysiert und Optimierungsmöglichkeiten identifiziert.

Kontrollen am Flughafen sollen übersichtlicher, entspannter und effizienter werden

Den Passagieren wird nicht nur die moderne helle Optik mit viel Platz und gut erkennbaren Abläufen auffallen. „Easy Security“ folgt dem Prinzip, dass jeder Fluggast grundsätzlich den Kontrollprozess in seinem eigenen Tempo durchlaufen kann, ohne andere Passagiere zu behindern oder selbst eingeschränkt zu werden. Das macht die Kontrolle für alle Beteiligten übersichtlicher und entspannter – sowohl für die Passagiere als auch für die Mitarbeiter.

Künftig können bis zu fünf Fluggäste gleichzeitig ihre Gepäckwannen am Band befüllen und individuell auflegen. Vorteil: Wer als Passagier gut auf die Kontrollen vorbereitet ist und seine Gegenstände im Handgepäck griffbereit hat, spart wertvolle Zeit. Wer hingegen mehr Zeit oder auch Unterstützung benötigt, kann diese stressfrei in Anspruch nehmen. Ziel ist ein gleichmäßiger Zulauf von zu kontrollierendem Gepäck, das konstant durch eine Röntgenanlage läuft und durch mehrere Auswerter überprüft wird, während die Fluggäste selbst mithilfe der neuesten Generation der Sicherheitsscanner kontrolliert werden.

An dem Projekt zum Passagiersteuerungs- und Sicherheitskontrollverfahren, aus dem „Easy Security“ entstanden ist, arbeiten mit dem BMI und dem BDL erstmals Behörden und Luftverkehrswirtschaft in dieser Form zusammen. Ziel ist es, den gesamten Prozess der Sicherheitskontrolle am Flughafen zu optimieren. Dabei werden seit 2014 in mehreren Pilotverfahren Optimierungsmöglichkeiten, u. a. bei Planung, Passagiersteuerung und -information sowie bei der Kontrollstellengestaltung, getestet. Weitere wichtige Erkenntnisse zum Ablauf lieferten dabei Bundespolizei, Flughafenbetreiber, Sicherheitsdienste und Fluggesellschaften. Durch eine möglichst ganzheitliche Betrachtung sollen Teilprozesse besser verzahnt und damit der Gesamtablauf unter Beibehaltung des hohen Sicherheitsniveaus effizienter gestaltet werden. Entwickelt werden soll ein Sicherheitssystem, das an die jeweiligen Bedürfnisse und Gegebenheiten anderer Flughäfen angepasst werden kann.

Matze Ehlers

Foto: Köln Bonn Airport

„Vom Wirtschaftsfaktor Flughafen profitiert die gesamte Region“
(Michael Garvens, Vorsitzender der Geschäftsführung des Flughafens Köln/Bonn)

HOTEL AM AUGUSTINERPLATZ

Das Designhotel im Herzen von Köln

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

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

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

Rheine Liebe | Mit 83 % des Rheinlandes*

Das sind die Marken vom Medienhaus DuMont Rheinland. Ob im Radio, Printbereich oder digital, sprechen wir die Menschen der Region an. Mit rheinischer Leidenschaft und journalistischer Qualität. Das hat uns zum Mittelpunkt der Kommunikation im Rheinland gemacht. Profitieren Sie davon und werben Sie dort, wo sich Ihre Kunden aufhalten. Wählen Sie jetzt den perfekten Media-Mix für Ihre Kommunikation und erreichen Sie 2,3 Millionen Menschen im Rheinland.

* RegioMedia-Studie 2015

www.dumont-rheinland.de

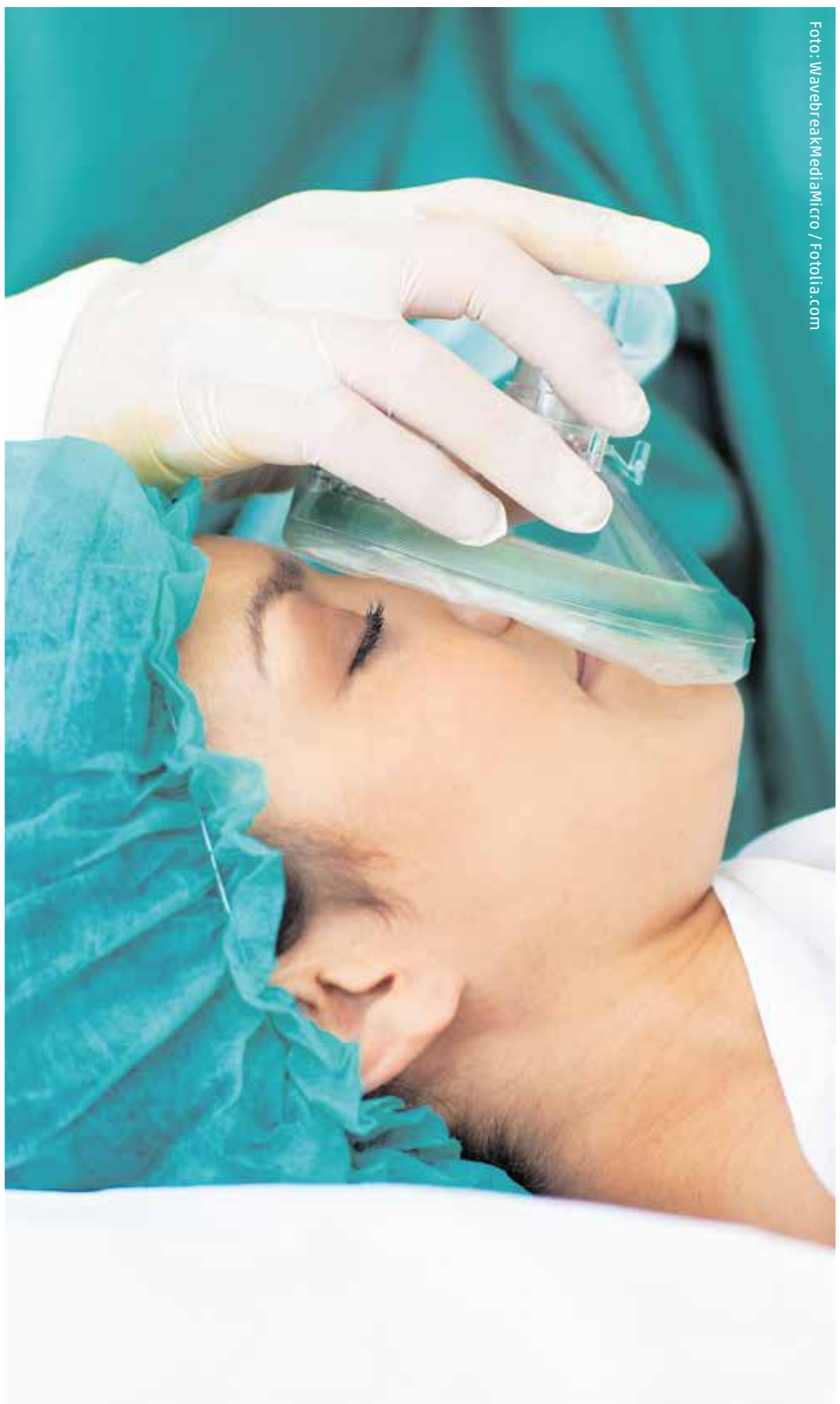


Foto: WavebreakMediaMicro / Fotolia.com

„Protego dormitans“

„Ich schütze die Schlafenden“ – Moderne Anästhesie so sicher wie nie

Ein operativer Eingriff ist nichts, dem man sich gerne unterzieht. Und die Sorgen der Patienten gelten oftmals nicht nur dem Eingriff, sondern mindestens ebenso der Narkose. Dabei sind Narkosen heute so sicher wie nie zuvor. Moderne Geräte, verträgliche und gut steuerbare Medikamente und eine hervorragende fachärztliche Ausbildung in Deutschland führen zu bestmöglicher Patientensicherheit. Hinzu kommt, dass während der gesamten Narkosezeit nicht nur ein Anästhesist anwesend sein muss, sondern auch eine ausgebildete Assistenz. Und verbindliche Leitlinien regeln unter anderem sowohl die Ausstattung des anästhesiologischen Arbeitsplatzes als auch ein strukturiertes Notfallmanagement.

Ängste reduzieren

„Protego dormitans – ich schütze die Schlafenden“ lautet der Leitspruch des Berufsverbandes Deutscher Anästhesisten. Sie verbringen einen Großteil ihrer Arbeitszeit mit schlafenden Patienten und überwachen sie während des Eingriffs. Der Operateur kann sich damit ganz auf seine Arbeit konzentrieren.
Auch bei der Narkose gilt: Jeder Mensch ist anders. Und gerade darum sind auch die Vorgespräche so wichtig. Je mehr der Arzt in diesem Gespräch von seinem Patienten erfährt, umso besser kann er auf diesen individuell eingehen, vor und während des Eingriffs. Das gilt in fachlich-medizinischer, aber ebenso in emotionaler Hinsicht. Die Bedenken der Patienten reichen von körperlichen Nebenwirkungen wie Übelkeit oder Halsschmerzen bis hin zu ganz grundsätzlicher Angst vor dem Kontrollverlust, in den sie sich begeben. Ein angemessenes und informatives Vorgespräch kann die Ängste häufig reduzieren. Dadurch wird in diesem Gespräch jenes Vertrauen aufgebaut, das die Angst vor Kontrollverlust in das gute Gefühl wechseln lässt, sich in schützende Obhut begeben zu können. Dabei gibt das Wissen um das, was ihnen bevorsteht, den Patienten die Sicherheit, die sie brauchen.

Training sorgt für Sicherheit

Die Risiken einer Narkose sind extrem gering. Das belegen Statistiken. Doch die Patientensicherheit erfordert nicht nur ausgereifte Technologien, sie erfordert insbesondere bestens ausgebildetes Personal, das den Anforderungen seines komplexen Arbeitsumfeldes gewachsen ist. Die Vorstellung, dass Personal im Gesundheitswesen länger arbeiten kann und dabei weniger Fehler macht, hat der Realität nicht standgehalten.
Die Medizin hat in dieser Hinsicht in den letzten Jahren sehr viel von der Flugindustrie gelernt. Genau wie Pilot und Kopilot bei einem Flug aufeinander achten und vorgegebene Standards und Prüflisten helfen, Fehler zu reduzieren, so werden diese Techniken mittlerweile auch im anästhesiologischen Kontext mit Erfolg trainiert und umgesetzt.
Der Vergleich mit dem Fliegen lässt sich noch weiter ausbauen: Wir lassen uns von zwei fremden Personen im Cockpit entspannt in den Urlaub fliegen. Kilometerweit über der Erde, mit nur drei Millimeter Aluminium von der Außenwelt getrennt und gänzlich ohne Kontrolle oder Wissen über die Technologie, die das ermöglicht. Mit dem gleichen Vertrauen darf man sich ebenfalls in eine bevorstehende Narkose begeben.
Und wenn ein Patient, der vor dem Eingriff noch Angst hatte, nachher nicht mehr an das Anästhesieteam denken muss, dann hat dieses alles richtig gemacht.

Foto: Anästhesie & Schmerztherapie GbR

Gastautor: Detlef Fastré, Klinik LINKS VOM RHEIN

Gute Aussichten

Wer am Grauen Star erkrankt, hat heute wesentlich mehr Optionen als noch vor ein paar Jahren

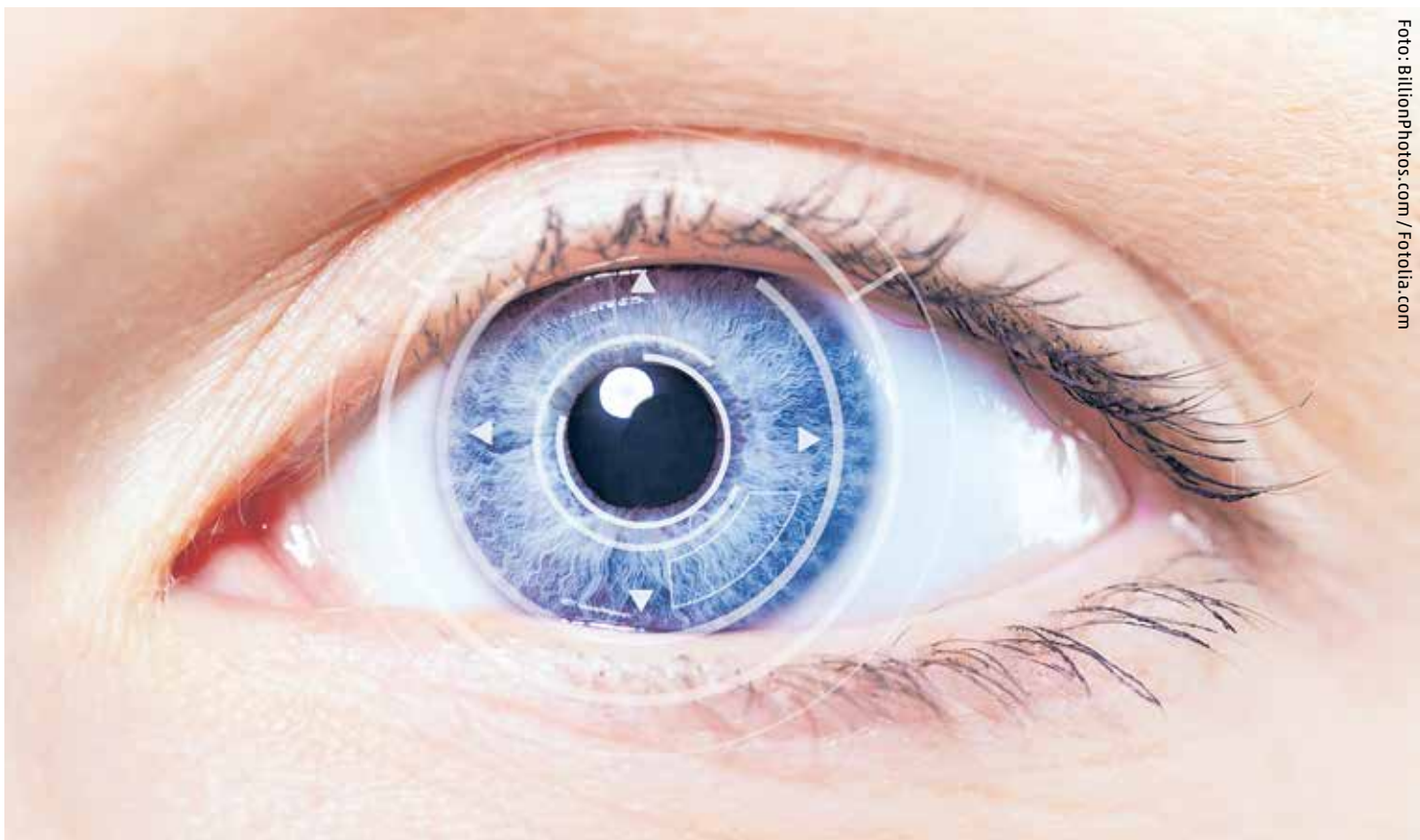


Foto: BillionPhotos.com / Fotolia.com

Mit zunehmendem Alter wird das Sehvermögen der meisten Menschen schlechter. Grund dafür ist oft der sogenannte Graue Star oder „die Katarakt“. Beim Grauen Star wird die Augenlinse, ursprünglich klar wie Glas, zunehmend trüb. Das geschieht in der Regel langsam und macht sich erst nach und nach bemerkbar: Wir sehen wie durch einen Schleier, Farben verlieren an Leuchtkraft und Intensität, Kontraste werden schwächer, wir reagieren empfindlicher auf Blendungen, die Sehschärfe allgemein verringert sich. Und damit auch die Lebensqualität, so empfinden es viele Patienten.
Zurückzuführen ist der Graue Star meist auf den normalen Alterungsprozess: Der verlangsamte Stoffwechsel verändert die Linseneiweiße und führt zu einer verminderten Lichtdurchlässigkeit der Linse. Daneben treten Linsentrübungen auch bei Erkrankungen wie Diabetes mellitus o. Ä. auf, und sie können Folgen von Verletzungen oder Augenerkrankungen sein. Weitaus seltener sind angeborene Katarakte. Allen gemeinsam ist, dass sie nicht medikamentös behandelt werden können. Eine Anpassung der Brillenstärke kann auch im Frühstadium nur eine vorübergehende Verbesserung der Sehleistung erreichen. Dauerhaft erfolgreich kann eine Behandlung nur durch eine Operation sein. Wird der Graue Star hingegen nicht behandelt, kann er zur Erblindung führen.

Weltweit häufigster OP-Eingriff

Heute gilt die Katarakt-OP als der weltweit am häufigsten durchgeführte operative Eingriff überhaupt. Allein in Deutschland werden jedes Jahr ca. 600.000 Operationen durchgeführt, weltweit sind es mehr als 20 Millionen. Der Eingriff selbst ist einfach beschrieben: Die getrübte Linse des Patienten wird entfernt und durch eine künstliche Linse (Intraokularlinse) ersetzt. Dabei liegt jeder Fall anders, und sowohl die Operationsmethode als auch die Auswahl der geeigneten Linse müssen genau auf den Patienten abgestimmt werden. Das Ziel ist, nicht nur die Funktion der entfernten Linse zu ersetzen, sondern nach Möglichkeit auch bestehende Fehlsichtigkeiten zu korrigieren.
Dazu steht mittlerweile eine Vielzahl von Linsen zur Verfügung: Monofokallinsen („Ein-Stärken-Linsen“) bieten in einem Sichtbereich ein scharfes Bild, in der Regel im Fernbereich. Zum Lesen oder Autofahren wird daher meist noch eine Lese- oder Gleitsichtbrille benötigt. Sonderformen der monofokalen Linsen sind die asphärischen Linsen, die sich insbesondere für Autofahrer anbieten, oder die Blaufilterlinsen, die den grellen Blaulichtanteil ausfiltern. Daneben gibt es die torischen Linsen, die auch eine bestehende Hornhautverkrümmung korrigieren. Damit wird das Sehen in der Nähe und in der Ferne verbessert. Multifokallinsen ermöglichen ebenfalls ein scharfes Sehen in der Nähe und in der Ferne, darüber hinaus bleibt die Sehleistung auch unter ungünstigen Lichtverhältnissen erhalten. Trifokallinsen haben zusätzlich einen Brennpunkt ca. 80 cm von den Augen entfernt. Das ermöglicht ein scharfes Sehen auch in diesem Bereich. Der Komfort ist hier am höchsten, da sie jeden Sehbereich abdecken. Die Auswahl der Linse hängt maßgeblich von der Gesundheit der Augen ab, ebenso wichtig sind aber auch Faktoren wie Arbeitsplatz oder die Freizeitgestaltung, also Sehanforderungen und Sehgewohnheiten.

Schmerzfreier Eingriff

Durchgeführt werden Katarakt-Operationen überwiegend ambulant, aber auch ein kurzstationärer Aufenthalt kann angeraten sein. In der Regel dauert der Eingriff nicht mehr als 15 bis 20 Minuten und ist für den Patienten aufgrund der Lokalanästhesie schmerzfrei. Eingriffe unter Vollnarkose sind eher die Ausnahme. Das Ergebnis zeigt sich gewöhnlich schon nach einem Tag, denn bereits nach dem Entfernen des Verbands kann der Patient eine deutliche Verbesserung des Sehvermögens feststellen. Und nicht nur das: Sind die gesundheitlichen Voraussetzungen gut und die Linse ist optimal angepasst, ist eine Brille überflüssig.

Foto: Johannes Haas

Foto: Johannes Haas

Gastautoren: Heinz-Günther Göddertz, Dr. med. Stefan Christmann, Klinik LINKS VOM RHEIN

Beleuchtung am Arbeitsplatz

Ein optimal gestalteter Arbeitsplatz besticht durch ergonomisches Mobiliar und perfekte Beleuchtung

Als Kriterium für eine gute Beleuchtung werden vor allem drei Gütemerkmale genannt: Sehleistung, Sehkomfort und visuelles Ambiente. Am Arbeitsplatz sind die ersten beiden von grundsätzlicher Bedeutung, das visuelle Ambiente tritt eher in den Hintergrund, kann aber in Empfangssituationen oder an Besprechungstischen von Bedeutung sein.

Wichtig für die Sehleistung sind das Beleuchtungsniveau und die Blendungsbegrenzung. Mit dem Beleuchtungsniveau ist die Helligkeit, also die Beleuchtungsstärke, gemessen in Lux, gemeint. Nach Arbeitsstätten-Richtlinien sind für den Büro-Arbeitsplatz 500 Lux vorgeschrieben. Dabei soll der Arbeitsbereich gleichmäßig und blendfrei ausgeleuchtet sein, idealerweise von symmetrisch rechts und links neben dem Arbeitsplatz angebrachten Decken- oder Pendelleuchten. Alternativ gibt es spezielle Standleuchten, die seitlich des Tisches aufgestellt werden. Beim Einsatz von Schreibtischleuchten sollte das Licht von der der Schreibhand entgegengesetzten Seite einfallen, um das „Schreiben in den Schatten“ zu vermeiden (also bei Rechtshändern von links).

Foto: Martina Goyer

Gastautor: Heinrich Remagen, Sachkundiger für Beleuchtung, Geschäftsführer Lichthaus Remagen, Köln
h.remagen@remagenlicht.de

Auf keinen Fall sollte in Blickrichtung eine helle Lichtquelle zu sehen sein (direkte Blendung) oder das Licht von schräg vorne auf den Arbeitsplatz fallen (indirekte Blendung). Durch die indirekte Blendung werden die Augen sehr belastet, was zu Sehstörungen und schneller Ermüdung führt. (Test: legen Sie einen Spiegel auf Ihre Arbeitsfläche, Sie sollten nicht in eine Leuchte sehen können.) Aber auch Reflexblendung durch sich im Bildschirm abzeichnende Lichtquellen, nicht abgeschirmte Leuchtenbänder oder Fensterflächen sind unbedingt zu vermeiden.

Der Sehkomfort definiert sich über die harmonische Helligkeitsverteilung und die Farbwiedergabe. Mit der Abstimmung der Beleuchtung auf die Oberflächen-beschaffenheit von Räumen und Mobiliar und auf deren Farbgebung wird ein harmonischer Lichteindruck erzeugt, der entspanntes und konzentriertes Arbeiten ermöglicht. Das Verhältnis zwischen den dunkelsten Bereichen eines Raumes und der mittleren Beleuchtungsstärke sollte 0,7 nicht unterschreiten. Wände und Decke sollten eher hohe Reflexionsgrade haben. Zu empfehlen ist der Einsatz von Leuchten, die einen direkten (nach unten strahlenden) und einen indirekten (zur Decke gerichteten) Lichtanteil haben.

Die richtige Balance bei der Ausleuchtung finden

Ist die Ausleuchtung eines Raumes zu gleichmäßig, entsteht ein unangenehm wirkender, monotoner Raumeindruck. Zu starke Helligkeitskontraste dagegen wirken unruhig und gegebenenfalls stressfördernd. Die Farbwiedergabe führt zu einer Empfindung von „Kälte“ oder „Wärme“ (das sog. Raumklima) und hat damit großen Einfluss auf unser Wohlbefinden. Von unserem biologischen Rhythmus sind wir morgens eher auf helles, kälteres Licht eingestellt, das die Reste des Schlafhormons Melatonin unterdrückt und die Ausschüttung des „Wohlfühlhormons“ Serotonin fördert, gegen Abend fühlen wir uns mit wärmerem Licht wohler. Das ist die Programmierung unserer inneren Uhr, der circadiane Rhythmus, den über Jahrtausende der Lauf der Sonne geprägt hat. Schließlich hat aber auch die Farbwiedergabequalität eines Lichtsystems großen Einfluss auf unser Wohlbefinden, da wir dieses künstliche Umfeld mit dem uns unterbewusst eingeprägten Lebensabbild der Natur vergleichen.

Foto: Andrea Dingeldein

REMAGEN-Lichtplanung: Beleuchtungskonzept für ein modernes Bürohaus

Foto: KoelnTourismus GmbH / Dieter Jacobi

Weihnachtsmarkt am Rudolfplatz

Glühwein und Co. als Wirtschaftsmotor

Die Adventszeit ist ein wichtiger Wirtschaftsfaktor – trotz sinkender Touristenzahlen

Sieben große Weihnachtsmärkte, dazu viele kleine in den Veedeln – die Kölner stimmen sich auf die Festtage ein. Doch die Weihnachtszeit ist auch ein wichtiger Wirtschaftsfaktor für die Stadt, selbst bei rückläufigen Besucherzahlen, wie sie für dieses Jahr erwartet werden.

Der Duft von gebrannten Mandeln weht durch die kühle Winterluft. Adventslieder mischen sich unter das Stimmengewirr. Menschen stehen in dicke Jacken eingekuschelt zusammen und trinken heißen Glühwein. Köln ist im Weihnachtsfeeling – und wo lässt sich das besser genießen als auf einem der zahlreichen Weihnachtsmärkte!? Doch sie sind nicht nur eine Gelegenheit, sich auf die nahenden Festtage einzustimmen – auch Kölns Wirtschaft profitiert davon.

„Die Weihnachtsmärkte sind definitiv ein starker Wirtschaftsfaktor für unsere Stadt“, bestätigt Kölns Wirtschaftsdezernentin Ute Berg. Sieben ganz große, touristisch relevante Weihnachtsmärkte gibt es hier – angefangen beim Kölner Dom über den Markt der Engel bis hinaus in die Veedel. „Sie haben unterschiedliche Schwerpunkte“, weiß Ute Berg. „Der Markt in der Altstadt heißt beispielsweise ‚Heimat der Heinzel‘ und in der Schaafenstraße gibt es mit der Christmas Avenue einen schwul-lesbischen Weihnachtsmarkt.“

Märkte ergänzen sich gut

Die Märkte, auf denen sich insgesamt 570 Stände – von Kunsthandwerk über Leckereien bis hin zu den klassischen Glühweinständen – aneinanderreihen, würden sich demnach thematisch gut ergänzen. „Hinzu kommen in den Veedeln noch weitere, kleine Weihnachtsmärkte“, sagt die Wirtschaftsdezernentin. „Aber die sind touristisch nicht relevant.“

Während sich die Weihnachtsmärkte in Bezug auf Art und Umfang in den vergangenen Jahren kaum verändert haben, hat sich bei den Besucherzahlen schon etwas getan. „Es gab gewisse Schwankungen, man kann aber sagen, dass sie von Jahr zu Jahr kontinuierlich gestiegen sind“, sagt Ute Berg. Dieses Jahr werde jedoch vermutlich eine Ausnahme sein. „Wir rechnen mit etwas weniger Besuchern, was mit der weltwirtschaftlichen Lage zusammenhängt.“ Nach den Terroranschlägen von Paris oder Brüssel seien die Menschen vorsichtiger geworden, meiden Großveranstaltungen häufiger als in der Vergangenheit. „Wir rechnen momentan mit 5,5 Millionen Besuchern – das wären dann rund 500.000 weniger als 2015.“

Verlängerung des Saisongeschäfts

Mit einem touristischen Bruttoumsatz von etwa 300 Millionen Euro rechnet die Wirtschaftsdezernentin. „Dazu zählen auch Hotelübernachtungen sowie Ausgaben in der Gastronomie und im Handel, denn viele Besucher bleiben dann gleich ein paar Tage in der Stadt.“ Nach dem Ende der Messezeit im November sei das auch wichtig. „Diese hohe Zahl an Gästen im Dezember bedeutet für die Stadt eine Verlängerung des Saisongeschäfts.“

Doch Ute Berg ist zuversichtlich, dass es mit den Besucherzahlen wieder bergauf gehen wird. „Es ist kein Kölner Phänomen – alle Großstädte in Europa haben zurzeit mit dem Problem zu kämpfen.“ Auch die Übergriffe am Kölner Hauptbahnhof in der Silvesternacht haben ihr Übriges zur Situation beigetragen. „Natürlich hat das auch eine Rolle gespielt, aber mit Karneval, das ohne Zwischenfälle verlaufen ist, oder auch der Gamescom, die mit 500.000 Besuchern die erfolgreichste überhaupt war, haben wir positive Bilder in die Welt gesendet.“ Und diese Bilder – so hofft die Wirtschaftsdezernentin – drängen die Vorfälle der Vergangenheit immer mehr in den Hintergrund. „Ich hoffe sehr, dass die sinkenden Touristenzahlen, die wir über das gesamte Jahr verzeichnet haben, nur eine Delle waren. Aber ich bin da optimistisch.“

Alena Staffhorst

WEIHNACHTSMÄRKTE IN KÖLN

- Weihnachtsmarkt am Dom
- Heimat der Heinzel in der Altstadt
- Markt der Engel auf dem Neumarkt
- Nikolausdorf auf dem Rudolfplatz
- Kölner Hafen-Weihnachtsmarkt am Rheinauhafen
- Weihnachtsmarkt im Stadtgarten
- Christmas Avenue, Schaafenstraße

STANDORT MIT TRADITION

Elf Jahre Mercedes-Benz Center Köln

Foto: Mike Christian

Matthias Hindemith, Vertriebsdirektor Pkw

Foto: Mercedes-Benz Center Köln

Mercedes-Benz Center Köln

Die Niederlassung Köln ist ein Standort mit Tradition – vor 111 Jahren eröffnete Carl Benz eine Repräsentanz. Und mit neuen Angeboten wie me connect ist man bereit für die Zukunft.

Das Mercedes-Benz Center Köln präsentiert seit nunmehr elf Jahren die Faszination für Mobilität auf vier Rädern in allen Facetten. Mit seiner luftigen, formschönen Architektur samt Tagungsräumen und angeschlossenem Bistro gilt es als eines der modernsten Autohäuser Europas.

Sei es die Präsentation der neuesten Modelle aus der aktuellen Kollektion oder von echten Oldtimer-Schätzchen: Der eigenen Firmentradition verpflichtet und zugleich gut gerüstet für die Kundenwünsche des 21. Jahrhunderts ist das Mercedes-Benz Center auch im elften Jahr immer einen Besuch wert.

Informieren, faszinieren und begeistern lautet das Credo der rund 120 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an der Mercedes-Allee 1. „Unser Marken-Center ist kein Autohaus im konventionellen Sinne. Mit spannenden Produktinszenierungen, darunter das AMG Performance Center im Racing-Look oder die neue S-Klasse-Welt mit digitalen Beratungsinseln, sowie mit Events aus den verschiedensten Themenwelten wollen wir mehr bieten als ein normales Autohaus“, so Matthias Hindemith, Vertriebsdirektor Pkw.

Das Center wurde 2006 eröffnet. Der vorherige Hauptsitz in Ehrenfeld steht heute als Pkw-Service- und Taxi-Center den Kunden offen. Die traditionell hier beheimatete Taxisparte wird von einem eigens operierenden Team bedient, das sich bestmöglich den Wünschen und Bedürfnissen der Taxiunternehmer und -fahrer anzunehmen weiß. Darüber hinaus bietet man am Gleisdreieck alle Pkw-Serviceangebote und einen Ersatzteilverkauf an.

Die Niederlassung Köln/Leverkusen ist mit ihren sechs Standorten auch in der heutigen Zeit ein wichtiger Arbeitgeber und kompetenter Ausbildungsbetrieb in der Region. So erreichen die Auszubildenden regelmäßig Bestnoten und Kammerauszeichnungen, auf die man in der Niederlassung zu Recht stolz ist.

Auch im Bereich Nachwuchsförderung bietet das Haus mit Stern vielfältige Möglichkeiten. Zum Beispiel den Einstieg als Nachwuchsverkäufer: Eine zwölfmonatige Qualifizierung führt an diese herausfordernde und interessante Aufgabe heran. Der Abschluss zum geprüften Automobilverkäufer eröffnet ausgezeichnete Zukunftsperspektiven. Begeisterung und Leidenschaft für die innovativen und zukunftsweisenden Fahrzeuge und den Umgang mit Kunden sind wesentliche Anforderungen an die Bewerber. Den Zukunftsthemen wie Digitalisierung und Elektromobilität trägt man bereits heute in der Aus- und Weiterbildung Rechnung.

Dabei spielen auch neue, digitale Dienstleistungsangebote wie Mercedes me connect eine große Rolle. Die Verknüpfung des eigenen Autos mit Smartphone oder Laptop ist heute schon möglich und läutet eine gänzlich neue Ära in Sachen Mobilität ein. Egal ob externe Abfrage der Tankfüllanzeige, Fahrzeugortung oder ferngesteuerte Öffnung des Fahrzeuges – die Digitalisierung fördert die Generierung von neuen Angeboten, mit denen Kunden nicht nur Zeit sparen können. Ein speziell eingerichtetes Webportal unter www.mercedes.me vereint bereits heute Konnektivitäts-, Mobilitäts-, Finanz- und Lifestyle-Themen unter einer Web-Adresse.

Da Carl Benz bereits 1906 eine offizielle Repräsentanz seiner Gasmotorenfabrik in Köln eröffnete, kann im Jahr 2017 nicht nur die traditionsreiche Prinzen-Garde Köln auf ein 111-jähriges Jubiläum zurückblicken. Zusammen mit den elf Jahren Mercedes-Benz Center Köln sind diese Jubiläen für die Niederlassung Anlass genug, diese mit entsprechenden „jecken“ Fahrzeugangeboten in der Karnevalssession 2017 zu feiern. Denn auch 2017 wollen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Mercedes-Benz Niederlassung Köln die Kunden und Besucher gerne informieren, immer wieder faszinieren und aufs Neue begeistern.

Heribert Eiden

Foto: Mercedes-Benz Center Köln

Mercedes-Benz am Gleisdreieck

Seminare & Trainingsangebote

Interessante Termine in Köln und Umgebung

Die Führungskraft als Coach

Anbieter: Manager Institut
Datum: 15.12.2016 – 16.12.2016
Ort: Köln
Preis: 1.475,60 €

Anmeldung:
www.manager-institut.de

Werden Sie zum Coach Ihrer Mitarbeiter. Erfahren Sie, wie Sie mit Coaching-Elementen die Leistungsbereitschaft Ihrer Mitarbeiter aufrechterhalten bzw. steigern.

Schlagfertigkeitstraining

Anbieter: Manager Institut
Datum: 15.12.2016 – 16.12.2016
Ort: Brühl
Preis: 1.356,60 €

Anmeldung:
www.manager-institut.de

Im richtigen Moment schlagfertig, aber trotzdem souverän und angemessen reagieren? Das lässt sich trainieren! Lernen Sie, selbst in schwierigsten Situationen die nötige Ruhe zu bewahren und die passenden Worte zu finden. In unserem Schlagfertigkeitstraining vermitteln wir Ihnen die richtigen Techniken, um Ihren Einfallsreichtum entsprechend zu nutzen.

Kreativität und professionelles Ideenmanagement

Anbieter: CoBeT® Coaching – Beratung – Training Darmstadt und Riedstadt
Datum: 19.12.2016 – 20.12.2016
Ort: Köln
Preis: 1.395,00

Anmeldung:
www.cobet-da.com

Sie werden täglich vor neue Probleme gestellt, die konstruktive Denkansätze, innovative Lösungen und kreative Strategien erfordern. Entdecken Sie Ihre eigene Ur-Kreativität wieder und setzen Sie diese ein, um komplexe Zusammenhänge und Aufgaben souverän zu managen.

Souveränitätstraining für Frauen I: Die Basis für Ihren Erfolg im Business

Anbieter: Haufe Akademie GmbH & Co. KG
Datum: 21.12.2016 – 22.12.2016
Ort: Köln
Preis: 1.594,60 €

Anmeldung:
www.haufe-akademie.de

Sicheres und souveränes Auftreten sowie die Fähigkeit, optimal zu kommunizieren, sind neben Ihrer fachlichen Expertise die Voraussetzungen, beruflich voranzukommen.
Lernen Sie in diesem Training, Ihre Persönlichkeit zu festigen und Ihre eigene Entwicklung und somit die Entwicklung Ihres Unternehmens zu stärken.

Dialektik – die Kunst der überzeugenden Gesprächsführung

Anbieter: Manager Institut
Datum: 22.12.2016 – 23.12.2016
Ort: Köln
Preis: 1.475,60 €
Anmeldung:
www.manager-institut.de

Trainieren Sie bewährte professionelle Methoden der Dialektik, um Gespräche erfolgreich zu führen und so z. B. auch Entscheidungen zu beeinflussen. Lernen Sie, in jeder Gesprächssituation souverän zu argumentieren und die Techniken in Ihren Arbeitsalltag zu integrieren.

Business Small Talk

Anbieter: Manager Institut
Datum: 02.01.2017 – 02.01.2017
Ort: Köln
Preis: 940,10 €

Anmeldung:
www.manager-institut.de

Small-Talk-Gespräche bieten die Möglichkeit, mit interessanten Menschen und potenziellen Kunden erstmals in Kontakt zu treten. Dieses Training vermittelt Ihnen Strategien, wie Sie Business Small Talk souverän und zielgerichtet einsetzen.

Projektmanagement für Führungskräfte

Anbieter: Manager Institut
Datum: 02.01.2017 – 03.01.2017
Ort: Köln
Preis: 1.475,60 €

Anmeldung:
www.manager-institut.de

In diesem Seminar lernen Sie, besser mit Projektleitern, Projektmitarbeitern und Kollegen in Entscheidungsgremien zusammenzuarbeiten und so typische Projektfallen zu umgehen.

Internationales Marketing

Anbieter: Manager Institut
Datum: 02.01.2017 – 03.01.2017
Ort: Köln
Preis: 1.475,60 €

Anmeldung:
www.manager-institut.de

Viele Unternehmen sind derzeit bestrebt, neue Auslandsmärkte zu erschließen bzw. bestehende zu verbessern. Dieses Seminar zeigt Ihnen, wie Sie ein erfolgreiches internationales Marketing entwickeln und erfolgreich umsetzen können.

Virtuelle Teams erfolgreich führen: die Basis effektiver Führung auf Distanz

Anbieter: Haufe Akademie GmbH & Co. KG
Datum: 11.01.2017 – 12.01.2017
Ort: Köln
Preis: 1.713,60 €

Anmeldung:
www.haufe-akademie.de

Erfahren Sie, wie Sie virtuelle Teams über verschiedene, auch internationale Standorte hinweg koordinieren und führen. Eignen Sie sich Wissen über virtuelle Teamarbeit an und lernen Sie, diese Form der virtuellen Zusammenarbeit effektiv und gewinnbringend zu gestalten.

Kreative Meetings gestalten

Anbieter: Manager Institut
Datum: 13.01.2017 – 13.01.2017
Ort: Köln
Preis: 761,60 €

Anmeldung:
www.manager-institut.de

Mangelnde Planung und Organisation führt bei Meetings und Konferenzen oft zu unnötigen Kosten und Motivationsverlust. Dieser Kurs vermittelt Ihnen effiziente Techniken und Strategien, mit denen Sie zukünftig in Meetings und Konferenzen erfolgreich themen- und ergebnisorientiert arbeiten und so unnötige Kosten vermeiden.

Veranstaltungsmanagement

Anbieter: Manager Institut
Datum: 16.01.2017 – 17.01.2017
Ort: Köln
Preis: 1.356,60 €

Anmeldung:
www.manager-institut.de

Das Seminar vermittelt Ihnen die wichtigsten Grundlagen, um eine perfekte Veranstaltung vorzubereiten. Checklisten werden erstellt und Modelle für den Ablauf verschiedener Veranstaltungstypen entwickelt. Mit einer systematischen Planung und den richtigen Mitarbeitern schaffen Sie die Voraussetzungen für eine gelungene Veranstaltung.

Professioneller Medienauftritt

Anbieter: SI Seminar-Institut e. K.
Datum: 19.01.2017 – 20.01.2017
Ort: Köln
Preis: 1.487,50 €

Anmeldung:
www.seminar-institut.de

Dieses Seminar vermittelt Ihnen das Basiswissen für einen effektiven Medienauftritt.
Sie trainieren souveränes Auftreten vor Aufnahmegeräten, Schlagfertigkeit, Einsetzen von Körperhaltung, Mimik und Gestik etc.

Logisches und vernetztes Denken

Anbieter: Manager Institut
Datum: 23.01.2017 – 23.01.2017
Ort: Köln
Preis: 940,10 €

Anmeldung:
www.manager-institut.de

In diesem Seminar trainieren Sie, logisches und vernetztes Denken in schwierigen Situationen zu verknüpfen und gedankliche Klarheit zu schaffen. Ziehen Sie gelungene logische Schlussfolgerungen und verbessern Sie Ihre Fähigkeit, Zusammenhänge besser zu erkennen und zu strukturieren.

Im Arbeitsalltag erfolgreich ausbilden

Anbieter: Manager Institut
Datum: 23.01.2017 – 24.01.2017
Ort: Köln
Preis: 1.356,60 €

Anmeldung:
www.manager-institut.de

Im Arbeitsalltag zusätzlich Auszubildende zu betreuen kann schwierig sein. Finden Sie heraus, wie Sie Ihre Tagesarbeit und die Ausbildung der neuen Kollegen optimal aufeinander abstimmen können.

Erfolgreiche Pressearbeit

Anbieter: Manager Institut
Datum: 23.01.2017 – 24.01.2017
Ort: Köln
Preis: 1.475,60 €

Anmeldung:
www.manager-institut.de

Die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit hat als wichtiges Instrument der Unternehmensdarstellung an Bedeutung deutlich zugenommen. Nutzen Sie professionelle Pressearbeit zur Verbesserung des Kommunikationsauftritts Ihres Unternehmens und steigern Sie somit den Verkaufserfolg spürbar.

Durchsetzungstraining für Frauen

Anbieter: Manager Institut
Datum: 23.01.2017 – 24.01.2017
Ort: Köln
Preis: 1.356,60 €

Anmeldung:
www.manager-institut.de

Frauen entscheiden und kommunizieren anders als Männer. Erhöhen Sie Ihre Entscheidungs- und Durchsetzungskraft. In diesem Seminar lernen Sie durch zahlreiche Kommunikationstechniken, wie Sie Ihr Durchsetzungsvermögen steigern.

1 x 1 der Zeit

Anbieter: edulab – education | communication | consulting
Datum: 25.01.2017
Ort: Köln
Preis: 312,00 €

Anmeldung:
www.edulab.de

Kennen Sie Arbeitstage, an denen Sie eigentlich zwölf Dinge gleichzeitig erledigen müssten? Mit Zeitmanagement können Sie Ihre Zeit effizienter nutzen. Sie lernen, Zeit zu gewinnen, Stressfaktoren zu erkennen und zu minimieren sowie sich auf das Wesentliche zu konzentrieren.

Pensionszusage des Gesellschafter-Geschäftsführers

Anbieter: Dornbach GmbH
Datum: 26.01.2016
Ort: Bergisch Gladbach

Anmeldung: bis 12.01.2016 telefonisch unter +49 (0) 2202 936 17-0

Die Steuerberater und Wirtschaftsprüfer von Dornbach sowie Experten des Instituts für Mittelstandsförderung stellen Unternehmern praxisbezogen Exit-Strategien vor, die zukünftig sowohl die Versorgungssituation des Gesellschafters berücksichtigen als auch helfen, steuerliche Fallstricke zu umgehen.

Entsendung und Beschäftigung ausländischer Arbeitnehmer

Anbieter: Verlag Dashöfer GmbH
Datum: 07.02.2017 – 07.02.2017
Ort: Köln
Preis: 666,40 €

Anmeldung:
www.dashoefer.de

Welche arbeits- und sozialversicherungsrechtlichen Besonderheiten müssen bei der Entsendung und Beschäftigung ausländischer Arbeitnehmer beachtet werden? Sie erfahren alles über Rechtsvorschriften, Rechtssicherheit und Arbeits- bzw. Aufenthaltserlaubnis.

Büro-Musterhaus Prickartz GmbH
Dresdener Straße 5-7
52068 Aachen
Tel 0241/5181-0
Fax 0241/508021
E-Mail mail@prickartz.de
Web www.prickartz.de

Rouette Eßer GmbH
Am Langen Graben 3
Gewerbegebiet Im Großen Tal
52353 Düren
Tel 02421/8008-0
Fax 02451/8008-29
E-Mail mail@rouette-ehser.de
Web www.rouette-ehser.de

- Büroeinrichtungen
- Innendesign
- Druck-/Kopiersysteme
- EDV-Bürobedarf

RONCALLI'S
PANEM ET CIRCENSES
SPIEGELZELT
RONCALLI
DINNER-SHOW
20 % AUF ALLE TICKETS
Das Angebot ist telefonisch buchbar unter 0221/96 494 260.
Stichwort „Panem-Special“.
Das perfekte Geschenk!
9 NOV
KÖLN
MESSE CITY
8 JAN
BARMER STRASSE
INFO: WWW.RONCALLI.DE
KIRBERG CATERING
kölnticket.de Tickethotline: 0221-2801
Kölnische Rundschau