www.diewirtschaft-koeln.de | Ausgabe 01.17

DIEWIRTSCHAFT

DAS WIRTSCHAFTS-MAGAZIN FÜR KÖLN UND DIE REGION

KULTUR IN KÖLN

NICHT NUR BAUSTELLEN

DER KULTURSTANDORT KÖLN PRÄSENTIERT SICH FACETTENREICH

Ab Seite 06

DER 1. FC KÖLN IST "SPÜRBAR ANDERS"

Interview mit Alexander Wehrle über den wirtschaftlichen Erfolg der Geißböcke

Ab Seite 42

NEUE SERIE: SCHÖNER SCHEITERN

Über die schönsten Stolpersteine des Lebens, die Lust aufs Risiko und den Erfolg

Ab Seite 46

Tschüss ISDN

WILKOMMENIP

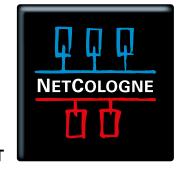


IP-Technologie ist der zukunftssichere Standard für Telekommunikationslösungen.

Entdecken Sie jetzt unsere attraktiven Business-Pakete mit Internet und SIP-Telefonanschlüssen: einfacher, flexibler und perfekt für jede Unternehmensgröße.

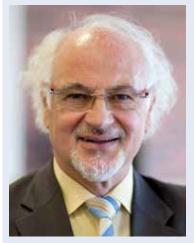
Jetzt einfach umsteigen und Aktionsangebote sichern!

Mehr Infos unter:



Editorial

NEUE SEITEN FÜR DIE WIRTSCHAFT



Vor einem Jahr erschien DIEWIRTSCHAFT mit der ersten Ausgabe. In der Folgezeit erreichten uns von Lesern und Kunden viele Meinungen zu der Ausführung im Zeitungsformat. Dieses hatte tatsächlich einige Schwachstellen; insbesondere für den Postversand und für Zweit- oder gar Drittleser war es nur bedingt geeignet. Gleichzeitig wurden wir für unsere redaktionelle Arbeit, die The-

menauswahl und unseren regionalen Bezug gelobt.

Mit der Ihnen nun vorliegenden Ausgabe im wertigem A4-Magazin-Format und einem grafischen Relaunch setzen wir die Ideen, Vorschläge und die konstruktiven Rückmeldungen um. Wir ergänzen diese mit unserem Know-How und lassen beim informativen Themen-Mix nicht nur unsere Redakteure zu Wort kommen, sondern greifen auch auf das Wissen und die Erfahrung von Experten zurück.

DIE WIRTSCHAFT II gelangt zum einem auf dem Postweg auf die Schreibtische der Inhaber und Geschäftsführer der ausschließlich im Handelsregister eingetragenen Unternehmen in Köln und der Region. Andererseits übernehmen viele Verbände, Netzwerke und Wirtschaftsklubs darüber hinaus eine sehr wichtige Funktion in der sichtbaren Verbreitung unseres Wirtschafts-Magazins.

Alle redaktionellen Beiträge und auch das komplette E-Paper werden zusätzlich auf unserem kostenlosen Online-Portal www.diewirtschaft-koeln.de veröffentlicht. Durch eine Implementierung in die sozialen Netzwerke und mit unseren kompetenten Kooperationspartnern im Publisher-Bereich erzielen wir eine hohe Reichweitenverlängerung. Unsere täglich aktualisierten Inhalte sind dabei nicht nur auf dem PC, sondern auch auf Tablets und Smartphones problemlos abrufbar.

Ihre Meinung ist uns immer wichtig und wir sind für Anregungen sehr dankbar. Ich wünsche Ihnen nun viel Spaß beim Lesen der **DIE WIRTSCHAFT II** und hoffe, dass unsere Redaktionsthemen für Sie einen spürbaren Nutzwert haben.

Herzlichst Ihr

Eugen Weis, Herausgeber DIE WIRTSCHAFT TO

Kommentar

KOPF NICHT IN DEN SAND STECKEN



Der Brexit und der neue US-Präsident Donald Trump setzen die EU weiter unter Druck. Ohnehin steht die Union aufgrund der Flüchtlingskrise und der wohl primär an innenpolitischen Opportunitäten ausgerichteten Politik des russischen Präsidenten Wladimir Putin sowie des türkischen Präsidenten Recep Tayyip Erdoğan unter Anspannung. Zudem fordern Rechtspopulisten die Union von innen

heraus. Nur ein einiges Europa, das seine gemeinsamen Werte bewahrt und verteidigt, kann diese Herausforderungen meistern.

International muss Brüssel seinen Einfluss geltend machen, die Prinzipien des Freihandels stärken und Protektionismus à la Trump entschieden ablehnen. Politik und Wirtschaft sollten klar und selbstbewusst die eigenen Positionen und Interessen vertreten und sich weltweit für Freiheit und Demokratie, Verfahrenssicherheit sowie Menschen- und Bürgerrechte einsetzen. Europa ist stark – muss dies aber jetzt auf der Weltbühne unter Beweis stellen und lernen, auch unabhängig von den USA zu handeln.

Die Union darf keine weiteren Auflösungserscheinungen zeigen. Nationale Alleingänge schaden auch den Ländern selbst auf Dauer mehr, als sie nützen. Vor allem in Großbritannien wird es Zeit, Illusionen abzulegen. Ein kurzfristiger oder einseitiger ökonomischer Vorteil trägt nicht weit. Der Brexit wird den Briten mehr schaden als der deutschen Wirtschaft und dem Rest der EU. Der britische Wohlstand könnte langfristig um bis zu zehn Prozent sinken. Um den EU-Austritt von Großbritannien sollte Brüssel daher fair, aber hart verhandeln. Die vier Grundfreiheiten – freier Verkehr von Personen, Waren, Kapital und Dienstleistungen – dürfen nicht infrage gestellt werden. Der Zusammenhalt der Union hat Priorität: Nur gemeinsam kann Europa die globalen Entwicklungen mitgestalten und in der Welt mit starker Stimme für Freihandel und Freizügigkeit eintreten.

Prof. Dr. Michael Hüther, Direktor des IW Köln

IMMER UP TO DATE www.diewirtschaft-koeln.de



HIGHLIGHTS DIESER AUSGABE



..... ab Seite 06

RUBRIK: MACHER & MÄRKTE



Kräfte bündeln -Aus Liebe zur Stadt

..... ab Seite 10

Außerdem: Digital Hub Cologne feierlich eröffnet ab Seite 12

RUBRIK: **Branchen & Betriebe**



Erfolgreiche Mobile-Strategie im Jahr 2017

..... ab Seite 26 Foto: pixabay.com

Außerdem: **Gipfelsturm: Kölner Büromarkt mit bestem je registrierten Ergebnis** Seite 22 | **Native Advertising** Seite 28

RUBRIK: GELD & GESCHÄFT



Unterschätztes Risikopotential

..... ab Seite 36
Foto: ArtmannWitte / iStockphoto

Außerdem: Arbeitgeberwechsel - Chancen und Risiken Seite 32 | Gutes Geld für gute Arbeit Seite 34 | Rückwirkender Vorsteuerabzug Seite 39

RUBRIK: LEBEN & WISSEN



Wo sollen wir alle wohnen?

.....ab Seite 48

Außerdem: Sinkende Touristenzahlen ab Seite 50 | Köln braucht sich nicht zu verstecken ab Seite 54 | Unrühmlicher Spitzenreiter Seite 56 | Der (Back-) Ofen ist aus ab Seite 62

IMPRESSUM

Verlag und Herausgeber:

Weis Wirtschaftsmedien GmbH, Eugen Weis Hahnenstr. 12, 50667 Köln, Telefon 0221.4743924, e.weis@diewirtschaft-koeln.de www.diewirtschaft-koeln.de

Redaktions- und Objektleitung:

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

Redaktion:

Heribert Eiden (he), Monika Eiden (mei), Matze Ehlers (me), Christian Esser (ce) Catrin Kindler (ck), Katharina Loof (kl) Edda Nebel (en), Alena Staffhorst (as), Astrid Waligura (aw), Eugen Weis (ew)

Fotos: Alexander Weis, Fotolia.com sowie Kunden und privat, Covermotiv: Andrey Kuzmin / WoGi

Anzeigenleitung:

Eugen Weis, Hahnenstr. 12, 50667 Köln, anzeigen@diewirtschaft-koeln.de Jahrgang: 2, Heft 1/2017

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

Gestaltung / Layout:

Amann Design, Rixdorfer Str. 9, 51063 Köln, Telefon: 0221.3465088,

E-Mail: kontakt@amanndesign.de

Auflage: 17.000 Exemplare

Beilagen: Autohaus Walter Coenen

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

DIE **GEWERBEWOCHEN** BEI IHREN KÖLNER FORD HÄNDLERN BIS 31.03.2017.

0,00%1

€ 1.000,-2



FORD FOCUS TURNIER **BUSINESS**

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

Mit der Finanzierungsrate von

119,- mtl.

Kaufpreis (netto) Kaufpreis Laufzeit Jährliche Laufleistung Sollzinssatz p.a. (fest) Effektiver Jahreszins Nettodarlehnsbetrag Anzahlung Gesamtdarlehnsbetrag Restrate

€ 16.378,15 € 19.490,-36 Monate 10.000 km 0.00% 0,00% € 15.990,-£ 3 500 -£ 15.990.-€ 11.825,-



FORD MONDEO TURNIER **BUSINESS**

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

€179,-^{1,2} mtl.

Kaufpreis (netto) Kaufpreis € 25.990.-Laufzeit Jährliche Laufleistung Sollzinssatz p.a. (fest) 0.00% Effektiver Jahreszins 0.00% € 22.090,-Nettodarlehnsbetrag Anzahlung £ 3.900.-Gesamtdarlehnsbetrag € 22,090.-Restrate € 15.825,-

€ 21.840,34 36 Monate 10.000 km

Mit der Finanzierungsrate von



FORD S-MAX BUSINESS

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

Mit der Finanzierungsrate von

km (kombiniert).

Kaufpreis (netto) Kaufpreis Laufzeit Jährliche Laufleistung Sollzinssatz p.a. (fest) Effektiver Jahreszins Nettodarlehnsbetrag Anzahlung Gesamtdarlehnsbetrag Restrate

€ 23.941.17 € 28.490,-36 Monate 10.000 km 0,00% 0,00% € 24.790,-€ 3.700.-€ 24.790,-€ 17.825.-



Der neue FORD EDGE TREND

2.0 l TDCI 132 kW (180 PS), 6-Gang, Intelligenter Allradantrieb, Audiosystem CD, Klimaautomatik (2-Zonen), 19" Leichtmetallräder, Tempomat, Fahrspurassistent, Verkehrsschilderkennung, Aktive Geräuschkompensation, Tempomat, Berganfahrassistent, Pre-Collision-Assist mit Auffahrwarnsystem und aktiven Notbremsassistenten u.v.m

Mit der Finanzierungsrate von

Kaufpreis (netto) Kaufpreis Laufzeit Jährliche Laufleistung Sollzinssatz p.a. (fest) Effektiver Jahreszins Nettodarlehnsbetrag Anzahlung Gesamtdarlehnsbetrag Restrate

€ 30.243.70 € 35.990,-36 Monate 10.000 km 0,00% 0,00% € 31.181,-€ 5.400,-€ 31.181,-€ 23.166,-

Ihr individuelles Angebot erhalten Sie bei folgenden Ford Partnern:

Kraftstoffverbrauch (in l/100 km nach VO (EG) 715/2007 und VO (EG) 692/2008 in der jeweils geltenden Fassung): 5,8 – 3,8 (kombiniert); CO₂-Emissionen: 149 – 98 g/

AUTO STRUNK

Abbildungen zeigen Wunschausstattung gegen Mehrpreis.

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

GEBERZAHN

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

LA LINEA

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

KIERDORF

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

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

www.fordhändler-köln.de

Ein Finanzierungsangebot der Ford Bank (Josef-Lammerting- Allee 24-34, 50933 Köln) für gewerbliche Einzelabnehmer ohne gültigen Ford Rahmenvertrag bei Kaufvertragsabschluss und Abschluss eines Darlehnsvertrages vom 01.03.2017 bis 31.03.2017. Die Finanzierung mit 0,00 % effektivem Jahreszins gilt für die Modelle Ford Fiesta, B-MAX, EcoSport, Focus (außer Focus RS und Focus Electric), C-MAX (außer C-MAX Energi), Kuga, Mondeo, S-MAX, Galaxy, Edge, Tourneo Courier, Tourneo Connect, Transit Courier, Transit Connect, Transit Courier, Trans bei Kaufvertragsabschluss vom 01.03.2017 bis 31.03.2017 für die Modelle Ford Fiesta, Focus (ohne RS, Electric), B-MAX, EcoSport, Tourneo Courier, C-MAX (ohne Energie), Kuga, Mondeo, S-MAX, Galaxy und Tourneo Connect gewährt und wurde in den Angeboten bereits berücksichtigt.



In Sachen Kultur ist Köln gut aufgestellt. Zehn städtische Museen bieten teils Kunst von Weltruf. Im Herzen der Stadt entsteht das MiQua.LVR-Jüdische Museum. Oper und Schauspiel begegnen Provisorien mit Professionalität. Und: Jede städtische Einrichtung findet in der freien Kulturszene ihr Pendant. Welche Bedeutung hat die Kölner Kultur als Wirtschaftsfaktor? Die Wirtschaft Köln hat aktuelle Zahlen und Fakten rund um die Kulturbetriebe zusammengestellt.

Der geplante Haushalt für die Kölner Kultur wird für das Jahr 2017 auf 181,5 Millionen Euro beziffert. Den größten Posten verbuchen dabei die Bühnen der Stadt Köln, die mit 67,8 Millionen mehr als ein Drittel des städtischen Kulturetats aus der Vergabetorte schneiden.

Fasst man die geplanten Etats für die Kölner Museen zusammen, so summieren sich die Einzelposten auf immerhin 45 Millionen Euro. Der "Star" unter den Kunsttempeln der Stadt Köln ist dabei, wen wundert es, das Museum Ludwig mit seiner hervorragenden Sammlung moderner Kunst. Die wollten im vergangenen Jahr 231.080 Menschen bewundern. Nicht zu überbieten?

Süßer Sieger ist das Schokoladenmuseum

Doch, und zwar mit der Kunst der Herstellung von feiner Schokolade. Das privat betriebene Schokoladenmuseum, 1993 eröffnet, zieht regelmäßig um die 650.000 Besucher im Jahr an. Es ist damit Kölns erfolgreichstes Museum, gehört in Deutschland zu den besten zehn und steht finanziell auf eigenen Beinen. Die Eintrittsgelder decken die Kosten in vollem Umfang, eine Situation, von der die Museen unter städtischer Leitung nur träumen können. Allein das Museum Ludwig bekommt mit 14,36 Millionen Euro einen erheblichen Anteil aus dem Kulturbudget.

181,5 Millionen Euro für die Kultur entsprechen knapp 4,1 Prozent des Kölner Gesamthaushalts von 4,4 Milliarden Euro. "Köln leistet sich mit zehn kommunalen Museumseinrichtungen eine Bandbreite, die keine andere deutsche Stadt besitzt, und hat in den letzten drei Jahren seinen Kulturetat insbesondere in den Bereichen freie Szene (Kulturamt) und Museen gesteigert", so Susanne Laugwitz-Aulbach, Kulturdezernentin der Stadt.

Verteilung des Kulturetats auf Bühnen, Museen, sonstige Einrichtungen sowie die freie Kulturszene:

Institutionen	2017
Kulturamt (freie Szene)	10.187.571€
Puppenspiele	2.385.669€
Stadtbibliothek	15.723.623€
Historisches Archiv	15.568.686€
Bühnen	67.816.000€
Gürzenich-Orchester	8.646.000€
Wallraf-Richartz- Museum & Fondation Corboud	4.176.230€
Museum Ludwig	14.366.127€
Römisch-Germani- sches Museum	5.604.727 €
Rautenstrauch- Joest-Museum	9.300.959€
Museum für Angewandte Kunst	3.070.827€
Museum für Ostasiatische Kunst	1.977.641€
Museum Schnütgen	1.769.342€
Kölnisches Stadtmuseum	2.697.255€
NS-Dokumentati- onszentrum	2.164.930€
Museumsdienst	2.206.571€
Kunst- und Museums- bibliothek	2.867.270 €
Stadtkonservator/-in, Amt f. Denkmal- schutz upflege	2.872.099€
Archäologische Zone und Jüdisches Mu- seum	2.455.057 €
Referat für Muse- umsangelegenheiten	5.606.899€
Kulturetat 2017	181.463.484 €

Vorübergehende Schließungen einzelner Häuser aufgrund erforderlicher Sanierungsmaßnahmen verhinderten ein besseres Ergebnis.

Fakt ist, Kultur ist ein äußerst wichtiger Faktor, der Geld in die Stadtkasse spült. Ganz aktuell gibt Köln Tourismus die Zahlen für das vergangene Jahr heraus und bewertet die Lage wie folgt:

"Das touristische Jahr 2016 ist mit insgesamt 3,35 Millionen Gästeankünften und 5,8 Millionen Übernachtungen im Vergleich zum vorangegangenen Rekordjahr 2015 schwächer ausgefallen. Der Rückgang beläuft sich auf 2,9 Prozent bei den Ankünften sowie auf 3,5 Prozent bei den amtlich erfassten Hotelübernachtungen. Nach 15 Jahren, in denen sich die Übernachtungszahlen seit dem Jahr 2000 verdoppelt hatten, wirkten sich im vergangenen Jahr vielfältige mitunter globale Einflussfaktoren negativ auf die Tourismusentwicklung in Köln aus."

Kultur nützt der Stadt über die Umwegrentabilität

Wie viel Geld der Faktor Kultur in die Stadtkasse spült, lässt sich nur schwer exakt ermitteln. Die Experten sprechen von Umwegrentabilität. Diese zeigt den indirekten Nutzen auf, den eine Großveranstaltung oder ein Museum von Weltruf, um zwei Beispiele zu nennen, in Form von Euro in die Stadtkasse spülen. Angefangen bei demjenigen, der nach dem Museumsbesuch ein Souvenir kauft, bis zum Städtereisenden, der mehrere Tage in Köln verbringt.

Im vergangenen Jahr erwirtschafteten die städtischen Museen Einnahmen in Höhe von rund 11,2 Millionen Euro, so das vorläufige Jahresergebnis. Diese setzen sich überwiegend aus Eintrittsgeldern sowie Zuschüssen Dritter – hier insbesondere Bund und Land sowie Sponsorengelder – zusammen.

Nicht nur erforderliche Sanierungsmaßnahmen verhinderten ein besseres Ergebnis. Das in der Nähe des Neumarkts neu gebaute Rautenstrauch-Joest-Museum musste quasi schon saniert werden, bevor der erste Besucher durch die Völkerkundesammlung spazieren konnte. Nach der knapp bemessenen Planungsphase von 15 Jahren und der im Vergleich dazu schnellen Bauzeit von fünf Jahren sind Wasserschäden im Fotoarchiv, Mängel bei der Elektroinstallation, die schadhafte Glasfassade und Probleme bei der Sprinkleranlage Streitpunkte, mit denen sich inzwischen die Gerichte beschäftigen. Undichte Stellen im Sprinklersystem führten zum Einsatz von Brandwachen, eine Abteilung des Hauses musste vorübergehend geschlossen werden.

Die Erläuterungen der Stadt sind teils nachvollziehbar. "Für das Kulturzentrum am Neumarkt wie auch für die Oper gilt: Bauen bedeutet immer auch ein gewisses Maß an Risiko. Die Teuerung von Baumaterialien wie Stahl, Beton und Fertigelementen gehört dazu wie nachträgliche Änderungen am Bauwerk noch während der Bauphase. Hinzu kommen Zeitverzögerungen."

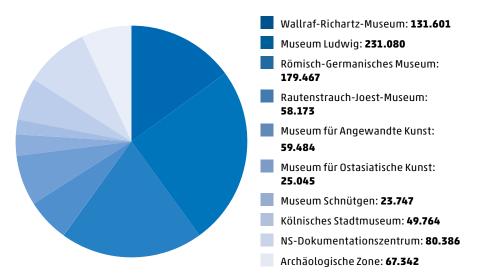
Die Bindung der öffentlichen Hand an das Vergaberecht, komplizierte und sehr zeitaufwendige Vergabeverfahren machen die Sache nicht leichter. Unternehmen mogeln sich mit gezielt zu niedrig angesetzten Angeboten ins Boot, machen sich unverzichtbar, um später Nachforderungen zu stellen, die den Kostenrahmen übersteigen.

Eine Schwierigkeit, die aus dieser Problemlage resultiert, ist der Umgang der öffentlichen Hand mit Schlechtleistungen von einzelnen Unternehmen. Anders als die Privatwirtschaft sieht die öffentliche Hand wegen Bedenken einer erneuten Ausschreibung und mühsamer Gerichtstermine meist von einer Kündigung der unzureichend arbeitenden Baufirmen ab. Hier ist eventuell Besserung in Sicht, denn der neue Chef der Allgemeinen Verwaltung, Dr. Stephan Keller, will mit schlampig arbeitenden Unternehmen Klartext reden.

Keine Dreigroschenoper: Baukostenprognose von 460 Millionen Euro

Die Insolvenz eines Unternehmens während der Bauphase kann passieren, führt

Die städtischen Museen zählten im vergangenen Jahr insgesamt: 906.089 Besucher. Diese verteilten sich auf die zehn unterschiedlichen Einrichtungen wie folgt:





aber zu erneuten Ausschreibungen, somit Zeitverlusten. Und teurer wird's bei einem neuen Unternehmen auch. Verzögerungen führen dazu, dass mit beteiligten Baufirmen über die weitere Erfüllung der jeweiligen Vertragsverhältnisse verhandelt werden muss. Die Spitze des Eisbergs in Sachen Oper: Das Ingenieurbüro Deerns, bis Ende 2015 für die Planung der Gebäudetechnik zuständig, hat beim Landgericht Köln ein sogenanntes selbstständiges Beweisverfahren beantragt. Schnell machte das Wort Baustopp die Runde. In einer Stellungnahme ließ Bühnen Köln verlauten, dass sie die Gefahr eines Baustopps als nicht gegeben ansehen. Und weiter heißt es: "Die Bühnen sehen die Fortschritte bei der Neuaufstellung des Projekts selbst im Falle einer Einleitung des Selbstständigen Beweisverfahrens als nicht gefährdet an." Fakt sind die bis jetzt prognostizierten Baukosten von 460 Millionen Euro.

Fleißig gewirkt wird auch bei den Bühnen der Stadt Köln. Deren Künstler und Mitarbeiter arbeiten unbeirrt mit Begeisterung und Engagement und bringen sich für die Kölner Kultur ein. Das Ensemble des Schauspiels geht dafür sogar in die "Grotte". So nennt sich eines der Ausweichquartiere im ehemaligen Carlswerk in der Schanzenstraße.

Staatenhaus weit mehr als ein Provisorium

Die Oper Köln hat mit dem StaatenHaus am Deutzer Rheinpark ein Interimsquartier gefunden. Fachwelt und Publikum sind sich einig darüber, dass das Staatenhaus weit mehr als ein Provisorium darstellt.

Besucherzahlen Bühnen Köln Spielzeit 2015/16



Gesamtbesucherzahl

186.593

Einnahmen / Ausgaben 2015/16



Einnahmen 5,75 Millionen Euro davon Landeszuschuss 1,5 Millionen Euro

Ausgaben inkl. Gürzenich-Orchester 60,83 Millionen Euro, d. h. die Zahlungen der Bühnen, die für das Gürzenich Orchester für die Opern-Aufführungen gezahlt werden.

Freie Bühnen haben die Nase vorn

Den Bühnen Köln, also den städtisch betriebenen Brettern, die die Welt bedeuten, stehen über 50 freie Bühnen gegenüber. Die sind im gesamten Stadtgebiet verteilt, die Bandbreite reicht dabei vom kleinen Wohnzimmertheater bis zur großen Comedia Köln. Dietmar Kobboldt vom Kulturnetz Köln hat einen Vergleich der Zuschauerzahlen aus dem Jahr 2014 vorliegen. Seinerzeit lagen städtische Bühnen und die freien Theater gleichauf. Inzwischen haben die freien die Nase vorn, bedeuten die Sanierung von Oper und Schauspiel deutliche Kapazitätseinbußen.

Als die älteste private Bühne in Köln bereichert das "Theater der Keller" seit 1955 die freie Kulturszene. Seinerzeit sollte es der avantgardistische Gegenentwurf zur "Hochkultur" des Stadttheaters sein. Heute prägt zeitgenössische Dramatik mit politischer und gesellschaftlicher Relevanz das neue Konzept. Eigene Inszenierungen werden durch Lesungen, Diskussionen und Konzerte ergänzt. Das lockte im vergangenen Jahr 6.633 Zuschauer in die Kleingedankstraße. Wo sich Theaterleiter Heinz Simon Keller große Gedanken um einen neuen Standort macht. Denn der Mietvertrag läuft am 31.07.2017 aus.

"Comedy sollte mehr gefördert werden"

Seit 1981 gibt es das Atelier Theater in der Roonstraße. Das von Rosa K. Wirtz geleitete Haus mit zwei festen und zehn freien Mitarbeitern hat sich der Comedy verschrieben. Die Sommer-Reihe der Gratis-Comedy im Wirtzhaus wird regelmäßig mit einem kleinen Betrag aus dem Zehn-Millionen-Euro-Fördertopf des Kulturamts unterstützt. Die Chefin sieht Köln als eine Comedy-Stadt. "Dieses Genre der Kunst sollte gerade hier mehr gefördert werden – wird aber tatsächlich etwas 'stiefmütterlich' behandelt."

Viele der freien Bühnen haben sich auch die Förderung des Nachwuchses auf die Fahnen geschrieben. In der umgebauten Alten Feuerwache in der Vondelstraße veranstaltet die Comedia Köln Kindertheater und Junges Theater. Zwei Bühnen (400 und 180 Plätze) machen das Haus in Sachen Besucherzahl (96.000 in 2016) und Mitarbeiter (60 feste und 40 freie) zu einem Zugpferd der freien Theaterszene. Allerdings: auch hier reicht es nicht zu überleben, städtische Fördermittel stocken den Etat auf.

Noch in diesem Monat – am 24.03.2017 – feiert das TAS Theater am Sachsenring seinen 30. Geburtstag. Im vergangenen Jahr kamen 6.200 Zuschauer in die insgesamt 112 Vorstellungen. Unter der Leitung von Joe Knipp werden renommierte Autoren wie Ibsen, Canetti, Kafka, von Kleist, Ayckbourn und Reza inszeniert. Auch das TAS erhält für einzelne Produktionen geringe Zuschüsse aus der öffentlichen Hand. Viele Bühnen sind daher auf Spenden angewiesen oder haben eigene Fördervereine ins Leben gerufen.

Doch was genau ist die freie Szene? Nun, sie umfasst bildende Künstler, Musiker, Literaten, auch Foto- und Videokünstler, Tänzer und Theatermacher sowie Kulturmanager, die eines eint: Sie sind freischaffend, freiberuflich tätig, arbeiten an unterschiedlichen Projekten, manchmal auch an mehreren gleichzeitig, um über die Runden zu kommen.

10,2 Millionen Euro für die freie Szene

Dafür fließen aus dem städtischen Kulturetat in diesem Jahr 10,2 Millionen Euro über das Kulturamt in die freie Szene. Szene - inklusive Personalkosten und weitere Aufwendungen. Das Budget wurde um eine Million Euro erhöht. Das legt die Vermutung nahe, dass in der Vergangenheit zu wenig für diese Klientel getan wurde. "Nein", heißt es dazu aus den Reihen der Stadt. "Die freie Szene ist die zweite wichtige Säule der Kulturstadt Köln. Sie besteht aus vielen Künstlerinnen und Künstlern, freien Kulturmanagern und Kunstinstitutionen. Diese erhalten nicht durch Tarifsteigerungen regelmäßig mehr Gehalt. Dies funktioniert nur durch einen Anstieg der Zuschusssummen bei öffentlichen Förderungen. Eine Anhebung der Zuschusssummen konnte das Kulturdezernat zusammen mit dem Kulturamt durch den deutlichen Anstieg des Kulturetats nun in diesem Jahr umsetzen. Hier war es dem Kulturamt und dem Ausschuss für Kunst und Kultur besonders wichtig, bestehende Strukturen und Häuser, die der gesamten Szene als Veranstaltungsplattformen und Abspielorte dienen, zu stärken."

Erschwingliche Probenräume für Musiker und Bands, günstige Ateliers für bildende Künstler und Fotografen, die Einsatzbereiche der Fördermittel sind vielseitig. Doch wer entscheidet letzten Endes, wohin das Geld fließt? Das läuft über Anträge, für alle Sparten gibt es Referenten. Gefördert werden sowohl Projekte als auch individuelle Ideen.

Für erschwingliche Ateliers stehen Künstler Schlange

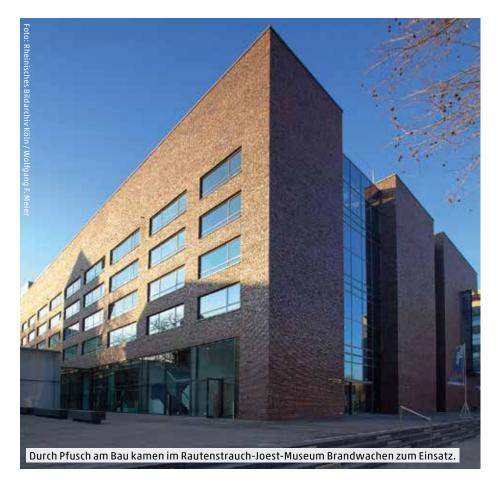
Wer sich in die Lage eines ein Atelier suchenden Künstlers hineinversetzen will, braucht nur auf den Wohnungsmarkt zu schauen. Auch vor den Ateliers stehen die suchenden Mieter Schlange. Eine Alternative wäre das Ausweichen in billigere, ländliche Regionen. Viele Kulturschaffende, die dem Hype um Berlin gefolgt sind, sind längst wieder zurück am Rhein. Weil Köln in gewisser Weise das Zentrum Europas ist, die Kulturmetropolen London und Paris sind schnell erreichbar.

Friederike van Duiven, die gemeinsam mit Maria Spering und Dietmar Kobboldt den aktuellen SprecherInnenrat des Kulturnetzes bildet, sieht ganz neue Ansätze, damit ein Künstler nicht mehr brotlos bleibt. "Bildende Künstler, die eine Ausstellung bestücken, am Ende aber nichts verkaufen, sollten über eine Honorarvereinbarung zumindest einen Grundstock legen können."

Gefragt, wo Köln als Kulturstadt in zehn Jahren steht, kam vom Kulturdezernat folgende Antwort: "Köln ist eine internationale und multikulturelle Metropole und steht mit einer breit aufgestellten Kunst- und Kulturszene bereit, die Herausforderungen der Zukunft wie Inklusion, demografischer Wandel und die Situation einer Gesellschaft, geprägt auch durch flüchtende Menschen, programmatisch positiv anzugehen.

Mit dem Offenbachplatz (Oper/Schauspiel/Konzert) als einem künftigen Mittelpunkt für den kulturellen Austausch mit allen Teilen der Stadtgesellschaft, einer top positionierten Museumslandschaft, der erfolgreichen Philharmonie und der kreativen freien Szene als weitere Säule wird Köln in einem Jahrzehnt seinen Ruf als innovative Kulturstadt par excellence stark ausgebaut haben."

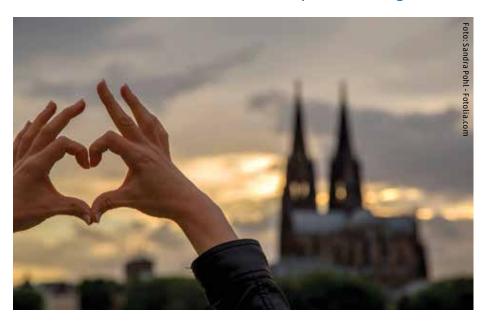
Kultur ist einer der wichtigsten Wirtschaftsfaktoren dieser Stadt. Medien- und Kreativwirtschaft bilden eine feste Größe und die Umwegrentabilität über Museumsbesucher (ca. 1 Mio. Menschen pro Jahr) und Kultur-Touristen im Hotel-, Gaststätten- und Shoppingsektor ist bedeutend.



Heribert Eiden

KRÄFTE BÜNDELN – AUS LIEBE ZUR STADT

STADTMARKETING KÖLN möchte zu einem positiven Image der Domstadt beitragen



Seit über 20 Jahren engagiert sich STADTMARKETING KÖLN (früher unter dem Namen "City-Marketing Köln") für die Entwicklung der Stadt Köln. Dabei stehen Wirtschaft und Handel, Kunst und Kultur sowie Bildung und Wissenschaft im Mittelpunkt aller Bemühungen, Köln und die Region als attraktiven Standort zu fördern. Die Motivation für das Engagement der Mitglieder, Vorstände und Beiräte folgt oftmals getreu dem Motto "Aus Liebe zur Stadt". Man möchte wichtige Herausforderungen in diesen Feldern gemeinsam mit den lokalen Partnern heute und in Zukunft zum Vorteil Kölns angehen. Dabei liegt der Fokus auf einem vielfältigen Spektrum: vom lokalen Engagement wie z. B. dem Kölner Floraball über Veranstaltungen in der Innenstadt wie z. B. Netzwerktreffen, ShoppingNights oder verkaufsoffene Sonntage bis zu einem deutschlandweiten "runden Tisch" zum Thema "Sicherheit in der Stadt".

Als überparteiliche Interessenvertretung bündelt STADTMARKETING KÖLN die verschiedenen Kompetenzen in Zusammenarbeit mit Politik und Verwaltung, um die Rahmenbedingungen dafür zu schaffen, Köln nach innen und im nationalen und internationalen Markt zu profilieren und zu positionieren. Das Netzwerk umfasst aktuell mehr als 200 Unternehmen aus Köln und der Region. Im Interesse der Mitglieder arbeiten aktive ehrenamtliche Vorstandsmitglieder aus Handel, Gastronomie und Hotellerie, Kreditwirtschaft und Recht, aus Messe, Verlag und Agenturen, Dienstleistung und Industrie an Netzwerken und Projekten, die dem Image und der Anziehungskraft der Stadt dienen und ihre positiven Botschaften nach außen tragen.

Dies geschieht durch:

- zentrale Bündelung von Projekten in Kooperation mit strategischen Partnern
- Unterstützung von Netzwerken mit Veranstaltungen zu aktuellen Themen
- Förderung der Vermarktung Kölns national und international

Der Verein hat im vergangenen Jahr seine Ausrichtung geschärft, um sich noch stärker für die Weiterentwicklung des Stadtmarketings in Köln einsetzen zu können. Ziel aller Aktivitäten ist es, Köln in seiner großen Vielfalt erkennbar werden zu lassen, Schwächen und Stärken im richtigen Verhältnis darzustellen und so zu einem positiven Ansehen der Stadt beizutragen.

So fordert und fördert der Verein in den folgenden Bereichen:



Martin Stockburger

Stv. Vorstandsvorsitzender STADTMARKETING KÖLN / Vice President Sales & Marketing Althoff Hotel & Gourmet Collection/ Ameron Hotel Collection

"Wenn es um die Ansiedlung von Unternehmen, um den Magnetismus im touristischen Bereich als Destination oder um die Bewertung von Köln als Investitionsstandort geht, steht unsere Stadt in überregionalem und internationalem Wettbewerb. Dann reicht es nicht mehr, dass wir als Kölner wissen, wie schön es sich hier in Straßencafés sitzen lässt, wie viel Freude der stilvolle Kölner Karneval zu bieten hat und wie herrlich weltoffen unsere Stadt ist. In diesem Wettbewerb müs-

sen wir bestehen gegen hartes Benchmarking, ein nüchtern gezeichnetes Vergleichsbild und eine Bewertung dieser so emotional aufgeladenen Destination Köln. Nicht ohne Grund wirbt unsere Stadt mit dem Slogan "Köln ist ein Gefühl". Das allein reicht aber nicht. Köln muss auch verlässlich, kalkulierbar in Entscheidungen und schnell in der Umsetzung sein.

Kölsch, Karneval und Klüngel sind wunderbare Bestand-

teile des Kölner Brauchtums, aber hindern auch ab und an im Wettbewerb eines verlässlichen Wirtschaftsstandorts. Als Vater von zwei kleinen Söhnen setze ich mich gern mit diesen Tugenden für eine weitere konsequente Entwicklung der Stadt ein, um für sie und die nächsten Generationen weiterhin einen liebens- und lebenswerten Lebensmittelpunkt zu gewährleisten."

"Wirtschaft und Handel":

- das dynamische Wirtschaftszentrum, das unternehmerische Engagement
- die attraktive Einkaufs-, Freizeit- und Tourismusstadt
- den bedeutenden Messeplatz
- die führende Medienmetropole
- den bekannten Sport- und Eventstandort

"Kunst und Kultur":

- die international anerkannte Kunst- & Kulturmetropole
- die Unterstützung kölschen Brauchtums
- die Erhaltung der Kölner Geschichte

"Bildung und Wissenschaft"

- · den Wissenschafts- und Innovationsstandort mit exzellentem Leistungsangebot in Forschung und Lehre für das Inund Ausland
- die zukunftsorientierte Ausrichtung des Sport- und Gesundheitssektors

Helmut Schmidt, Vorstandsvorsitzender STADTMARKETING KÖLN freut sich über seine zwei neuen geschäftsführenden Vorstandskollegen, Martin Stockburger und Dr. Günter Lewald, die auf der Mitgliederversammlung einstimmig gewählt wurden und viel persönlichen Einsatz und hohes Marketing-Fachwissen in die Themen des Vereins einbringen. Im Dezember des vergangenen Jahres wurden mit Martin Stockburger und Dr. Günter Lewald zwei neue geschäftsführende Vorstände auf der Mitgliederversammlung einstimmig gewählt, die sich nun mit viel persönlichem Einsatz und hohem Marketing-Fachwissen in die Themen des Vereins einbringen.

Beide Vorstände sind zugezogen und leben wie zwischenzeitlich die meisten Kölner Bürger seit vielen Jahren sehr gern mit ihren Familien hier. Durch ihre große Verbundenheit mit Köln und ihrer herausragenden Kompetenz bringen sie die idealen Voraussetzungen für das Ehrenamt mit. In den ersten Wochen

des Jahres haben sie sich in die vielfältigen Themen des Vereins eingearbeitet und werden diese nun mit konkreten Projekten bearbeiten. Gern berichten wir in der nächsten DW-Ausgabe darüber.

Auf der Mitgliederversammlung bedankte sich der Vorstandsvorsitzende Helmut Schmidt bei seinem bisherigen Stellvertreter Michael Hövelmann. Dieser hatte im März vergangenen Jahres die Galeria Kaufhof Berlin übernommen. Schmidts Dank galt auch Franz Josef Khalifeh (müllermusic), der ebenfalls nach vielen Jahren Vorstandsarbeit aus dem Amt ausgeschieden ist. I

Matze Ehlers

STADTMARKETING KÖLN e. V.

Heumarkt 14, 50667 Köln Tel.: 0221 - 33 77 32 - 0 / Fax: - 32 info@stadtmarketing-koeln.de

www.stadtmarketing-koeln.de





Dr. Günter Lewald

Geschäftsführender Vorstand STADTMARKETING KÖLN / Sprecher der B+D Agenturgruppe

"Am liebsten wären wir als Familie gerne direkt nach Köln gezogen. Doch beruflich ging es zunächst ins Emsland, nach Hamburg und Mallorca. Überall war es schön, aber unsere Heimat ist nach zwölf Jahren Köln geworden. Die Menschen sind offen, tolerant und herzlich, die Lust am Leben immer greifbar und der Sinn für Humor so weit ausgeprägt, dass man nicht nur im Karneval über sich selbst - und Düsseldorf - lachen kann. Darüber hinaus bietet die Stadt an

und Kultur sowie Sport und breitem gesellschaftlichem Lewünschen kann.

überall so positiv gesehen. Dabei gibt es neben den vielen Problemen (z. B. das alltägliche Verkehrschaos) sehr viel Positives. Und damit meine ich nicht nur den Karneval oder die jüngste Entwicklung des FC. Wir sind eine der ältesten weltoffenen Metropolen Europas, bieten Kunst und Kultur

Einkaufsmöglichkeiten, Kunst im Übermaß und eine städtische Vielfalt, die sich auch - noch - in beeindruckenden ben alles, was man sich nur Shopping-Möglichkeiten ausdrückt, und eine großartige Leider wird Köln nicht mehr Wissenschafts- und Bildungslandschaft.

> Ich möchte dazu beitragen. dass Köln sich auf seine Stärken besinnt, seine Schwächen erkennt und bekämpft. Aber ich möchte vor allem auch erreichen, dass Köln mit all seinen Vorzügen wahrgenommen wird. Denn das hat Köln, das haben die Kölner verdient."

BEI IHNEN STEHT EIN EVENT AN? INCENTIVE TEAMBUILDING TAGUJUBILÄUM MESSEPARTY SEMINA

Die macevent GmbH ist die Agentur für Live-Kommunikation mit eigener Eventlocation, dem einzigartigen bauwerk köln.

Wir sind Ihr Allroundpartner rund um Veranstaltungen. Kontaktieren Sie uns gerne, wir freuen uns auf Sie! www.macevent.de

Dillenburger Straße 73 | 51105 Köln Tel: 0221/168069-0 info@macevent.de





Der Digital Hub Cologne öffnete am 7. Februar 2017 offiziell mit seinen Gesellschaftern – der Universität zu Köln, der Stadt Köln und der IHK Köln – seine Pforten im Mediapark. Hub-Geschäftsführer Mathias Härchen stellte derzeitige und zukünftige Projekte vor und freute sich über die bereits im Sommer demonstrierte breite Unterstützung aus der Kölner Wirtschaft und Wissenschaft.

"Das Interesse an unserer Arbeit ist groß", erklärt Mathias Härchen. "In enger Abstimmung mit Mittelstand und Start-ups haben wir bereits die ersten Workshops und Veranstaltungen mit großem Erfolg durchgeführt."

Von "Digitalisierung zum Anfassen" spricht

auch Kölns Oberbürgermeisterin Henriette Reker in ihrem Grußwort: "Wenn ich von der Süßwarenmesse über Süßwaren aus dem 3-D-Drucker lese oder an den 3-D-Scan für den perfekt sitzenden Schuh denke, dann sind das nur zwei Beispiele dafür, wie sehr sich die Digitalisierung mit ihren neuen Möglichkeiten auch auf ganz traditionelle Handwerke auswirken kann." Dem fünfköpfigen Team des Digital Hub Cologne wünscht sie viel Erfolg und ruft Start-ups und Mittelstand dazu auf, die Angebote des Hubs in Anspruch zu nehmen.

Der HUB als Brücke

Das übergeordnete Ziel des Digital Hub Cologne, innovative Start-ups mit Unternehmen zusammenzubringen, wird im ersten

Cologne Bay

Das Ministerium für Wirtschaft, Energie, Industrie, Mittelstand und Handwerk des Landes Nordrhein-Westfalen fördert den Aufbau von sechs DWNRW-Hubs als regionale Plattformen, die als Drehscheibe für die Organisation der Zusammenarbeit von digitalen Start-ups, Industrie und Mittelstand fungieren.

Als stärkster Wirtschafts-, Start-up- und Hochschul-Standort in Nordrhein-Westfalen bietet die Wirtschaftsregion Köln, die Cologne Bay im Zentrum des Rheinlands, den besten Nährboden für Digitalisierung und digitale Transformation. Die Wirtschaftsregion Köln ist einer der bedeutendsten Wirtschaftsstandorte und eine der Hochschulregionen Europas mit über 100.000 Studierenden.

Mit einem Bruttoinlandsprodukt von mehr als 53 Milliarden Euro liegt die Stadt Köln bundesweit auf Platz 5 beim Gesamtoutput der Wirtschaft.

Gemeinsam mit den umliegenden Kreisen sowie der Stadt Leverkusen wird ein Bruttoinlandsprodukt von rund 88 Milliarden Euro erwirtschaftet. Die Region liegt im Zentrum eines Absatzmarktes von rund 17 Millionen Menschen im Umkreis von nur hundert Kilometern und in der geografischen Mitte nahezu aller anderen europäischen Metropolen. Potenziale ergeben sich besonders aus den Kernmärkten, die für Köln identifiziert wurden:

- Informations- und Kommunikationstechnologien
- Business-City (Banken und Versicherungen)
- Logistik und Handel
- Industrie
- Gesundheit und Lifesciences
- Kultur- und Kreativwirtschaft
- Destination Köln

Quelle: Studie "Standort Köln – Perspektive 2030", Prognos, 2016/Digital Hub Cologne



Oberbürgermeisterin Henriette Reker, Prof. Dr. Tobias Kollmann, NRW-Beauftragter für Digi-

Jahr durch ein mehrstufiges Vorgehen umgesetzt:

tale Wirtschaft, Mathias Härchen, CEO Digital Hub Cologne.

- Entwicklung neuer Veranstaltungs- und Workshopformate wie des "#Hubetizer", um Start-ups mit Industrie und Mittelstand zukünftig noch besser zu matchen
- Entwicklung eines Start-up-Monitors als digitale Bühne und Plattform zur Vernetzung
- Das Thema "Internationalisierung", um den Start-up-Standort Köln als Gründermetropole mit internationaler Relevanz weiter zu stärken

Stadt und Gesellschafter des Hubs verfügen bereits über Partnerschaften u. a. zu Tel Aviv, New York, Helsinki, San Francisco und Schanghai, die mit dem Hub weiter intensiviert und erweitert werden sollen. Dazu will das interdisziplinäre Hub-Team

Referenten und Know-how auch aus dem Ausland nach Köln bringen. "Wir möchten der Start-up-Szene ein Gesicht geben, das es so in der Cologne Bay noch nicht gegeben hat", erläutert Härchen. Ein Erfolgsticker soll einen Überblick über das Fortschreiten der Projekte geben, um vor allem in der Außendarstellung die Attraktivität der Kölner Start-up-Szene für Industrie und Mittelstand zu veranschaulichen.

Der HUB als Supporter

"Der Digital Hub ergänzt die vorhandenen Angebote, macht diese transparent und stellt Übersichtlichkeit her", stellt Reker fest. Diese Vernetzung wurde auch auf der Eröffnungsfeier deutlich: Timo Marks, CEO des im Hub ansässigen Start-ups "Die Schuhleister", vermaß vor Ort, mit einem 3-D-Scanner, die Füße der Oberbürgermeis-

terin Henriette Reker. Mit diesen Scannerdaten wurde ihr eigener Schuh, das Modell "#1Reker", designt und hergestellt. "Die Modell-Idee ist uns am Wochenende gekommen, als die Bundesliga-Rückrunde anfing", erklärt der 32-jährige Unternehmer und FC-Fan, der sich dabei an den legendären Schuh von Lukas Podolski erinnerte.

Mit "Stylinkz", "senselab" und der "Flirtuniversity" stellten sich neben "Die Schuhleister" bei der Hub-Eröffnung drei weitere Start-ups mit ihren Geschäftsideen in Livedemos vor. Außerdem präsentierte das IOX-Lab (Internet of Things) seinen werkstatteigenen 1,5 m großen Roboter. Dieser wurde mit einem 3-D-Drucker entwickelt. Mit dem charmanten, tanzenden Roboter NAO von IT-Riese IBM wurde den Gästen der aktuelle Forschungsstand im Fachgebiet Künstliche Intelligenz anschaulich demonstriert. Auch Getränke wurden an diesem Abend von den Kölner Start-ups "Opa Alfis Eistee" und "Djahé" geliefert. Besonderes Highlight: Der Erste Deutsche Fachverband für Virtual Reality (EDFVR) und die Kölner VR-Agentur Headtrip streamten die Eröffnungsfeier live in 360°.

Digital Hub Cologne – einer von sechs Standorten

Der Digital Hub Cologne ist einer von landesweit sechs DWNRW-Hubs (außerdem: Aachen, Bonn, Düsseldorf, Essen, Münster). Die Hubs bilden das Herzstück der NRW-Strategie für die Digitale Wirtschaft (DWNRW). Prof. Dr. Tobias Kollmann, Beauftragter für Digitale Wirtschaft NRW: "Damit ist NRW einen eigenen Weg gegangen, um die Wirtschaft zu transformieren und digital an die Spitze zu kommen."

Matze Ehlers

Digital Hub Cologne GmbH

Im Mediapark 5 50670 Köln

Tel.: 0221 975 80 84-0 Fax: 0221 975 80 84-9

E-Mail: info@digitalhub.cologne

Digital Hub Cologne – der Link zwischen Start-ups und Unternehmen:

www.digitalhub.cologne



SPÜRBAR ANDERS

Alexander Wehrle über den FC



Um den 1. FC Köln ist es im Moment gut bestellt. Wenn DIE FAMILIENUNTERNEHMER/ DIE JUNGEN UNTERNEHMER am Valentinstag zum Kölner Unternehmertreff einladen, und die Veranstaltung ist ausgebucht, zeigt das, dass der Geißbock hoch im Kurs steht.

Ort der Veranstaltung "Kölner Unternehmertreff" war das RheinEnergieSTADION, und mit Alexander Wehrle vom 1. FC Köln

wurde ein Redner engagiert, der den "FC als Unternehmen" vorstellen sollte. "Management im Profifußball | Der 1. FC Köln – spürbar anders" lautete der Titel der Veranstaltung, und dem wurde Alexander Wehrle als launiger Entertainer mehr als gerecht.

Wehrle machte kräftig Werbung für den Verein, der momentan gar keine Werbung braucht. Die Identifikation der Fans mit dem Verein ist für ihn spürbar anders, so hätte er das beim VfB Stuttgart nie empfunden. Auch der große Zuspruch an diesem Abend war für den FC-Geschäftsführer erstaunlich. Der nutzte die letzten Minuten seines Vortrags, um doch noch auf die Unterschiede zwischen dem Business Profifußball und "normalen" Unternehmen einzugehen. Die Ouintessenz: Der Etat eines Vereins wie des 1. FC Köln wird unter anderem von den TV-Geldern bestimmt. Diese wiederum richten sich nach dem Tabellenplatz, ergo kann sich der finanzielle Rahmen innerhalb weniger Spieltage verändern. "Wir müssen von Woche zu Woche denken und planen, die Industrie hat da eher einen Dreimonatsrhythmus." Dem Blick hinter die Kulissen des FC folgte für die Gäste noch ein Blick hinter die Kulissen des RheinEnergieSTADIONs. Die Führungen in kleinen Gruppen fanden großen Anklang. 🔟

Heribert Eiden

① Ein Interview mit Alexander Wehrle finden Sie auf Seite 42.



















alles... außer... gewöhnlich...

Messebau Ladenbau Möbeldesign



info@form-art.de www.form-art.de 0 22 05 - 90 36 30

FORM

Ihre Tischlerei im Bergischen



Hans-Böckler-Str. 16 51503 Rösrath

GENERATIONS-ÜBERGREIFENDER ERFOLG

Familienunternehmer in Nordrhein



Die Wirtschaftsverbände DIE FAMILIENUNTERNEHMER und DIE JUNGEN UNTER-NEHMER vertreten die Interessen von mehreren Tausend Unternehmern in Deutschland. Auch in der Region Nordrhein ist der Verband aktiv, seit 2014 unter der Leitung von Olaf Ziegs und Uwe Mortag.

90 Prozent aller deutschen Unternehmen sind Familienunternehmen, viele davon haben ihren Sitz in Nordrhein-Westfalen. Aber was unterscheidet Familienunternehmen eigentlich von anderen Unternehmen? "Familienunternehmer denken in Generationen", erklärt Olaf Ziegs, Regionalvorsitzender des Verbandes in Nordrhein und Geschäftsführer von Z PLUS M DIE MARKETING AGENTUR KG. "Uns geht es nicht um kurzfristige Erfolge, wir haben die Langfristigkeit im Blick, das unterscheidet uns von anderen Unternehmen." Bundesweit vertritt der Verband DIE FAMI- LIENUNTERNEHMER die Interessen von rund 180.000 Familienunternehmern, die rund acht Millionen sozialversicherungspflichtige Mitarbeiter beschäftigen.

Veranstaltungen mit politischer Prominenz

"Wir Unternehmer können einzeln viel erreichen, aber manches können wir nur gemeinsam erreichen, darum bin ich sehr gerne Mitglied bei DIE FAMILIENUNTER-NEHMER", so Ziegs, der seit 2014 Regionalvorsitzender von DIE FAMILIENUN-TERNEHMER in Nordrhein ist und vorher bereits Vorsitzender von DIE JUNGEN UN-TERNEHMER war. "Unserem Regionalkreis ist es zum einen wichtig, die politischen Positionen der Familienunternehmer in der Region zu vertreten, zum anderen liegt uns viel am intensiven Austausch mit anderen Unternehmern." Ziegs konnte für seine politischen Veranstaltungen bereits prominente Redner wie Wolfgang Bosbach, Hermann Gröhe und Christian Lindner gewinnen. Darüber hinaus organisiert er auch kulturelle Veranstaltungen und Gespräche mit bekannten Unternehmern, darunter Manfred Maus (OBI), Kurt Dohle (Hit) und Werner Spinner (1. FC Köln). Auch für 2017 sind bereits viele Veranstaltungen geplant. Darunter die erneute Teilnahme an dem Bildungsprojekt "Schüler im Chefsessel", bei dem Schüler für einen Tag das Klassenzimmer gegen den Chefsessel eintauschen. Geplant sind außerdem ein Polit-Talk mit MdB Carsten Linnemann (CDU) und ein Sommerkonzert. "Bei allen unseren Veranstaltungen freuen wir uns über neue Gesichter, die Interesse an unserem Verband haben, und wenn daraus dann eine Mitgliedschaft entsteht, ist das natürlich besonders schön." 📶

Matze Ehlers



ergonomisch • einzigartig

Viel zu sitzen lässt sich häufig nicht vermeiden. Legen Sie deshalb Wert auf einen rückenfreundlichen Bürostuhl, der komfortabel ist und Sie aktiviert, der sich individuell einstellen lässt und dessen Ausstattung Ihrem persönlichen Stil und Anspruch gerecht wird.

Setzen Sie auf die einzigartige Ergonomie von Haider BIOSWING. Auf Wunsch polstern wir Ihren Stuhl mit dem mehrfach ausgezeichneten Naturleder *Ecopell* - einem Leder der Sonderklasse mit einzigartiger Haptik.





Büro + Ergonomie Lothar Jux
Odenthaler Straße 138
51465 Bergisch Gladbach
Telefon 0 22 02 / 25 19 81
www.ergonomieberatung.org

KÖLN BLEIBT GEFRAGTE **TAGUNGS- UND MESSESTADT**

Zahl der beruflich motivierten Besucher steigt 2016 leicht an

Mehr Veranstaltungen, mehr Teilnehmer, mehr Locations - der Kölner Kongressund Tagungsmarkt blickt auf ein erfolgreiches Jahr zurück. Christian Woronka, Leiter des "Cologne Convention Bureau", erklärt den leichten Anstieg und sagt, in welchem Bereich es noch Ausbaubedarf gibt.

Von einem "konstanten Veranstaltungsjahr des Kongress- und Tagungsmarkts" spricht Christian Woronka. Der Leiter des "Cologne Convention Bureau" (CCB), des Kompetenzzentrums der Veranstaltungswirtschaft in Köln, ist bei einem Blick auf die Zahl der beruflich motivierten Besucher, die im vergangenen Jahr in der Domstadt zu Gast waren, zufrieden. "Anfang 2016 waren wir noch unsicher, wie sich die Terrorangst, aber auch die Vorfälle von Silvester 2015/2016 auf die Besucherzahlen auswirken würden", erzählt er. Doch ger als heute. Und auch die Teilnehmerzahlen sind seitdem um rund 700.000 gestiegen.

Ein Grund dafür ist sicherlich die steigende Zahl an Veranstaltungsstätten, die nochmals geringfügig ausgebaut werden konnte: 95 Eventlocations, 55 Tagungshotels und 19 Veranstaltungszentren kann Köln aktuell vorweisen. "Wir haben mit der Malzmühle, in die die kölsche Band ,Die Höhner' gezogen ist, und dem Speisesalon in Ehrenfeld zwei Eventlocations und mit dem Qvest-Hotel ein Tagungshotel





die Sorge habe sich im Business-Bereich nicht bestätigt. Nach einer schwachen ersten Jahreshälfte habe das zweite Halbjahr dieses Minus mit vielen kurzfristigen Buchungen wieder ausgeglichen. "Der Tourismus hatte es da etwas schwerer - dort sind die Zahlen leicht zurückgegangen. Bei uns ist jedoch aufgrund der Vorfälle keine Veranstaltung abgesagt worden."

Der Kölner Kongress- und Tagungsmarkt kann sogar ein Plus vorweisen: So fanden im vergangenen Jahr rund 48.700 Veranstaltungen mit insgesamt 3,82 Millionen Teilnehmern in Köln statt - ein Plus von 1,6 bzw. 1,7 Prozent. "Der Aufwärtstrend setzt sich also fort", sagt Woronka. Denn: Bei der ersten Statistik, die im Jahr 2009 erhoben wurde, lag die Zahl der Veranstaltungen noch bei 41.500, also 7.200 wenihinzugewonnen." Doch das seien nur kleine Gewinne, denn der Bedarf ist laut dem CCB-Leiter höher: "Wir benötigen weitere größere Veranstaltungsflächen", betont er. "Daher sind wir auch froh, dass mit dem Projekt Koelnmesse 3.0 zumindest auf lange Sicht weitere Kapazitäten geschaffen werden."

Denn Köln ist nach wie vor ein beliebter Messe- und Veranstaltungsstandort. "Die gute Lage innerhalb Deutschlands, aber auch die Nähe zu den Niederlanden und Belgien sind sicherlich große Pluspunkte", betont Christian Woronka. "Auch gibt es in Deutschland keine Messe, die so zentral in der Stadt liegt und gleichzeitig so gut an das Bahn- und Autobahnnetz angeschlos-

Von der steigenden Zahl an Veranstaltern,

Christian Woronka

die besonders häufig aus Großbritannien, den Niederlanden und Österreich kommen. und den damit verbundenen Besuchern profitiert vor allem die Kölner Wirtschaft. "Mehr als drei Viertel der Veranstaltungen kommen aus der Wirtschaft", betont Woronka. Dabei liegt die Banken- und Versicherungsbranche an erster Stelle, gefolgt von dem Medizin- und Pharmasektor sowie den Kommunikationsunternehmen. "Die gute Veranstaltungsbilanz wirkt sich positiv auf das Image der Stadt aus. Es profitieren aber auch Hotels, Gastronomie und Einzelhandel davon."

Wie es in den kommenden Jahren weitergeht, das kann Christian Woronka nur vermuten: "Es hängt natürlich auch damit zusammen, wie sich die ökonomische und gesellschaftliche Situation in Deutschland und der Welt weiterhin entwickelt. Aber wir gehen davon aus, dass die Veranstaltungs- und Teilnehmerzahlen hier auch weiterhin steigen werden." In ungeraden Jahren, wie dem aktuellen, gebe es turnusgemäß einen etwas stärkeren Messekalender. "Dieses Jahr findet beispielsweise die Ernährungsmesse Anuga wieder statt - neben der gamescom und der dmexco, der Messe für digitales Marketing und Werbung, eine unserer wichtigsten und größten Veranstaltungen." Aber auch von der Eishockey-Weltmeisterschaft, die im Mai in Köln ausgetragen wird, profitiert die Wirtschaft. "Es gibt zeitgleich einen Eishockey-Kongress, der nochmals Besucher anlocken wird." 📶

Veranstaltungsmarkt Köln 2016

Angebotssituation		
Veranstaltungen gesamt	169 (+3)	
Veranstaltungszentren	19 (+-0)	
Tagungshotels	55 (+1)	
Eventlocations	95 (+2)	

Nachfragesituation		
Veranstaltungen	48.700 (+ 1,6%)	
Teilnehmer	3,823 Mio. (+ 1,7%)	

Basis: TagungsBarometer Köln 2016 und Informationen des Cologne Convention Bureau

Alena Staffhorst

KURATOR STATT NETWORKING

Rotonda - Der Business Club mit Konzept fürs 21. Jahrhundert



Der Rotonda Business Club ist seit Januar 2017 in Kooperation mit Design Offices an insgesamt acht Standorten in Deutschland präsent. Direkt am Barbarossaplatz in Köln gehört der Club längst zum Stadtbild. Ein neues Konzept soll den Club nun noch besser machen.

Die Geschäftsführer des Rotonda Business Clubs Uli und Uwe Kessel arbeiten am Business Club des 21. Jahrhunderts: "Uns geht es darum, Raum für Beziehungen zu schaffen. Deshalb wollen wir unseren Mitgliedern attraktive Inhalte und Kontakte sowie außergewöhnliche Orte zur Verfügung stellen, an denen sie Ideen und Aktivitäten mit anderen teilen und weiterentwickeln können."

Gerade beim gemeinsamen Ideenteilen oder auch Networking ist oft das Problem, dass die Teilnehmer unterschiedliche Motive für einen Besuch haben. Der eine sucht neue Kunden, der andere den Blick über den Tellerrand, wieder andere fachlichen Input oder Inspiration. Genau hier will das neue Konzept ansetzen. In diesem Kontext versteht sich das Rotonda-Team als Kurator des persönlichen Netzwerks. Auf Basis der individuellen Anliegen werden Beziehungen zwischen den Mitgliedern aufgebaut. Die Clubmanager verknüpfen proaktiv. Typische Anliegen können hierbei sein:

- Wir wollen in einer neuen Branche Fuß fassen und suchen einen Partner.
- Ich suche einen Nachfolger für mein Unternehmen.
- Wir benötigen Kapital für unser Startup. Können Sie mir einen Experten empfehlen?
- Wie gehen andere Entscheider mit dem Thema Digitalisierung um?

Den Rotonda-Mitgliedern werden diese Fragen beantwortet. Außerdem erwartet sie ein vielseitiges Veranstaltungsprogramm für den unternehmerischen Aufbau mit regelmäßigen Sprechstunden für Start-ups, vielen weiteren Events zu Business-Themen und zum Knüpfen von Beziehungen. Es stehen außerdem exklusive Räume, wie Coworking Lounges und Flächen für Konferenzen, Tagungen, Events und Meetings, zur Verfügung. Das neue Konzept soll die richtige Umgebung für mobiles, virtuelles und vernetztes Arbeiten bieten: flexibel und skalierbar, kommunikativ und deutschlandweit zugänglich. Wirtschaftstreiber, Entscheider, Innovatoren und Investoren werden vernetzt. 📶

Christian Esser Weitere Informationen: www.rotonda.de

Exportverpackung
Schwergutverpackung
Lager- & Versandlogistik



WERTE SCHÜTZEN mit Sicherheit nach Maß

Der ungebrochene Trend zur Globalisierung erfordert schnelle Reaktion, kurze Produktionszyklen, hohe Flexibilität – und Perfektion im Versand. Wir sind Ihr Partner, wenn es darum geht, hochwertige Industriegüter innerhalb kürzester Zeit für den weltweiten Versand zu verpacken. Mit Fachwissen und kompetentem Personal unterstützen wir unsere Kunden von der Verpackungsberatung über Auftragsabwicklung bis hin zum Versand an den Bestimmungsort. 50.000m² Hallen- und Freifläche sowie Krananlagen bis zu 40 Tonnen stehen zur Verfügung.

Profitieren Sie von 155 Jahren Erfahrung. Ihre Güter haben es verdient.



ÜBERNAHME

Centro Hotel Group übernimmt traditionsreiche Günnewig Hotels



Die Hamburger Centro Hotel Group hat rückwirkend zum Jahresbeginn 2017 die Düsseldorfer Günnewig Hotel & Restaurants übernommen. Es ist die bislang größte Übernahme der Hamburger Hotelgruppe. Sechs Hotels und das prestigeträchtige Restaurant auf dem Düsseldorfer Rheinturm gehören künftig den Hamburgern.

Das Ergebnis lang laufender Beziehungen

Die traditionsreiche Hotelgruppe Günnewig wurde im Jahr 1930 durch den Gastronomen Gerhard Günnewig gegründet. Damals übernahm er mit dem Hotel Zur Krone in Düsseldorf sein erstes Haus weitere sollten folgen. Zuletzt hatten die Düsseldorfer noch insgesamt sechs Hotels in ihrem Portfolio. Die Übernahme durch Centro hatte sich in den vergangenen Jahren bereits angebahnt. So gingen bereits zwei Hotels in Leipzig und Mainz in 2014 und 2016 an Centro. Die restlichen sechs Hotels und der Rheinturm in Düsseldorf werden bis Jahresende noch unter dem Namen "Günnewig by Centro" laufen. Ab 2018 wird der Name "Günnewig" dann möglicherweise endgültig aus der deutschen Hotellandschaft verschwinden und komplett in die Centro Hotel Group integriert. "Das hängt aber von mehreren Faktoren ab. Sollte der Name Günnewig besser zu vermarkten sein als Centro, könnte der Name Günnewig auch fortgeführt werden", sagt Centro-Pressesprecher Rainer Schillings.

Rekordübernahme in Centro-Geschichte

Mit der Übernahme der sechs Hotels in Düsseldorf, Köln, Bonn und Chemnitz konnte die Hamburger Centro Hotel Group ihre bislang größte Übernahme der bisherigen Firmengeschichte verzeichnen. Die Stellen der Günnewig-Belegschaft sollen aber erhalten bleiben. "Da bleibt alles, wie es ist. Mehr Hotels erfordern mehr Personal", weiß Schillings. Zu den übernommenen Hotels gehört unter anderem auch das Kommerz Hotel direkt am Kölner Hauptbahnhof, das insbesondere von außen durch seine auffällige rote Farbe den Besuchern direkt ins Auge springt. Dies soll sich auch künftig erst einmal nicht ändern. "Das Kommerz Hotel gehört mit seiner Farbe zum Stadtbild Kölns dazu. Das respektieren wir und wollen auch nicht daran rütteln", erklärt Schillings. Die Centro Hotel Group konnte die Zahl ihrer Häuser nach der Übernahme auf nun 54 erhöhen. Köln ist mit sieben Hotels ein Hotspot der Centro Hotel Group. Auch die Zahl der verfügbaren Hotelzimmer stieg mit der Übernahme von Günnewig um 700 auf 5500 Zimmer.

Günnewig – starkes Aushängeschild, als Bonn noch Hauptstadt war

Zu der Zeit, als Bonn noch Hauptstadt und Parlamentssitz der Bundesrepublik war, konnten insbesondere die beiden Bonner Hotels (Bristol und Residence) der Marke davon profitieren. In dieser Zeit nächtigten zahlreiche Staatspräsidenten, royale Gäste und viele weitere wichtige Menschen in den Günnewig-Hotels. Dies galt ebenso für die beiden Hotels in Düsseldorf (Esplanade und Uebachs). Aber auch danach war die Hotelkette noch sehr erfolgreich. Diese Erfolgsgeschichten gehören allerdings der Vergangenheit an.

Neue Marktsegmente für Centro

Die Übernahme der Günnewig Hotels und Restaurants stellt für die Centro Hotel Group nicht nur eine Vergrößerung, sondern auch eine strategische Erweiterung des Leistungsangebots dar. Denn mit den Restaurants, insbesondere dem auf dem Düsseldorfer Rheinturm, das bei Centro bereits als "Wahrzeichen" der Centro-Hotelgruppe angesehen wird, sondern auch die Tagungsmöglichkeiten in den übernommenen Hotels, eröffnen sich für Centro bislang noch nicht erschlossene Marktsegmente oder erweitern diese. "Die Übernahme bedeutet für uns ein viel größeres Angebot an Tagungsmöglichkeiten. Das ist uns sehr wichtig und das wollen wir künftig noch viel mehr forcieren mit guten Angeboten und Arrangements", erläutert Schillings.

Die Centro Hotel Group will nach der Übernahme der Günnewig Hotel & Restaurants auch künftig weiter auf Expansionskurs bleiben und sich weiter vergrößern. Ziel der Hamburger ist es, sich "als eine der führenden Hotelmarken in Europa zu positionieren", sagte Centro-Geschäftsführer Rahman Neiro im Januar. Bislang laufen die Hotels unter den Marken Centro, Fourside und Boutique. Zu Jahresbeginn wurde darüber hinaus die Budgetmarke "Ninetynine Hotels" eingeführt, die mit günstigen Angeboten locken will. Ob auch Günnewig künftig eine Eigenmarke innerhalb der Centro Hotel Group sein wird, bleibt fraglich. I

Christian Esser

OPTIMISMUS IM BAUGEWERBE

Prognosen sorgen für starken Aufwind in der Branche



Es sind nicht viele Branchen, die für 2017 ein Umsatzwachstum von fünf Prozent prognostizieren. Die deutsche Bauwirtschaft rechnet optimistisch mit dieser Steigerung. Damit werden die baugewerblichen Umsätze mit 112,2 Mrd. Euro den höchsten Wert der vergangenen zwanzig Jahre erreichen. Diese Entwicklung wirkt sich mit aller Wahrscheinlichkeit auch auf die Zahl der Beschäftigten im Bauhauptgewerbe aus. Sie wird um 10.000 wachsen.

In erster Linie forciert der Wohnungsbau die Entwicklung. In diesem Segment sehen die Experten ein Wachstumspotenzial von sieben Prozent – und damit keine Veränderung zum Vorjahr. 310.000 bis 320.000 neue Wohneinheiten könnten entstehen. Immer noch viel zu wenig, denn der Bedarf wird auf mindestens 350.000 neu errichtete Wohnungen geschätzt.

Verkehrsminister startet Investitionshochlauf

Im öffentlichen Bau wurde im Vorjahr mit fünf Prozent das höchste Umsatzwachstum seit dem Jahr 2011 verzeichnet. Mit ein Grund dafür ist, dass seitens des Bundesverkehrsministeriums die Investitionszurückhaltung aufgegeben wurde. Stattdessen setzte Behördenchef Dobrindt einen Investitionshochlauf in Gang. Ziel ist dabei die Verbesserung der Verkehrsinfrastruktur. Würden Länder

und Kommunen in gleicher Weise die Teermaschinen rauchen lassen, sähen die Bilanzen der in diesem Segment tätigen Unternehmen auch in nächster Zukunft nicht schlecht aus.

Geld jedenfalls wäre vorhanden. Wenn die finanzpolitischen Experten recht behalten, sollen die Steuereinnahmen von Bund, Ländern und Gemeinden abermals einen neuen Rekordwert erreichen. Das heißt, es werden in diesem Jahr 30 Milliarden Euro mehr in die Kassen der öffentlichen Hand gespült als in 2016. Zahlreiche Länder und Gemeinden schaffen es inzwischen, ihren Haushalt mit einer "schwarzen Null", also ausgeglichen, zu gestalten.

Ein Genehmigungsplus von mehr als 25 Prozent bei den Fabrik- und Werkstattgebäuden lässt darauf schließen, dass auch die Sparte Wirtschaftsbau im neuen Jahr wächst. Umsatzsteigerungen von drei Prozent sind möglich, was aber immer noch das schwächste Wachstum in der Baubranche bedeuten würde.

Knapp 800.000 Beschäftigte am Bau

Entsprechend sieht die Branche auch für die Zahl der Beschäftigten eine gute Entwicklung. Knapp 800.000 Menschen verdienen ihr Brot am Bau. Zur Erinnerung: Der Tiefpunkt lag im Jahr 2009, als nur 720.000 Menschen im Schnitt am Bau schafften. Der Beschäftigungsaufbau ist damit allerdings an seinen Grenzen angelangt. Entsprechend passt dazu die Zahl der arbeitslosen Baufacharbeiter. Die hat im Jahresdurchschnitt 2016 mit 28.000 einen neuen historischen Tiefstand erreicht. In der Herbstumfrage des DIHK sehen 69 Prozent der Unternehmen des Baugewerbes den Fachkräftemangel als das größte Risiko für die weitere Entwicklung der Firma an. 🔟

Heribert Eiden





Gewerbebau – natürlich mit Holz

Nachhaltigkeit beim Bauen bedeutet, dass die Baustoffe dauerhaft zur Verfügung ste-



hen beziehungsweise nicht verbraucht werden. Dem Baustoff Holz kommt dabei die größte Bedeutung zu, denn Holz wächst unbegrenzt nach und zeichnet sich durch hervorragende bauphysikalische Eigenschaften aus. Daneben werden hohe Forderungen an die Be-

triebskosten gestellt. Geringe Betriebskosten entstehen primär durch eine sehr gut gedämmte Gebäudehülle, denn Energien für Heizen oder Kühlen, die erst gar nicht gebraucht werden, sind die günstigsten Energien. Die Holztafelbauweise mit der integrierten Dämmung sorgt automatisch für beste Dämmwerte der Gebäudehülle.

Im Ergebnis besteht ein direkter Zusammenhang der nachhaltigen Bauweise mit der Wirtschaftlichkeit. Die nachhaltige Bauweise mit Holz schützt die Umwelt und sorgt zusätzlich für positive wirtschaftliche Effekte.

Dipl.-Ing. Peter Brendel www.meisterstueck.de



Holz – nachhaltig und energieeffizient

Moderne Häuser aus Holz sind präzise gefertigte und energieeffiziente Bauwerke. Dank neuartiger Konstruktionsweisen haben Architekten viel mehr Gestaltungsmöglichkeiten.

Die strengen Anforderungen der Energieeinsparverordnung sehen vor, dass Neubauten komplett luftdicht sein müssen – und zwar raumseitig. Was dazu führt, dass die Fassade eines Holzhauses die Bohlenoder Bretteroptik hat, dahinter aber verbergen sich oft mehrere Dämmungen.

Schon einschalige Holzwände erweisen sich als effiziente Baustoffe. Dafür müssen die verwendeten Blockbohlen aber eine Mindestdicke von 20 Zentimetern aufweisen. Noch besser sind Konstruktionen mit Zusatzdämmung oder zweischalige Wände mit Kerndämmung. Die machen aus einem Holzhaus ein richtiges Energieeffizienzhaus.

Nur Holz hat eine positive CO₂-Bilanz

Während ihres Wachstums binden Bäume ungefähr die dreifache Menge an CO₂, wie bei der Verarbeitung zum Baustoff freigesetzt wird. Holz hat als einziger unter allen gängigen Baustoffen eine positive CO₂-Bilanz.

Es ist schon erstaunlich: Produziert der Wald einen Festmeter Holz, entnimmt er der Luft rund eine Tonne CO_2 . Dabei werden 250 Kilogramm Kohlenstoff in Holz, Rinde, Zweigen, Blättern sowie in Wurzeln gebunden und 750 Kilogramm Sauerstoff freigesetzt. Allein durch den Bau eines Dachstuhls aus Holz werden der Atmosphäre immerhin rund acht Tonnen CO_2 entzogen.

In Deutschland sind in Holzprodukten rund 118 Millionen Tonnen CO_2 gespeichert. Durch den Einsatz von Holz in der stofflichen und energetischen Verwendung wird jährlich die Freisetzung von rund 80 Millionen Tonnen CO_2 aus fossilen Brennstoffen vermieden.

Sonnenenergie ist der Holzproduzent

Die ökologischen Vorteile gegenüber anderen Materialien spielt Holz vor allem im Bauwesen aus. Die einleuchtende Erklärung: Holz wird ausschließlich aus Sonnenenergie produziert. Bei der Herstellung anderer Baustoffe werden hingegen fossile Energieträger eingesetzt, beispielsweise beim Brennen von Ziegelsteinen. Wer also ans Bauen denkt, sei es privat als Bauherr eines Eigenheims oder einer Kombination aus Büroräumen und Lager zur gewerblichen Nutzung, sollte Holz als eines von vielen Materialien ins Auge fassen. Die Umwelt wird es danken.

stoff freig Holz hat unter alle Baustoffer tive CO₂-B Es ist sch lich: Pro Wald eine Holz, entr

Heribert Eiden



DAS SOLL EIN CONTAINER KÖNNEN?

Modular bauen. Auf Wunsch im Passivhausstandard.



Das Bauergebnis des modularen Bauens unterscheidet sich weder architektonisch noch energetisch von einem konventionellen Bau.

Der SÄBU Modulbau steht für anspruchsvolle, architektonisch hochwertige, schlüsselfertig erstellte Gebäude. Fälschlicherweise wird der hochwertige Modulbau oftmals als Container- oder Systembau bezeichnet; dies besonders im Zusammenhang mit den Interimslösungen für die schnelle Bereitstellung von Wohnraum, also den standardisierten und mobilen Containergebäuden auf Zeit.

Aber: Müsste man dann nicht auch Gebäude, die in Stahlskelettbauweise erbaut wurden, also Bauten mit einem Primärtragwerk aus Stahl und einer konventionellen Ausfachung, als Container- oder Systembauten bezeichnen?

Vom einzelnen Modul ...

Nein, dennoch darf der SÄBU Modulbau als Stahlskelettbau bezeichnet werden. Denn ein Modulgebäude entsteht aus industriell vorgefertigten Modulen, deren Tragwerk aus einer Stahlrahmenkonstruktion besteht und deren Rahmen mit Wänden- und Deckenelementen, freitragend, gefüllt und anschließend auf der jeweiligen Baustelle zu einem Gebäude, durch Nebeneinanderreihen und Aufeinanderstapeln der Stahlmodule, gefasst werden.

Diese zukunftsorientierte Modulbauweise verschafft den Bauherren zudem eine Fülle von Vorteilen. So erlauben industriell vorgefertigte, modulare Gebäude zum Beispiel wirtschaftliches und schnelles Bauen zum

... über Reihung und Stapelung ...

Festpreis, ohne auf Qualität und architektonische Gestaltung des Objekts zu verzichten.

Durch die industrielle Vorfertigung der einzelnen Stahlmodule, die bis zu einem Vorfertigungsgrad von 90 Prozent im SÄ-BU-Werk produziert werden können, liegt der SÄBU Modulbau gegenüber dem konventionellen Bau bei der Zeitersparnis und folglich auch bei der Wirtschaftlichkeit deutlich im Vorteil.

Modulgebäude von SÄBU erfüllen alle Anforderungen an Energieeffizienz, Schnelligkeit, Wirtschaftlichkeit und Detailqualität.

Bezüglich Wärme-, Feuchte- und Schallschutz steht der SÄBU Modulbau dem Massivbau in nichts nach. SÄBU erreicht mit dem Modulbau den Passivhausstandard nach dem Passivhaus-Projektierungspaket (PHPP) des Passivhaus-Institutes Darmstadt.

Als Generalunternehmen übernimmt SÄBU auf Wunsch jegliche Planung, Organisation und Koordination – von der Konzept- und Planerstellung bis zur Bauabnahme.

Falls bereits mit einem Architekten zusammengearbeitet wird, realisiert SÄBU nach den individuellen Wünschen das Bauvorhaben, erteilt nach den Bauplänen die Werkspläne und fertigt die Module individuell entsprechend den gewünschten Grundrissen im SÄBU-Werk.

Von der Flexibilität, Schnelligkeit, Kosteneffizienz und den kreativen Gestaltungsmöglichkeiten des SÄBU Modulbaus profitieren Industrie, Handel und Kommunen, die unter anderem die schlüsselfertige Erstellung von Büro- und Verwaltungsgebäuden, Kliniken und Pflegeheimen, Kindertagesstätten, Schulen, Tankstellenshopgebäuden und Kantinen in Auftrag geben.

Kontakt: SÄBU Morsbach GmbH, www.saebu-modulbau.de



abblidungen/+otos: pipt.-ing. +ranziska Lambertz

21

GIPFELSTURM

Kölner Büromarkt mit bestem je registrierten Ergebnis



Aktueller Marktbericht von Greif & Contzen weist Vermietungsrekord aus. Optimistischer Ausblick für die kommenden Monate

Rekord! – Mit einem Flächenumsatz von rund 440.000 Quadratmetern schloss der Kölner Büromarkt das Jahr 2016 ab und übertraf damit die seit dem Jahr 2011 stehende Bestmarke von gut 330.000 Quadratmetern erheblich.

"Etwa ein Drittel der Vermietungen stammte 2016 aus nur sechs großen Vertrags-

abschlüssen", berichtet Florian Schmidt, Leiter des Unternehmensbereichs Büroimmobilien bei Greif & Contzen. Darunter die 60.000 Quadratmeter der Zurich Versicherung, die Standorte aus Bonn und Köln in Köln-Deutz zusammenzieht und damit zugleich den Startschuss für das Großprojekt MesseCity gab, das rund 135.000 Quadratmeter Fläche schaffen soll. Fläche, die drin-

GREIF & CONTZEN: **Begeisterung für das Besondere**

Beraten, bewerten, vermitteln, verwalten: Die Leistungen der über 80 Spezialisten bei Greif & Contzen decken die gesamte Wertschöpfungskette bei Immobilien ab – von der Marktanalyse und der Beratung bei Projektentwicklungen über die Bewertung, maßgeschneiderte Vermarktungskonzepte und zielgruppengerechte Vermittlung bis hin zur technischen und kaufmännischen Verwaltung. Das gilt für Privatimmobilien ebenso wie für Einzelhandels- und Büroflächen, Industrie- und Logistikflächen, Grundstücke, Investmentobjekte oder auch land- und

forstwirtschaftliche Liegenschaften. Spezialisiert ist Greif & Contzen auf Premiumobjekte und darauf, bei jeder Immobilie das ganz Besondere zu finden.

Die Entwicklung der Immobilienmärkte analysiert Greif & Contzen in regelmäßig erscheinenden Büro- und Investmentmarktberichten. Der aktuelle Marktbericht beschreibt den Status quo des Kölner Büromarktes, gibt Einsicht in die Teilmärkte und prognostiziert die Entwicklung der kommenden Monate. Er ist abrufbar unter: www.greif-contzen.de

gend benötigt wird. "Es liegen mehrere große Gesuche verschiedener Büronutzer vor", umschreibt Florian Schmidt die Situation. Angesichts von Angebotslücken und starker Nachfrage ist in den vergangenen Monaten das Mietniveau auf dem Kölner Büromarkt sowohl im Topsegment als auch im Marktdurchschnitt gestiegen. Bislang fällt der Mietanstieg allerdings noch moderat aus: Die Höchstmiete lag 2016 bei 24,80 Euro pro Quadratmeter (2015: 24,50 Euro), und im Marktdurchschnitt insgesamt stieg das Mietniveau von 11,90 Euro auf etwa 12,20 Euro.

Greif & Contzen: Potenzial im rechtsrheinischen Köln

So weit die aktuelle Lage. Doch wie geht es weiter, wo liegt Potenzial für weitere Büroflächenentwicklung und Wachstum? "Das rechtsrheinische Köln wird an Bedeutung gewinnen", prognostiziert der Marktbericht von Greif & Contzen. "In der linksrheinischen Innenstadt hat sich das Flächenangebot seit 2011 fast halbiert, parallel haben Deutz und Kalk zugelegt", beschreibt Florian Schmidt die Lage. Bis 2016 machte der Vermietungsumsatz rechtsrheinisch gerade einmal ein Fünftel bis ein Viertel des Gesamtumsatzes aus. Im vergangenen Jahr waren es dann bereits 40 Prozent. "Und jetzt zieht Mülheim durch die Konversion ehemaliger Industrieflächen nach", so Büromarkt-Experte Schmidt weiter. "Projekte wie die Umgestaltung des ehemaligen Mülheimer Güterbahnhofes, Cologneo I oder Möhring-Quartier werden den Stadtteil maßgeblich verändern und Flächen schaffen, die Köln dringend braucht." Bei Greif & Contzen ist man sicher: "Wir werden erleben, wie im Rechtsrheinischen durch die Projekte Mülheim-Süd und Deutzer Hafen die Weichen gestellt werden, um künftig einen wichtigen Anteil des Kölner Marktgeschehens nachhaltig zu prägen."

Mietniveau steigt

Für die Prognose der kommenden Monate brauchen die Experten bei Greif & Contzen keine Kristallkugel. "Es wird das passieren, was angesichts der wachsenden Bedeutung Kölns und des Kölner Büromarktes, gekoppelt mit zu wenig neuem Flächenangebot, die normale Marktreaktion ist: Der Umsatz wird auf ein mittleres Niveau sinken, die Leerstandsquote noch weiter fallen, die Mieten werden steigen."

Matze Ehlers



Kapitalanlage-Immobilien können nach Ihren wesentlichen Nutzungsarten unterschieden werden: Dies sind klassische vermietete Wohn-Immobilien, Projektentwicklungs-Immobilien, Senioren- und Pflegeimmobilien, Ferien-Immobilien, Büro- und Gewerbeimmobilien oder auch Einzelhandels-Immobilien.

Wesentliche Investitionsformen bei Kapitalanlage-Immobilien

Zwei wesentliche Investitionsformen sind der Immobilien-Direkterwerb und die Investition in Immobilien durch Alternative Investmentfonds (AIF). Für den Direkterwerb sprechen die volle Verfügungsgewalt und Mitbestimmung sowie die grundsätzliche jederzeitige Verfügbarkeit durch die persönliche Eintragung im Grundbuch als Eigentümer. Demgegenüber steht ein hoher Kapitaleinsatz, der zudem bei einer langfristigen Finanzierung Mieteinnahmen in der Regel zwingend erforderlich macht. In der Folge ist so auch keine breite Streuung auf unterschiedliche Nutzungsarten und Regionen möglich und entfallen die Investitionsmöglichkeiten in kapitalintensive Objekte.

Hingegen sind bei Alternativen Investmentfonds mit einer Startbeteiligung ab 10.000 Euro in der Regel vergleichsweise geringe Eigenkapitaleinsätze erforderlich. Eine breite Streuung auf unterschiedliche Nutzungsarten, Regionen, Mieter und auch kapitalintensive Objekte kann den Alternativen Investmentfonds zusätzlich attraktiv gestalten. Ertragsausfälle sind bei reinen Eigenkapitalinvestitionen in der Regel leichter zu verkraften als in der Verbindung mit Fremdkapitalfinanzierungen. Minuspunkte macht die Investitionsform allerdings u.a. durch die meist fehlende Verfügungsgewalt sowie geringe bis nicht vorhandene Mitbestimmung. In der Regel ist bei einer solchen unbestimmt langfristigen Investition zudem keine vorzeitige beziehungsweise flexible Verfügbarkeit möglich. Auch beteiligt man sich bei Alternativen Investmentfonds nur als Kommanditist an einer Fondsgesellschaft und ohne einen persönlichen Grundbucheintrag zu erhalten.

Chancen und Risiken der Immobilien-Investitionen

(Total-)Verluste sind grundsätzlich bei allen Immobilien-Investitionen möglich (noch dazu bei fremdfinanzierten Objekten über das eingesetzte Eigenkapital hinaus) und müssen daher vor der Investition zwingend berücksichtigt werden. Alle Investitionsformen haben zudem sowohl allgemeine wie auch ihre speziellen Vor- und Nachteile, Chancen und Risiken.

Eine individuelle und umfangreiche finanzfachliche, steuerliche und rechtliche Auseinandersetzung mit diesen Themen sollte



also vor Abschluss vorgenommen werden. Angesichts der Vielzahl der Investitionsmöglichkeiten gibt es daher auch keinen Grund dafür, im Einzelfall oder auch generell übereilte Entscheidungen zu treffen. Viel wichtiger ist es, ein solches Portfolio in aller Ruhe, gewissenhaft und maßgeschneidert auf persönliche Anforderungen zusammenzustellen. Dabei hilft ein unabhängiger Finanzberater. Denn: Immobilien sind auch nur eine von vielen Kapitalanlagemöglichkeiten.

Gastautor: Jens Kregeloh www.schutzinvest.de

Die schutzinvest GmbH & Co. KG ist im Rahmen der Anlageberatung, der Anlagevermittlung und der Abschlussvermittlung als vertraglich gebundener Vermittler gem. § 2 Abs. 10 KWG ausschließlich im Namen, für Rechnung und unter Haftung der FiNet Asset Management AG tätig.

LEIDENSCHAFT FÜR ARCHITEKTUR UND RAUM

Bernd Reiter Gruppe feiert 30-jähriges Jubiläum



Die Medienparks Nordrhein-Westfalen in Hürth, dort wo einst die MMC Studios ansässig waren, Shows mit Elton und der RTL-Spendenmarathon produziert wurden, sollen zum Wohlfühlort werden. Das ist die Vision der Bernd Reiter Gruppe, die das 100.000 Quadratmeter große Gelände mit mehr als 50.000 Quadratmeter Mietfläche Mitte Dezember vergangenen Jahres gekauft hat. Die Unternehmensgruppe will – getreu ihrem Motto "Leidenschaft für Architektur und Raum" – den Standort zukunftsfähig entwickeln. Dem Kölner Immobilienprojektentwickler schwebt vor, ein "Full-Service-Stadtviertel" auf modernstem Standard aufzubauen.

"Wir wollen auf dem Gelände eine 'kleine Welt' schaffen, in der alles vorhanden ist, was der Mensch zum Leben und Arbeiten braucht. Eine neue Lebens- und Arbeitswelt mit kurzen Wegen, wo er alles direkt erledigen und erleben kann – seien es Einkäufe, der TÜV fürs Auto oder das Spielen mit den Kindern im Betriebskindergarten", sagt Geschäftsleiter und Gesellschafter Bernd Reiter.

Typisch für Projekte: der dekonstruktivistische Stil

Die Bernd Reiter Gruppe, welche gerade ihr 30-jähriges Firmenjubiläum feiert, ist für innovative Immobilienprojekte im Großraum Köln bekannt. Beispielhaft ist hier das Kunst- und Medienviertel in Hürth, als Stadtviertel in dekonstruktivistischer Architektur. Zentrum des Viertels ist das werkP2, das modern-puristische Lofts zum Leben und Arbeiten beherbergt.

Der dekonstruktivistische Stil mit seinen asymmetrischen Formen, seinen unterschiedlichsten Materialien und seiner surrealen Anmutung ist typisch für die Bauprojekte der Unternehmensgruppe. "Es ist großartig, mit den Materialien spielen zu können! Wir sind hier immer auf der Suche nach neuen Bau- und Werkstoffen", sagt Bernd Reiter, der sich auch als Künstler einen Namen gemacht hat. Seine gewaltige Kunstinstallation "Ironie des Schicksals"

auf der ART.FAIR 2016 wurde als eines der spektakulärsten Werke gefeiert.

Wohlfühlarbeitswelt im Kölner Süden

Dekonstruktivistischen Charakter hat auch das EURONOVA am Zollstockgürtel im Süden von Köln. Hier im Eingangsbereich der Loft- und Ateliermeile steht ein Pylon, ein blauer Turm, der nicht nur optisch seitlich aus der Achse sackt, sondern auch gleichzeitig nach vorne. Er ist aus Beton gegossen – und allein, wie die unterstützenden Eisenträger positioniert sind, gleicht das handwerklicher Kunst. Für den Vermesser, die Betongießer und die Eisenbieger war es auf jeden Fall eine Herausforderung.

Das im Jahr 2013 fertiggestellte Mietobjekt EURONOVA steht wie fast alle Projekte der Bernd Reiter Gruppe für die Verbindung von Arbeit, Kunst und Leben; für eine Wohlfühlarbeitswelt der besonderen Art zwecks eines produktiven und kreativen Miteinanders der hier ansässigen 104 Firmen mit ihren rund 700 Mitarbeitern. So gehören ein Design- und Kunsthotel und ein Designrestaurant zum Gelände. Im EuroNova arthotel begleiten moderne Kunstwerke den Gast vom Foyer bis in sein Zimmer. Das Restaurant BU1 sorgt nicht nur für kulinarische Genüsse, sondern fördert mit After-Job-Chill-Abenden in seiner Lounge auch den Wohlfühl-Charakter des Businessparks.

Nachhaltige Wohnprojekte setzen Impulse für die Entwicklung im Kölner Speckgürtel

In gleicher Qualität und Nachhaltigkeit wie ihre Gewerbeprojekte entwickelt und realisiert die Kölner Unternehmensgruppe ihre Wohnbauprojekte. Die Passivwohnhäuser flux7 und auch das Alpha Forum Frechen sind realisierte Projekte aus der jüngsten Vergangenheit, die für die Entwicklung im Kölner Speckgürtel wichtige Impulse setzen. Zudem entsteht in Wesseling das Rheintal-Quartier als zukünftiges neues innerstädtisches Viertel zwischen Köln und Bonn. Bis zu 450 Wohneinheiten auf 3,5 Hektar für mehr als 700 Bewohner sind hier geplant. Lebenswerte Räume von architektonischer Attraktivität, Funktionalität und Flexibilität – wie es das Konzept der Bernd Reiter Gruppe eben ausmacht!

MIT SYSTEM ZUM ERFOLG



Betrieblicher Arbeitsschutz ist so wichtig wie nie zuvor. Die gestiegenen Anforderungen an Produktivität und Geschwindigkeit sorgen nicht nur für höhere Umsätze, sondern lassen auch das Gefährdungspotenzial enorm ansteigen.

Im Spannungsfeld zwischen Kundenanforderungen und Rechtspflichten können betriebliche Abläufe nur störungsfrei laufen, wenn Sicherheit und Gesundheitsschutz praxisgerecht berücksichtigt werden. Systematischer Arbeitsschutz und wirksame Arbeitsschutzmanagementsysteme ver-

sprechen dabei den größten Nutzen. Mittlerweile stehen Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz im Mittelstand an erster Stelle.

Mit dem Gütesiegelverfahren "Sicher mit System" lässt sich ein Arbeitsschutzmanagementsystem einführen oder verbessern. Das Angebot der BGHW ist für den Betrieb freiwillig und nicht mit Zertifizierungszwängen verbunden. Eher werden motivierte Unternehmen angespornt, das vorhandene Potenzial zu nutzen und die Prozesse weiter zu optimieren, um das

Gütesiegel zu erhalten. Wie solch ein Managementsystem funktioniert, zeigt das Beispiel der Pelzer Fördertechnik GmbH aus Kerpen, Anbieter und Servicespezialist im Bereich Förder- und Lagertechnik. Das Unternehmen hat erfolgreich ein Arbeitsschutzmanagementsystem etabliert.

"Arbeitssicherheit ist in unserem Unternehmen sehr wichtig. Wir achten sehr darauf, dass alles ordnungsgemäß abläuft, denn unser Ziel sind null meldepflichtige Arbeitsunfälle", sagt der Geschäftsführer Erik van Leeuwenstijn. "Aber nicht nur unsere Mitarbeiter profitieren davon, sondern auch unsere Kunden. Es signalisiert allen, dass Arbeitsschutz bei uns großgeschrieben wird. Natürlich gehört dazu ein sehr gutes Sicherheitsmanagement. Wir haben dadurch bestehende Sicherheitslücken erkannt und geschlossen. Wir sind stolz darauf, dass wir das Zertifikat mit herausragenden 96 Prozent erhalten haben. Das ist ein sehr gutes Ergebnis."

Laut der BGHW wurden seit der Aufnahme des Angebotes, die Mitgliedsbetriebe der BGHW im Arbeitsschutz zu begutachten, etwa 150 Betriebe auditiert beziehungsweise reauditiert. Insgesamt ist die Liste der Mitgliedsunternehmen der BGHW, die an einer Zertifizierung interessiert sind, etwa auf 450 angewachsen.

Pelzer Fördertechnik GmbH

Karl-Ferdinand-Braun-Straße 18 50170 Kerpen 02273 604-0 info@pelzer-stapler.de



ERFOLGREICHE MOBILE-STRATEGIE IM JAHR 2017

In Zeiten allgegenwärtiger Smartphones wird eine mobile Werbestrategie immer bedeutsamer



Als am 9. Januar 2007 der ehemalige Apple-Chef Steve Jobs das iPhone vorstellte, verbreitete er wenig bescheiden, das Telefon neu erfunden zu haben. Doch es war noch mehr als das: Das iPhone war eine entscheidende Initialzündung für das mobile Internet. Es hat die Gesellschaft und zahlreiche Wirtschaftszweige grundlegend verändert.

"Das iPhone hat im Rahmen der ohnehin rasanten Entwicklung des Internets vor zehn Jahren die bisher radikalste Verhaltensänderung eingeläutet - den sogenannten Mobile Shift weg vom Desktop hin zu Mobile", erklärt der Vorsitzende der Fokusgruppe Mobile im Bundesverband Digitale Wirtschaft e. V. (BVDW) Mark Wächter. Der Diplom-Ökonom mit langjähriger Marketing-Kommunikations-Expertise in den Bereichen Consumer Goods, Internet und Mobilfunk weiter: "Einkaufen, surfen, E-Mails checken oder Banking per Smartphone sind inzwischen selbstverständlich. In einer Welt, in der das Internet schwerpunktmäßig mobil genutzt wird, bedarf es einer zeitgemäßen Mobile-Strategie."

Im Jahr 2017 stellt sich für Unternehmen also nicht mehr die Frage, ob sie eine mobile Strategie benötigen, sondern wie sie damit möglichst effektiv sind. Der BVDW hat dazu ein Whitepaper mit den zehn wichtigsten Faktoren für eine erfolgreiche Mobile-Strategie veröffentlicht.

Die zehn wichtigsten Empfehlungen für eine Mobile-Strategie



Die Zeit ist reif für den Chief Mobile Officer

Die veränderten Kundenerwartungen revolutionieren die Märkte und setzen Geschäftsmodelle unter enormen Druck. Die Beherrschung des Mobile Tsunamis ist in den zurückliegenden zehn Jahren zu einer der größten und vor allem dringendsten Management-Aufgabe geworden. Es gilt, die gesamte Unternehmenspräsenz im Internet auf das Medium Mobile auszurichten und ein Mobile Ready Enterprise zu etablieren. Der Chief Mobile Officer verantwortet diese ganzheitliche mobile Strategie.



Mobile-Projekte sind immer Change-Projekte

Die Auswirkungen der Integration einer Mobile-Lösung in ein Unternehmen bleiben nie an der Grenze einer Abteilung oder eines Bereiches stehen. Unternehmen müssen jedes Mobile-Projekt als Change-Projekt betrachten und Potenziale sowie Seiteneffekte identifizieren. Ohne breite Akzeptanz oder zumindest Verständnis der Mobile-Strategie stößt man auf interne Widerstände, die den Erfolg gefährden werden. Das mobile Endgerät ist das Cockpit in der digitalen Transformation, daher ist auch jedes Mobile-Projekt ein Transformationsprojekt.



Mobile ist in erster Linie ein Service-Tool

Das Smartphone ist das persönlichste aller Endgeräte und daher für Marken ein sehr begehrtes Device. Aber eine kreative Idee allein reicht nicht. Auf den Service kommt es an. Unternehmen müssen ihr Geschäftsmodell mobil nutzbar machen. Mobile Services müssen das Leben erleichtern, Zeit sparen und überzeugen. Den Kunden muss ein Mehrwert geboten werden. Das Smartphone nur als weitere Werbefläche zu sehen ist mit Vorsicht zu genießen, denn der Wettbewerb lauert bereits mit disruptiven Mobile Services!



Das Smartphone ist die Schaltzentrale der Zielgruppe

Das mobile Endgerät ist nicht nur der erste Zugang zu Information jederzeit und überall, sondern darüber hinaus die ganz persönliche Schaltzentrale im zunehmend vernetzten Leben der Verbraucher. Wer seiner Zielgruppe einen echten Mehrwert in Verbindung mit den entsprechenden Produkten und Services bietet, landet dauerhaft im "Relevant Set" seiner Kunden. Auf der Basis können passgenaue Angebote im Kontext von Zeit, Ort und Präferenz generiert werden. Die Zielgruppe entwickelt sich dann vom Zielkunden zum Markenbotschafter und Multiplikator!



Eine Mobile-zentrische Marketing-Strategie entwickeln

In den letzten Jahren hat das mobile Internet eine Vormachtstellung übernommen. Das grundsätzliche Verstehen und Nachvollziehen der mobilen Nutzungssituation ist die Maxime für jegliche Form der Mobile-Optimierung, die heutzutage essenziell ist. Unternehmen müssen ihre gesamte Informationsarchitektur überdenken – ausgehend vom Kontext, in dem der Kunde sich befindet, seinen Bedürfnissen in diesem Augenblick und der Rolle, die der immer anwe-

sende Bildschirm im Moment der Wahrheit spielt. Mobile ist der First-Screen-Punkt.



Websites ohne Mobile-Optimierung werden abgestraft

Heutzutage hat jeder ein Smartphone dabei und kann damit ununterbrochen kommunizieren, shoppen und Informationen recherchieren. Nichts liegt daher näher, als einen mobil optimierten Webauftritt zu haben. Webseiten sollten auch deswegen mobil optimiert sein, um im Suchmaschinenranking keinen Nachteil gegenüber Wettbewerbern zu haben. Da das bei Weitem noch nicht flächendeckend der Fall ist, kann ein responsives - besser noch ein Made-for-Mobile- - Webdesign derzeit sogar einen Wettbewerbsvorteil bieten. Wer die Entwicklung jetzt verschläft, wird es enorm schwer haben, diesen Rückstand wieder aufzuholen.



Die Zielgruppe datenbasiert im entscheidenden "Mobile Moment" ansprechen

Ob für die Restaurantsuche, den Preisvergleich oder zum Zeitvertreib an der Haltestelle: Das Smartphone ist immer griffbereit und begleitet die Gesellschaft durch den gesamten Alltag. Jeder greift im Schnitt etwa 150-mal am Tag nach seinem mobilen Endgerät. Wem es gelingt, seine Zielgruppe im entscheidenden Moment mit der passenden Botschaft anzusprechen, der kann ihr einen echten Mehrwert liefern und seine Marke eindrucksvoll inszenieren. Grundlage hierfür sind detaillierte und akkurate Daten zu Zielgruppen und ihrem Kontext.



Mobile Programmatic ermöglicht Zielgruppenansprache in Echtzeit

Während Programmatic Advertising, also die automatisierte und datengetriebene Einbuchung von Werbung in Echtzeit, im Online-Bereich noch einen überschaubaren Anteil ausmacht, prognostiziert eMarketer im Mobile-Bereich für 2017 bereits einen Anteil von 61 % aller Spendings. Aufgrund der kurzen und gezielten Nutzung ist es auf dem Smartphone wichtiger denn je, die richtige Zielgruppe im entscheidenden Moment anzusprechen. Der Einsatz von programmatischen Plattformen in Verbindung mit Zielgruppen- und Kontextdaten bietet hier hervorragende Möglichkeiten und damit die perfekte Umgebung für Performance- und Brandingwerbung.



Apps aus Nutzersicht konzipieren

Apps müssen als Markenbestandteil, Produkt und Kanal nicht nur gezielt vermarktet werden, sondern vor allem auch im ersten Moment der Nutzung – dem sogenannten On-Boarding – absolut überzeugen. Deshalb müssen Apps aus Nutzersicht konzipiert werden, damit sie für den "Homo mobilis" einfach und intuitiv zu bedienen sind. Ein zentrales Bedürfnis exzellent zu befriedigen ist das oberste Gebot beim App-Design.



Permanente Analyse und Optimierung der wichtigsten Kennzahlen

Mobile Aktivitäten müssen genauso in die Gesamtstrategie eingebettet sein wie sämtliche digitale Produktentwicklungen im Unternehmen. Um das zu überprüfen, gehört neben einem echten Tracking ebenso eine gezielte Marktbeobachtung. Quantifizierbare und überprüfbare Ziele helfen dabei, den Erfolg regelmäßig zu evaluieren. So manche "gehypte" App wird unter der Lupe schnell vom "Star" zum "Poor Dog".

Matze Ehlers Quelle: BVDM e. V.



NATIVE ADVERTISING

Was kann das neue Trendformat der digitalen Werbebranche?



Flüchtiger Trend oder wahre Goldgrube? Viel wird über Native Advertising geredet, nur wenige wissen wirklich Bescheid. Einer davon ist Coskun Tuna. Er ist Geschäftsführer der Seeding Alliance GmbH, ein Unternehmen, das sich bereits im Jahr 2013 auf die Entwicklung und Vermarktung einer Native-Ads-Technologie spezialisiert hat, als noch niemand den Begriff Native Advertising überhaupt kannte. Der Online-Werbeexperte erklärt, was Native Advertising genau ist.

Optimale Einbindung und breite Ausspielung

Coskun Tuna: "Native Advertising ist die Distribution von werblich gekennzeichnetem Content, der sich in seiner Form und Funktion flexibel an unterschiedliche Webseitenumfelder anpasst. Dabei kann die Aussteuerung dieser Inhalte so gestaltet werden, dass die Zielgruppe des jeweiligen Werbetreibenden gezielt erreicht wird. Die Ausspielung identischer Kampagneninhalte auf mehreren Onlinepublikationen erfolgt über einen zentralen Native Adserver und nicht über die Content-Management-Systeme der einzelnen Webseitenanbieter. So sind die Inhalte nicht von Google indexierbar und Duplicate Content wird vorgebeugt. Zusätzlich sind Native Ads auf sozialen Netzwerken teilbar.

Allerdings gibt es derzeit noch keine allgemeingültige Definition für Native Advertising, sodass es mehrere native Formate gibt, die sich in wenigen Details unterscheiden. Text-Bild-Anzeigen und Advertorials sind Formate, die gerne mal durcheinandergebracht werden, aber nur das True Native Advertising erfüllt alle Kriterien einer sauberen und erfolgreichen nativen Platzierung."

Klassische Bannerwerbung verliert zunehmend an Beliebtheit und wird von Nutzern

entweder übersehen oder aktiv blockiert. Für Werbetreibende und auch für Verleger stellt diese Entwicklung ein Problem dar. Verleger haben mit sinkenden Printauflagen und Einbrüchen in der Bannerwerbung zu kämpfen. Einen weiteren Rückgang der Online-Werbeerlöse können sie sich erst recht nicht leisten.

Darum ist Native Advertising so beliebt

"Native Advertising ist ein Werbeformat mit großem Potenzial für Medienhäuser. Wir bei Madsack merken deutlich die gesteigerte Bereitschaft unserer Leser, sich mit Werbekampagnen auseinanderzusetzen, die unaufdringlich und gleichzeitig informativ sind", erzählt Rolf Grummel. Er leitet das B2B-Marketing der Madsack Verlagsgruppe, des viertgrößten Verlagshauses Deutschlands.

Auch Werbetreibende profitieren von Native Ads, denn auch sie merken, dass die Conversions über klassische Display-Kampagnen stetig zurückgehen. "In Zeiten immer größerer Werbeverweigerung und sinkender Klickraten ist Native Advertising genau die notwendige Lösung, um relevante Markenbotschaften zu distribuieren", ist Ingo Kahnt, Geschäftsführer der Medienagentur Newcast, überzeugt.

Ein Trend mit Zukunftspotenzial

Bisher hat Native Advertising die klassische Display-Werbung noch nicht vom Werbethron stürzen können, allerdings prognostizieren Umfragen von u. a. Gruner und Jahr, Burda und Facebook, dass Native Advertising spätestens in drei Jahren Display-Advertising überholen wird. Gerade bei der Nutzung von mobilen Geräten sind Native Ads klar im Vorteil.

"Mobile Werbung und native Werbeformate gehören zu den am stärksten wachsenden Werbegruppen und dieser Trend wird weiter zunehmen. Native Werbeformate werden 2020 weltweit mehr als 63 Prozent aller mobilen Display-Werbeumsätze generieren", erklärt Robert Günther, Publisher Solutions Manager bei Facebook. Durch ungewollte Klicks oder das massive Verdecken von Seiteninhalten erzeugt Bannerwerbung vor allem mobil eine hohe Frustrationsrate, wohingegen sich Native Ads auch bei der mobilen Nutzung flexibel an das jeweilige Webseitenumfeld anpassen.

Der zentrale Treffpunkt für Native Advertising in Deutschland

Um seriöses und sauber gemachtes Native Advertising am deutschen Markt zu etablieren, veranstaltet die Seeding Alliance GmbH das Native Ads Camp im Kölner RheinEnergieSTADION. Ob Kunde oder Konkurrent, auf dieser Tageskonferenz kommt die Branche zusammen, um über die Potenziale von Native Advertising zu diskutieren. Nicht nur Branchenexperten sind eingeladen, auch Neueinsteiger sind herzlich willkommen.

DIE WIRTSCHAFT II unterstützt als Medienpartner die Veranstaltung und stellt allen Lesern einen Rabattcode von 20 Prozent auf den Eintrittspreis zur Verfügung: NativeAds2017

Matze Ehlers



designfunktion



Adrienne Quint und Peter Hannig Geschäftsleiter designfunktion Bonn

Gerne auch für Sie.

in sich vereinen.

die Ästhetik und Funktionalität

designfunktion Gesellschaft für moderne Einrichtung mbH Sandkaule 9-11 · 53111 Bonn Telefon +49 228 965783-0 www.designfunktion.de

UNTERNEHMEN VOM MITARBEITER HER NEU DENKEN

So gelingt die nachhaltige erfolgreiche Unternehmensführung



"Ein Unternehmen ist nicht da, um Gewinn zu machen, sondern es ist ein Mittel zum Zweck – es muss Mensch und Ökologie dienen", sagt Bodo Janssen, Erbe und Chef der Hotelkette Upstalsboom, und fügt hinzu: "Wir werden einen Arbeitnehmermarkt haben, auf dem sich Unternehmen bei den Kandidaten bewerben müssen, nicht umgekehrt."

Unternehmer und Buchautor Bodo Janssen bringt so die Essenz seiner Führungserfahrungen auf den Punkt und trifft damit zwei Kernaussagen. Zum einen werden Mitarbeiter die Unternehmen nach der Erkennbarkeit des Sinns von individueller Arbeitsleistung und dem gesellschaftlichen Nutzen bewerten. Zum anderen werden sich die Unternehmen bei den Kandidaten bewerben und gute Argumente für eine Mitarbeit liefern müssen.

Was heutzutage zählt

Karriere machen, möglichst viel Geld verdienen, einen Dienstwagen fahren, eine betriebliche Pension zugesichert bekommen; alles Ziele, die das Bedürfnis etwas darzustellen, nach Besitz, Kontrolle und Sicherheit im Vordergrund sehen. Ziele, die nach der Zugehörigkeit zu einer "Herrschaftsschicht" streben, weil diese Zugehörigkeit Privilegien verspricht. Attribute, die zum sinnentleerten Anhang einer Arbeitswelt verkommen sind, die von der nachrückenden Generation in weiten Teilen als nicht mehr attraktiv empfunden werden.

Die nachfolgende Generation wird sich an

die Arbeitswirklichkeit gewöhnen und einordnen müssen, so die Hoffnung vieler Verantwortlicher. Hierbei wird jedoch regelmäßig verdrängt, dass diese Menschen, im Gegensatz zu den heute maßgeblichen Personen in den Unternehmen, nichts zu verlieren und damit auch keine Motivation zur Anpassung haben: Denn sie haben noch keine Karriere gemacht und das ist ihnen auch nicht so wichtig. Ein Dienstwagen ist vielfach kein Muss mehr. Ohne übergeordneten Sinn ist viel Geld nicht attraktiv, was ebenso für gesellschaftlichen Status und Macht gilt. Der Aufbau eines Netzwerks ist über die sozialen Medien längst ein Selbstläufer geworden.

Im klaren Gegensatz dazu stehen die Ansichten der aktuell etablierten Generation, die sich anders definiert und nicht zuletzt aufgrund dieses Umstands eine Menge zu verlieren hat. Das weckt Verteidigungsinstinkte und hat häufig den Rückzug auf tradierte Verhaltensmuster zur Folge. Verteidigung von Besitzständen, gut und schön aber gegen wen? Doch nicht ernsthaft gegen den bedeutendsten Erfolgsfaktor der Unternehmen - die Mitarbeiter.

In zahlreichen repräsentativen Studien do-

minieren vor allem drei Faktoren die ausschlaggebenden Kriterien für eine Job-Entscheidung:

- 1. "persönliche Herausforderung",
- 2. "gesellschaftlicher Sinn" und ein
- 3. "exzellentes Team"

Diese Anforderungen treffen häufig auf Angebote der Unternehmen, die von Stellenprofilen, Zeugnissen, Zielvorgaben und Assessmentcentern bestimmt werden.

Unternehmen müssen umdenken

Um den Vorstellungen derer, die so dringend für den Fortbestand der Unternehmen benötigt werden, auch gerecht zu werden, müssen viele Unternehmensbereiche neu gedacht werden. Die Unternehmen, die schon heutzutage die Nase in diesem Punkt vorne haben, unterscheiden sich im Wesentlichen in drei Erkenntnissen und den daraus resultierenden Handlungen von denen, die hinterherlaufen:

- Sie leben "echte" Führung, die auf Sog und nicht auf Druck setzt
- An erster Stelle steht die Frage nach dem "Wer", der passenden Persönlichkeit, erst danach gilt es gemeinsam die Frage nach dem "Was" zu beantworten
- Entscheidungen, nicht Umstände führen vom Guten zum Großartigen

Werden diese Grundsätze durch die Unternehmen beherzigt und wird die Arbeit vom Arbeitnehmer als sinnvoll wahrgenommen und stiftet gleichzeitig einen gesellschaftlichen Nutzen – dann ist einer substanziellen Weiterentwicklung von Führung in vielen Unternehmen bereits heute Tür und Tor geöffnet. Das Unternehmen von den Mitarbeitern her neu zu denken und auf die Zukunft auszurichten, ist damit zum realistischen Ziel geworden.

Gastautor:
Ulrich
Watermann,
Gründer des
gleichnamigen
Instituts für
Unternehmensführung
E-Mail:
uw@unternehmensfuehrung.
institute





Die Betriebsfeier lässt Abteilungen und Standorte in entspanntem Rahmen zusammenkommen. Sie kann in den Firmenräumen mit schmackhaftem Catering stattfinden. Sie kann aber auch mit originellen Aktivitäten für dauerhaften Gesprächsstoff sorgen. Köln hat hier dank Unternehmen, die auf Firmenerlebnisse spezialisiert sind, viel zu bieten.

Raus aus der Firma – rein in die Stadt

Der Anbieter CityHunters beispielsweise bietet interaktive Stadtrallyes in über 40 Städten. "Unsere Teilnehmer lösen in Teams Rätsel. Jede Station fordert andere Fähigkeiten, was Stadtentdeckung mit Teambuilding verbindet", erklärt Firmenmitgründer Daniel Sekula. Als Navigationshilfe dient moderne Technik: "Die Teams haben nur die Koordinate der Rätselstation. Die tippen sie ins GPS-Gerät und der Routenlauf beginnt!" Dank Kölner Dom, Historischem Rathaus oder Neumarkt ist Köln besonders attraktiv für eine fußläufige dreistündige Punktejagd, für Einheimische wie Auswärtige gleichermaßen.

Ein originelles Programm für jeden Geschmack

Diese Grundidee reichert CityHunters mit spannenden Motiven an. Daniel Sekula

erklärt: "Sie lösen einen Kriminalfall wie bei CSI, wandeln auf Indiana Jones' Spuren oder retten wie James Bond die Welt." Multimedial gestaltet sich die iPad-Rallye. "Die eigens entwickelte App integriert Navigation und Rätselstellung. Die Teilnehmer nehmen Töne auf, machen Fotos oder Zeichnungen und spornen sich im Team-Chat gegenseitig an", stellt Mitgesellschafter Matthias Engelhardt vor.

Der kommende Trend bei Betriebsfeiern

"Mit dem neuen Event 'Team Case' kommen wir direkt zum Kunden", verspricht Mitgeschäftsführer C.-Philipp Steiner und präzisiert: "Sie haben 90 Minuten, um einen mysteriösen Code zu knacken. Die Materialien passen in einen Koffer, sodass man Team Case im Freien und in jedem beliebigen Raum durchführen kann. Das ist unser mobiles Pendant zur Trendaktivität Escape Room." Matthias Engelhardt

ergänzt: "Datum und Zeit bestimmt der Kunde. Gerne starten und enden wir zum Beispiel in einem Restaurant oder Hotel nach Wunsch." Flexibler ist eine Betriebsfeier kaum umsetzbar.

Weitere Infos unter: www.cityhunters.de



ARBEITGEBERWECHSEL – CHANCEN UND RISIKEN

Was vor wenigen Jahrzehnten noch ein einschneidendes Ereignis im Leben eines Arbeitnehmers war, ist heute eher der Normalfall: der Wechsel des Arbeitgebers.



Gründe gibt es sicher viele, warum ein Arbeitnehmer sich dazu entschließt, die bisherige Anstellung aufzugeben und sich neu zu orientieren. Sei es, dass man sich im Unternehmen nicht mehr wohlfühlt, keine Perspektive mehr sieht, sei es, dass man auf der Karriereleiter nach oben klettern oder einfach mehr verdienen möchte, der momentane Arbeitgeber eine Gehaltserhöhung jedoch ablehnt. Auch gesundheitliche Gründe können dazu führen, dass ein Jobwechsel sinnvoll erscheint.

Egal, aus welchen Gründen man sich dazu entscheidet, sich nach einem neuen Arbeitgeber umzusehen, es sollte auf jeden Fall gut überlegt sein. Sollte man einen Arbeitgeberwechsel erwägen, weil beispielsweise das Verhältnis zum Vorgesetzten oder zu den Kollegen aus welchen Gründen auch immer nicht stimmt - im neuen Unternehmen muss das nicht zwangsläufig besser laufen. Auch ist es sinnvoll zu beachten, welche Veränderungen ein Jobwechsel für die Familie mit sich bringt. So kann ein Arbeitgeberwechsel auch bedeuten, dass mehr Arbeit zu leisten ist und dass die Arbeitszeiten ungünstiger sind als bisher. Ein wesentlich weiterer Weg zur neuen Stelle könnte zudem einen Umzug sinnvoll oder erforderlich machen. Ließe sich dies mit der Berufstätigkeit des Partners und den Bedürfnissen eventuell vorhandener Kinder vereinbaren? Ist die Familie generell bereit, gegebenenfalls ungünstigere Arbeitszeiten oder gar einen Umzug in Kauf zu nehmen? Diese Fragen gilt es, vorab zu klären. Selbstverständlich spielt auch das Lebensalter bei der Arbeitssuche eine Rolle. Jenseits der 55 wird es nicht einfacher, eine passende Stelle zu finden.

Kündigung erst nach Zusage des neuen Arbeitgebers

Daher fängt ein Arbeitgeberwechsel in der Regel damit an, dass man sich Gedanken darüber macht, weshalb man den bisherigen Job aufgeben möchte und was genau man von einem Jobwechsel erwartet. Ist man sich dann darüber im Klaren, kann die Jobsuche losgehen. Natürlich sollte man erst kündigen, wenn man den neuen Arbeitsvertrag sozusagen in der Tasche hat. Alles andere wäre grob fahrlässig. Allerdings muss einem klar sein, dass unter Umständen schon sehr viel Zeit vergehen kann, bis man den gewünschten bzw. passenden Job findet. Dabei spielt die Qualifikation eine große, wenn nicht die größte Rolle. Auch das Alter ist, wie oben erwähnt, ein Aspekt sowie die bisherige Berufserfahrung.

Hat man sich dies alles bewusst gemacht, ist es Zeit, sich mit der Bewerbung und den dazugehörigen Unterlagen zu beschäftigen.

Die Bewerbung selbst ist natürlich höchst individuell. Berufsanfänger verfügen z. B. über keine oder nur wenig Berufserfahrung, sodass diese sich eher über die Schwerpunkte ihres Studiums bzw. ihrer Ausbildung vorstellen. Zusätzliche Punkte, die immer gerne von Personalverantwortlichen zur Kenntnis genommen werden, sind z. B. Praktika im Ausland und/oder besuchte Seminare, idealerweise passend zum angestrebten Job.

Soziale Kompetenz spielt zunehmend größere Rolle

Erfahrene Arbeitnehmer, die eine Veränderung anstreben, stützen ihre Bewerbung natürlich auf die bereits erworbene Berufserfahrung. Zusätzlich erworbene Fähigkeiten gehören ebenso in eine Bewerbung wie erfolgreich durchgeführte Projekte, insbesondere die, die neben der beruflichen Qualifikation auch die soziale Kompetenz des Bewerbers herausstellen. Jobwechsler, die sich auf eine Führungsposition bewerben, sollten in ihrem Anschreiben deutlich machen, warum gerade sie für diese Position geeignet sind. Dazu gehört natürlich auch, eine eventuell bereits vorhandene Erfahrung in der Führung von Mitarbeitern herauszustellen. Auch hier spielt die soziale Kompetenz eine große Rolle. Auf die im Übrigen heutzutage insgesamt besonders viel Wert gelegt wird.

Ein sachlich gehaltener Lebenslauf über seinen beruflichen Werdegang rundet eine gelungene Bewerbung ab. Wenn man es dann noch schafft, in einem persönlichen Bewerbungsgespräch überzeugend zu vermitteln, warum man der beste Kandidat für die vakante Stelle ist, steht einem beruflichen Neuanfang nichts mehr im Wege.

Monika Eiden

BOXENSTOPP

Wie Geschäftsführer Strategien schneller umsetzen als der Wettbewerb



Andreas Liebrecht und Volker Rau erläutern, warum aus Strategieriesen häufig Umsetzungszwerge werden und wie Geschäftsführer dem begegnen.

"Unser Ziel für 2017: die Ziele aus 2016 zum Abschluss bringen, die wir schon in 2015 hätten erledigen sollen, weil wir sie bereits 2014 vereinbart und 2013 geplant hatten."

Hand aufs Herz: Diese Formulierung dürfte wohl jedem, der anspruchsvolle Unternehmensziele verfolgt, vertraut sein. Woran aber liegt es, dass Ergebnisse auf sich warten lassen?

Wenn eine Strategie verwirklicht werden soll, dann verwandelt sich das Unternehmen idealerweise in eine große Kooperationsarena. Auf den Rängen wird geplant, entwickelt, ausprobiert, und im Inneren der Arena sieht der Chef das neue Produkt oder den Service entstehen. Schön wär's! Tatsächlich arbeiten Führungskräfte und Mitarbeiter viel zu häufig in ihren sogenannten Silos, zu wenig übergreifend abgestimmt; Einzelprobleme werden verdeckt gehalten (immer das Gesicht wahren) und lassen den ganzen Umsetzungsprozess stocken. Angesprochen wird dies erst dann,

wenn man einfach nicht mehr wegsehen kann, in der Regel also zu spät. Das Timing ist hinüber – und damit der Markteintritt. Um es deutlich zu sagen: Das Strategieteam hat sich als handlungsunfähig erwiesen. Man erinnere sich an den Bau des Berliner Flughafens.

Endlose Diskussionen in stundenlangen Meetings helfen Unternehmen nicht weiter

Erfolgreiche Geschäftsführer und Vertreter des oberen Managements führen turnusmäßige Strategie-Boxenstopps durch. Sie moderieren persönlich ein Treffen aller relevanten Projektleiter. Nach dem Motto: "Ich will über die Planabweichungen sprechen, weniger über aktuelle Erfolge, stattdessen über das, was im Moment Probleme bereitet. Anschließend besprechen wir, wer im Team wen unterstützen kann." So

ein Boxenstopp ist das krasse Gegenteil zu einem weiteren stundenlangen Meeting mit endlosen Diskussionen über das Warum des Stockens. Ein gut vorbereiteter und disziplinierter Boxenstopp kann schnell und zügig durchgeführt werden.

Leitfaden zu einem erfolgreichen Boxenstopp

Der erste Schritt ist die Vorbereitung. Dabei sollten sich die Mitarbeiter fragen, wo und woran die Verzögerungen liegen. Vor allem: Wie kann ich sie lösen? Wer sollte zum Problemlösen ins Boot geholt werden? Idealerweise hat jeder eine Visualisierung, eine Skizze zum besseren Verständnis der Problemlage angefertigt. Ein Zettel reicht.

Die Besprechung findet am Stehtisch in einer Besprechungsecke statt. Die Themen Einzelner, ihre Ursachenanalyse und erste Lösungsansätze werden benannt. Bei Bedarf: kurzes, knackiges Brainstorming der Gruppe. Dann die Frage: "Wer kann helfen?" Transparenz ist wichtig. Maßnahmen werden mit Timing und Verantwortlichkeiten versehen und zum Beispiel an einer Flipchart visualisiert. Der Geschäftsführer ist persönlich für solche Maßnahmen verantwortlich, die vom Teammitglied nicht mehr eigenständig umgesetzt werden können. Die Besprechung sollte maximal 20 Minuten dauern. Tiefer gehender Austausch zu einzelnen Punkten kann zwischen den betreffenden Personen im Anschluss stattfinden.

Zwischen den Boxenstopps wird der Fortschritt der vereinbarten Maßnahmen an der erwähnten Flipchart festgehalten. Jeder, der an der Besprechungsecke vorbeikommt, kann auf einen Blick den Fortschritt der Lösungen erkennen. Immerhin wollen und müssen die Beteiligten wissen, ob es mit den Projekten weitergeht.

FAZIT: Insbesondere wenn Wendigkeit und Schnelligkeit am Markt verlangt werden, sollten Geschäftsführer und leitende Manager sich selbst und ihren Teams regelmäßige Boxenstopps gönnen. Denn wo Planung auf Realität trifft, wird es erst so richtig interessant. Im Strategiegeschäft geht es durchweg darum, handlungsfähig zu bleiben. Handlungsfähigkeit setzt Klarheit voraus; und Klarheit entsteht am besten in einem vom Geschäftsführer gut moderierten Rahmen.

Gastautoren: Andreas Liebrecht und Volker Rau, www.liebrechtrau.com

Gehaltserhöhung

GUTES GELD FÜR GUTE ARBEIT



"Hey, Boss, ich brauch mehr Geld …" Wäre schön, wenn die von Gunter Gabriel gesungene Aufforderung den gewünschten Erfolg bringen würde. Ganz so einfach funktioniert es wohl nicht, es sei denn, man pflegt entweder eine freundschaftliche Beziehung zum Chef oder dieser verfügt über eine mehr als gesunde Portion Humor. Da gibt es sicher geeignetere Methoden, um auf der Gehaltsleiter eine Stufe höher zu gelangen.

Die Zufriedenheit von Arbeitnehmern hängt Umfragen zufolge von mehreren Faktoren ab. Neben flexiblen Arbeitszeiten, einem guten Betriebsklima und einer ausgewogenen Vereinbarkeit von Beruf, Familie und Freizeit nehmen die Wertschätzung der eigenen Leistung und die Entlohnung für die geleistete Arbeit die oberen Plätze der Statistik ein. Wobei viele Arbeitnehmer die Wertschätzung eben auch über das Gehalt definieren.

Gute Vorbereitung ist das halbe Gehalt

Gute Arbeit – gutes Geld, diese Devise gilt auch heute noch. Ist ein Arbeitnehmer der Meinung, gute oder besser sehr gute Arbeit zu leisten, ist dies der richtige Zeitpunkt, sich über eine Gehaltserhöhung Gedanken zu machen. Wie aber stellt man es strategisch sinnvoll an, den oder die Vorgesetzten davon zu überzeugen, eine Gehaltserhöhung zu verdienen? Das will bereits im Vorfeld gut überlegt und geplant sein. Man sollte gute Argumente für eine Gehaltserhöhung haben und diese auch überzeugend darlegen können. Am besten notiert man die wichtigsten Punkte, damit im späteren Gespräch nichts schiefgeht.

Das beste Argument ist natürlich eine kontinuierlich gute Leistung. Erfolgreich durchgeführte Projekte, die im Idealfall auch noch den Gewinn des Unternehmens steigern konnten, sind ebenfalls ein schlagendes Argument. Man hat neue Kunden gewinnen können? Perfekt, auch das sollte auf jeden Fall erwähnt werden. Wichtig ist auch, die eigenen Stärken herauszustellen und dem Gegenüber klarzumachen, dass man ein Gewinn für das Unternehmen

ist und dementsprechend seinen eigenen Wert kennt.

Überhaupt: In einer Verhandlung über eine Gehaltserhöhung sollte man keinesfalls als Bittsteller auftreten. Auch Speichelleckerei ist absolut tabu. Ein selbstbewusstes ehrliches Auftreten macht den meisten Eindruck. Dabei darf man ruhig etwas frecher sein Anliegen vortragen, natürlich ohne unverschämt zu werden. Kein Chef möchte von seinen Angestellten auf die Schulter geklopft bekommen.

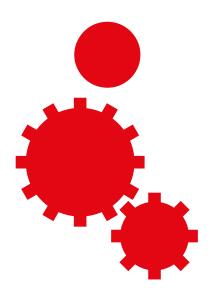
Den richtigen Zeitpunkt finden

Hat man sich dies alles gut überlegt und geplant und ist perfekt vorbereitet, sein Anliegen persönlich vorzutragen, dann gilt es, den richtigen Termin für ein Gehaltsgespräch zu finden. Der beste Zeitpunkt ist natürlich das in vielen Unternehmen regelmäßig stattfindende Mitarbeitergespräch. Findet ein solches jedoch nicht statt, muss man halt versuchen, den richtigen Zeitpunkt zu finden. Selbstverständlich macht es wenig Sinn, mit der Bitte um Gehaltserhöhung vorzusprechen, wenn sich das Unternehmen in einer wirtschaftlich schwierigen Lage befindet. Auch ein Gespräch "zwischen Tür und Angel", z. B. auf einer Betriebsfeier, sollte man tunlichst vermeiden.

Was, wenn die Gehaltserhöhung abgelehnt wird? Viele Firmen bieten heutzutage flexible Gehaltspakete an, die aus einem Grundgehalt und Provisionen oder Zusatzprämien bestehen. Die Höhe dieser Zusatzleistungen wird im Normalfall durch den Erfolg des Unternehmens, aber auch durch die erbrachte Leistung bestimmt. Man muss sich natürlich im Klaren darüber sein, dass sich diese variablen Gehaltsanteile immer wieder, auch zum Negativen, verändern können. Sollten auch diese Möglichkeiten der Erhöhung des Gehaltes wegfallen, kann man noch versuchen, z. B. über flexiblere Arbeitszeiten etc., einen Mehrwert zu erhalten. Falls auch dies keinen Erfolg hat, muss man für sich selbst entscheiden, wie man mit der Ablehnung umgeht. Man kann die Ablehnung akzeptieren und es zu einem späteren Zeitpunkt erneut versuchen. Oder man sieht sich nach einem neuen Betätigungsfeld um. Das ist eine Entscheidung, die jeder für sich selbst treffen muss und die ebenfalls gut überlegt sein sollte. 📶

Monika Eiden





Unser Engagement für den Mittelstand.

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

Sparkasse KölnBonn



UNTERSCHÄTZTES RISIKOPOTENZIAL

Pflichten und Sanktionen im Bereich der Geldwäscheprävention für Hersteller sowie Groß- und Einzelhändler

Nicht zuletzt aufgrund der "Panama Papers" wird dem Thema Geldwäsche auch in deutschen Medien verstärkt Beachtung geschenkt. Nach einer aktuellen Studie bewegt sich das gesamte Geldwäschevolumen in Deutschland vermutlich in einer Größenordnung von über 100 Milliarden Euro jährlich. Die Ursache liegt darin, dass Geldwäschevorgänge in der Regel gut getarnt und schwer von alltäglichen Geschäften zu unterscheiden sind. Vor diesem Hintergrund soll in Deutschland das Geldwäschegesetz (GwG) verhindern, dass Personen und Unternehmen für Geldwäsche missbraucht werden.

Entgegen einem weitverbreiteten Irrtum beinhaltet das Geldwäschegesetz nicht nur Pflichten für Akteure aus dem Finanzsektor, sondern u. a. auch für alle Personen und Unternehmen, die gewerblich mit Gütern handeln, d. h. für Hersteller sowie Groß- und Einzelhändler. Innerhalb dieser Gruppe der sog. Güterhändler wiederum sind nicht nur Angehörige solcher Branchen zur Geldwäscheprävention verpflichtet, die mit Barzahlungen befasst sind. Die

häufige Nichteinhaltung geldwäscherechtlicher Pflichten, hauptsächlich durch kleine und mittelständische Unternehmen, ist vor allem aufgrund der drohenden erheblichen, gegebenenfalls sogar strafrechtlichen Sanktionen höchst problematisch.

Was ist Geldwäsche?

Geldwäscher verfolgen das Ziel, die wahre Herkunft ihrer illegal erzielten Einnahmen zu verschleiern. Der "Waschvorgang des Geldes" erfolgt durch Einschleusung der illegalen Einnahmen in den legalen Wirtschaftskreislauf.

Zur Verhinderung solcher Geldwäschevorgänge müssen Güterhändler betriebsinterne Sicherungsmaßnahmen ergreifen und in bestimmten, im Geldwäschegesetz genannten Fällen Informationen über ihre Kunden einholen ("Know-Your-Customer-Prinzip").

Interne Sicherungsmaßnahmen

Das Geldwäschegesetz schreibt Güterhändlern vor, angemessene betriebsinterne Sicherungsmaßnahmen zu treffen, durch die insbesondere eine erhöhte Sensibilisierung der Mitarbeiter gegenüber Geldwäschedelikten erreicht werden soll. Zentraler Ausgangspunkt hierfür ist eine Risikoanalyse, in deren Rahmen die Vertriebs- und Kundenstruktur des Unternehmens analysiert wird. Zu den erforderlichen betriebsinternen Sicherungsmaßnahmen zählen z.B. die Entwicklung kundenbezogener Sicherungssysteme, die Unterrichtung der Mitarbeiter über Typologien und aktuelle

Methoden der Geldwäsche sowie die Überprüfung der Zuverlässigkeit der Mitarbeiter. Darüber hinaus ist unter bestimmten Voraussetzungen auch ein Geldwäschebeauftragter zu bestellen.

Kundenbezogene Sorgfaltspflichten

Güterhändler sind zum einen zur Erfüllung von kundenbezogenen Sorgfaltspflichten verpflichtet, wenn sie eine Barzahlung in Höhe von 15.000 Euro oder mehr entgegennehmen (im Wege eines oder mehrerer Zahlvorgänge, sofern Barzahlungen künstlich aufgesplittet werden und ihre Addition einen Betrag von 15.000 Euro oder mehr ergibt). Zum anderen sind Güterhändler - unabhängig von der Höhe des Betrages und auch bei "unbaren" Geschäften - zur Anwendung der im Geldwäschegesetz genannten Sorgfaltspflichten verpflichtet, sofern Tatsachen darauf hindeuten, dass es sich bei den Vermögenswerten, mit denen das Geschäft getätigt wird, um den Gegenstand einer Geldwäsche-Straftat handelt. Schließlich sind die Sorgfaltspflichten auch bei Zweifeln an der Identität des Kunden oder des sog. wirtschaftlich Berechtigten zu erfüllen.

Die allgemeinen Sorgfaltspflichten von Güterhändlern umfassen:

- die Identifizierung des Kunden und gegebenenfalls der für ihn auftretenden Person,
- die Einholung von Informationen über Art und Zweck der Geschäftsbeziehung,
- die Abklärung, ob der Kunde für einen wirtschaftlich Berechtigten handelt (sofern dies der Fall ist: Identifizierung desselben), sowie
- die kontinuierliche Überwachung der Geschäftsbeziehung.

Durch die Identifizierung des wirtschaftlich Berechtigten soll herausgefunden werden, wer beim Kunden in Bezug auf das betreffende Geschäft tatsächlich das Sagen hat. Bei Unternehmen ist wirtschaftlich Berechtigter jede Person, die unmittelbar oder mittelbar mehr als 25 Prozent der Anteile hält oder mehr als 25 Prozent der Stimmrechte kontrolliert. Zu beachten ist, dass die vorgenannten Identifizierungspflichten auch dann bestehen, wenn der Kunde dem Güterhändler außerhalb der Geschäftsbeziehung persönlich bekannt ist.

Das Geldwäschegesetz verlangt, alle für die Erfüllung der Sorgfaltspflichten eingeholten Informationen über Kunden, wirtschaftlich Berechtigte und die zugrunde liegenden Geschäfte aufzuzeichnen und diese Unterlagen für mindestens fünf Jahre aufzubewahren.

Was ist bei einem Geldwäscheverdacht zu tun?

Sofern es Hinweise darauf gibt, dass die Vermögenswerte, mit denen das Geschäft getätigt wird, aus einer Straftat nach § 261 des Strafgesetzbuches herrühren, ist der Güterhändler zu einer unverzüglichen Verdachtsmeldung an das Bundeskriminalamt und die zuständige Strafverfolgungsbehörde verpflichtet. Anhaltspunkte für Verdachtsmomente können z. B. bestehen, wenn der Kunde Nachfragen ausweicht oder sein Kaufangebot zurücknimmt, nachdem ihm mitgeteilt worden ist, dass weitere Informationen über ihn erforderlich sind. Eine Pflicht zur Erstattung einer Verdachtsmeldung besteht auch, wenn Tatsachen darauf schließen lassen, dass der Kunde seiner Pflicht zur Offenlegung des wirtschaftlich Berechtigten zuwidergehandelt hat.

Sanktionen bei Verstößen

Bestimmte Verstöße gegen die sich aus dem Geldwäschegesetz ergebenden Pflichten können mit einer Geldbuße von bis zu 100.000 Euro geahndet werden. Zu beachten ist ferner, dass nicht nur vorsätzliche, sondern bereits leichtfertige Geldwäsche strafbar ist.

Verschärfung des Pflichten- und Sanktionskatalogs im Jahr 2017

Am 15. Dezember 2016 hat das Bundesfinanzministerium den Referentenentwurf eines Gesetzes zur Umsetzung der vierten EU-Geldwäscherichtlinie vorgelegt. Dieser Gesetzesentwurf enthält auch für kleinere und mittlere Unternehmen erhebliche Veränderungen hinsichtlich der erforderlichen Maßnahmen zur Geldwäscheverhinderung. Er sieht neben einer Herabsetzung der Schwelle für Bartransaktionen von 15.000 Euro auf 10.000 Euro insbesondere vor, dass Geschäfte zukünftig noch stärker auf ihr konkretes Geldwäscherisiko hin untersucht werden



müssen. Ferner beinhaltet der Gesetzesentwurf neben einer Anhebung des Bußgeldrahmens auf bis zu 1.000.000 Euro (bzw. des Zweifachen des aus dem Gesetzesverstoß gezogenen wirtschaftlichen Vorteils) z. B. auch die Vorgabe, dass Personen und Unternehmen, die gegen das Geldwäschegesetz verstoßen haben, öffentlich bekannt gegeben werden ("Naming and Shaming").

Fazit: Bereits das aktuelle Geldwäschegesetz enthält für Güterhändler einen breiten - sanktionsbewehrten - Pflichtenkatalog, der von zahlreichen Unternehmen nicht befolgt wird bzw. diesen noch gar nicht bekannt ist. Durch die Umsetzung der vierten EU-Geldwäscherichtlinie in deutsches Recht, die spätestens am 26. Juni 2017 erfolgt, erhöhen sich die Risiken für Güterhändler bei Nichtbeachtung der geldwäscherechtlichen Vorschriften weiter. Da flankierend zu den verschärften Vorschriften mit einer erheblich häufigeren Überprüfung von Unternehmen durch die Aufsichtsbehörden gerechnet wird, sollten sich Güterhändler spätestens jetzt mit den Anforderungen des Geldwäschegesetzes vertraut machen und die erforderlichen Maßnahmen ergreifen. 🔟

Gastautor: Dr. Marc Peters, marc.peters@luther-lawfirm.com

WEITERE VERSCHÄRFUNGEN

Aufzeichnungspflichten für Registrierkassen

Mit dem 1. Januar 2017 endete die sechsjährige Übergangsfrist für Registrierkassen, die keine dauerhafte und unveränderbare Speicherung von Daten ermöglichen. Diese Frist gilt neben den Registrierkassen auch für Waagen mit Kassenfunktion, Taxameter etc. Das war jedoch erst der Anfang, wie in der letzten Bundesratssitzung des Jahres 2016 beschlossen wurde.

Bisherige Regelungen zu Kassensystemen

Seit dem 26.11.2010 gilt unverändert: Geschäftsvorfälle müssen einzeln, vollständig, richtig, zeitgerecht und geordnet aufgezeichnet werden, wenn sie mithilfe von Registrierkassen, Waagen mit Registrierkassenfunktion oder Taxametern aufgezeichnet werden. Seit dem 01.01.2002 sind Unterlagen, die mithilfe eines Datenverarbeitungssystems erstellt worden sind, während der Dauer der Aufbewahrungsfrist jederzeit verfügbar, unverzüglich lesbar und maschinell auswertbar aufzubewahren.

Um die Wirtschaft nicht zu stark zu belasten, wurde 2010 allerdings eine Übergangsfrist von sechs Jahren gewährt, die der Nutzungsdauer von Kassen nach den AfA-Tabellen entspricht. Diese Frist ist am 31.12.2016 abgelaufen.

Somit gelten ab dem 1. Januar 2017 die Pflichten für die Benutzung von Registrierkassen. Analoge, alte Kassen dürfen grundsätzlich nicht mehr verwendet werden. Die eingesetzten Kassensysteme sollten die Anforderungen des Bundesministeriums für Finanzen erfüllen oder wenn

möglich

aufgerüstet

werden. Die Daten

müssen während der Dauer der Aufbewahrungsfrist jederzeit verfügbar und abrufbar sein.



Nach den just beschlossenen Neuregelungen sollen Manipulationen an den erfassten Daten nunmehr durch zertifizierte technische Sicherheitseinrichtungen verhindert werden. Durch die technische Erweiterung, welche ab 2020 Pflicht ist, werden alle erfassten Daten protokolliert. Die Sicherheitseinrichtung besteht aus drei Komponenten:

- einem Sicherheitsmodul.
- einem Speichermedium und
- einer Schnittstelle.

Eine gesonderte Verordnung wird die Details konkretisieren.

Meldepflicht für Kassensysteme ab 2020

Ab 2020 müssen alle im Unternehmen genutzten Kassensysteme an das zuständige Finanzamt gemeldet werden. Grundsätzlich muss die Meldefrist von einem Monat nach Inbetriebnahme des Systems eingehalten werden. Für Kassensysteme, die bereits zum Jahresbeginn 2020 genutzt werden, wird eine Nachmeldefrist bis zum 31.01.2020 eingeräumt. Darüber

hinaus wird eine Belegausgabepflicht eingeführt, die zur Aushändigung von Kassenbelegen an Kunden verpflichtet. Beim

Warenverkauf kann aus Zumutbarkeitsgründen die Befreiung von der Ausgabepflicht beantragt werden.



Kassennachschau ab 2018

Ab dem Jahr 2018 kann die Finanzbehörde eine Kassennachschau im Unternehmen durchführen. Dies ermöglicht der Finanzverwaltung, ohne vorherige Ankündigung die Ordnungsmäßigkeit der Aufzeichnungen und Kassenbuchungen zu prüfen. Das Prozedere orientiert sich an der bereits vorhandenen Nachschau bei der Umsatzsteuer und der Lohnsteuer.

Zu beachten ist, dass auch Testkäufe erfolgen, ohne dass der Prüfer sich zu erkennen gibt. Im Falle von überlassenen Unterlagen oder von von Mitarbeitern erteilten Auskünften muss der Dienstausweis vorgelegt werden.

Bußgeldvorschriften

In Zukunft sind das unrichtige Aufzeichnen von Geschäftsvorfällen, das Nichtvorhandensein oder das nicht ordnungsgemäße Nutzen der zertifizierten Sicherheitseinrichtung strafbar. Es drohen Bußgelder bis zu 25.000 Euro. Ausschlaggebend für die Bußgelder ist nicht, dass Steuern hinterzogen wurden, sondern die Tatsache, dass die Möglichkeit besteht, Steuerverkürzungen oder Hinterziehungen vorzunehmen. Diese Bußgeldvorschriften gelten bereits ab 2018.

Unternehmen, die in den nächsten Jahren ein neues Kassensystem anschaffen, wird empfohlen, darauf zu achten, dass eine Sicherheitseinrichtung im System integriert ist oder kostengünstig nachgerüstet werden kann. Andernfalls darf die Kasse nur bis zum 31.12.2022 genutzt werden, wenn das Kassensystem nicht über die notwendigen Updates verfügt.

Gastautorin: Fr. Ak, von der Kanzlei Dipl.-Kfm. Hans M. Klein + Partner mbB

RÜCKWIRKENDER VORSTEUERABZUG

Keine Steuernachteile bei fehlerhaften Rechnungen

Bislang lehnt die Finanzverwaltung den rückwirkenden Vorsteuerabzug aus fehlerhaften Rechnungen ab. Der Europäische Gerichtshof vertritt in aktuellen Urteilen eine andere Position. Wie betroffene Unternehmen profitieren können.



Viele Rechnungen bergen für den Empfänger enormen Sprengstoff. Schon bei kleinen formalen Fehlern können Betriebsprüfer den sicher geglaubten Vorsteuerabzug streichen. Zwar ist eine Rechnungskorrektur möglich. Doch bislang gewähren Finanzämter den Vorsteuerabzug erst ab dem Zeitpunkt, zu dem eine korrigierte Rechnung vorliegt. Die Folge: Es drohen Nachzahlungen, die sich samt Zinsen schnell auf hohe Beträge summieren. Die aktuelle Rechtsprechung eröffnet Unternehmen die Möglichkeit eines rückwirkenden Vorsteuerabzugs. Betroffene sollten ihre Rechte kennen und konsequent durchsetzen.

Zwei aktuelle Urteile des Europäischen Gerichtshofs (EuGH) schieben der bisherigen Praxis der deutschen Finanzverwaltung bei der Rechnungskorrektur einen Riegel vor (Az. C-516/14 und C-518/14). Die Richter geben grundsätzlich grünes Licht für einen rückwirkenden Vorsteuerabzug. Sie sind der Ansicht, dass die Rückwirkung nicht zwingend von einer formal richtigen Rechnung abhängen darf. Auch wenn einzelne Pflichtmerkmale wie eine konkrete Leistungsbeschreibung, der genaue Leistungszeitpunkt oder die Steuer-

nummer des Rechnungsstellers fehlen, ist der Empfänger laut EuGH zum Vorsteuerabzug berechtigt. Voraussetzung ist, dass in dem Jahr, für das der Vorsteuerabzug beantragt wird, die sogenannten "materiellen Anforderungen" erfüllt sind. Das heißt: Der Rechnungsempfänger ist steuerpflichtiger Unternehmer und hat von einer steuerpflichtigen Firma eine Ware oder Dienstleistung erhalten, die er für sein Unternehmen verwendet. Dies muss er anhand anderer Dokumente wie etwa Lieferscheine oder Kontoauszüge belegen können. Zudem ist unabdingbar, dass eine Erstrechnung vorliegt und eine Rechnungskorrektur erfolgt. Die Richter lassen jedoch offen, ob eine fehlerhafte Erstrechnung bestimmten Mindestanforderungen entsprechen muss.

Der Bundesfinanzhof (BFH) folgt in einem aktuellen Urteil (Az. V R 26/15) dem EuGH. Rechnungsempfänger haben Anspruch auf rückwirkenden Vorsteuerabzug aus korrigierten Rechnungen. Jedoch definieren die BFH-Richter konkrete formale Mindestanforderungen an eine Erstrechnung. Auf dem Dokument dürfen Leistungsempfänger, Leistungsbeschrei-

bung, Entgelt und gesondert ausgewiesene Umsatzsteuer nicht fehlen.

Noch setzt die Finanzverwaltung die neue Rechtsauffassung nicht um. Lehnt das Finanzamt einen rückwirkenden Vorsteuerabzug aus korrigierten Rechnungen ab, sollten Unternehmen die Möglichkeit eines Einspruchs oder Änderungsantrags mit Verweis auf die EuGH- und BFH-Urteile prüfen. Gute Aussichten haben Firmen, wenn Steuerbescheide noch unter dem Vorbehalt der Nachprüfung stehen, offengehalten wurden oder die Einspruchsfristen noch nicht abgelaufen sind. Eine Rechnungskorrektur erfolgt immer durch den Rechnungssteller. Empfänger sollten darauf achten, dass fehlerhafte oder fehlende Angaben immer mit einem gesonderten Ergänzungsdokument berichtigt werden. Es genügt ein einfaches Schreiben, das sich eindeutig auf die Rechnung bezieht sowie die ursprüngliche Rechnungsnummer und das Rechnungsdatum nennt. Auf gar keinen Fall sollte die ursprüngliche Rechnung storniert und neu ausgestellt werden. Schnell ist das Ursprungsdokument steuerlich nicht mehr von Belang und das Finanzamt könnte das neue Dokument als Erstrechnung werten. Ein rückwirkender Vorsteuerabzug wäre in diesem Fall ausgeschlossen. Die Frage, bis wann Unternehmen eine Rechnungsberichtigung spätestens vornehmen müssen, hatte der EuGH offengelassen. Der BFH sorgt in seinem aktuellen Urteil mit einer steuerzahlerfreundlichen Regelung für Klarheit. Rechnungsempfänger können korrigierte Rechnungsdokumente noch bis zum Abschluss einer mündlichen Verhandlung vorlegen. 🔟

Gastautorin: Martina Dapper, Steuerberaterin der Kanzlei WWS in Mönchengladbach



VORSICHT BEI HOHEN VERMÖGENSTRANSFERS

Verheiratete Führungskräfte müssen aufpassen. Vermögenstransfers können unerwartet Schenkungsteuer auslösen. Die aktuelle Rechtsprechung erhöht den Handlungsdruck



Boni, Abfindungen oder Dividenden: Sondereinkünfte sind in der breiten Wirtschaft weit verbreitet. Doch hohe Zahlungseingänge rufen auch den Fiskus auf den Plan. Verheirateten droht ein bitterer Nachgeschmack. Die Finanzverwaltung wertet Einzahlungen auf ein Gemeinschaftskonto oder Überweisungen zwischen Einzelkonten der Eheleute schnell als Schenkung. Das Gleiche gilt auch für den Verkauf von Unternehmensanteilen und Erbschaften.

Der gesetzliche Freibetrag von 500.000 Euro innerhalb von zehn Jahren ist schneller erreicht, als viele glauben. Es stehen erhebliche Steuerforderungen im Raum. Zudem droht eine strafrechtliche Verfolgung wegen Steuerhinterziehung, wenn die Ehepartner trotz besseren Wissens den Vermögenstransfer nicht dem zuständigen Finanzamt angezeigt haben.

Viele Eheleute übersehen, dass sie auch im gesetzlichen Güterstand eigenes Vermögen besitzen. Ein gemeinsames Konto ist für viele Paare ebenso selbstverständlich wie tückisch. Wenn ein Gemeinschaftskonto von nur einem Ehegatten gespeist wird, beide aber über das Guthaben verfügen können, sieht der Fiskus darin eine Schenkung. Die Finanzver-

waltung wertet Einzahlungen als hälftige Schenkung an den Ehepartner, da beide zu gleichen Teilen über das Konto verfügen können. Bei Vermögenstransfers zwischen Einzelkonten der Ehepartner betrachten Finanzbeamte sogar den kompletten Betrag als

Schenkung. Besonders brisant: Schenkungen verjähren nicht, solange beide Partner noch leben.

Verschärfte Rechtsprechung

Der Bundesfinanzhof hat durch ein aktuelles Urteil das Risiko von schenkungsteuerpflichtigen Einzahlungen unter Ehepartnern weiter verschärft (BFH, Az. II R 41/14). Die Finanzrichter stellten klar: Zur Vermeidung von Schenkungsteuer muss bei Transfers auf Einzelkonten der Beschenkte nachweisen, dass ihm schon vor der Übertragung die Hälfte des Vermögens zustand. Schnell geraten Ehepartner in Erklärungsnot. Das neue BFH-Urteil ermutigt Finanzbeamte, hohe Sondereinkünfte von Eheleuten kritisch unter die Lupe zu nehmen.

Steuerfalle Gemeinschafts- und Einzelkonto

Hohe Vermögenszuwächse auf einem Gemeinschaftskonto sind ein gefundenes Fressen für die Finanzbehörden. Ehepartner sollten vor hohen Einzahlungen unbedingt eine schriftliche Vereinbarung aufsetzen. Tenor: Der nicht einzahlende Partner darf über die Kontogelder nur für die gemeinsame Lebensführung frei verfügen. Mit dem Guthaben darf kein eigenes Vermögen – etwa zum Aktienkauf – aufgebaut werden. Nachträgliche oder rückdatierte Vereinbarungen sind für die Finanzbehörden kein hinreichender Beweis.

Einzelkonten mit wechselseitigen Vollmachten bieten nur bedingt einen Ausweg aus der Steuerfalle. Das Finanzamt bleibt nur außen vor, wenn die Sonderzahlung auf dem Einzelkonto verbleibt. Vermögenstransfers zwischen Einzelkonten sind steuerrechtlich bedenklich. Rechtlich betrachtet steht dem Kontoinhaber, der die Zahlung empfängt, das Vermögen allein zu. Die Folge: Jede Transaktion kann Schenkungsteuer auslösen.





Dienstleister und Berater für Unternehmen, Selbständige, Existenzgründer und Privatpersonen

Tel: 0151 - 266 469 59 Auf dem Galberg 39 50389 Wesseling-Berzdorf

Steuerberatung@AndreHintz.de www.AndreHintz.de

Allheilmittel Güterstandsschaukel

Ist es für eine privatschriftliche Vereinbarung bereits zu spät, können Verheirate, die im gesetzlichen Güterstand leben, dem Finanzamt noch ein Schnippchen schlagen. Mit der sogenannten "Güterstandsschaukel" lassen sich Vermögenswerte von einem Partner auf den anderen steuerfrei übertragen. Durch einen notariell beglaubigten Ehevertrag beenden Ehegatten zunächst den gesetzlichen Güterstand der Zugewinngemeinschaft und vereinbaren eine Gütertrennung. Infolgedessen erwirbt der Partner, der während der Ehe den geringeren Vermögenszu-

wachs hatte, einen Anspruch auf Zugewinnausgleich. Der geleistete Zugewinnausgleich bleibt steuerfrei.

Gegebenenfalls wird unmittelbar im Anschluss an die Vereinbarung der Gütertrennung der gesetzliche Güterstand der Zugewinngemeinschaft neu begründet. Damit wird für einen zukünftigen einseitigen Vermögenserwerb aufseiten eines Ehepartners der steuerfreie Zugewinnausgleich erhalten. Der Bundesfinanzhof hat diese unmittelbare Rückkehr zur Zugewinngemeinschaft ausdrücklich gebilligt.

Gastautor: Andreas Otto Kühne, Fachanwalt für Erbrecht, BKL Fischer Kühne + Partner



Raus aus der Steuerfalle

1. Überblick verschaffen: Ratsam ist eine Bestandsaufnahme der Zahlungsströme unter Ehepartnern. Dazu zählen alle Kontoeröffnungen, -umschreibungen oder -transfers, egal ob Girokonten, Sparanlagen oder Depots. Kritisch sind nicht nur hohe Einzelbeträge, sondern auch eine

hohe Gesamtsumme in einem Zeitraum von zehn Jahren.

2. Rat suchen: Eine fachliche Beratung mit Blick auf rechtliche und steuerliche Aspekte kann hohe Steuernachforderungen abwehren. Alle in der Zukunft anstehenden Vermögenstransfers unter Ehepartnern wollen gut überlegt sein. Doch auch wer in der Vergangenheit schon hohe Zahlungseingänge empfangen hat, kann oft noch gegensteuern.

3. Vorkehrungen treffen: Die Gefahr hoher Steuernachzahlung lässt sich vermeiden. Es gibt verschiedene Vorsorgemaßnahmen, um hohe Zahlungseinkünfte und ihre Verwendung steuerfrei zu regeln. Wer frühzeitig und systematisch vorbaut, vermeidet zeitraubende Auseinandersetzungen mit den Finanzbehörden.

Quelle: BKL Fischer Kühne + Partner, www.hkl-law.de

iwoca

Die KMU-Kreditlinie des 21. Jahrhunderts

LIQUIDITÄT FÜR KLEINUNTERNEHMEN UND SELBSTSTÄNDIGE IN 24 STUNDEN



Christoph Rieche (CEO) und James Dear (CTO, I.) gründeten iwoca im Jahr 2012

Kleinen und mittleren Unternehmen (KMUs) und Selbstständigen wird der Zugang zu Finanzierungen oft erschwert. Diesem Problem wirkt iwoca erfolgreich entgegen: Über eine eigens entwickelte Technologieplattform erhalten Kleinunternehmen und Selbstständige innerhalb von 24 Stunden Kredite, um Liquiditätsengpässe überbrücken oder Wachstum sichern zu können.

Auf der Basis von tausenden von Datenpunkten kann iwoca faire und effiziente Kreditentscheidungen schon innerhalb eines Werktages treffen. Der Kunde steht dabei immer im Mittelpunkt: Eine einfach zu bedienende Kreditplattform in Kombination mit engagierten und kompetenten Kundenbetreuern ermöglichen es Kreditanträge schnell und mühelos abzuwickeln. Die durchschnittliche Kundenbewertung von 9,6 / 10 Punkten auf Trustpilot spricht für sich.

SPORTLICH UND FINANZIELL: LÄUFT BEIM FC!



Alexander Wehrle ist als Geschäftsführer beim 1. FC Köln maßgeblich verantwortlich für die Kehrtwende bei den Geißböcken. Um dem Fanzuspruch gerecht zu werden, arbeitet Wehrle mit seinem Team akribisch an Plänen zum Ausbau des RheinEnergieSTADIONs wie auch an einem Neubau. Ebenso forciert er die Erweiterung rund um das Geißbockheim. Im Gespräch sagt er, ohne den sportlichen Erfolg ist alles nichts. Klar ist aber auch: ohne finanziellen Erfolg geht nichts. Momentan kann man sagen: "läuft beim FC!"

DIE WIRTSCHAFT T: Herr Wehrle, nach zwei mal sieben mageren Jahren sind wir jetzt mitten in einer Phase der fetten Jahre, was sowohl die sportliche wie auch die wirtschaftliche Seite angeht. Beide Seiten können lachen. Wie ist Ihre Einschätzung?

Alexander Wehrle: Wir hatten 2012, 2013 eine schwierige Ausgangssituation. Wir hatten konzernbetrachtet ein negatives Eigenkapital, Verbindlichkeiten von 32 Millionen Euro und in der 2. Liga nur einen Umsatz von 60 Millionen Euro.

In den vergangenen vier Jahren haben wir den Konsolidierungsprozess gut vollzogen. Zum Stichtag 30. Juni letzten Jahres stand ein positives Eigenkapital von neun Millionen Euro zu Buche, bei den Verbindlichkeiten verfolgen wir einen klaren Tilgungsplan. Sportlich ist es super gelaufen, mit dem Aufstieg 2014 sowie der stetigen Verbesserung in Liga 1. Denn eins ist klar: ohne sportlichen Erfolg ist alles nichts. Alle Parameter, die daran hängen, sind auch dem sportlichen Abschneiden geschuldet.

I: Die eingangs erwähnten sieben fetten Jahre sind ja noch nicht rum, wie soll es weitergehen?

AW: Mittelfristig ist die weitere Steigerung bei Umsatz und Gewinn das Ziel, weil wir sportlich wettbewerbsfähig sein müssen. Wir haben die vergangenen beiden Jahre jeweils das beste Ergebnis der Vereinsgeschichte erzielt, das wird auch im dritten Jahr so sein. Und die Umsatzprognosen und vorhandenen Potenziale lassen die Phantasie zu, dass auch die kommenden Jahre auf Wachstum ausgerichtet sind.

☐:Ein Teil der Einnahmen sind Zuschauereinnahmen, und da sind wir beim Stadion an einem Punkt, wo man sagen muss da kann mehr passieren.

AW: Das ist richtig, wir haben bei nationalen Spielen eine Kapazität von 50.000, bei

internationalen Matches wären es 46.000, weil ja die Stehplatzbereiche bestuhlt werden. Wir haben 25.500 Dauerkaten ausgegeben, die Warteliste ist lang. Pro Spieltag kommen abzüglich aller Sonder- und Businesstickets nur rund 15.000 Einzelkarten für Heimfans in den Verkauf, denn Karten gehen ja auch an Gästefans. Unser Heimbereich ist so gut wie immer ausverkauft, für Heimspiele wie gegen Schalke, Dortmund, Gladbach oder die Bayern könnten wir locker doppelt so viele Karten verkaufen. Wir haben 86.000 Mitglieder, die haben ein Vorkaufsrecht - das heißt, es gibt Spiele, da gehen gar keine Tickets in den freien Verkauf. Vor diesem Hintergrund ist es geboten, sich über eine größere Arena Gedanken zu machen.

Unser Pachtvertrag für das RheinEnergieSTADION endet 2024. Rechnet man Planungs-, Genehmigungs- und Bauphase zusammen, müssen wir mit sechs Jahren rechnen, bis ein Neubau oder Umbau realisiert ist. Also sollte man Ende 2017 wissen was geht und was nicht geht.

■: Was würde ein Stadionneubau heute kosten?

AW: Das hängt davon ab wo gebaut wird. Wie hoch sind die Kosten für Grund und Boden, was ist an Infrastruktur vorhanden, gibt es bereits eine Anbindung an den ÖPNV? All das ist Teil unserer Überlegungen und muss 2017 geklärt werden.

■: Aber einen Stadionneubau könnte der FC stemmen?

AW: Bis 2024 zahlen wir in der 1. Liga rund zehn Millionen Euro Pacht und Betriebskosten jährlich, die zweithöchste Summe der Liga. Mit einem gesunden Mix aus Eigenkapital und Fremdkapital wäre der Bau in Eigenregie – gerade bei dem momentanen Zinsniveau - machbar. Jetzt sind wir dabei Standorte für einen Neubau zu identifizieren, prüfen aber genauso ernsthaft den Ausbau des bestehenden Stadions.

■: Was ist schneller umsetzbar, ein Ausbau des Stadions oder ein Neubau?

AW: Zeitlich macht das keinen Unterschied. Beim Ausbau des RheinEnergieSTADIONs muss man in der Bauphase einen Kapazitätsverlust ergo Einbußen bei den Einnahmen einkalkulieren. Andererseits darf man nicht vergessen dass wir zum Standort Müngersdorf eine hohe emotionale Bindung haben.

II: Eine zweite Baustelle ist die Erweiterung rund ums Geißbockheim. Was ist da der Stand der Dinge?

AW: Es gibt ein Bebauungsplan- und Flächennutzungsplanverfahren, im Dezember haben wir vom Stadtentwicklungsausschuss den Vorlagenbeschluss bekommen. Jetzt läuft die zweite Phase der Öffentlichkeitsbeteiligung an, die Bürgerinnen und Bürger können vermutlich im Sommer oder Herbst weitere Eingaben an die Verwaltung richten. Dann geht es in den Rat, es gibt einen Beschluss und hoffentlich final die Baugenehmigung. Der Vorlagenbeschluss jedenfalls ist da, das ist positiv, er hätte auch gerne früher da sein können, aber da gab es seitens der Politik Verzögerungen, auf die wir keinen Einfluss hatten.

Wir glauben fest an unsere besseren Argumente. Es gibt wenige Profivereine, die auf ihre Kosten Plätze bauen, die auch für den Breitensport zugänglich sind. Wir haben Adenauers Gedanken vom Zweck des Grüngürtels aufgegriffen, übrigens auf Wunsch der Verwaltung – wir hatten ursprünglich eine andere Lösung im Kopf.

■: Wenn es hier nicht klappt, gibt es Alternativen?

AW: Wir haben elf Standorte geprüft und den in unseren Augen besten Vorschlag eingereicht. Wenn der abgelehnt wird, womit ich nicht rechne, müssen wir daraus die Konsequenzen ziehen.

Ⅲ: Welche könnten das sein?

AW: Das werden wir dann erörtern, wenn es soweit ist.

: "Spürbar anders" ist der aktuelle Claim. Wer hat den gefunden?

AW: Das haben wir gemeinsam im Team in einem langen Prozess erarbeitet. Da geht es um den Markenkern, um Markenattribute, die wir definiert haben. Fast ist es eine Symbiose von Fan und Verein, die dadurch ausgedrückt wird. Dass der Düsseldorfer Schmadtke und der Schwabe Wehrle an diesem kölschen Claim beteiligt waren, zeigt schon, dass er passt.

II: Geld fließt auch durch Merchandising in die Kassen, der FC Bayern München etwa hat einen Fanshop in New York. Welchen Weg verfolgt der FC?

AW: Wir haben verschiedene Zielmärkte wie die USA, Japan und China. In China konzentrieren wir uns jetzt auf eine spezielle Region. In der 40-Millionen-Einwohner-Provinz Shenyang ist der FC Liaoning zu Hause. Unser Weg ist, durch eine Kooperation dort bekannt zu werden.

Bleiben wir beim Merchandising, welches ist denn das heißeste Trikot momentan?

AW: Das ist ganz klar das Ausweichtrikot, das läuft so gut wie kein anderes seiner Art zuvor. Im Merchandising werden wir zum vierten Mal in Folge unseren Rekordumsatz steigern.

■: Was ist im Finanzmanagement der Unterschied zwischen einem Proficlub und zum Beispiel einer Handelsgruppe wie Rewe?

AW: Es gibt Unwägbarkeiten, wir denken von Woche zu Woche, wir stehen immer im öffentlichen Fokus Wir sind ja Teil der Unterhaltungsindustrie, müssen am 15. März die Unterlagen für die Lizenzvergabe einreichen, wissen aber vorher eben nicht, wo wir am Ende der Saison stehen und wieviel TV-Gelder uns dafür dann zustehen. Das heißt wir müssen immer mehrgleisig planen und kurzfristig reagieren können, anders als in der Industrie.

■: Was mögen sie an Köln?

AW: Köln ist eine Stadt mit einer wahnsinnigen Atmosphäre, dank der Menschen die hier leben, die offen sind und herzlich und es einem leicht machen. Ich hatte jedenfalls schnell das Gefühl, dass ich angekommen bin.

■: Und was missfällt an der Stadt?

AW: In Sachen Architektur gibt es sicherlich schönere Städte, aber das weiß der Kölner auch, und da steht er drüber.

AW: Das ist das Belgische Viertel, wo ich wohne, mit seinen vielen Cafés und Restaurants, für mich schon ein Rückzugsgebiet.

☐: Wie sieht denn ein gelungenes Wochenende aus?

AW: Mit drei Punkten für den FC, einem guten Essen und im Anschluss einem Kölsch in gemütlicher Runde.

II: Und bleibt überhaupt noch Zeit für Hobbies?

AW: Wenn es die Zeit zulässt, dann reise ich gerne, um einfach wieder aufzutanken, ansonsten steht Fitness auf dem Programm.

II: Letze Frage, wer hat denn mehr Ahnung vom Gebiet des Anderen? Jörg Schmadtke von der Wirtschaft, oder Sie vom Fußball?

AW: Ich glaube das ist ein wunderbares Miteinander, jeder weiß genau, was er kann - aber auch, was er nicht kann. Das respektieren wir gegenseitig.

Heribert Eiden



Die Wertanlage Wein ist eine interessante Möglichkeit, sein Kapital einzusetzen und zu verzinsen. Auch als Laie auf dem Gebiet kann man sich das nötige Wissen in kurzer Zeit anlesen. Oder man besucht Seminare, die nicht nur über den Wein als Genussmittel, sondern auch als Geldanlage informieren.

Sechs Flaschen 2008 Château Lafite-Rothschild, Pauillac wechselten im Dezember vergangenen Jahres für 3.220 Euro den Besitzer. Im Internet war es die Plattform auctionata.com, bei der der erfolgreiche Bieter fast 540 Euro je Flasche zu zahlen bereit war. Der Aufrufpreis von 2.800 Euro wurde überschritten, taxiert wurde das Lot auf über 5.000 Euro. Auch wenn dieser Preis diesmal nicht erzielt wurde, lässt sich ablesen: Gute Weine bringen gutes Geld.

Weine immer häufiger auf Auktionen

Auch das weltweit renommierte Auktionshaus Sotheby's hat längst erkannt, dass sich Weine ebenso gut versteigern lassen wie Kunst und Schmuck. Auf der Auktion am 14. Dezember 2016 in London wurden Weine im Gesamtwert von 1,45 Millionen britischen Pfund versteigert. Allein 61.100 Pfund erzielte eine Kiste mit sechs Flaschen Romanée-Conti. Das Spitzengewächs Jahrgang 1993 war zuvor auf höchstens 50.000 Pfund taxiert worden.

Gefragt, ob man in Rotwein, Weißwein oder Rosé investieren soll, kommt die Antwort von Laurens Wagner schnell und bestimmt. "Rotwein ist aufgrund seiner längeren Haltbarkeit erste Wahl", erläutert der Kundenberater der "Weinstrasse", eines Fachgeschäftes am Kölner Sachsenring. Er sieht im Wein eine konstante und sichere Geldanlage, die eine interessante Alternative zu klassischen Möglichkeiten wie Aktien oder Immobilien darstellt.

Der kleine und der große Johnson

Das Wissen über Wein vermittelt kein anderer besser als Hugh Johnson. "Der kleine Johnson" ist der jährlich meistgekaufte Weinführer der Welt. 15.000 Weine werden kompetent und aktuell bewertet und beschrieben. Noch umfangreicher ist vom selben Autor "Der große Johnson", eine Enzyklopädie der Weine, Weinbaugebiete und Weinerzeuger der Welt. "Mit diesem unübertroffenen Reichtum an Informationen haben sich auch Neulinge in Sachen Wein

schnell das nötige Wissen angelesen, um ein wenig auf die Entwicklung von Weinwerten zu spekulieren", ist Laurens Wagner überzeugt.

Und wer Angst hat, sein Wein könnte mit zunehmendem Alter schlecht werden, kann getrost auf den Expertenrat vertrauen. Selbst Weine aus Napoleons Zeiten sind heute noch genießbar, wenn sie richtig gelagert wurden. Also am besten liegend, wenn sie mit einem Naturkorken verschlossen sind. Flaschenweine mit modernen Schraubverschlüssen oder Kunststoffkorken können auch stehend gelagert werden. Dunkle Räume und eine Luftfeuchtigkeit von etwa 50 Prozent bei Temperaturen von acht bis zwölf Grad sind Idealbedingungen für Weine, die mehrere Jahre eingelagert werden sollen.

Spitzenweine haben die Spitzennote 100

Die Weine, die als Wertanlage im Fokus stehen, kommen zu einem Großteil aus dem französischen Bordeaux. Das traditionsreiche Anbaugebiet hat eine besondere Historie, die roten Weine sind besonders haltbar. Bei den Anbaugebieten schnalzen die Kenner mit der Zunge, wenn sie Namen hören

wie Haut-Médoc, Margaux, Pauillac, Pomerol, Saint-Emilion und Saint-Julien.

Noch bevor sie auf den Markt kommen, werden diese Klassiker bewertet. Die Skala reicht dabei bis zum Spitzenwert von 100, wer in Wein investieren möchte, sollte auf die hoch benoteten setzen. Weine, die mit weniger als 90 Punkten bedacht werden, sind nicht als Sammelobjekte relevant. Eine Alternative ist die Investition in Weinfonds, die von den Bankhäusern herausgegeben werden.

Wo es um viel Geld geht, geht es natürlich auch um Betrug und Fälschungen. Das Wort Etikettenschwindel passt dabei wie die Faust aufs Auge. Denn der selbst ernannte Weinkenner Rudy Kurniawan ließ 2012 die Etiketten wertvoller Gewächse nachdrucken und beklebte Flaschen mit gepanschten Weinen. Bevor er aufflog, ist eine Vielzahl dieser Flaschen zu Sammlern und Anlegern gelangt. Viele stehen sicher heute noch bei Händlern zum Verkauf.

Dabei werden einige Experten ihre Fälschung genossen haben, ohne zu bemerken, dass Aufdruck und Inhalt in keiner Weise korrespondieren. Im Wein liegt also nicht immer die Wahrheit.

Heribert Eiden



Briefpapier 2 ct Brief drucken 4 ct Umschlag 3 ct Porto 70 ct Handling 3 Minuten

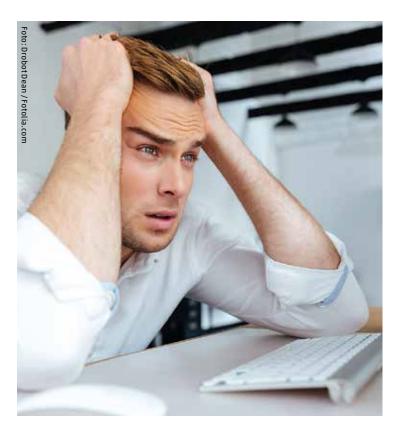
Briefe versenden so einfach wie E-Mails. Alles zusammen ab 62 ct.



NEUE SERIE: SCHÖNER SCHEITERN

EIN WEG IST EIN WEG IST EIN WEG

Über die schönsten Stolpersteine des Lebens, die Lust aufs Risiko und irgendwann den Erfolg



Jeder kennt diesen Moment: wenn es raus ist. Wenn es so richtig geknallt hat und wir uns eingestehen müssen, dass wir es hätten verhindern können. Warum auch immer. Der Chef hat Druck gemacht, wir haben auf die falschen Leute gehört. Was sagen jetzt die Kollegen, die Kunden? Es hatte sich eben irgendwie eingeschlichen und irgendwann gab es kein Zurück mehr.

Ab wann müssen wir uns eingestehen, gescheitert zu sein? Oft sind es schon ganz kleine Dinge, bei denen es Menschen schwerfällt zuzugeben, dass sie einen Fehler gemacht haben. Wann kam der erste nagende Zweifel? An welcher Stelle hätte man noch das Ruder rumreißen können? Andere haben es doch auch hinbekommen.

Die fulminantesten Erfolgsgeschichten begründen sich auf oftmals eine ganze Reihe von blutigen Nasen. Denken wir an Walt Disney: Der Erfinder von Mickey Mouse wurde von einem Zeitungsherausgeber gefeuert, weil es ihm angeblich an Fantasie und Vorstellungskraft mangele. Gefühlte 300 abgelehnte Kreditanträge und diverse Pleiten später erst kam der Erfolg. Und wer weiß heute noch, dass Albert Einstein erst mit vier Jahren gesprochen hat? Weil er erst mit sieben Jahren lesen konnte, galt er in der Schule als "geistig langsam, ungesellig und immer in törichte Träume abschweifend".

Auch Negatives findet Erwähnung – nur eben nicht die gewünschte

Klar, das waren keine "Fehler". Aber es waren Umstände, die den Erfolg nicht selbstredend herstellen konnten. Wie auch. Schließlich werden wir bis heute von klein auf gelobt, wenn wir etwas gut machen. Negatives Verhalten findet natürlich auch Erwähnung, aber eben nicht die gewünschte. Wir lernen schnell, dass es besser ist, wenn wir erfolgreich sind. Aber wie geht das? Vor allem die vielen selbst ernannten Erfolgspropheten vergessen eines: Wir sind Menschen, haben es mit Menschen zu tun und wir sind permanent Unwägbarkeiten ausgesetzt, vor allem dann wenn wir etwas riskieren. Und genau das ist die Voraussetzung für Erfolg.

"Aufgestanden wird immer in einer Vorwärtsbewegung"

Erfolgreich scheitern ist kein Widerspruch in sich

Seine Vita liest sich wie ein Filmskript, das vor der Veröffentlichung bereits siebenmal überschrieben wurde und doch immer nur eine Überschrift trägt: "Wie kann ich der Gesellschaft dienen und ihr mit immer besseren Ideen nützlich sein?" Coskun (Spitzname Josh) Tuna startete seine Karriere als Polizist in Bonn und fand sich schnell als Unternehmer vor leeren Schreibtischen, bezahlunwilligen Kunden und mehr oder weniger ratlosen Bankern, die mit oder auch trotz ihm irgendwie nicht mehr aus der Nummer rauskamen und weitermachten. Und der Erfolg gab beiden recht.

DIE WIRTSCHAFT TI: Sieben Gründungen stehen bis heute auf Deiner Agenda. Bei der wievielsten hattest Du ernsthafte Zweifel, ob Du ein guter Geschäftsmann bist?

Coskun Tuna: Nun, ich hatte genau genommen gar keine Zeit zum Zweifeln, denn ich war immer damit beschäftigt, ein Geschäft zu entwickeln, es zu retten oder eines zu verkaufen. Zweifel gab es immer mal, sicher. Die wurden mir und meinen Partnern jedoch immer wieder dadurch genommen, dass wir ja eigentlich Erfolg hatten: genügend Mitglieder, genügend Anfragen, genügend Aufträge nur eben nicht immer genug Geld dafür im Gegenzug für den Ausbau.



Coskun Tuna hat sich aus sämtlichen Lebenslagen heraus immer wieder an die Spitze gearbeitet. Er weiß: "Scheitern, das tun auch heute besser noch "die anderen". Vor allem jene, die es erst gar nicht versuchen und somit gar keine Ahnung vom Unternehmertum haben können."

DIE WIRTSCHAFT II: Woran lag das schwerpunktmäßig?

Coskun Tuna: Dafür gibt es mehr als einen Grund. Zum einen waren wir mit unserem ersten Online-Produkt als Erste im Internet unterwegs. Kaum jemand hatte damals wirklich Ahnung davon, wie es funktionierte, und vor allem, wie man damit Geld verdienen konnte. Micropayment-Lösungen gab es noch nicht und die Kostenlos-Mentalität der ersten User war stark ausgeprägt. Mich faszinierte vor allem die Idee, dass jetzt ganz viele von meiner guten Idee erfahren würden. Mein erstes lokales Dating-Portal in Berlin hatte 350.000 Mitglieder. Aber bezahlen wollte keiner von denen. Übernommen hat das Portal schließlich ein Seitensprung-Anbieter, der bis heute mit Untreue gutes Geld verdient. Ich kam mit einem blauen Auge davon.

Natürlich hatten wir viele Gespräche mit Geldgebern, die sich entweder auch nicht auskannten oder denen wir "zu klein" waren. Banken haben oft ein digitales Geschäftsmodell schlicht und ergreifend nicht verstanden. Ihnen fehlte oft die greifbare Substanz, an der man sich festhalten konnte.

DIEWIRTSCHAFT

☐: Erfolg oder Nichterfolg bestimmt jedoch nun mal das Geld.

Coskun Tuna: Klar. Das merkten wir sehr schnell bei unserem ersten Geschäftsmodell, der Mitfahrzentrale.de. Wir hatten eine Sekretärin in schicken Büros, viele Schreibtische und Computer, nur war es uns nicht früh genug möglich, das Angebot zu monetarisieren. Nach vielen heftigen Rettungsbemühungen und noch mehr schlaflosen Nächten haben wir das Unternehmen nach zehn Jahren verkaufen müssen. Heute ist es übrigens mehr als 1,4 Mrd. Euro wert.

DIEWIRTSCHAFT T: Ist das nicht frustrierend?

Coskun Tuna: Schon, aber was wäre die Alternative gewesen und wann gibt es den richtigen Zeitpunkt für den besten Unternehmensverkauf? Am Ende könnte es immer mehr sein oder je nachdem auch weniger. Ich war mit meinem Erlös zur damaligen Zeit mehr als glücklich. Ich habe zudem gelernt, nie eine Hintertür offen zu halten. Damit war mein Weg immer vorbestimmt. (Grinst:) Ich habe gelernt: Aufgestanden wird immer in einer Vorwärtsbewegung. Nein, im Ernst. Scheitern, das tun auch heute besser noch "die anderen". Vor allem jene, die es erst gar nicht versuchen und somit gar keine Ahnung vom Unternehmertum haben können. Es gibt einen Grund, warum Berlin Gründerplatz Nr. 1 in Deutschland ist. Dort herrscht ein ganz besonderer "Spirit" von Menschen, die Lust haben, etwas anzufangen und Altes zu verändern. Es einfach tun und sich damit infizieren. Somit sind jene Scheiterer, wie sie von der Gesellschaft wahrgenommen werden, in jeder Hinsicht besondere Menschen. Ohne sie gäbe es keinen Wandel.

DIEWIRTSCHAFT TI: Was sagen Sie Menschen, die gescheitert sind?

Coskun Tuna: Die Wege des Scheiterns können unterschiedlicher im Leben nicht sein. Wenn ein Unternehmen scheitert, stehen immer Menschen dahinter. Das hat sogar unsere Bank verstanden und uns immer wieder unterstützt. Oft waren die selbst ratlos, was sie da eigentlich unterstützten. Aber in einem waren sie sich immer sicher: bei den Menschen, die hinter den Ideen standen. Ich glaube, zwischendurch haben die mehr an uns geglaubt als wir selbst. Diese Einstellung gab allen Beteiligten recht. Insofern ist erfolgreich scheitern in sich kein Widerspruch.

Sein heutiges Unternehmen, Seeding Alliance GmbH, gilt als innovative Anlaufstelle für Publisher und Werbetreibende bei allen Fragen rund um Native Advertising. Das Unternehmen, mit Sitz in Köln, wurde 2011 von Coskun Tuna und Cevahir Ejder gegründet und beschäftigt derzeit 25 Mitarbeiter.

Autor: Edda Nebel

200.000 Einwohner mehr sind bis 2040 vorausgesagt. Darauf muss die Kölner Wohnungspolitik reagieren. Wie – das erläutert Baudezernent Franz-Josef Höing im Interview.

Köln ist eine wachsende Stadt. Es muss dringend neuer Wohnraum geschaffen und gleichzeitig der Bau von Schulen und Kitas vorangetrieben werden. Darüber hinaus bedarf es angemessener Versorgungs- und Mobilitätsstrukturen. Für die Kölner Wirtschaft ist es zudem wichtig, dass die City gleichermaßen für Touristen wie für Investoren attraktiv bleibt.

DIE WIRTSCHAFT

□: Dicht bauen und gleichzeitig Räume lassen für Leben. Wie wollen Sie diesen Spagat schaffen?

Franz-Josef Höing: Ganz ehrlich: Das ist jeden Tag ein großer Kraftakt für uns. Die wachsenden Herausforderungen einer modernen Stadt müssen ja mit den personellen und finanziellen Ressourcen der Stadt synchronisiert werden. Da hängt nicht nur die gesamte Verwaltung dran, sondern auch alle anderen, die am Bau der Stadt beteiligt sind: Investoren, Entwickler, Grundstückseigentümer. Die ganze Wertschöpfungskette eben.

DIE WIRTSCHAFT II: Statistiker prognostizieren Köln bis 2040 etwa 200.000 neue Bewohner. Wie soll das gehen, ohne die Stadtgrenzen zu verschieben?

Franz-Josef Höing: Da ist was Wahres dran.

Natürlich werden wir nicht die Stadtgrenzen versetzen können. Aber wir sind in einer Phase, in der sich die gebaute Stadt erstmalig seit Jahrzehnten in diesem Ausmaß auch wieder am Rande erweitern muss.

DIE WIRTSCHAFT TI:

Was heißt das konkret?

Franz-Josef Höing: Im Dezember haben wir ein Programm mit zusätzlichen Flächen für den Wohnungsbau beschlossen. Wenn man die Pläne sieht, wird deutlich, dass die ganze Stadt einbezogen ist. Es geht auf der einen Seite um Innenentwicklung. Da hat Köln sogar Glück. Es gibt viele Brachen, die umgenutzt werden können, weil sie ihre ursprüngliche Bedeutung verloren haben. Aber es wird sich auch an den Stadtkanten in erheblicher Größenordnung etwas tun, zum Beispiel in Rondorf oder in Kreuzfeld ganz im Norden von Köln.

DIE WIRTSCHAFT T: Kommen wir zurück in die Innenstadt. Spielt hier Albert Speers Masterplan eigentlich noch eine Rolle?

Franz-Josef Höing: Der Masterplan ist für mich absolut der rote Faden für die städtebauliche Entwicklung im Inneren der Stadt. Wir sind fast flächendeckend dabei, diesen Masterplan voranzutreiben. Er ist quasi unser städtebaulicher Kompass.

DIE WIRTSCHAFT II: Können Sie einige konkrete Projekte nennen?

Franz-Josef Höing: Parkstadt Süd am derzeitigen Großmarkt-Areal: Hier sollen circa 3500 Wohnungen gebaut werden, geschätzt 4000 Menschen arbeiten und gleichzeitig bauen wir einen neuen Park in einer Größenordnung von 30 Hektar. Die Umgestaltung des Deutzer Hafens ist ebenfalls ein Flaggschiff-Projekt, das sich aus dem Masterplan ableitet – beides Projekte mit einer Laufzeit von zehn bis 15 Jahren. Die Entwicklung des Mülheimer Südens hat bereits begonnen, um nur drei Beispiele zu nennen.

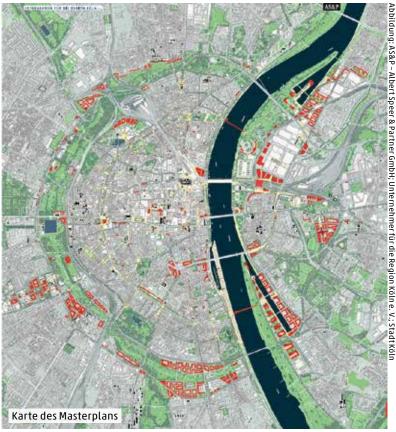
DIE WIRTSCHAFT T: Also teils noch Zukunftsmusik. Welche Projekte sind fertig?

Franz-Josef Höing: Beim Rheinboulevard ist der letzte Stein gesetzt. Wie diese Treppe angenommen wird, das hätte man sich besser gar nicht wünschen können. Sie zu bauen, war ein richtiger und mutiger Schritt. Auch die östliche Domumgebung ist ein wichtiger Baustein, der kurz vor der Vollendung steht.

DIE WIRTSCHAFT TI: Was passiert über den Masterplan hinaus?

Franz-Josef Höing: Es gibt natürlich auch andere wichtige Planungsprojekte in den







In der Vergangenheit haben wir an vielen Stellen bestenfalls Siedlung gebaut, aber nicht Stadt!

DIE WIRTSCHAFT II: Was treibt Sie derzeit

am meisten um? Franz-Josef Höing: Man muss sich ganz

klar die Frage stellen: Wie entsteht wieder Stadt? In der Vergangenheit haben wir an vielen Stellen bestenfalls Siedlung gebaut, aber nicht Stadt. Das ist eine der großen Herausforderungen der Zukunft.

DIE WIRTSCHAFT TI:

Was wünschen Sie sich?

Franz-Josef Höing: Planen können wir gut, aber die organisatorischen Strukturen zu verbessern, daran müssen wir arbeiten - auch außerhalb einer Verwaltung. Was mich ebenfalls umtreibt, das ist diese klassische Rollenverteilung: Die Stadt plant, die Stadt baut, die Stadt finanziert ... ich finde, Grundstückseigentümer haben da auch eine Aufgabe. In anderen Bundesländern gibt es Immobilien- und Standortgemeinschaften, die sogenannten Business Improvement Districts. Das ist ein Konstrukt, bei dem sich private Grundstückseigentümer an der Umgestaltung von Stadträumen nennenswert beteiligen. Es geht um ein anderes Rollenverständnis und das würde ich sehr gerne auch in Köln hoffähig machen. Es gibt bereits erste kleine Initiativen, von denen ich mir noch mehr wünsche. 🔟

> Astrid Waligura i www.masterplan-koeln.de

Stadtteilen, zum Beispiel die Umwandlung des Güterbahnhofs Ehrenfeld, die Entwicklung der Porzer Innenstadt oder in Chorweiler die Neugestaltung von öffentlichen Räumen.

DIE WIRTSCHAFT Ⅲ: Was gibt es Neues?

Franz-Josef Höing: Noch mehr? Derzeit gilt es, viele Bälle in der Luft zu halten. Wir müssen auch immer gucken: Wie passen Aufgabenfülle und Ressourcen zusammen? Organisatorische Strukturen müssen verbessert werden, damit Dinge systematisch zu Ende gebracht werden können.

DIE WIRTSCHAFT TI: Zu Ende bringen ein gutes Stichwort. In Köln dauern gerade Großprojekte mitunter ewig. Nehmen wir die Opernsanierung am Offenbachplatz. Welche Lehren ziehen Sie aus dem Desaster?

Franz-Josef Höing: Erstens: Man fängt erst an zu bauen ab einem gewissen Reifegrad. Zweitens: Man schaut sich die unterschiedlichen Player, die mitmachen, sehr genau an, bevor man sie mit ins Boot holt. Das ist aber kein typisch Kölner Problem, das gibt es in anderen Städten auch.

DIEWIRTSCHAFT II: Apropos andere Städte: Wo kann man sich noch was abgucken?

Franz-Josef Höing: Rotterdam, Amsterdam oder Antwerpen beispielsweise. Hier wurde in den letzten zehn bis 15 Jahren sehr konsequent Stadtentwicklung betrieben. Aber auch auf uns wird geschaut, andere Städte verfolgen die Entwicklung Kölns mit Interesse und nehmen wahr, dass hier vieles in Bewegung geraten ist.

DIEWIRTSCHAFT II: Anderes Thema: Flüchtlinge! Inwieweit tangiert das die Stadtentwicklung?

Franz-Josef Höing: Das Thema haben wir ebenfalls im Fokus. Bisher leben die Menschen vorwiegend in Containern und Turnhallen. Aber so kann das ja nicht bleiben. Daher wird das Thema Flüchtlingsunterbringung in die derzeitigen Wohnbauoffensiven integriert. Es ist schön zu beobachten, wie zu dieser Frage nun neue Lösungsansätze entwickelt werden.

DIE WIRTSCHAFT TI:

Was meinen Sie damit?

Franz-Josef Höing: Es gibt zum Beispiel Überlegungen, wie man Studenten- mit Flüchtlingswohnen kombinieren kann. Die Frage ist doch: Wie kann man verschiedene Herausforderungen miteinander verknüpfen und daraus Lösungen entwickeln? Bei der Flüchtlingsproblematik geht es ja nicht um ein zeitlich begrenztes Problem, sondern um ein Dauerthema: die langfristige Integration. Wir leben in einer pluralistischen Gesellschaft und darauf müssen wir reagieren.



Der Tourismus ist einer der wichtigsten Wirtschaftsfaktoren Kölns. Die Besucherzahlen sind leicht rückläufig, dennoch ist Köln deutschlandweit gut vertreten.

Weniger Touristen, trotzdem ein zufriedenstellendes Ergebnis – so fasst Josef Sommer das vergangene Jahr zusammen. "Die Zahl der Übernachtungsgäste ist 2016 um etwa 3,5 Prozent auf 5,8 Millionen zurückgegangen", sagt der Chef der KölnTourismus GmbH. "Das liegt zum einen an der sicherheitspolitischen Lage in Europa, zum anderen an unserem Messekalender, der 2016 turnusgemäß etwas schwächer war."

Insgesamt strömen seit 2000 immer mehr Touristen nach Köln. Die Zahl habe sich seitdem verdoppelt. "2015 hatten wir mit 6 Millionen Übernachtungen ein Rekordjahr", sagt Sommer. "Der leichte Rückgang im vergangenen Jahr ist aber zu verkraften – er hat nichts mit Köln an sich zu tun." Seit den Terroranschlägen in Brüssel und Paris sind die Menschen vorsichtiger geworden. Besonders die Asiaten sind da sehr sensibel, wie der Tourismus-Chef weiß. "Viele von ihnen haben ihre Reiseroute seitdem verändert. Wenn sie beispielsweise Paris

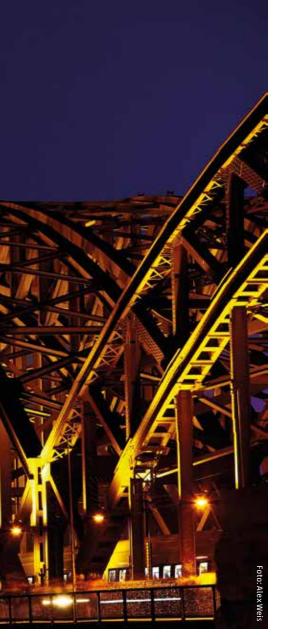
meiden, dann kommen auch gleichzeitig weniger Menschen nach Köln, da sie dann eine komplett andere Reiseregion wählen." Auch die zahlreichen Übergriffe auf Frauen in der Silvesternacht 2015/2016 haben Spuren hinterlassen – wenn auch nicht allzu tiefe. "Eine große Stornowelle gab es zwar nicht, aber Schulklassen zum Beispiel haben daraufhin vielleicht schon ihre Klassenfahrt oder ihren Ausflug in eine andere Stadt verlegt."

Insgesamt zählt Köln aber nach wie vor zu den beliebtesten Reisezielen in Europa – in Deutschland liegt die Stadt am Rhein nach Berlin und München auf dem dritten Platz. "5,8 Millionen Übernachtungsgäste und 100 Millionen Tagesbesucher pro Jahr, das kann sich schon sehen lassen", sagt Josef Sommer. Und dabei gibt es in den verschiedenen Jahreszeiten kaum nennenswerte Unterschiede, was eher untypisch ist. "Mit der großen Vielfalt an Weihnachtsmärkten, aber besonders auch mit Karneval sind

die Besucherzahlen auch im Winter recht hoch – nur um Ostern herum haben wir eine leichte Delle, das ist unsere schwächste Zeit." Auch die Messe, die besonders in den Wintermonaten viel zu bieten hat, sorgt für kontinuierliche Besucherzahlen. "Im Schnitt bleiben die Touristen 1,7 Tage hier. Zwei Drittel aller Besucher kommen aus Deutschland, danach folgen Großbritannien, die USA und die Niederlande."

"Der Tourismus ist der größte Arbeitgeber in Köln"

Für die Stadt und ihre Menschen sind die Touristen extrem wichtig. "Der Tourismus ist hier der größte Arbeitgeber, es ist ein wichtiger Wirtschaftsfaktor", betont Josef Sommer. "Durch die Freizeit-Touristen und die beruflich motivierten Besucher machen wir pro Jahr einen Umsatz von rund 6,6 Milliarden Euro." Davon profitiert vor allem die Hotelbranche, aber auch Taxifahrer, Gastronomen und Einzelhändler sind die Gewinner.

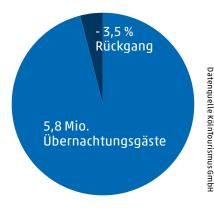




Woher kommen die meisten Touristen?



Anzahl der Übernachtungsgäste 2016



"Unsere Schwachstelle ist die Hotelbranche – da fehlen uns Kapazitäten"

Zwar zählt die Hotelbranche zu den größten Profiteuren des Tourismus, gleichzeitig ist sie aber auch die Schwachstelle. "Es fehlen uns Hotelkapazitäten", betont der Tourismus-Chef. "Besonders im Luxussegment haben wir Nachholbedarf." Das Domhotel sei geschlossen und auch das Intercontinental habe es nach Düsseldorf gezogen. "Wir merken, dass in dem Bereich was fehlt – da müssen wir in den nächsten Jahren was tun."

"Der Kölner Dom ist die meistbesuchte Sehenswürdigkeit Deutschlands"

Doch was zieht die Menschen nach Köln, womit punktet die Stadt? "Der wichtigste Grund ist kaum zu übersehen – es ist natürlich der Dom", sagt der Tourismus-Chef. "Mit 6,5 Millionen Besuchern pro Jahr ist es die meistbesuchte Sehenswürdigkeit in Deutschland." Doch auch darüber hinaus hat Köln einiges zu bieten. "Der Städtetourismus boomt zurzeit allgemein und da sind Kölns Stärken gut zum Tragen gekommen." Der Rhein, die zentrale Lage in Deutschland und die rheinische Kultur mit Kölsch, Karneval und den Brauhäusern seien nur einige Gründe für die Menschen, sich auf den Weg nach Köln zu machen.

"Wir haben für jeden Geschmack und jede Altersklasse etwas zu bieten – von Street-Art und Festivals bis hin zu großen Messen und der Philharmonie."

Und damit Köln auch weiterhin ein beliebtes Reiseziel bleibt, bemühen sich Josef Sommer und sein Team nicht nur um mehr Hotels, auch machen sie gezielt Werbung für die Stadt. "In China hat es kürzlich Visaerleichterungen gegeben, wodurch die Einreise hier einfacher geworden ist. Das haben wir direkt genutzt und für einen Urlaub in unserer Stadt geworben." Bei neuen Bahn- oder Flugverbindungen werde in den entsprechenden Städten offensiv Werbung gemacht. "Dafür arbeiten wir mit unseren Partnern wie HRS, Eurowings oder auch der Deutschen Bahn eng zusammen."

Dass sich die sicherheitspolitische Lage in der nahen Zukunft deutlich ändern wird, sieht der Tourismus-Chef nicht, Terroranschläge seien weiterhin ein großes Thema und ein Unsicherheitsfaktor. "Dadurch gehen wir davon aus, dass sich die Besucherzahlen in den kommenden Jahren nicht groß verändern werden. Zwar können wir kaum auf solche Anstiege wie in den vergangenen Jahren hoffen, doch mit einem deutlichen Rückgang rechne ich ebenfalls nicht."

Alena Staffhorst

FAHRGASTREKORD

Zuwachs bei KVB Fahrgastzahlen in 2016



Im Jahr 2016 waren insgesamt 277,7 Millionen Menschen mit den Bussen und Stadtbahnen der Kölner Verkehrs-Betriebe AG (KVB) unterwegs. Im Vergleich zum Vorjahr war das ein Plus von 0,5 Prozent oder 1,5 Millionen Fahrgästen. Gleichzeitig sank die Schwarzfahrerquote. Auch moderne Angebote wie das HandyTicket werden ebenfalls immer besser angenommen.

Kapazitätsgrenzen teilweise überschritten

Immer mehr Menschen fahren in Köln mit dem öffentlichen Personennahverkehr und nutzen die Busse und Stadtbahnen der KVB. Auch im Jahr 2016 gab es wieder ein kleines Wachstum, über das sich Jürgen Fenske, Vorstandsvorsitzender der KVB, freut. "Der Anstieg um 0,5 Prozentpunkte ist unter den Kölner Rahmenbedingungen ein ordentliches Ergebnis", resümiert Fenske. Das Verkehrsnetz der KVB gerät laut Fenske aber immer mehr an seine Kapazitätsgrenzen, die in den Hauptverkehrszeiten teilweise bereits überschritten werden. Dennoch blickt Fenske positiv in die Zukunft. Anhand der Erfahrungen aus anderen Städten sei klar, "dass der ÖPNV durch den Ausbau seines Netzes weitere Kunden gewinnen wird und damit einen wirksamen Beitrag zur verkehrlichen Entlastung und zum Klimaschutz in Köln leistet. Mit dem ÖPNV-Bedarfsplan 2030 sind die wichtigsten Projekte zum Ausbau des Stadtbahnnetzes benannt", so Fenske. Nun käme es auf die "zügige Umsetzung" an.

Nur noch jeder 50. Fahrgast fährt schwarz

Obwohl die Fahrgastzahlen seit 2007 um rund 25 Millionen Menschen gestiegen sind, geht die Schwarzfahrer-Quote weiter zurück. Lag 2010 die Schwarzfahrer-Quote noch bei rund sechs Prozent, so fiel sie im Jahr 2016 auf 2,0 Prozent. Von den rund 3,9 Millionen kontrollierten Fahrgästen ertappten die Kontrolleure etwa 77.400 Fahrgäste ohne gültigen Fahrschein. Den Rückgang der Schwarzfahrer-Quote führt die



www.waldhaus-eifel.de

Weißstr. 11 · D-54647 Gondorf · Tel. +49(0)6565-9240

KVB auf intensivere Kontrollen und das seit August 2015 erhöhte Bußgeld (60 Euro) fürs "Schwarzfahren" zurück.

KVB-Stammkundenzahl steigt weiter an

Der Großteil der 277,7 Millionen Fahrten in KVB-Bussen und Stadtbahnen entfällt auf die Stammkunden. Die 304.500 Kunden mit Zeittickets wie Job-, Schüler-, Studenten- oder MonatsTicket verbuchen gut zwei Drittel aller Fahrten (185 Millionen). Die Zahl der Stammkunden hat sich in den letzten zehn Jahren auch konstant erhöht. 2006 zählte die KVB noch knapp 270.000 Stammkunden. Auch das HandyTicket wird immer beliebter. Die Nutzerzahlen stiegen deutlich von 2015 (75.400) bis 2016 auf 111.100. Die KVB erwartet, dass sich dieser Trend weiter fortsetzen wird.

Schwierige Situation ums Kölner Streckennetz

Insbesondere in den Hauptverkehrszeiten scheinen die KVB-Stadtbahnen aus allen Nähten zu platzen. Das Netz ist längst an seine Grenzen gelangt. Gleichzeitig stehen wichtige Bauprojekte an. Bis 2030 sollen der Ausbau der Ost-West-Achse, die Anbindung von Stammheim und Flittard, die Weiterführung der Nord-Süd-Stadtbahn bis Rondorf und Meschenich, die Anbindung von Widdersdorf, die Verlängerung der linksrheinischen Gürtelstrecke, die rechtsrheinische Verlängerung der Stadtbahnlinie 7 und die Anbindung des Stadtteils Neubrück geschafft sein. Die Stadt und die KVB planen dafür mit einem Wachstums-Investitionsvolumen von rund 1,1 Mrd. Euro. Dazu kommt wohl eine weitere Milliarde Euro bis 2025, um die bisherigen Anlagen und Fahrzeuge zu erhalten

oder zu erneuern. Von der Stadt Köln und der KVB werden diese Investitionen und Erhaltungskosten aber nicht zu stemmen sein. Der Bund und das Land NRW werden hier auch wie in der Vergangenheit helfen müssen. Doch auch die von der Bundesregierung vorgesehenen Mittel von 333 Millionen Euro im Jahr werden nicht reichen, glaubt KVB-Vorstandsvorsitzender Jürgen Fenske. "Nur bei einer ausreichenden Förderung von Bund und Land werden die Städte und ihre Verkehrsunternehmen diese Herausforderungen schaffen."

Christian Esser





Ab sofort bei uns im Handel: Der neue Hilux, der neue Proace und der neue Proace Verso. EntdeckenSie die neuen Nutzfahrzeuge von Toyota und erleben Sie echte Partner für Ihr Unternehmen. Jetzt informieren und direkt bestellen.

ToyotaBusiness Plus

Der neue Hilux

Enapreis ab

16.118 €*

Der neue Proace

34%* Nachlass

Endpreis ab

13.794 €

Kraftstoffverbrauch Hilux 2,4-I-D-4D Single Cab 110 kW (150 PS) innerorts/außerorts/kombiniert 6,1/7,9/6,8 l/100 km; CO₂-Emissionen kombiniert 178 g/km. Kraftstoffverbrauch Proace Compact verblecht 1,6-I-D-4D Single Cab 70 kW (95 PS) kombiniert 5,6-5,5 l/100 km; CO₂-Emissionen kombiniert 148-144 g/km. Kraftstoffverbrauch aller hier gezeigten Modelle kombiniert 7,8-5,1 l/100 km, CO₂-Emissionen kombiniert 204-133 g/km. Abbildung zeigt Sonderausstattung.

Kreative Szene

"KÖLN BRAUCHT SICH NICHT ZU VERSTECKEN"

Kunst hat viele Gesichter. Von grell und groß bis dezent und versteckt zeigt sich Köln seit einigen Jahren von seiner kreativ schönsten Seite und läuft in Sachen Künstlertum der metropolischen Konkurrenz den Rang ab.



An Häuserfassaden, Brückenpfeilern und sogar um Schaufenster von Modeboutiquen gespannt: Streetart oder allgemein Urbanart ist nicht mehr in dunkeln Ecken versteckt und hat sein Nischendasein längst abgeschüttelt. Wer in Großstädten seinen Blick öffnet, wird unweigerlich mit großflächige Elementen, bunter Bilder, Schriftzügen, teils politischer Parolen und verschnörkelter Zeichen - von plakativ präsentiert bis versteckt platziert. - konfrontiert. Für viele ist die meist selbstautorisiert angebrachte Kunstform immer noch eine grobe Verschmutzung, andere versuchen ernsthaft eine Botschaft hinter den teils skurrilen Abbildungen zu erkennen.

"Graffiti oder Streetart allgemein hat schon immer polarisiert", gibt Michael Daun vom Kölner Kunstverein artrmx zu bedenken. "Aber im vergangenen Jahrzehnt ist die Meinung eindeutig zum Positiven gekippt. Streetart wird als Kunst wahrgenommen." Zugegeben, immer noch eine nichtkommerzielle Art von Kunst. Deren Ausdrucksformen aber mittlerweile wahrgenommen werden statt wie früher üblich abgerissen und übermalt.

Ehrenfeld: Aus dem Handwerks- und Industriequartier wurde ein Mekka für Kreative

Graffiti ist heute ein Teil des Stadtbildes und erzählt dem Betrachter eine Geschichte, die in dieser Form in keinen Stadtführern zu finden ist. Besonders das Belgische Viertel in der südlichen Neustadt-Nord gilt als Hotspot für Künstler. Die beliebteste und auch teuerste Wohngegend der Stadt punktet mit zahlreichen Galerien und Szenelokals - allesamt urban, weltoffen und schick. Anders, aber doch unumstritten das kreative Aushängeschild Kölns bleibt Ehrenfeld. Höhepunkt des künstlerischen Stadtlebens ist jedes Jahr im Januar der "Design Parcour Ehrenfeld", welcher sich als Bestandteil der PASSAGEN die Künstler- und Designszene Ehrenfelds präsentiert und feiert. Organisiert werden die Veranstaltungen von Kunstmanagerin Sabine Voggenreiter, die weiterhin Ausstellungen kuratiert und Wettbewerbe, Workshops und Symposien ausrichtet. Ebenfalls das Kreativprojekt "Design Quartier Ehrenfeld" sowie das "popdesignfestival" stammen aus ihrer Feder. Ziel der Veranstaltungen ist es, Kunst als schillernden Aspekt des urbanen Lebens sichtbar zu machen.

Den Blick für Nichtalltägliches öffnen: Stadtführungen zeigen Kölns künstlerische Seite

Diese Ambition teilt auch der Verein artrmx, der Streetart-Führungen durch Köln anbietet. Denn Urbanart ist mittlerweile zu einem Tourismusfaktor gewachsen. Die Stadtführung öffnet Interessierten die Augen für die zahlreichen Kunstelemente im öffentlichen Raum. Auch wenn die verschiedenen Formen der Streetart zunehmen und nicht mehr illegal, beziehungsweise versteckt ausgelebt werden müssen, gehen viele der Werke im Großstadttrubel unter. Anders gesagt: Bewohner und Passanten verlieren den Blick für nicht Alltägliches um sie herum.

Dabei beschränken sich die Führungen nicht auf die Straße, sondern binden zunehmend auch Galeriebesuche mit ein. Immerhin werden die Superstars der Szene auch in der Bildenden Kunst unter großen Namen gehandelt. Anlaufpunkt für aufstrebende Urbanartist sind die Galerien "30works" und "Die Kunstagentin" von Anne Scherer: In beiden Kunsthallen setzte man bereits früh auf unkonventionelle Künstler. Streetart ist ein wichtiger Bestandteil der Kunstszene geworden, lockt Sammler in Ausstellungen, füllt Museen und ist international stark vernetzt.

Berlin galt unter Künstlern als schick, doch der Hype scheint verebbt

2011 kuratierte Scherer zusammen mit dem Verein artrmx das CityLeaks Festival, das standesgemäß in Ehrenfeld startete,



in Mühlheim Wiederholung feierte und in diesem Jahr seinen Schwerpunkt in der Innenstadt haben wird. Im Rahmen des Festivals werden internationale Künstler nach Köln geladen, um dort legal zu malen. "Auch Performances und Installationen (Video- und Lichtinstallationen) sind Teil der Ausstellungen", verrät Michael Daun. Das Event findet erst zum vierten Mal in Köln statt und ist bereits eines der größten Europas. Die Weltoffenheit Kölns spricht Künstler an. "Mittlerweile blickt die in-

ternationale Streetart-Szene auf Köln", so Daun stolz. "Die Domstadt braucht sich im deutschlandweiten oder gar im europäischen Vergleich nicht zu verstecken."

Vor allem den direkten Konkurrenzkampf mit der Hauptstadt Berlin, die bislang als Mekka der Freidenker und Kreativen galt, entscheidet Köln in den Augen vieler Kunstaffiner für sich.

"In den vergangenen fünf Jahren erleben wir eine Rückbesinnung auf Köln", bestätigt auch Petra Gieler, Geschäftsführerin

des Kunstfördervereins Matjö. Das Kulturwerk des Bundesverbandes Bildender Künstler Kölnunterstützt Ausstellungen, Performances, Kooperationen, Events, Publikationen und Dokumentationen im Bereich der Bildenden Kunst. "Berlin galt zum einen als deutsche Hauptstadt eine zeitlang als internationaler Angelpunkt der Kunstszene. Zudem lockten niedrige Lebenshaltungskosten junge Künstler an", erklärt Gieler. Es galt als schick in Berlin sein Glück zu versuchen. Doch der Hype um die Hauptstadt scheint verebbt: "Insbesondere die Galerie- und Sammlerszene ist in Köln und generell im Rheinland weitaus besser." Zum einen mag das an der besseren Infrastruktur des Ballungsraumes sowie an der hohen Bevölkerungsdichte liegen, zum anderen sicher auch an der festen Verankerung, die Kunst als Kulturbestandteil in dieser Region hat. Köln und die umliegenden Städte sind in der Galerieszene gut vernetzt. Das wissen auch Künstler zu schätzen. Und die Kunstszene der Domstadt wächst, so auch das Kulturangebot und in der Konsequenz die Lebensqualität, schlussfolgert Gieler. "Dafür kann man nie genug tun." 📶

Katharina Loof



ZÜCO SIGNO Komfort und bequemlichkeit in einem

Das neue Chef- und Konferenzsesselprogramm aus der Schweizer Manufaktur Züco vereint Design, Komfort und Qualität auf höchstem Niveau. Der Polsteraufbau der Rückenlehne basiert auf einer mit flexiblem Gewebe bespannten Rahmenkonstruktion. So kann eine sehr schlanke Polsteroptik und gleichzeitig der hohe Sitzkomfort erreicht werden.









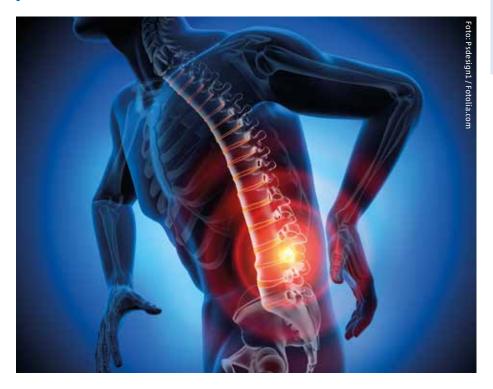
Besuchen Sie unseren Showroom:

Dauphin HumanDesign® Center Köln/Hürth Max-Ernst-Str. 2, D-50354 Hürth-Efferen Tel. +49 2233 20890-640 Fax +49 2233 20890-649 E-Mail dhdc.koeln@dauphin.de



UNRÜHMLICHER SPITZENREITER

Sie sind schmerzhaft, sie rauben uns Lebensqualität, und fast jeder kennt sie: Rückenschmerzen.



Statistiken zeigen, dass fast 70 Prozent aller Deutschen unter Rückenschmerzen leiden, bei etwa 34 Prozent kommen sie wieder, und jeder achte Deutsche hat sogar chronische Rückenschmerzen. Damit führen die Rückenschmerzen mit weitem Abstand auch die Liste der Ursachen für Arbeitsunfähigkeit an.

Die Gründe für die Schmerzen sind vielfältig, zu wenig Bewegung, falsche Haltung z. B. am Arbeitsplatz, falsches Heben und Tragen, Übergewicht und Stress können die Schmerzen auslösen, denn sie führen zu Muskelverspannungen. Und dagegen kann man etwas tun. Das gilt auch für Erkrankungen der inneren Organe, die ausstrahlen und ebenfalls zu starken Rückenschmerzen führen können.

Der Bandscheibenvorfall

Weit weniger häufig als vielfach befürchtet ist ein Bandscheibenvorfall die Ursache der Schmerzen. Dabei verlagert sich Bandscheibengewebe aus dem Zwischenwirbelraum der Wirbelsäule in den Wirbelkanal. Das führt zur Kompression von Nerven und zur Entstehung eines biochemisch induzierten Entzündungsprozesses. Daraus resultiert die Reizung dieser Nerven. Die Folge sind in der Regel ausstrahlende

Schmerzen. In schweren Fällen kann es zu Taubheitsgefühlen, zu motorischen Lähmungen oder sogar zu Blasenentleerungsund Potenzstörungen kommen.

Die Diagnose Bandscheibenvorfall macht vielen Patienten Angst, denn sie denken an sehr schwierige Operationen, verbunden mit hohen Risiken und langen Klinikaufenthalten. Heute sind die Kriterien für einen operativen Eingriff viel höher als noch vor einigen Jahren, und die moderne Medizin verfügt über schonende, minimal eingreifende Verfahren. Bei Weitem nicht immer, aber unter bestimmten Voraussetzungen ist eine Operation auch heute noch die einzige Möglichkeit, den Patienten von massiven Schmerzen zu befreien und ihn vor bleibenden Schäden zu bewahren. Etwa wenn neben den Schmerzen auch Gefühlsstörungen oder Lähmungserscheinungen auftreten oder wenn sich deutliche neurologische Ausfälle trotz intensiver Behandlung mit Medikamenten, gezielter Krankengymnastik oder minimal-invasiver Behandlungen (z. B. Nervenwurzelblockaden, Depotinjektionen in den Wirbelkanal, Laserbehandlung der Bandscheibe) nicht zurückbilden.

Grundsätzlich gilt: Mit der operativen Behandlung eines Bandscheibenvorfalls sollte nicht allzu lange gewartet werden. Vier bis sechs Wochen können hierbei als Richtwert angesehen werden, denn wartet man länger, droht die Gefahr, dass der Schmerz sich verselbstständigt und chronisch wird.

Behandlung fortschrittlicher denn je

Das Vorgehen bei einer Bandscheiben-Operation ist in den vergangenen Jahren erheblich weiterentwickelt worden und heute sehr schonend. Der Eingriff erfolgt mithilfe eines speziellen Hülsensystems in Kombination mit einem Operationsmikroskop. Mit dieser Technik wird die Muskulatur nicht mehr durchtrennt und von der Wirbelsäule abgelöst, sondern sie wird gedehnt. Das schont die Nervenstrukturen und verringert die Narbenbildung, wenn der Bandscheibenvorfall entfernt wird. Das Mikroskop ermöglicht dabei eine Vergrößerung des Operationsfeldes und stellt es gleichzeitig auch dreidimensional dar. Diese Technologie eignet sich nicht nur bei der Entfernung von Bandscheibenvorfällen oder wenn die Pufferwirkung der defekten Bandscheibe durch Gelkissen ersetzt oder durch effektive Platzhalter stabilisiert wird, sondern auch bei anderen Eingriffen, beispielsweise bei Eingriffen aufgrund von Verengungen des Wirbelkanals.

Für die Patienten hat diese Art der Operation entscheidende Vorteile, denn die Belastungen für den Körper sind deutlich geringer. So ist das Aufstehen bereits am Abend des Operationstags möglich, und der stationäre Aufenthalt in der Klinik dauert in der Regel nicht länger als drei bis vier Tage.



Gastautoren: Prof. Dr. André Seeliger, Klinik LINKS VOM RHEIN

Stephan Carl Wenzel, Klinik LINKS VOM RHEIN





Dr. Holger Schlag, Klinik LINKS VOM RHEIN



NICHT NUR LÄSTIG

Schwitzen ist lebensnotwendig. Starkes Schwitzen allerdings ist unangenehm, und es kann behandelt werden.

Schwitzen ist eine lebenswichtige Körperfunktion. Grundsätzlich unterscheiden wir zwischen dem thermoregulatorischen und dem emotional bedingten Schwitzen. Ziel der Thermoregulation ist es, eine möglichst konstante Körpertemperatur zu erhalten. Gesteuert wird die Temperaturerhaltung vom Zentralen Nervensystem, das durch Muskelzittern und die Verengung von Gefäßen oder eben durch Schwitzen und das Erweitern von Gefäßen unsere Körpertemperatur reguliert. Um den Körper vor Überhitzung zu schützen, produzieren die Schweißdrüsen eine salzhaltige Flüssigkeit, die rasch verdunstet und dem Körper Wärme entzieht.

Das gesteigerte Schwitzen wird als Hyperhidrose bezeichnet. Als Ursache kommen z. B. Störungen des Hormonhaushalts (z. B. Diabetes mellitus, Schilddrüsenüberfunktion, Menopause), Infektionen, neurologische oder maligne Erkrankungen, Medikamenteneinnahme oder psychische Belastungen infrage. Die Hyperhidrose kann generalisiert und lokalisiert auftreten. Eine gründliche Anamnese ist für die Diagnosestellung wichtig, dabei stützen verschiedene Tests die Diagnose. Die Hyperhidrose kann konservativ und operativ behandelt werden.

Behandlungsmöglichkeiten bei gesteigertem Schwitzen

Für die äußerliche Anwendung stehen Aluminiumsalze zur Verfügung, die als Aluminiumchlorid in frei verkäuflichen Pflegemitteln (mit einer Konzentration von 1 bis 2 Prozent) oder in Arzneimitteln (Konzentration 10 bis 30 Prozent) enthalten sind. Die Ausführungsgänge der Schweißdrüsen werden hierbei verschlossen und bei längerer Anwendung bilden sich die Zellen zurück. Allerdings wird für Aluminiumsalze ein möglicher Zusammenhang mit der Entstehung von Krebs diskutiert.

Wenn man besonders stark an den Händen oder Füßen schwitzt, gilt die **Leitungswasser-Iontophorese** als die Therapie erster Wahl. Durch die Behandlung mit Gleichstrom im Wasserbad wird der Ionentransport in den Schweißdrüsen reversibel gestört. Diese Behandlung, die sehr effektiv und nebenwirkungsarm ist, ist allerdings sehr zeitintensiv.

Eine weitere Form der nicht operativen Therapie ist die Gabe von Wirkstoffen (Anticholinergika), die – vereinfacht gesagt – Nervenreize unterbinden, die für die Schweißbildung zuständig sind.

Als sehr wirkungsvolle nicht operative Methode gilt die Injektion von Botulinumtoxin (Botox) in das betroffene Areal. Es unterdrückt die Ausschüttung des Botenstoffes Acetylcholin und hemmt so die Schweißbildung. Die Wirkung ist zuverlässig, aber nicht von Dauer: Nach ca. vier bis sieben Monaten setzt die Schweißsekretion wieder ein.

Neue Therapieformen

Als neues, nicht operatives Verfahren gilt die **Thermotherapie** – die lokalisierte Behandlung durch Wärmeeinwirkung im betroffenen Areal. Die Schweißdrüsen werden mit gezielter Energie (Mikrowellen) und die dadurch entstehende Wärme irreversibel zerstört. Die Behandlung kann ambulant in örtlicher Betäubung durchgeführt werden und führt i. d. R. schnell zum Erfolg.

Eine operative Therapie mittels endoskopischer Durchtrennung von Nervenbahnen kann in seltenen Fällen zum Einsatz kommen, um das starke Schwitzen an Händen und Füßen zu therapieren.

Vor allem bei der axillären Hyperhidrose kann durch Entfernung der Schweißdrüsen (Suktionskürettage) ein dauerhafter Erfolg erzielt werden. Dabei werden die Schweißdrüsen unter der Haut über zwei kleine Hautschnitte abgesaugt. Dieser Eingriff kann in Lokalanästhesie oder in Allgemeinnarkose durchgeführt werden, er führt zu einer dauerhaften Schweißreduktion, ist risiko- und nebenwirkungsarm. Die Erfolgsraten liegen bei bis zu 90 Prozent.

Gastautor: Dr. Philipp Richrath, Plastische & Ästhetische Chirurgie, Klinik LINKS VOM RHEIN



BIOTREND HÄLT AN

Das Messedoppel BIOFACH, Weltleitmesse für Bio-Lebensmittel, und VIVANESS, Internationale Fachmesse für Naturkosmetik, verzeichnete erstmals über 50.000 Besucher.



Die Biobranche boomt, denn nachhaltiger Konsum liegt im Trend. Gerade im Lebensmittelbereich ist das Interesse der Verbraucher groß. Kein Wunder also, dass im Messecenter Nürnberg an allen vier Messetagen reger Betrieb herrschte. Die Fachbesucher reisten aus 134 Ländern an und begeisterten sich für das Angebot der 2.785 Aussteller.

Die Branche zog in Nürnberg erneut eine positive Bilanz: 2016 gaben die deutschen Haushalte rund 9,9 Prozent mehr Geld für Bio-Lebensmittel und -Getränke aus als im Vorjahr. Der Umsatz betrug 9,48 Milliarden Euro, so der Bund Ökologische Lebens-

mittelwirtschaft (BÖLW). Auf der BIOFACH 2017 lagen besonders die Themen Convenience, Superfoods, "Frei von"-Produkte und Regionalität im Trend. Immer mehr Kunden greifen außerdem zu Naturkosmetik. Der deutsche Naturkosmetikmarkt ist mit

einem Marktanteil von 8,5 Prozent und einem Volumen von 1,15 Milliarden Euro der stärkste Markt in Europa, so die gemeinsame Erhebung von Naturkosmetik Konzepte, GfK, IRI, IMS Health und BioVista.

Bio-Pioniere aus Köln

Auch viele Branchenvertreter aus Köln stellten vom 15. bis 18. Februar in Nürnberg ihre Produkte vor. "Die Messe lief ausgezeichnet für uns", resümierte beispielsweise Kathrin Möntenich, Gründerin des Kölner Unternehmens "pick-a-pea", das biovegane Suppen, Eintöpfe und Hausmacher-Salate produziert. Sie engagiert sich auch im Ausschuss des "Neues Unternehmertum Rheinland e. V." (NUK) und berät hier junge Existenzgründer. 2008 war die ehemals leitende Angestellte verschiedener Handelsunternehmen in den Biolebensmittelbereich gewechselt und führte in der Lindenstraße eines der ersten deutschen Bio-Fastfood-Restaurants. 2014 verkaufte sie das Lokal und fokussierte sich fortan auf die Vermarktung ihrer frischen Bio-Convenience-Produkte. Um sich mit Gleichgesinnten zu vernetzen und Synergieeffekte zu nutzen, ist pick-a-pea seit drei Jahren Mitglied bei dasselbe in grün e. V., dem Verband der nachhaltigen Unternehmen, der 2009 in Köln gegründet wurde (siehe auch Infokasten). Der Verband bietet beispielsweise zur BIOFACH die Gelegenheit, sich im Industrieloft von Mitglied Glore Fashion auszutauschen. 📶

Astrid Waligura

① www.biofach.de,
www.pick-a-pea.com, www.glore.de

Gemeinsam für mehr Nachhaltigkeit



Viele ambitionierte grüne Unternehmer fühlen sich noch immer als Einzelkämpfer und wünschen sich mehr Vernetzung untereinander. Diesen Trend hat die Kölnerin Sabine Lydia Müller bereits 2009 erkannt und zusammen mit einigen Gleichgesinnten dasselbe in grün e. V., den Verband der nachhaltigen Unternehmen in Deutschland, gegründet. Mittlerweile hat der Verband über 100 nachhaltige Mitglieder, die den unterschiedlichsten Branchen angehören: Dienstleistungen, Mode, Mobilität, Kosmetik, Gastronomie, Bildung und viele mehr.

Greenwashing ausgeschlossen

Die Aufnahmekriterien für eine Mitgliedschaft im Verband sind streng. Potenzielle Anwärter füllen eine Art "Nachhaltigkeits-Check" aus. "Dabei prüfen wir bestimmte Grundvoraussetzungen der Bewerber: Nutzen sie echten Ökostrom, ist das Konto bei einer ethischen Bank, werden CO2-Emissionen kompensiert?", erklärt Sabine Lydia Müller. "Gerade das

ist für viele Partner der ausschlaggebende Punkt, sich uns anzuschließen. Wir finden: Nur so funktioniert intrinsische Nachhaltigkeit."

Botschafter in ganz Deutschland unterwegs

Der Verband ist sehr umtriebig und man trifft Organisatoren und Mitglieder auf den wichtigen Nachhaltigkeitsevents in ganz Deutschland. Auf Networking-Partys und Info-Events kann man die Mitglieder kennenlernen. Neben den persönlichen Treffen setzt der Vorstand auf die Kraft der Vernetzung im World Wide Web. Die Facebookseite beispielsweise hat mittlerweile rund 20.000 Follower.

(i) www.dasselbe-in-gruen.de

MAKLER FÜR GRÜNES GELD

Investinlife setzt auf ökologische Geldanlagen und Versicherungen. **DIE WIRTSCHAFT** In hat das Kölner Familienunternehmen in den Moltkehöfen besucht.



Schon die Finanzkrise 2008 hat vielen Menschen ins Bewusstsein gerückt, wie wichtig es ist, vor einer Investition genau hinzuschauen und sich bedarfsgerecht beraten zu lassen. Mit genau diesem Anspruch gründeten Armin, Christian und Stefan Feike vor rund zehn Jahren Investinlife.

DIEWIRTSCHAFT II: Was haben Sie sich auf die Fahnen geschrieben?

Armin Feike: Unabhängigkeit von Produktgebern ist unsere oberste Prämisse. Wir sind keine gebundenen Handelsvertreter und beraten ohne Vorgaben als echte Makler, schauen dabei zuerst auf den Kunden und suchen dann die individuell passenden Produkte heraus.

DIE WIRTSCHAFT TI: Welche Themenfelder umfasst Ihre ganzheitliche Beratung zu grünen Finanz- und Versicherungsprodukten?

Stefan Feike: Das umfasst von der Absicherung existenzieller Risiken und Sachversicherungen über die private und betriebliche Altersvorsorge sowie Vermögensaufbau und Investmentfonds bis hin zum Thema Immobilien eine breite Palette.

DIE WIRTSCHAFT II: Welche Zielgruppe kommt zu Ihnen?

Christian Feike: Wir haben unterschiedlichste Kunden. Den Studenten, der sich erstmals mit dem Thema Versicherungen auseinandersetzt, den Berufsanfänger, der Orientierung im Bereich der Altersvorsorge wünscht, die Familie, die sich absichern möchte, den Arbeitgeber, der seinen Mitarbeitern eine grüne Betriebsrente anbietet. Zunehmend sind es auch Erben, die hinterlassenes Vermögen nachhaltig investieren möchten.

DIEWIRTSCHAFT TI: Was ist den meisten Menschen wichtig?

Stefan Feike: All diese unterschiedlichen Kunden haben eines gemeinsam: Sie möchten, dass ihr Geld, ihre Vorsorge, ihre Absicherung so weit als möglich ihrem Wertekanon entsprechend investiert bzw. gestaltet wird.

DIE WIRTSCHAFT TI: "Wir leben Nachhaltigkeit" – das ist Ihr Motto. Was steckt dahinter?

Armin Feike: Dahinter steckt ein gehöriges Maß an Glaubwürdigkeit.

Wir haben unseren kompletten Bürobetrieb auf Grün getrimmt, von Anfang an eine vollständige digitale Archivierung etabliert. Unseren Strom und sämtliche Verbrauchsmaterialien beziehen wir seit jeher von nachhaltigen Produzenten.

DIE WIRTSCHAFT TI: Gerade Finanz- und Versicherungsberatung ist ja auch Vertrauenssache!

Stefan Feike: Absolut und dieses Vertrauen können wir uns nur verdienen, indem wir allein im Interesse des Kunden agieren, ihn bedarfsgerecht nach bestem Wissen und Gewissen beraten und ein Konzept erarbeiten, in dem ausschließlich Versicherungs- und Finanzprodukte enthalten sind, die handfeste Vorteile für den Kunden bieten.

DIE WIRTSCHAFT TI: Der Markt nachhaltiger ethisch-ökologischer Produkte wächst zunehmend. Wie steht es mit der Sparte grüner Kapitalanlagen und Versicherungsprodukte?

Armin Feike: Ganz ehrlich: Wir bewegen uns hier immer noch in einer Nische. Wenn auch der Anteil der nachhaltigen Geldanlagen stark wächst, reden wir – bezogen auf das Gesamtvolumen – von noch nicht mal drei Prozent. Hier ist also noch viel Luft nach oben.

DIE WIRTSCHAFT II: Wagen Sie einen Blick in die Zukunft bitte!

Christian Feike: Ich gehe davon aus, dass Bayern München wieder Meister wird, ansonsten sind auch in wesentlich ruhigeren Zeiten jede Menge falsche Prognosen angestellt worden. Ich hoffe allerdings, dass eine zunehmend breitere Schicht die Wahl der Vorsorge, die persönliche Anlageentscheidung an nachhaltigen Aspekten ausrichtet. Genügend glaubwürdige Möglichkeiten hierzu sind vorhanden. Geld kann Gutes tun!

Astrid Waligura

① www.investinlife.de

TROTZ KUH VOR DER TÜR DEN DOM IM HERZEN

Die "Schäl Sick" wird erwachsen. Köln dehnt sich aus und nimmt einstige Nebenanlagen mit auf Wachstumskurs. Wirtschaftlich in hohem Maße profitieren unter anderem der Rheinisch-Bergische Kreis sowie der Oberbergische Kreis von der Nähe zur Rheinmetropole. Eine optimale Verkehrsanbindung gepaart mit einer hohen Lebensqualität macht das Wohnen auf dem Land für Tausende Berufspendler attraktiv.

Die "schäl Sick", die aus Sicht des Kölners "andere", sprich die "falsche Seite" Kölns, war über mehrere Jahrzehnte das Sorgenkind der großen Rheinmetropole. Gekümmert wurde sich dennoch nicht. In Sachen Stadtentwicklung und – ja, leider auch Lebensqualität – gab es von der rechtsrheinischen Seite Kölns nicht viel zu melden. Schillernd blieben einstig die Stadtteile der Domseite.

Mit der Jahrtausendwende schwappte dann

endlich etwas von der Aufbruchstimmung über den Rhein. Auslöser mag das starke Bevölkerungswachstum gewe-Rheinsen sein, das seit 2004 mit einem Anstieg von 5.000 bis 12.000 Einwohner für eine zunehmend angespannte Situation auf dem Kölner Wohnungsmarkt sorgte. Als eines der bedeutendsten Handels- und Dienstleistungszentren Deutschlands gehört die Domstadt für die Immobilienwirtschaft zu den Topstandorten. In der Praxis zeigt sich diese Einschätzung seit Jahren in einem sehr niedrigen Leerstandsniveau. Wohnungen und Gewerbeflächen sind Mangelware. Eine zunehmende Fokussierung auf sogenannte Nebenanlagen war und ist die logische Konsequenz des Platzmangels und dringend notwendig, um sich weiterhin in puncto harter und weicher Standortfaktoren bestens zu positionieren.

Köln schafft mehr Raum, doch verkehrstechnisch bleibt es eng

Arbeitsplätze und Wohnraum für zusätzlich mehrere Tausend Menschen, so die

Prognose, werden aktuell in Deutz und im südlichen Mülheim geschaffen. Doch damit nicht genug: Was mit dem LVR-Turm sowie der Ansiedlung von RTL und Lanxess begonnen hat, wird mit der Deutzer Freitreppe, dem Ausbau des Mülheimer Hafens sowie des

den. Euroforums Nord, mit der Stadt Owlar und Rheinann

RheinErft Kreis

Rhein-Sieg
Kreis

Rhein-Sieg
Kreis

Rhein-Sieg
Kreis

Rhein-Sieg
Kreis

Messecity und dem Musicaltheater im Staatenhaus weiter vorangetrieben. Die Messeund Medienstadt setzt auf Lebensqualität, um sich wirtschaftlich zu stärken.

Der Plan geht auf. Immobilienexperten bewerten den Großraum Köln auch zukünftig hinsichtlich der Investmentchancen auf den Immobilienmärkten als überdurchschnittlich gut. Prognosen und Ratings zur Wirtschaftskraft bescheinigen der Stadt Köln eine weiterhin positive Wachstumsdynamik (Quelle: Studie_Investmentchancen_Immobilienmarkt_Rheinland).

Eine Ausdehnung von Wohnraum und auch eine Umstrukturierung des Arbeits-

marktes sind langfristig sinnvoll. Denn schon jetzt sieht es verkehrstechnisch sowohl auf der rechten als auch auf der linken Rheinseite ziemlich eng aus. Von den Knotenpunkten der Autobahn bis hinein in die Innenstadt stauen sich zur Rushhour die zahlreichen Berufspendler. Seit Jahren bereits arbeitet die Stadt an einer Lösung, wie die Verkehrsströme bewältigt werden könnten – bislang ohne ein ausreichendes Ergebnis.

Günstige Verkehrsanbindung: Die A4 verbindet ländliches Idyll mit Großstadtflair

Je weiter Kölns Wachstum voranschreitet, desto interessanter werden die Nebengemeinden und Städte. Wirtschaftlich in hohem Maße profitieren unter anderem der Rheinisch-Bergische Kreis mit der Stadt

Bergisch Gladbach sowie der angrenzende Oberbergische Kreis mit der Stadt Overath, den Gemeinden Lindlar und Wipperfürth sowie die Kreisstadt Gummersbach von ihrer Nähe zur

Rheinmetropole. Begünstigt wird die ohnehin geringe Distanz von der günstigen Verkehrsanbindung - sowohl die A 4 führt auf direktem Wege nach Köln als auch die Oberbergische Bahn (RB 25). Für Berufspendler sind dies

perfekte Bedingungen, was sich am Beispiel der Stadt Gummersbach deutlich machen lässt. Die Kreisstadt des Oberbergischen Kreises liegt mit rund 50 Kilometer Entfernung streng genommen nicht mehr im Einzugsgebiet der Stadt Köln. Dennoch stand die 95,42 Quadratkilometer flächenstarke Stadt viele Jahrzehnte im Schatten des Doms. Die einstige Industriestadt bot ihren Bewohnern zahlreiche Arbeitsplätze und war über ihre Grenzen hinaus für den Handballverein VfL Gummersbach bekannt. Doch weder Einzelhandel noch Dienstleistungssektor konnten punkten. Wer die Möglichkeit hatte, nahm die 40 Minuten Autofahrt oder gar 65 Minuten Zugreise in Kauf, um in Köln modernen "Lifestyle" zu schnuppern. Modegeschäfte, Bars und Diskotheken wurden in Gummersbach nur spärlich gepflegt.

Gummersbach gelang der Wandel von der Industriestadt zum Dienstleistungsund Einkaufszentrum

Das änderte sich mit dem Aus der Unternehmen Ackermann und Steinmüller, in dessen Folge eine Umstrukturierung zu einem Dienstleistungs- und Einkaufszentrum begann. Das 18 Hektar große Industrieareal wurde von der Stadt gekauft und im Zuge des Strukturprogramms Regionale 2010 neu erschlossen. Fast alle Fabrikhallen des Industriegiganten wurden abgerissen, einzig die Halle 32 blieb als Erinnerung an die industrielle Hochzeit der Stadt erhalten und steht heute als Location für Konzerte und Messen zur Verfügung. Daran angrenzend wurden ein Stadtpark und ein Beach-Handballfeld eröffnet. Früh schon setzte Gummersbach allerdings den Fokus auf eine höhere Bildung. Bereits 2007 wurde auf dem Steinmüllergelände der Campus Gummersbach der Technischen Hochschule Köln eröffnet; auf dem ehemaligen Gelände der Firma Ackermann entstanden ein Studentenwohnheim sowie zahlreiche andere Wohnkomplexe im höheren Preissegment.

Des Weiteren entstanden innerhalb der vergangenen Jahre die Schwalbe-Arena mit 4.132 Sitz- und Stehplätzen für den heimischen Handballverein, das "Forum Gummersbach" mit 70 Geschäften auf 15.000 Quadratmetern und ein neu errichteter Hauptbahnhof, dessen Zugverbindung der Oberbergischen Bahn die Rhein-Sauerland-Städte Köln bis Meinerzhagen verbindet. Ein Hotel sowie ein Multiplexkino sind in Planung.

Der Strukturwandel ist geglückt. Heute kommt dem öffentlichen wie privaten Dienstleistungssektor mit fast 70 Prozent der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten eine große Bedeutung zu. Und auch die Einwohnerzahl erholt sich wieder: Nach einem rapiden Rückgang zählt die Stadt mit 52.634 Einwohnern wieder so viele Stadtbewohner wie vor knapp zehn Jahren das letzte Mal. In Gummersbach zu wohnen ist auch für die jüngere Generation wieder schick, was sicherlich auch an den zahlreichen Shoppingmöglichkeiten liegt, die auch in der Fußgängerzone mit Boutiquen wie H&M, Mast, Benetton, Marc Cain, Adidas und Karstadt aneinandergereiht eröffnet wurden. Gestandene Einwohner schätzen eher die ländliche Ruhe der weitläufigen Wälder und Grünflächen sowie Seen.

Früher kamen die Kölner zum Kühegucken – heute schenken die Auswanderer wirtschaftliches Wachstum

Viele Hinzugezogene des Oberbergischen und Rheinisch-Bergischen Kreises loben die höhere Lebensqualität, die Gelassenheit der Menschen sowie die vergleichsweise niedrigen Lebenshaltungskosten, die sich besonders für Familien bei den Mietpreisen und den Kindergartengebühren bemerkbar machen. Wo sich früher die Dorfbewohner über die zunehmende Zahl der Autos mit Kölner Kennzeichen aufregten, die am Wochenende "zum Kühegucken" ins Bergische reisten, sorgen heute immer mehr städtische Auswanderer für ländliches Wachstum.

So hat sich auch der Hauptort der Gemeinde Lindlar über die vergangenen Jahre immer weiter ausgedehnt. Dennoch gilt Lindlar, als eine der ältesten Kommunen im Bergischen Land, mit gut 21.000 Einwohnern als relativ dünn besiedelt. Die weitläufige Landschaft, die immer noch präsenten altertümlichen Höfe, gut erhaltene Schlös-

ser, Burgen und Ruinen sowie die traditionellen Fachwerkhäuser und nicht zuletzt der eigene Freizeitpark machen den Charme der Gemeinde aus, die nur 30 Kilometer von Köln entfernt liegt. Die Nähe wird nicht nur zu Karneval ausgiebig zelebriert. Lindlarer sind stolz auf ihre ländlichen Wurzeln UND auf die Nähe zu Köln – eine Kombination, die nicht wenige städtische Flüchtlinge fasziniert. Lindlar besticht weiterhin mit ansässigen großen Unternehmen des Industriegebietes, einem generell hohen Pro-Kopf-Einkommen sowie einer breiten Vereins- und einer lebendigen Kneipenkultur. (Lindlar verfügt auf die Einwohnerzahl gerechnet über die zweitgrößte Kneipendichte Nordrhein-Westfalens.)

Vorzeigeexemplar für wirtschaftliches Nutznießen trotz finanzieller Selbstständigkeit ist die Stadt Bergisch Gladbach. Die Kreisstadt und das Mittelzentrum des Rheinisch-Bergischen Kreises liegt direkt an der Kölner Bucht, grenzt im Westen an die Domstadt und im Norden an Leverkusen. Vom Schloss Bensberg aus sieht man den weniger als 20 Kilometer entfernten Dom. Bergisch Gladbach punktet mit einem hohen Durchschnittseinkommen pro Kopf, einem sehr starken Einzelhandel, dem Sitz größerer Unternehmen, wie des Lebensmittelherstellers Krüger, der Zanders Papierfabrik oder des Heider Verlags. Im TechnologiePark sind 140 Unternehmen angesiedelt, die insgesamt rund 2.400 Menschen beschäftigen. Auch die Bildungs- und Dienstleistungssektoren sind stark in der 111.000 Einwohner großen Stadt. Ungeachtet der Größe versprüht Bergisch Gladbach ländliche Ruhe und versucht, die weitläufige Landschaft trotz der von Köln aus abfärbenden Wachstumsdynamik zu schützen. Wie gut dies in Anbetracht der Wirtschaftsprognosen weiterhin gelingt, bleibt abzuwarten. I

Katharina Loof





Spaziert man in Köln über eine der Vorort-Einkaufsstraßen, so braucht man eigentlich nur wenige Hundert Meter zurücklegen, schon reichen die Finger beider Hände nicht mehr aus, um die Bäckereien respektive Verkaufsstellen von Backwaren zu zählen. Es werden immer mehr. Die klassische Bäckerei hat das Nachsehen. Jedes Jahr verschwinden inhabergeführte Meisterbetriebe vom Stadtplan.

Laut Handwerkskammer ging die Zahl der Bäckereien vom 01.01.2016 (302) bis 31.12.2016 (292) um zehn zurück. Eigentlich machten in dem Zeitraum 21 Betriebe dicht. Dem stehen allerdings elf Neueröffnungen gegenüber, sodass die Bilanz insgesamt gar nicht mal so schlecht ist.

Die Bäcker-Innung Köln/Rhein-Erft-Kreis listet aktuell nur noch 87 Innungsmitglieder. Diese Zahl lag vor 20 Jahren noch bei 480. Ein schleichender Niedergang, für den Alexandra Dienst verschiedene Ursachen sieht. "Die Einführung des Euro ist nur eine davon", so die Geschäftsführerin der Innung.

Eine weitere Ursache sind die Discounter, die Brötchen auf Knopfdruck aus dem Automaten liefern. Auch wenn das ab und an ein paar Minuten dauern kann, die Wartezeit überbrückt der Kunde, indem er seinen Einkaufswagen mit den Dingen, die auf dem Einkaufszettel stehen, füllt.

Zahlreiche Back-Filialisten betreiben inzwischen ein "Shop-in-Shop"-System und lassen sich in den Eingangsbereichen der großen Supermärkte und sogar in Baumärkten nieder. Auch da wird mit Brötchen, Teilchen und Snacks fleißig Umsatz gemacht. Geld, das Traditionsbäckereien in der Kasse fehlt und jedes Jahr einige von ihnen in die Knie zwingt.

Qualität wird akzeptiert, Handgemachtes teurer bezahlt

Dass sich traditionelles Bäckereihandwerk noch lohnt, unterstreicht eine Geschichte der Merzenich Bäckereien GmbH. Vor einigen Jahren begann man an der Bremerhavener Straße, dem Unternehmenssitz, wieder mit der Herstellung von handgemachten Brötchen. Ein Test mit einer Kleinauflage, die an die Filialen ausgeliefert wurde. Was niemand der Experten erwartet hatte: Die Kunden nahmen das

Angebot an, heute verkauft Merzenich täglich Brötchen aus der Manufaktur, obwohl diese mit 45 Cent je Stück um 50 Prozent teurer sind als die normalen Brötchen zum Stückpreis von 30 Cent.

Diese Qualität – die ja früher die Normalität war – ist also etwas teurer als das Brötchen aus der Maschine, aber von den Kunden wird es angenommen. In entgegengesetzter Weise kaufen Kunden auch Brötchen, deren Rohlinge aus Billiglohnländern in Osteuropa und sogar aus China stammen, "Hauptsache, günstig" lautet hierbei die Devise.

Und um den Einkauf von Brot und Brötchen noch attraktiver - zumindest in finanzieller Hinsicht - zu gestalten, trat im Jahre 2001 das Unternehmen BackWerk auf den Plan und eröffnete seine erste Selbstbedienungsbäckerei. Klappe auf, Zange nehmen, Brötchen greifen, aufs Tablett und Klappe zu - wer seine Möbel selbst zusammenschraubt, kommt auch mit Teigwaren und Teilchen gut zurecht. Und hinter einer Klappe liegen dann die fertigen belegten Brötchen, die für den Gewinn sorgen. Da mutiert der anfänglich als Backwarenhandel bezeichnete SB-Filialist zum heutigen "Backgastronom". Ein Name, der eine gewisse Wertigkeit vermitteln soll.



Direkt am Kölner Chlodwigplatz weht einer Filiale von Merzenich von zwei Back-Werk-SB-Verkaufsstellen der Wind ins Gesicht. Eine liegt direkt im Nebengebäude, die andere vis-à-vis dem Platz. Die insgesamt also drei Verkaufsstellen auf engstem Raum gibt es schon seit einigen Jahren, und es scheint eine friedliche Koexistenz zu sein.

Fast alle Filialisten sind an der Severinstraße vertreten

Spaziert man vom Chlodwigplatz die wenigen Hundert Meter bis zur Severinsbrücke, sind sie alle vertreten: Mauel, Café Schulze, der jüngste Neuzugang Merzenich, ein weiteres BackWerk, Oebel, Kamps, Schmitz & Nittenwilm und zu guter Letzt Middelberg Café. Der Franchisegeber mit Sitz in Bad Iburg setzt ebenso wie das BackWerk auf Selbstbedienung.

Und der kleine Bäckerladen, hinter dem die Backstube liegt, aus der der Duft von frisch Gebackenem in den Verkaufsraum strömt? Den findet man auf der Severinstraße noch genau einmal. Im August 2015 ging in der Bäckerei Saitner der Ofen aus. Bedauerlich, findet Alexandra Dienst von der Innung, denn gut ausgebildete Bäcker mit Meisterbrief gibt es in ausreichendem Maße. Allerdings wechseln diese oftmals aus der Backstube in die Industrie oder nehmen Aufgaben im Bereich der Lebensmittelkontrolle wahr.

Fehlende Nachfolger, nicht zuletzt wegen der belastenden Nachtarbeit, die ein geregeltes Familienleben verhindert, und eine geringe Risikobereitschaft sind weitere Faktoren, die für die Schließung von traditionellen Bäckereien verantwortlich sind. Zudem ist es mit dem Backen allein nicht getan. Buchführung und Schriftverkehr, Einkauf und Mitarbeiterplanung, das Umsetzen von Vorgaben aller Art – damit wäre die 40-Stunden-Woche schon ad acta gelegt. Und dann wäre da noch der Verkaufsraum. Es ist ein Drahtseilakt, den Moment zu finden, um die seit Generationen bestehende Ladenausstattung durch zeit-

gemäße Elemente zu ersetzen. Die Grenze zwischen echter Nostalgie und krampfhaftem Festhalten an alten Dingen verläuft fließend.

Zwischen all den Franchisegebern und Filialisten kann Köln sich glücklich schätzen, dass es noch einzelne Meisterbetriebe gibt, die weit über die Grenzen der Stadt hinaus bekannt sind. Das letzte Stück Ehrenstraße könnte durchaus in "Ährenstraße" umbenannt werden. Denn seit 1875 firmiert in Hausnummer 75 die Bäckerei Zimmermann. Das vielfach ausgezeichnete Traditionsbackhaus verkauft seine Produkte nicht nur über die Ladentheke, sondern schickt sie auf Reisen. So landet das berühmte Schwarzbrot Natur neben vielen anderen Brot-Spezialitäten in ganz Europa.

"Du bes noch längs nit an Schmitz-Backes vorbei", und damit zurück zur Severinstraße. In Hausnummer 5, direkt an der Torburg, gab es die Bäckerei Schmitz, den Schmitz Backes. Verbrecher, die zum Staupenschlag verurteilt wurden, trieb man, der Legende nach, mit Schlägen die Severinstraße hinab "an Schmitz Backes vorbei" zum Stadttor hinaus. Danach war die Bestrafung durch Schläge vorbei und den Ganoven winkte entweder die Freiheit oder sie wurden in ein anderes Gefängnis verbracht. Auch heute noch bedeutet der obige Ausspruch "Du bes noch längs nit an Schmitz-Backes vorbei", dass man das Schlimmste noch nicht hinter sich hat. In Hausnummer 5 ist immer noch eine Bäckerei – Bäckerei Brochmann, ein Traditionalist, der letzte seiner Art auf Kölns "Vringsstroß". 🔟

Heribert Eiden



Die großen Filialisten

Name	gegründet	Sitz	Filialen in Köln /Region
BackWerk Management GmbH	2001	Essen	21 / 14
Bäckerei Kraus GmbH	1928	Köln	25 / 18
Kamps GmbH	1982	Schwalmtal	40 in Köln
Klein's Backstube GmbH	1872	Hürth-Kendenich	30 / 60
Mauel 1883 GmbH	1883	Meckenheim	7 / 15
Merzenich-Bäckereien GmbH	1896	Köln	33 / 13
Middelberg GmbH	um 1900	Bad Iburg	7/2
Schmitz & Nittenwilm OHG	um 1930	Köln	34/2

SEMINARE & TRAININGSANGEBOTE

Interessante Termine in Köln, Brühl und Düsseldorf

Mitarbeiterjahresgespräch

Anbieter: Manager Institut

Datum: 06.03.2017 07.03.2017

Ort: Köln

Preis: 1.475,60 € Anmeldung:

www.manager-institut.de

Das Mitarbeiterjahresgespräch ist ein Instrument zur Beurteilung der Mitarbeiter und dient gleichzeitig dazu herauszufinden, wie die Entwicklung und Motivation der Mitarbeiter gefördert werden kann.

Erfolgreiches Stressmanagement

und was wir von "Stehauf"- Menschen lernen können

Anbieter: Empower Ring

Personal- & Organisations-entwicklung

Datum: 06.03.2017 -

07.03.2017 Ort: Königswinter Preis: 702,10 €

Anmeldung:

www.empower-ring4you.de

Erfahren Sie in diesem Seminar, wie Sie Ihre natürliche Widerstandsfähigkeit gegen Stress und Krisen stärken und Rückschläge besser wegstecken können.

Emotionale Intelligenz in der Zusammenarbeit

Anbieter: ProKomm Akademie

Datum: 06.03.2017 -

07.03.2017 Brühl Preis: 1.166,20 € Anmeldung: www.pro-komm.de

Nach dem Seminar sind Sie in der Lage, die Gefühle und Bedürfnisse Ihres Gegenübers zu erkennen. Sie lernen, Einfluss auf dessen Emotionen und damit auf sein Verhalten zu nehmen.

"Erfolgreich und gelassen durch den Beruf"

Anbieter: philipp & associates

Datum: 08.03.2017 - 09.03.2017
Ort: Köln

Ort: Köln Preis: 835,00 € Anmeldung:

www.philippand associates.

com

Neben Fachkenntnissen wird heute im Berufsalltag erwartet, dass sich der Mitarbeiter u. a. auch in Gesprächen oder Diskussionen einbringt. In diesem Seminar lernen Sie, Ihre Persönlichkeit zu stärken und diese gezielt einzusetzen.

Frauen in Führung: Erfolgreich als weibliche Führungskraft

Anbieter: Haufe Akademie

GmbH & Co. KG

Datum: 13.03.2017 –

14.03.2017

Ort: Köln Preis: 1.713,60 € Anmeldung:

mineraung.

www.haufe-akademie.de

Frauen in Führungspositionen müssen sich besonderen Herausforderungen stellen. Erhöhen Sie Ihre Souveränität und Gelassenheit und erlernen Sie die Anwendung wirksamer Führungstechniken.

Arbeitsrecht bei Einstellungen und Kündigungen

Anbieter: Manager Institut **Datum:** 13.03.2017 –

14.03.2017

Ort: Köln **Preis:** 1.475,60 €

Anmeldung:

www.manager-institut.de

Dieses Seminar macht Sie mit den aktuellen Neuerungen des Arbeitsrechts vertraut, um rechtliche Konflikte bei Einstellungen und Kündigungen zu vermeiden.

Kölner Unternehmertreff bei CMS Hasche Sigle

»BREXIT & CO. – Aktuelle rechtliche Entwicklungen für Familienunternehmen«

Anbieter: Die Familien-

unternehmer/ Die jungen Unternehmer

Datum: 14.03.2017

Ort: Köln Preis: keine Angaben

Anmeldung:

nrw-buero@nrw.familienun-

ternehmer.eu

Behandelt werden u. a. die Auswirkungen der Erbschaftsteuerreform und des Brexits auf das alltägliche Geschäft deutscher mittelständischer Unternehmen.

Grundlagen der Kommunikation

Anbieter: Modul-Training **Datum:** 15.03.2017 –

16.03.2017

Ort: Köln **Preis:** 1.059,10 €

Anmeldung:

www.modul-training.de

Gerade im Beruf spielt Kommunikation eine wesentliche Rolle. In diesem Seminar trainieren Sie praxisorientierte Gesprächstechniken, damit Sie im Umgang mit Vorgesetzten, Kollegen und Kunden sympathisch und lösungsorientiert kommunizieren können.

Vorsprung durch Kreativität intensiv

Mit Trends & Tools zu innovativen Ideen

Anbieter: Haufe Akademie

GmbH & Co. KG 15.03.2017 -

17.03.2017

Ort: Köln **Preis:** 1.951,60 €

Anmeldung:

Datum:

www.haufe-akademie.de

Lernen, wie und wo Sie nach Ideen suchen und Kreativitätstechniken systematisch einsetzen. Nutzen Sie professionelles Innovationsmanagement für Dienstleistungen, neue Produkte und Marketingkampagnen.

Wirkungsvoll texten

Verständliche Businesstexte effizient formulieren

Anbieter: Akademie für Management-Kommunikation und

Ort:

Redenschreiben (AMAKOR)

 Datum:
 16.03.2017

 Ort:
 Bonn

 Preis:
 904,10 €

 Anmeldung:

www.management-kommuni-kation.de

Wer häufig Fachbeiträge, Berichte und Briefe schreiben muss, erhält hier wertvolle Tipps, wie man seinen Text klar und schlüssig formuliert, sodass die Botschaft überzeugend ankommt.

Wissensmanagement

Anbieter: Manager Institut

Datum: 20.03.2017

Ort: Köln

Preis: 940,10 €

Anmeldung:

www.manager-institut.de

Erfahren Sie alles über die Bedeutung des Wissensmanagements für Unternehmen und wie Sie dieses nutzen, um im globalen Wettbewerb bestehen zu können.

Speedlearning

Anbieter: Manager Institut

Datum: 20.03.2017

Ort: Köln

Preis: 761,60 €

Anmeldung:

www.manager-institut.de

Erfahren Sie, wie Sie Ihre Lernfähigkeit durch gehirngerechte Lernstrategien lernen wieder erlangen können.

Persönlichkeit 4 Professionals

Anbieter: MTO - Consulting

individuelle Lösungen für Mensch, Team, Organisation

ac ac acam

Datum: 29.03.2017 – 30.03.2017

Ort: Köln

Preis: 1.999,20 €

Anmeldung:

www.mto-consulting.de

Themen dieses Seminars sind: Grundlagen einer starken Persönlichkeit, Persönlichkeit – braucht starke Worte; hart auf hart; die Kraft der Lösung Ein Training mit direkt anwendbaren Werkzeugen.

1. NRW Zukunftsund Bildungsforum

Anbieter: Die Familienunter-

nehmer/Die jungen

Unternehmer

Datum: 30.03.2017 **Ort:** Aachen

Preis: keine Angaben

Anmeldung:

nrw-buero@nrw.familienun-

ternehmer.eu

Zum Thema Bildung und "Wirtschaft als Schulfach" finden auf dem RWTH Campus Vorträge und eine Führung durch die Labore statt.

Work Life Balance

Anbieter: Akademie für

Coaching, Gesundheit und Führung

GmbH

Datum:01.04.2017Ort:KölnPreis:232,05 €Anmeldung:

www.akademie-cgf.de

Dieses Seminar zeigt Ihnen, wie Sie überprüfen können, ob Ihr Leben noch im Gleichgewicht ist, und wie Sie die verschiedenen Lebensbereiche in Einklang bringen.

Zeitmanagement und Selbstmanagement für Führungskräfte

Anbieter: Selectes GmbH Ges.

f. Personalauswahl u. Personalmanage-

ment

Datum: 06.04.2017

DIE FAMILIEN UNTERNEHMER

DIE JUNGEN UNTERNEHMER

WIR SIND DIE WIRTSCHAFT!

Ohne uns geht es nicht!

Über 90 Prozent der Unternehmen in Deutschland sind Familienunternehmen, also eigentümergeführt.
57 Prozent aller Arbeitnehmer sind bei ihnen beschäftigt.

WIR sind die starke Stimme des Unternehmertums in Deutschland. Wir repräsentieren die politischen Interessen von 180.000 Familienunternehmern.

Werden Sie Mitglied!

Mitglieder im Verband können Inhaber/Gesellschafter eines Unternehmens werden, die mindestens 1 Million Euro Jahresumsatz und 10 Mitarbeiter sowie einen Eintrag ins Handelsregister oder in die Handwerksrolle haben.



Ausgewählte Termine im Regionalkreis Nordrhein

Ende April 2017

Führung auf der ART COLOGNE inkl. Treffen im VIP-Club 13. Juni 2017 |

Polit-Talk mit Dr. Carsten Linnemann (CDU, MdB)

22. Juni 2017

Sommerkonzert bei VIOLIN ASSETS inkl. Vortrag und Vorführung

22. September 2017

Africa Business Forum 2017

Weitere Termine und Informationen unter www.familienunternehmer.eu/nordrhein

Ihr Ansprechpartner im Regionalkreis

Olaf Ziegs | Regionalvorsitzender | o.ziegs@zplusm.de

Bild: fotolia.com

Ort: Köln
Preis: 892,50 €
Anmeldung:
www.selectes.com

In diesem Seminar lernen Sie, Ihre Stärken und Schwächen zu erkennen und Ihr Zeitmanagement zu verbessern.

Online-Marketing-Grundlagen

Anbieter: Seminar-Institut **Datum:** 06.04.2017 –

07.04.2017

Ort: Köln **Preis:** 1.535,10 €

Anmeldung:

www.semiar-institut.de

Dieses Seminar führt Sie in die Grundlagen des Online-Marketings ein und zeigt Ihnen, wie Sie Ihre Präsenz im Internet effizienter und kostenoptimierter gestalten.

Organisation Grundlagen

Anbieter: Seminar-Institut

Datum: 06.04.2017 -

07.04.2017

Ort: Köln Preis: 1.654,10 € Anmeldung:

www.seminar-institut.de

Lernen Sie moderne Methoden der Organisation kennen und gestalten Sie Ihre Büroabläufe effektiver.

Burn-out- Prävention

Anbieter: Akademie für

Coaching, Gesundheit und Führung

GmbH

Datum: 08.04.2017 Ort: Köln Preis: 232,05 € Anmeldung:

www.akademie-cgf.de

Ein Burn-out ist ein schleichender Prozess, eine Spirale, die einen herunterzieht, ohne dass man wahrnimmt, was überhaupt mit einem geschieht. Lernen Sie, die Anzeichen zu erkennen und mit Stress besser umzugehen.

Führungstraining für junge, angehende und zukünftige Führungskräfte

Anbieter: Dr. Peise Coaching

und Training

Datum: 10.04.2017 -

13.04.2017

Ort: Aachen **Preis:** 1.892,10 €

Anmeldung:

www.peise.com

Der Sprung vom Mitarbeiter zur Führungskraft bedeutet sich mit einem völlig neuen Arbeitsumfeld auseinanderzusetzen. Erforschen Sie Ihre Stärken und Schwächen und wie Sie diese in Einklang mit neuen Verhaltensweisen und Kompetenzen bringen.

Moderation

Anbieter: Seminar-Institut **Datum:** 10.04.2017 –

11.04.2017 Köln

Ort: Köln **Preis:** 1.416,10 €

Anmeldung:

www.seminar-institut.de

In diesem Seminar erfahren Sie, wie Sie ein Meeting durchführen und wie Sie als Moderator dieses Meeting erfolgreich leiten.

Reporting

Anbieter: Manager Institut

Datum: 12.04.2017 –

13.04.2017

Ort: Köln **Preis:** 1.356,60 €

Anmeldung:

www.manager-institut.de

Dieses Seminar zeigt Ihnen, wie Sie ein aussagefähiges Reporting erstellen und dieses optimal strukturiert darstellen.

Key Account Management kompakt/Blended Learning

Das Präsenztraining und e-Learning für die erfolgreiche Betreuung Ihrer Großkunden

Anbieter: Haufe Akademie

GmbH & Co. KG

Datum: 18.04.2017 **Ort:** Köln

Preis: 1.713,60 €

Anmeldung:

www.haufe-akademie.de

Lernen Sie, wie Sie Key Accounts professionell managen und langfristig an Ihr Unternehmen binden. Eine Mischung aus e-Learning, Präsenztraining und Lerncommunity unterstützt Sie dabei.

Business-Knigge

Anbieter: Seminar-Institut **Datum:** 18.04.2017 –

19.04.2017

Ort: Köln **Preis:** 1.416,10 €

Anmeldung:

www.seminar-institut.de

Überzeugendes Auftreten, Stil, ein höflicher Umgang mit Geschäftspartnern, Kunden etc. entscheiden nicht zuletzt über Ihren beruflichen Erfolg. In diesem Seminar lernen Sie einige Spielregeln im beruflichen Miteinander kennen.

Professionelles Vertragsmanagement

Anbieter: Seminar-Institut

Datum: 20.04.2017 --

21.04.2017 Ort: Düsseldorf Preis: 1.487,50 €

Anmeldung:

www.seminar-institut.de

Ein weitreichender Überblick über die relevanten Grundsätze im Vertragsmanagement. Wichtige Vertragsarten werden angesprochen, Stichworte sind unter anderem AGBs, Kaufvertrag, Grundstückskaufvertrag, Arbeitsverträge, Mietverträge, Gestaltung und Aufbau von Verträgen.





Nähe zum Mandanten

Eine der besonderen Stärken der Luther Rechtsanwaltsgesellschaft mbH ist die Nähe zu ihren Mandanten. Unsere vor Ort in Köln tätigen Beraterinnen und Berater sind nicht nur mit den Bedürfnissen der in der Region ansässigen Großunternehmen vertraut, sondern auch mit den Erwartungen der inhabergeführten mittelständischen Unternehmen. Sprechen Sie uns an!

Ihr Ansprechpartner: Dr. Detlef Mäder

Telefon + 49 221 9937 25711, detlef.maeder@luther-lawfirm.com





BÜROIMMOBILIEN



Büroimmobilien in Kölns besten Lagen